



---

## **KEMAS ULANG INFORMASI BUKU “21 Lesson” DAN ZODIAK MAHASISWA S1 GEOGRAFI UM**

Andhyra Nur Azizah<sup>1</sup>, Sinta Surya Ningrum<sup>2</sup>, Farhatul Maulida Azizah<sup>3</sup>, Abd Latif Abdul Rahman<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Malang

<sup>4</sup>Universiti Teknologi MARA

---

### **ARTICLE INFO**

*Article history:*

Received: 24 Okt 2024

Accepted: 23 Des 2024

Published: 24 Des 2024

*Keyword:*

Information Repackaging,  
Students, Books, Zodiac

---

### **ABSTRACT**

Penelitian ini bertujuan untuk mengemas ulang informasi dari buku "21 Lessons for the 21st Century" karya Yuval Noah Harari dan informasi zodiak guna mendukung terciptanya pembelajar sepanjang hayat bagi mahasiswa S1 Geografi Universitas Negeri Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan R&D (Research and Development). Data dikumpulkan melalui wawancara dengan mahasiswa sebagai informan dan dianalisis menggunakan teori Information Analysis Consolidation Repackaging (IACR). Tujuannya untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dengan menggunakan bentuk informasi yang berbeda serta membantu mahasiswa dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa repackaging informasi meningkatkan pemahaman dan keterlibatan mahasiswa terhadap konten yang disajikan. Peneliti melakukan perubahan pada produk berdasarkan saran dan kritik dari informan, seperti menyusun informasi lebih runtut dan menambahkan informasi tambahan agar produk dapat dimanfaatkan secara optimal. Penelitian ini signifikan dalam menyediakan sumber informasi yang mudah dipahami dan relevan bagi mahasiswa, mendukung kebutuhan informasi yang esensial dalam era teknologi informasi, Perubahan dan evaluasi yang dilakukan berdasarkan masukan dari informan membantu menciptakan produk informasi yang lebih menarik dan efektif, sehingga dapat dimanfaatkan dengan lebih baik oleh mahasiswa.

This research aims to repackage information from the book "21 Lessons for the 21st Century" by Yuval Noah Harari and zodiac information to support the creation of lifelong learners for undergraduate Geography students at the State University of Malang. The research method used is the R&D (Research and Development) approach. Data was collected through interviews with students as informants and analyzed using the Information Analysis Consolidation Repackaging (IACR) theory. The aim is to provide the information needed using different forms of information and help students solve the problems they face. The research results show that repackaging information increases students' understanding and involvement in the content presented. Researchers made changes to the product based on

---

suggestions and criticism from informants, such as compiling more coherent information and adding additional information so that the product could be utilized optimally. This research is significant in providing information sources that are easy to understand and relevant for students, supports essential information needs in the information technology era. Changes and evaluations made based on input from informants help create more interesting and effective information products, so that they can be utilized better by students.

---

## **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi ini, muncul revolusi industri 4.0 yang telah mengubah seluruh sisi kehidupan manusia. Revolusi industri 4.0 menjadikan teknologi informasi dan internet semakin berkembang dari segala bidang (Hamdan, 2018). Kemajuan teknologi diiringi oleh menyebarnya informasi yang semakin cepat berkembang dan sampai kepada masyarakat. Hal tersebut membuat informasi sebagai kebutuhan dasar manusia yang menyebabkan manusia harus dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dimiliki (Lexmana dkk., 2022).

Saat ini, kebutuhan informasi memiliki kedudukan yang sejajar dengan kebutuhan dasar seperti makan minum, bernapas sandang, pangan dan papan yang bersifat konkret. Menurut Yusuf dalam Dewi & Istiqomah (2019), bahwa kebutuhan informasi didasari oleh kebutuhan kognitif yang dipenuhi karena tuntutan dari dalam diri manusia untuk menambah pengetahuan dan pemahaman seseorang dalam dirinya. Sedangkan kebutuhan afektif kebutuhan yang berhubungan dengan informasi yang dapat menyenangkan dan pengalaman emosional, kebutuhan integrasi personal berkaitan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, dan status individu, dan yang terakhir adalah kebutuhan integrasi sosial yang berkaitan dengan penguatan hubungan dengan keluarga, teman, dan orang lain di dunia.

Dampak dari munculnya kebutuhan informasi pada diri manusia, yaitu adanya perilaku informasi. Perilaku informasi muncul karena adanya kesenjangan informasi yang dimiliki dengan informasi yang dibutuhkan, hal tersebut menjadi faktor pendorong manusia untuk mencari informasi guna mengetahui permasalahan yang sedang dialaminya. Kegiatan perilaku informasi mempengaruhi literasi informasi yang dimiliki oleh manusia. Literasi informasi menjadi hal penting manusia akan sadar terhadap kebutuhan informasi, mengidentifikasi, menemukan, mengevaluasi dan menggunakan secara efektif untuk permasalahan yang sedang dihadapi (Isyawati & Ganggi, 2017). Dalam melakukan literasi informasi di era teknologi ini, selain mengakses informasi melalui buku ataupun internet terdapat kegiatan kemas ulang informasi. Kegiatan

kemas ulang informasi bertujuan untuk mengemas informasi secara lebih ringkas dengan bentuk yang berbeda, agar dapat dimanfaatkan dengan mudah oleh masyarakat.

Pada era teknologi informasi ini, manusia sangat ketergantungan akan informasi yang diperoleh dari sumber manapun, baik tercetak, audio maupun digital. Informasi akan terus muncul ketika masyarakat mengakses media yang dibuka. Hal tersebut terjadi karena mudahnya produksi informasi oleh berbagai pihak latar belakang apapun yang dapat mempengaruhi isi dan kebenaran dari informasi yang diakses oleh masyarakat dan menyebabkan informasi semakin massif dan terjadinya ledakan informasi (*information overload*) (Afandi, 2020). Oleh karena itu, dibutuhkan suatu kegiatan untuk mencari, memfilter dan menyampaikan informasi kepada masyarakat, sehingga informasi yang diterima masyarakat merupakan solusi atas permasalahan dan kebutuhan informasi yang dimilikinya, salah satunya dengan kegiatan kemas ulang informasi (*Information Repackaging*). Salah satu komponen masyarakat yang paling membutuhkan *information repackaging* adalah mahasiswa. Hal tersebut terjadi karena dalam melakukan kegiatan sehari-hari dan kegiatan pendidikan, mahasiswa membutuhkan informasi yang berkaitan dengan kegiatan pembelajaran, sehingga membutuhkan informasi yang mudah diakses, mudah dipahami dan sumber terpercaya.

Banyak informasi yang dibutuhkan mahasiswa, seperti informasi mengenai pendidikan yang sedang ditempuh, informasi tentang pengetahuan umum dan dunia, ataupun informasi hiburan. Salah satu contohnya yaitu informasi yang terdapat dalam buku *21 lesson for 21st century* karya Yuval Noah Harari. Buku tersebut adalah buku best seller di dunia yang telah dibaca oleh seluruh kalangan, termasuk mahasiswa. Salah satu bab dalam buku tersebut yang relate dengan mahasiswa yaitu mengenai kekecewaan dan pekerjaan. Dalam bab kekecewaan berisi mengenai kekecewaan yang mulai muncul karena adanya disrupsi teknologi yang mempengaruhi kehidupan manusia untuk memiliki pemikiran bebas sehingga dapat membuat kekecewaan. Pada bab pekerjaan, berisi mengenai informasi bahwa teknologi yang semakin canggih sehingga menimbulkan ketakutan pada manusia akan pekerjaan yang terganti oleh teknologi. Dua bab tersebut memiliki hubungan dengan kehidupan mahasiswa. Sehingga mahasiswa dapat mendapatkan informasi yang menjadi bekal dalam hidupnya. Selain itu, mahasiswa biasanya membutuhkan informasi yang berupa hiburan. Salah satu contoh yaitu informasi mengenai zodiak. Dalam zodiak, banyak informasi yang

berhubungan dengan kehidupan manusia sesuai dengan zodiak masing-masing. Salah satunya yaitu mengenai personality yang membahas sifat masing masing zodiak. Informasi ini biasanya mahasiswa gunakan sebagai hiburan.

Berdasarkan hal diatas, peneliti ingin melakukan kegiatan kemas ulang informasi dengan informan dan objek yang digunakan yaitu Mahasiswa S1 Geografi Universitas Negeri Malang, angkatan 2020-2023. Informasi yang akan dilakukan kemas ulang yaitu mengenai informasi yang terdapat pada buku *21 lesson for 21st century* dan zodiak. Bab buku yang akan digunakan yaitu mengenai kekecewaan dan pekerjaan berdasarkan hasil wawancara mengenai permasalahan yang dialami oleh informan yaitu mengenai kekecewaan diakibatkan oleh diri sendiri, orang lain dan ekspektasi. Hal tersebut memiliki dampak kepada mahasiswa, karena jika tidak mengerti dan mendapatkan informasi yang dapat menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi, maka permasalahan akan terus muncul tanpa terdapat solusi yang membantu. Sedangkan untuk zodiak, informasi yang dilakukan kemas ulang informasi yaitu mengenai kepribadian (personality). Hal tersebut didasari oleh hasil wawancara yang menunjukkan dominan permasalahan yang dimiliki oleh mahasiswa mengenai kepribadian.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan R&D atau penelitian dan pengembangan. Penelitian ini dilaksanakan dengan penelitian pengembangan sebagai pedoman dalam membangun perangkat transfer informasi yang lebih efektif dan dinamis. Menurut Sugiyono dalam Sri Sumarmi (2019), metode penelitian dan pengembangan adalah metode penelitian yang menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Alasan peneliti menggunakan model pengembangan R&D adalah karena pada tahapan ini memiliki keunggulan dengan tahapan yang sistematis. Setiap tahapannya terdapat revisi dan evaluasi, sehingga cocok digunakan untuk pengembangan media ataupun sumber informasi yang valid dan efektif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pedoman instrumen wawancara. Lalu data hasil dengan wawancara direduksi sesuai dengan aspek aspek teori kemas ulang informasi yaitu IACR (Information Analysis, Consolidation, Repackaging) dan Information product yang dikemukakan oleh Amitabha Chatterjee (2017), terdiri dari mengumpulkan, memproduksi ulang, mengatur dan menyajikan

informasi dalam bentuk yang paling sesuai dengan kebutuhan informan. Penelitian ini dilakukan mulai dari tanggal 10 Maret-17 April 2024 dengan informan atau sumber data yaitu mahasiswa S1 Geografi Universitas Negeri Malang dengan angkatan 2020-2023.

## **HASIL PENELITIAN**

Menurut Widyawan dalam Santoso (2021), kemas ulang informasi merupakan kegiatan untuk mengubah bentuk informasi menjadi lebih menarik dan dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi yang spesifik sehingga dapat mempermudah interaktivitas pengguna dalam menggunakan informasi. Makna kemas ulang informasi adalah memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mengatasi hambatan dalam menyampaikan informasi tersebut kepada pengguna. Salah satu model yang dapat digunakan untuk melakukan kemas ulang informasi adalah model IACR yang dikemukakan oleh Amithaba Chatterjee (2017). Dalam model yang dipaparkan oleh Amitabha terdapat empat tahapan kemas ulang informasi yang dimulai dari kegiatan *Information Analysis, Consolidation, Packaging, Repackaging, Informaton Product*.

## **PEMBAHASAN**

### ***Information Analysis***

*Information analysis* atau analisis informasi merupakan tahap awal untuk mendapatkan informasi dasar mengenai user yang akan dituju. Pada tahap ini berfokus pada menguraikan secara tepat, menentukan ciri ciri, pejelasanannya, klarifikasi akan karakteristik user terhadap informasi yang dibutuhkan atas permasalahan yang sedang dihadapi. Dalam melakukan *information analysis* diperlukan beberapa cara agar dapat mendapatkan data mengenai karakteristik informan, antara lain dengan: a) Mendekati komunitas atau informan, b) Mengidentifikasi permasalahan yang sedang dihadapi pengguna, c) Mengidentifikasi kebutuhan akan informasi pengguna berdasarkan permasalahan tersebut, d) Mengidentifikasi ahli yang memiliki informasi tersebut, e) Mengidentifikasi produk atau cara yang digunakan oleh ahli tersebut untuk melakukan transfer informasi, f) Mengidentifikasi penggunaan informasi tersebut. Informasi analisis yang dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh beberapa mahasiswa yang disesuaikan dengan buku *21 lesson for 21st century* karya Yuval Noah Harari dan zodiak mereka dalam bentuk pertanyaan untuk mendapatkan data mengenai karakteristik informan atau informan.

Pada tahap pertama langkah yang dilakukan adalah mendekati komunitas atau informan. Langkah ini penting untuk memudahkan peneliti dalam mengambil data kebutuhan informasi yang dimiliki oleh informan. Peneliti ingin memilih mengambil data permasalahan dari komunitas mahasiswa S1 Geografi Universitas Negeri Malang dari perwakilan angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023. Langkah selanjutnya, setelah peneliti mendapatkan komunitas adalah mengidentifikasi permasalahan yang sedang dihadapi pengguna. Tahap yang kedua adalah mengidentifikasi permasalahan yang sedang dihadapi pengguna secara umum. Peneliti mewawancarai informan terkait dengan permasalahan yang sering dirasakan oleh informan. Pada penelitian ini, ditemukan bahwa sebagian besar informan memiliki permasalahan mengenai kekecewaan dan kecemasan yang diakibatkan oleh ekspektasi yang dimiliki oleh informan sehingga menciptakan sebuah ekspektasi yang tidak sesuai dengan kenyataan yang menyebabkan munculnya rasa kecewa atau keputusasaan informan pada diri sendiri ataupun orang lain. Berikut kutipan wawancara:

“Permasalahan yang lagi aku rasain saat ini yaitu aku ngerasa kecewa banget”. (A)

“Aku terlalu punya ekspektasi lebih sama orang lain, gak sesuai sama kenyataan jadi aku kecewa” (A)

“mmm...aku ngerasa udah ngelakuin dengan semaksimal mungkin, tapi gak dapet apresiasi atau notice dan malah dibanding bandingin sama orang lain.” (D)

Berdasarkan kutipan wawancara diatas, menjelaskan bahwa informan mengalami permasalahan yang disebabkan baik oleh faktor internal atau eksternal. Pada dasarnya, perasaan dan karakteristik setiap individu berbeda-beda. Rasa kecewa muncul dari diri sendiri dan orang lain yang mungkin orang tersebut memiliki rasa kedekatan kepada kita. Sehingga tidak dapat dipungkiri, bahwa teman terdekat pun bahkan bisa jadi memberikan dampak negatif pada diri kita. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Hanifa & Lestari (2021) yang menjelaskan bahwa teman terdekat memiliki pengaruh yang signifikan dalam perkembangan emosional yaitu sebesar 24,7%. Salah satu faktornya adalah feedback yang diberikan oleh teman terdekat, membuat seseorang menjadi introspeksi diri apakah yang dilakukannya menjadikan baik atau sebaliknya. Namun, terdapat juga rasa kecewa ini muncul dari sendiri yang disebabkan oleh faktor kegagalan yang pernah dialami oleh individu. Setiap manusia mungkin tidak ada yang

sempurna dan pastinya memiliki kekurangan masing-masing. Hal ini selaras dengan pendapat Phangadi dalam Bakar dkk., (2022) yang menyatakan data penelitian yang dimiliki oleh Mini International Neuropsychiatric Interview (MINI) menunjukkan bahwa hampir seluruh provinsi di Indonesia memiliki remaja yang mengalami penyakit mental disebabkan oleh kecemasan dan kekecewaan sehingga memunculkan depresi dan hanya 9% dari mereka yang berobat kepada ahlinya. Sehingga hal ini, manusia perlu mengenal diri sendiri sesuai dengan batas kemampuan yang mereka miliki untuk bisa mengontrol dan mempertahankan diri mereka untuk selalu memiliki perasaan yang positif (Nabila, 2020).

Dari permasalahan tersebut pastinya memerlukan informasi yang dibutuhkan untuk dapat menjawab permasalahan yang dihadapi. Informasi ini didasarkan dengan kebutuhan informan. Dengan mengidentifikasi kebutuhan akan informasi pengguna berdasarkan permasalahannya. Informasi yang dibutuhkan oleh informan dominan terkait cara mengatasi dari kekecewaan yang dialaminya. Pada dasarnya rasa kekecewaan dapat diatasi dari diri kita sendiri dengan memberikan pemikiran yang positif dan motivasi untuk membangkitkan semangat. Berikut kutipan hasil wawancara dari beberapa informan mengenai informasi yang dibutuhkan:

“Aku butuh informasi yang tentang gimana sih bisa meredam kekecewaan, karena biasanya aku kecewa sama hasil yang kurang memuaskan di perkuliahan.”(A/)

“Aku pengen tau gimana caranya menyikapi sifat orang orang di lingkungan sekitarku yang orang itu juga tidak apresiasi hasil yang udah aku buat eh malah dibandingin sama orang lain.”  
(F/)

“Mungkin aku butuh gimana cara ngelola rasa kecewa yang dimiliki biar gak kecewa terus.” (E/)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, menjelaskan bahwa mahasiswa membutuhkan informasi untuk mengatasi atau mengatur rasa kecewa yang dimiliki. Hal tersebut muncul pada diri informan karena adanya ketidaktahuan informan dalam mengatasi hal tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Belkin dalam Sumartono (2015) yaitu konsep Anomalous State of Knowledge (ASK) yang menjelaskan bahwa terdapat batasan mengenai kebutuhan informasi ketika informan menyadari akan kekurangan dalam pengetahuannya mengenai situasi tertentu dan keinginan untuk mengatasi hal tersebut. Informasi memiliki fungsi yang dapat berubah ubah sesuai dengan bidang atau

lingkungan informan. Namun, fungsi informasi tidak terbatas pada satu bidang saja, melainkan menyeluruh dengan menyesuaikan kondisi informan yang membutuhkan nya. Namun, pada dasarnya, informasi dibutuhkan untuk lima hal yaitu (1) agar tetap up to date; 2) melakukan penelitian; 3) sebagai stimulus untuk merangsang ide ide baru 4) untuk mendapatkan pemahaman baru sebagai pengarah dan; (5) memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan khusus yang tidak dapat dijawab dengan pengetahuan yang dimiliki (*factfinding*).

Untuk mengatasi kebutuhan informasi yang dimiliki oleh informan, peneliti melakukan kemas ulang pada informasi yang dominan dibutuhkan oleh informan. Dalam informasi ini dikemas dalam suatu wadah informasi yang semestinya berasal dari seseorang yang ahli dalam bidang tersebut. Seorang ahli dalam menyampaikan informasi secara valid berdasarkan fakta dan sebelumnya telah melakukan riset penelitian inilah yang dapat digunakan atau sebagai rujukan dalam memenuhi kebutuhan informasi. Mengidentifikasi ahli yang memiliki informasi penting untuk diperhatikan sebagai acuan kebenaran informasi yang dibutuhkan. Namun dalam kalangan mahasiswa saat ini informan biasanya didapatkan dari content creator yang didapat dari media sosial karena penyampaiannya yang mudah dipahami oleh mahasiswa masa kini. Berikut bukti kutipan hasil wawancara mengenai informan yang sering dijadikan sebagai pemenuhan informasi:

“Aku biasanya dapet informasi-informasi itu dari UST. Hanan Attaki, karena beliau pakai bahasa yang gampang untuk dipahami sama kita yang kalangan anak muda.” (A/)

“Kalau informasi kaya gitu biasanya aku liat videonya Mario Teguh.” (E/)

“Biasanya saya suka melihat content creator di youtube itu Sherly Annavita Rahmi, karena beliau masih muda dan bahasanya sangat masuk di saya”. ( D/)

Dari kutipan wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa content creator sedang menjadi salah satu profesi yang booming di kalangan anak muda saat ini. Hal tersebut terjadi karena pembawaan content creator dalam membawakan informasi dapat dipahami dengan mudah oleh informan sehingga dapat dengan mudah membangun hubungan secara virtual dengan audience melalui konten yang dibuatnya. Namun, informasi yang terdapat pada isi konten menjadi tanggung jawab content creator, baik kredibilitasnya, sumbernya, ataupun kebenarannya (Aypa dkk., 2022). Oleh karena itu



diperlukannya digital culture yang harus dimiliki oleh content creator, agar dapat memilah konten-konten yang positif untuk dibagikan kepada audience. Dalam era digital saat ini, banyak content creator yang membuat produk informasi dalam platform digital seperti YouTube, Instagram ataupun TikTok yang saat ini sering diakses oleh seluruh kalangan, termasuk informan yang termasuk dalam generasi gen Z. Hal tersebut selaras dengan pendapat informan :

“Liat cuplikan video ceramah ust. Hanan Attaki sih di media sosial”. (A)

“Aku sering akses Instagram, jadi liat informasinya juga dari postingan Instagram” (V/)

“Aku lebih sering liat di YouTube sih karena video-videonya dikemas dengan editan yang unik dan penyampaiannya juga enak.” (A/)

Berdasarkan hasil wawancara terlihat bahwa penyampaian informasi mempengaruhi seseorang dalam memilih pemenuhan informasi. Menangani beragam produk informasi, kemampuan dalam menafsirkan pesan secara efektif dengan orang lain merupakan kemampuan literasi digital. Selain itu, dalam pemilihan produk informasi penting untuk pemahaman pengguna dalam menangkap suatu informasi. Adapun pemilihan produk informasi dipengaruhi dengan memperhatikan beberapa faktor diantaranya: a) kualitas informasi; b) ketersediaan informasi; c) kemudahan penggunaan; d) keperluan dan preferensi pribadi. Selain itu, kemampuan literasi informasi penting untuk dimiliki karena dengan kemampuan ini mengetahui bagaimana memanfaatkan berbagai alat informasi untuk memecahkan permasalahan hal ini mencakup *computer literacy*, *library skill*, dan *critical thinking* sebagai pendukung perkembangan literasi informasi (Pattah Husaebah, 2014).

Tahap terakhir dalam menentukan produk informasi yaitu mengidentifikasi penggunaan informasi tersebut. Dalam penggunaan informasi, disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dalam mengonsumsi informasi. Biasanya informasi ini dibutuhkan sebagai pengetahuan individu untuk memecahkan permasalahannya atau hanya sebatas sebagai hiburan atau hanya sebagai pengetahuan juga namun tidak urgent untuk dibutuhkan semata-mata untuk menambah informasi yang dimilikinya. Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan terkait penggunaan informasi yang sudah didapatkan:

“Dari informasi yang saya dapat terkait permasalahan itu, saya jadikan sebagai pengetahuan dan wawasan baru yang perlu diterapkan”.(E/)

Maka dapat dilihat bahwa penggunaan informasi sebagai pengetahuan merupakan penting untuk pemenuhan kebutuhan dalam memecahkan permasalahan. Pengetahuan merujuk pada pemahaman atau kesadaran tentang fakta, konsep, informasi, atau keterampilan yang diperoleh melalui pembelajaran, pengalaman, dan observasi. Hal ini melibatkan pemahaman tentang bagaimana dunia berfungsi, baik secara umum maupun dalam konteks yang lebih khusus seperti ilmu pengetahuan, teknologi, sejarah, seni, dan berbagai bidang lainnya.

Selanjutnya mengidentifikasi permasalahan yang sedang dihadapi pengguna sesuai zodiak yang ada pada setiap informan. Namun hasil wawancara ini dikutip dari mayoritas permasalahan yang dihadapi oleh informan sesuai dengan zodiak mereka adalah permasalahan personality sesuai zodiak mereka. Berikut kutipan perwakilan informan mengenai permasalahan yang sedang mereka miliki sesuai dengan zodiak mereka:

“Mungkin mengenai pengenalan diri sendiri yang kurang sama hubungan dengan orang lain yang tidak sesuai dengan kenyataannya lalu bingung terkait karir kedepannya”. (F/)

“Lebih banyak tertutup pada permasalahan yang saya hadapi ”. (E/) “Sering merasa insecure pada diri sendiri.” (B/)

Berdasarkan hasil wawancara terlihat bahwa permasalahan yang banyak dihadapi oleh mahasiswa pada umumnya adalah Personality (kepribadian). Kepribadian terkait kurangnya mengenali diri sendiri, sering merasa insecure atau merasa tidak aman. Insecure adalah ketidaknyamanan yang dibuat oleh diri sendiri sehingga menimbulkan rasa kurang percaya diri yang membuat individu merasa tidak aman, perasaan takut, cemas sehingga membuat kita membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Rasa insecure seringkali muncul karena kejadian yang dilakukan mengalami kegagalan penolakan sehingga membuat suasana hati merasa rendah dibandingkan dengan orang lain (Nelwan dkk., 2024).Kepribadian itulah yang sering melekat pada setiap individu. Selain itu permasalahan yang sering melekat pada individu saat ini adalah permasalahan percintaan yang dirasakan sehingga membuat mereka tidak dapat mengontrol emosional diri sehingga melakukan hal negatif yang tidak sebaiknya untuk dilakukan, kurang percaya diri, dan tidak dapat mengontrol diri terhadap hal apapun.

Permasalahan dalam mengontrol diri merupakan kemampuan yang dimiliki setiap individu dalam mengelola informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan serta sesuatu yang dapat diyakini sehingga dapat membawa ke arah hal-hal positif (Marsela & Supriatna, 2019).

Dengan permasalahan yang muncul inilah sehingga seseorang membutuhkan informasi untuk mengatasi permasalahan yang mereka rasakan. Informasi yang dibutuhkan sesuai dengan permasalahan diatas bagaimana cara seseorang mengontrol diri sesuai dengan kemampuan, cara kita lebih terbuka dalam bersikap dan cara mengatasi rasa insecure yang berlebihan. Karena sikap atau cara mengontrol diri kita setiap individu memiliki karakteristik yang berbeda didasarkan dengan zodiak individu. Sesuai dengan kutipan hasil wawancara mengenai informasi yang dibutuhkan:

“Pengen tau personality pada diri saya itu bagaimana sesuai dengan zodiak saya.” (S/)

“Caranya mengendalikan atau mengontrol emosi kita, karena saya merasa gampang emosi gitu bawaannya.”(D/)

“Karena saya merasa apa-apa itu kurang percaya diri, apalagi misal public speaking gitu.” (F/)

Berdasarkan hasil wawancara diatas diambil dari beberapa informan yang dominan permasalahannya sama terkait dengan personality mereka. Dari kebutuhan informasi itu terlihat, bahwa setiap individu merasa memiliki kekurangan masing-masing. Dengan kerendahan hati juga dapat menyelesaikan konflik pada diri kita. Kerendahan hati terbagi menjadi 4 aspek diantaranya: a) Terbuka pada segala hal bersifat positif, b) Self forgetfulness yaitu merasa memiliki kekurangan dan kelemahan diri, c) Tidak berbesar diri, d) Memperhatikan dan menghargai orang lain (Kusprayogi & Fuad, 2016). Selain pada itu, kunci dari mengurangi rasa insecure dengan meningkatkan rasa kepercayaan diri kita dan percaya pada kemampuan yang dimiliki bahwa kita bisa melakukan suatu hal yang bersifat positif.

Dalam informasi ini dikemas dalam suatu wadah informasi yang semestinya berasal dari seseorang yang ahli dalam bidang tersebut. Seorang ahli dalam menyampaikan informasi secara valid berdasarkan fakta dan sebelumnya telah melakukan riset penelitian inilah yang dapat digunakan atau sebagai rujukan dalam memenuhi kebutuhan informasi. Mengidentifikasi ahli yang memiliki informasi dan mengidentifikasi transfer informasi yang penting untuk diperhatikan sebagai acuan

kebenaran informasi yang dibutuhkan. Namun hal ini mungkin berbeda dari sebelumnya. Karena ini disesuaikan dengan zodiak setiap individu kemungkinan informasi tersebut bisa saja berasal dari berita ataupun artikel yang berisi mengenai personality berdasarkan zodiak. Berikut kutipan hasil wawancara beberapa informan terkait sumber informasi itu berasal:

“Saya biasanya ga sengaja ketika melihat postingan di instagram itu dari akun zodiak talks isinya zodiak-zodiak gitu”. (V/)

“Kalo aku dapetnya dari republik zodiak yang berbentuk video gitu”. (A/) “Biasanya mencari melalui google,dan FYP TikTok Aquarius”. (F/)

“Jarang melihat sih, tapi kadang nemu tentang zodiak-zodiak di akun instagram @sifatzodiak”. berbentuk video singkat.”(E/)

“Biasanya dapet informasi zodiak itu itu TikTok pas fyp sih, akunnya @dailyzodiak.”(B/)

Dari hasil wawancara tersebut bahwa setiap individu atau informan mendapatkan informasi dari sumber yang berbeda-beda terkait dengan kebutuhan dan seringnya informan dalam mengakses sosial media sehingga informasi tersebut terkadang didapat dari hasil ketidaksengajaan ketika informan mengakses sosial media di instagram maupun di TikTok. Sehingga transfer informasi biasanya berbentuk video-video singkat beserta teks sebagai wadah penyampaian informasi yang lebih mudah untuk tersampaikan kepada pengguna. Namun mungkin dalam konten ini dikemas dengan semenarik mungkin agar pengguna memiliki rasa ingin tahu dari konten terkait kebutuhan informasi pengguna.

Dari situlah terlihat bahwa penggunaan informasi yang didapat oleh informan sebagai hiburan mereka dalam memenuhi kebutuhan informasi. Namun hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa penggunaan informasi juga sebagai pengetahuan untuk mereka.

### ***Consolidation of Information***

Konsolidasi adalah kegiatan mengevaluasi nilai informasi yang berasal dari satu atau lebih dari satu sumber baik data primer maupun sekunder yang nantinya akan

mengalami perubahan menjadi sebuah produk (Dian Novita Fitriani, 2020). Konsolidasi informasi dilakukan dengan menyatukan informasi dan menyusun kumpulan informasi sesuai dengan urutan yang logis dan sudah terevaluasi kebenarannya, sehingga pengguna atau target dapat memperoleh gambaran akan isi informasi sehingga individu dapat memanfaatkan informasi tersebut untuk memudahkan kegiatannya sehari-hari. Dalam tahap ini, seleksi informasi dapat melakukan yang terdiri dari beberapa tahapan seperti :

### **1. Selection**

*Selection* dilakukan dengan menyeleksi sumber informasi yang dilakukan dengan menyeleksi sumber informasi sesuai dengan kepercayaan dan keakuratan sumber informasi. Kegiatan seleksi ini bertujuan untuk membangun informasi yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh individu. Pada saat ini terdapat banyak sumber informasi karena adanya ledakan informasi yang mempengaruhi kebenaran dan kredibilitas informasi (Pratama, 2021).

Pada penelitian ini, proses *selection* kegiatan kemas ulang informasi dilakukan berdasarkan dominan permasalahan yang dialami oleh informan. Melalui wawancara, diketahui bahwa dominan permasalahan yang dihadapi oleh informan yaitu mengenai adanya ekspektasi sehingga menyebabkan adanya kekecewaan dan keputusasaan dalam diri informan. Peneliti menyeleksi sumber informasi yang relevan dan terpercaya, yaitu dalam buku *21 Lesson for the 21st Century* karya Yuval Noah Harari. Selain itu, informan juga memiliki permasalahan mengenai ketidaktahuan mengenai kepribadian (*personality*) yang dimiliki berdasarkan zodiak. Peneliti menyeleksi sumber informasi dengan menggunakan platform google dan menemukan beberapa sumber informasi seperti [www.fimela.com](http://www.fimela.com) [wolipop.detik.com](http://wolipop.detik.com) [superapp.id](http://superapp.id) [www.horoscop.com](http://www.horoscop.com) [www.diedit.com](http://www.diedit.com) [www.antrakasa.com](http://www.antrakasa.com), akun TikTok republik zodiak, akun instagram @zodiak\_asthetic

Peneliti memilih sumber informasi berbasis digital, karena kemudahan akses dan banyak pilihannya. Namun, peneliti tetap berhati-hati akan kredibilitas sumber informasi tersebut. Pentingnya pemilihan sumber informasi yang tepat menjadi salah satu upaya mencari informasi yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Mowen dan Minor dalam Bahrudin (2016), mengemukakan

bahwa semakin besar rasa yang dimiliki individu, maka probabilitas individu dalam pencarian informasi juga semakin besar, dan setelah individu memperoleh hal tersebut akan dilakukan evaluasi terhadap alternatif alternatif yang ada. Individu melakukan evaluasi terhadap sumber bertujuan untuk menentukan pilihan akhir sumber informasi berdasarkan kredibilitasnya. Kredibilitas suatu sumber informasi sangat mempengaruhi efektifitas suatu komunikasi akan informasi yang dibutuhkan. Hal ini sejalan dengan pendapat Onong Uchjana dalam Yunus Winoto (2016), bahwa terdapat dua faktor penting pada saat mencari sumber informasi, yaitu sumber daya tarik (*source attractiveness*) dan sumber kepercayaan (*source credibility*). Sumber daya tarik yaitu ketika penulis dapat berhasil memberikan judul atau tagline pada sumber informasi, yang dapat mempengaruhi sikap, opini, dan perilaku melalui mekanisme daya tarik untuk mengakses sumber informasi tersebut. Sedangkan pada sumber kepercayaan yaitu ketika adanya keterangan penulis pada sumber informasi yang sudah memiliki pengalaman atau ahli di bidangnya dan jenis sumber informasi yang dipakai juga mempengaruhi sebuah kepercayaan individu. Sumber informasi yang sudah memiliki branding di sosial media atau yang sudah banyak diakses oleh banyak individu merupakan sumber informasi yang sudah memiliki kepercayaan pada banyak individu dibanding sumber informasi lainnya.

## **2. Analysis**

Dilakukan dengan mengevaluasi isi dari masing-masing sumber informasi yang memiliki keterkaitan dengan informasi yang dibutuhkan. Menurut Saracevic dalam Christiani (2021), evaluasi isi dari masing masing sumber informasi ditentukan dari kelayakan secara intrinsik (yang terkandung di dalamnya), reliabilitas dan validitas informasi. Dalam melakukan pemeriksaan validitas dan reliabilitas informasi, terdapat beberapa hal yang menjadi perhitungan yaitu 1) pengujian data (evaluasi terhadap informasi dengan kebutuhan informasi yang dimiliki individu); 2) perbandingan data pada informasi yang sama namun dengan sumber berbeda.

Pada penelitian ini, berdasarkan permasalahan yang banyak terjadi pada informan yaitu mengenai kekecewaan dan keputusaan, pada buku *21 lesson for 21st century* peneliti mencari bab yang paling sesuai dengan permasalahan

informan. Terdapat 21 sub bab yang terbagi dalam lima bab yaitu tantangan teknologi, tantangan politik, keputusan dan harapan, kebenaran dan daya tahan. Berdasarkan lima bab dan dua puluh satu sub bab, peneliti membandingkan informasi yang terkandung dengan membaca sebelum dan sesudah membaca informasi dan juga menuliskan poin poin penting pada informasi. Perbandingan berdasarkan poin poin penting yang peneliti gunakan yaitu : (1) bab pertama , yang membahas mengenai kekecewaan manusia akan harapan harapan yang tidak terpenuhi dan mengarah pada perasaan frustrasi yang mendalam, teknologi yang semakin berkembang dan mempengaruhi hilang dan munculnya pekerjaan dengan membutuhkan keterampilan berbeda, sistem teknologi yang memunculkan big data yang akan mempengaruhi kehidupan manusia dan kesetaraan pada kehidupan manusia yang sudah dipengaruhi oleh teknologi; (2) bab 2 berisi mengenai tantangan politik yang terdiri dari komunitas, peradaban, nasionalisme, agama dan imigrasi; (3) bab 3 berisi mengenai keputusan dan harapan yang terdiri dari terorisme, perang, kerendahan hati, Tuhan dan sekularisme; (4) bab 4 berisi mengenai kebenaran yang terdiri dari ketidaktahuan, keadilan, pasca kebenaran, fiksi ilmiah; dan (5) bab 5 yang berisi mengenai daya tahan dan terdiri dari Pendidikan, makna dan meditasi.

Setelah itu peneliti menganalisis informasi yang paling relevan, yaitu informasi yang dapat memberikan insight, pengetahuan baru ataupun solusi kepada informan berdasarkan permasalahan yang dimiliki. Sama halnya dalam permasalahan informan berdasarkan zodiak, peneliti melakukan perbandingan isi dari hasil seleksi sumber informasi. Peneliti melakukan perbandingan terkait konten pada enam situs, dan beberapa video di akun content creator yang ada di sosial media dengan melihat keseluruhan isi konten secara bergantian dengan sumber informasi yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk mencari informasi yang paling lengkap, menarik dan sesuai dengan permasalahan informan. Selain itu peneliti juga melihat pada tahapan penciptaan informasi kebaruan informasi yang diunggah, akurasi dalam penciptaan informasi, author informasi tersebut dan juga sumber referensi yang digunakan sehingga dapat menandakan informasi bukan hasil plagiasi. Hal tersebut dilakukan untuk menganalisis dan menjangking agar peneliti mendapatkan sumber dan informasi yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan informasi informan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Bawden dalam Naufal (2021), yang menjelaskan bahwa literasi digital yaitu kemampuan individu untuk mengelola informasi dari berbagai sumber digital, seperti ketika individu dapat membangun informasi berdasarkan sumber yang terpercaya, melakukan penyaringan terhadap informasi yang diperoleh, kemampuan dalam berpikir kritis dalam memahami informasi dengan adanya kewaspadaan akan validitas sumber dari internet. Literasi digital sangat mendorong peneliti untuk terus mengeksplor media untuk mencari kebutuhan informasi yang dimiliki berdasarkan permasalahan informan. Literasi informasi juga menjadi banteng self control dalam diri peneliti terhadap berita hoax yang ada sekarang. Dalam mengakses setiap informasi yang terdapat pada sumber informasi, peneliti harus selektif dengan menggunakan kemampuan cognitive dengan memperluas cara berpikir dalam menilai informasi sehingga membaca informasi tersebut secara objektif dan menggunakan kemampuan critical dimana pemikiran kritis dalam menerima dan menyikapi informasi. Oleh karena itu sangat dibutuhkan kualitas pada kemampuan literasi digital yang baik agar dapat meminimalisir permasalahan yang dapat terjadi, seperti hoax karena literasi digital dapat mengurangi mispersepsi dan misinterpretasi masyarakat akan informasi yang didapatkan (Sari dkk., 2021).

### **3. *Synthesis***

Setelah mengevaluasi isi dari beberapa sumber informasi terpilih, selanjutnya peneliti melakukan proses penentuan informasi dari sumber informasi dan memisahkan informasi tersebut. Tahap ini dilakukan dengan mengekstraksi, menyusun dan memverifikasi informasi yang dipilih. Setelah itu informasi yang telah diekstraksi dari banyak sumber kemudian digabung dan diatur. Selain itu dilakukan perbandingan antara satu sumber dengan sumber lainnya untuk menghindari informasi yang tidak memiliki relevansi. Informasi yang telah dianalisis dari satu atau lebih sumber disajikan dalam struktur yang baru dengan sudut pandang interpretative atau evaluatif.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan *synthesis* terhadap informasi yang akan digunakan yaitu pada bab satu utamanya pada sub bab kekecewaan. Pada bab ini, terdapat informasi yang membahas mengenai adanya kekecewaan yang



berasal hasil dari ekspektasi besar yang dimiliki individu. Munculnya ekspektasi pada diri individu diperkuat dengan munculnya liberalisme, open market dan kapitalis di dunia. Dalam menyusun synthesis ini, peneliti menyambungkan permasalahan informan dengan bab kekecewaan tersebut dengan membandingkan kebahagiaan yang terjadi pada manusia zaman dahulu dengan informan. Peneliti menyusun informasi yang akan digunakan dengan runtut sesuai dengan sejarah peristiwa liberalisme tersebut. Peneliti juga melakukan perubahan tata bahasa, yang pada awalnya menggunakan bahasa baku menjadi bahasa yang mudah untuk dipahami. Dalam menyusun informasi, peneliti tidak menggunakan seluruh informasi yang terdapat pada bab tersebut, penulis memilih informasi yang memiliki relevansi dengan permasalahan dan kebutuhan informasi informan. Hal sama juga peneliti lakukan dalam tahap synthesis pada permasalahan informan berdasarkan zodiak. Peneliti mengumpulkan informasi yang memiliki relevansi dengan kebutuhan informasi informan yaitu mengenai personality, yang terdiri dari informasi mengenai sifat, emosional, dan kepribadian yang dimiliki oleh setiap zodiak. Peneliti tidak mengambil seluruh informasi mengenai sifat yang dimiliki oleh setiap zodiak, hanya zodiak yang dimiliki oleh informan. Hal ini dimaksudkan agar informasi yang akan diberikan sesuai dengan kebutuhan informasi yang dimiliki oleh informan sehingga peneliti melakukan penggabungan dan mengumpulkan informasi yang dipilih dari berbagai sumber informasi.

Dalam melakukan sintesis informasi ini, peneliti harus teliti dan berhati-hati akan penyusunan informasi yang akan menjadi sebuah produk. Peneliti harus dapat memberikan logika dan alasan logis terhadap penyusunan, mengekstraksi dan verifikasi informasi yang dipilih. Kemampuan yang dimana individu dapat berpikir kritis dalam menilai pernyataan atau informasi dengan terstruktur sehingga dapat memutuskan suatu hal berdasarkan dengan alasan yang logis (Ratna Hidayah, 2017). Penerapan kemampuan peneliti dalam berpikir kritis juga meningkatkan kreativitas yang dimiliki oleh peneliti untuk membantu pola pikir dalam mengombinasikan dan memadukan satu hal dengan hal lainnya, sehingga peneliti dapat menyusun informasi yang memiliki kredibilitas, kreatifitas, terstruktur dan inovasi yang tinggi dan juga peneliti memiliki keterampilan universal, yaitu bagaimana peneliti berpikir kreatif atas semua hal

yang sedang dikerjakan sehingga peneliti dalam melakukan kegiatan sintesis dengan optimal dan dapat menghasilkan produk sintesis baru.

#### **4. Evaluation**

Melakukan evaluasi terhadap produk hasil dari sintesis. Adapun cara dalam melakukan evaluation diantaranya dengan: a) Bertanya. Maksud dari bertanya disini adalah menanyakan dari isi konten yang akan dibuat sudah sesuai dengan validasi seorang ahli. Seorang ahli yang dimaksudkan adalah dosen, jurnal, teman, dan lain sebagainya yang memahami dan pakar dalam suatu bidang informasi tertentu.; b). Melakukan perbandingan informasi dengan hasil argumentasi peneliti dengan hasil analisis ahli. Tujuan dilakukannya tahap ini agar dapat mengevaluasi dan memperbaiki informasi yang akan diberikan kepada informan sehingga sesuai dengan yang dibutuhkan.

Pada tahap evaluasi ini, peneliti menanyakan produk hasil sintesis yang berasal dari isi buku *21 lesson for 21st century* yang akan dijadikan produk. Tahap ini diawali dengan menanyakan kepada dosen sebagai ahli terkait dengan informasi produk sintesis yang berisi mengenai keterkaitan antara permasalahan komunitas dengan bab kekecewaan yang ada di buku *21 lesson for 21st century* . Menurut peneliti setelah melalui proses sintesis dengan mengevaluasi isi bahwa rasa kekecewaan diawali dengan munculnya liberalisme yang mendorong seseorang lebih open minded sehingga dengan itu memiliki kebebasan dalam melakukan perubahan untuk manusia dalam berpikir dan mengikuti kemauan hati individu. Perubahan ini menjadikan manusia mempunyai pemikiran baru untuk bisa berkembang memiliki pengetahuan yang lebih luas. Selain itu, pemberian Hak Asasi Manusia, membangun koneksi, memiliki hubungan yang baik antar manusia memberikan ide dan ruang pada tiap individu sehingga mampu memberikan kebebasan pendapat untuk semua orang. Kebebasan dalam berpikir ini menjadi solusi untuk mengatasi rasa kekecewaan berdasarkan hasil evaluasi isi pada buku *21 lesson for 21st century* . Namun lain keterkaitan ini dengan yang disampaikan oleh seorang ahli bahwa:

“Logika yang kamu pakai dengan membandingkan kebahagiaan zaman dulu dengan zaman sekarang ternyata justru tinggian zaman dulu, itu harus ada

statistiknya, dan itu ga ada relevansinya sama anak kuliah yang ada di zaman sekarang” (A/)

Berdasarkan kutipan wawancara, ahli menjelaskan bahwa argumentasi dan logika yang digunakan oleh peneliti tidak dapat diterapkan untuk memberikan informasi dalam permasalahan yang sedang dihadapi oleh para informan. Hal tersebut dikarenakan informasi pada hasil sintesis merupakan informasi yang menceritakan kekecewaan manusia pada masa lampau, sehingga tidak sesuai dengan permasalahan informan yang terjadi pada zaman sekarang dimana teknologi sudah berkembang dengan sangat cepat sehingga dapat mempengaruhi manusia, baik lingkungan maupun fisiknya. Oleh karena itu, ahli memberi saran atas informasi yang sesuai dengan permasalahan informan. Berikut kutipan wawancara :

“Kekecewaan di era liberal mempunyai kesempatan yang lebih terbuka sehingga mereka memiliki harapan besar. Kemudian jika dikaitkan dengan pekerjaan. Pekerjaan yang tidak dapat tergantikan AI adalah pendidikan dan psikologi. Dari psikologi itu nyambung dengan kekecewaan dan perasaan emosi. Dari sini relevan bahwa masalah kejiwaan dikaitkan dengan psikologi yang tidak dapat tergantikan AI dan terkonfirmasi dengan permasalahan informan”. (A/)

Berdasarkan kutipan wawancara diatas menjelaskan saran yang disampaikan ahli bahwa bahwa kecemasan manusia mulai muncul pada masa liberalisme, ketika dukungan terhadap hak asasi manusia, pasar bebas, dan kebebasan ide berkembang pesat. Teknologi dan revolusi kembar, yaitu teknologi informasi dan bioteknologi, tidak hanya mengubah ekonomi dan masyarakat, tetapi juga tubuh dan pikiran manusia. Hal ini mendorong manusia untuk memiliki harapan yang besar. Harapan yang besar ini dapat menimbulkan situasi nihilistik yang menyebabkan individu merasa terjat dalam kekecewaan dan ketidakpuasan mendalam. Kekecewaan ini sering kali mendorong manusia untuk menggunakan teknologi sebagai alat pelarian dari masalah yang dihadapi, terutama karena kemudahan akses, pengalihan perhatian, kenyamanan, dan ketersediaannya. Namun, meskipun teknologi terus berkembang, kekecewaan tidak dapat sepenuhnya diselesaikan dengan teknologi yang ada saat ini.

Termasuk AI dalam bentuk chatbot, seperti ChatGPT dan Friendbot, yang belum mampu meniru atau menggantikan empati manusia yang dibutuhkan untuk memahami latar belakang, sejarah pribadi, dan faktor-faktor emosional yang mendalam sehingga memerlukan interaksi manusia. Sedangkan evaluasi isi berdasarkan zodiak informan bahwa informasi yang diperoleh dibandingkan dengan konten yang ada pada platform TikTok dengan pemilik akun @justaregulerguf yang membahas terkait zodiak. Dalam konten tersebut memiliki 60.9 juta like dan 596.3 ribu akun pengikutnya sehingga terlihat bahwa akun tersebut banyak diminati oleh masyarakat terkait dengan informasi mengenai zodiaknya. Konten video yang dikemas dalam akun tersebut menjelaskan mengenai karakteristik zodiaknya dengan dijelaskan secara langsung oleh content creator tersebut. Dengan menampilkan berbagai karakteristik zodiak mulai dari zodiak Libra, Aquarius, Taurus, Sagitarius, Gemini, Capricorn, Scorpio, Aries, Virgo, dan Leo. Setiap karakteristik zodiak tersebut berisi karakteristik-karakteristik berdasarkan dengan zodiak tersebut. Karakteristik tersebut meliputi personality zodiak yang dilihat dari sifat zodiak yang dimiliki, prinsip keuangannya, emosional, kisah asmara atau percintaan, kelemahan dari karakter zodiak dan lain sebagainya. Namun dibandingkan dengan informasi hasil sintesis informasi tersebut disebutkan secara umum saja tidak dikelompokkan berdasarkan karakteristik zodiak. Sehingga pada tahap evaluasi isi ini informasi

##### **5. *Restructuring***

Tahap *restructuring* merupakan perkembangan dari hasil evaluasi. Informasi yang dikumpulkan harus di proses dan diorganisasikan untuk memberikan bentuk yang konkret pada produk yang sedang disusun. Hal ini akan melibatkan analisis isi dari kumpulan sumber informasi yang dipilih, lalu diidentifikasi dan ekstraksi informasi yang relevan, hasil sintesis dan restrukturisasi informasi sehingga terdapat perbaikan atau penambahan *logical* isi.

Jadi ditemukan informasi yang sesuai dengan kebutuhan informasi berdasarkan permasalahan informan yaitu yang membahas mengenai kecemasan manusia mulai muncul pada masa liberalisme, ketika dukungan terhadap hak asasi manusia, pasar bebas, dan kebebasan ide berkembang pesat. Munculnya teknologi dan revolusi kembar, yaitu teknologi informasi dan bioteknologi, tidak

hanya mengubah ekonomi dan masyarakat, tetapi juga tubuh dan pikiran manusia. Hal ini mendorong manusia untuk memiliki harapan yang besar. Harapan yang besar ini dapat menimbulkan situasi nihilistik yang menyebabkan informan merasa terjat dalam kekecewaan dan ketidakpuasan mendalam. Kekecewaan ini sering kali mendorong manusia untuk menggunakan teknologi sebagai alat pelarian dari masalah yang dihadapi, terutama karena kemudahan akses, pengalihan perhatian, kenyamanan, dan ketersediaannya. Namun, meskipun teknologi terus berkembang, kekecewaan tidak dapat sepenuhnya diselesaikan dengan teknologi yang ada saat ini. Termasuk AI dalam bentuk chatbot, seperti ChatGPT dan Friendbot, yang belum mampu meniru atau menggantikan empati manusia yang dibutuhkan untuk memahami latar belakang, sejarah pribadi, dan faktor-faktor emosional yang mendalam sehingga memerlukan interaksi manusia. Peran teknologi yang digunakan sebagai pelarian ketika resah menyebabkan seseorang tidak dapat bertatap muka langsung dan menceritakan keluh kesahnya, sehingga mengurangi interaksi dengan orang lain. Meskipun dengan menggunakan chatbot seseorang bisa menceritakan permasalahan, menceritakan langsung kepada orang lain memungkinkan manusia untuk secara langsung mengeluarkan emosi yang ada di dalam dirinya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan ketika belum menemukan "tempat" yang tepat untuk mengatasi masalah adalah dengan bantuan peran psikologi yang mempelajari perilaku manusia dan proses mental yang terlibat di dalamnya

Hal tersebut didukung oleh statement Yuval Noah Harari pada bukunya, yang menjelaskan bahwa terdapat pekerjaan yang tidak akan digantikan oleh mesin yaitu pendidikan dan psikolog. Dalam psikologi, terdapat ahli yang dapat memberikan terapi atau konseling kepada klien yang memiliki permasalahan, termasuk kekecewaan yang mendalam, yaitu seorang psikolog. Psikolog mungkin dapat menggunakan teknologi untuk mempermudah pekerjaannya, seperti membuat database diagnosis pasien atau memberikan resep obat secara otomatis kepada apotek. Namun, pada kenyataannya, peran psikolog dalam memberikan konseling dan menyembuhkan permasalahan klien tidak dapat digantikan oleh AI dan berjalan berdasarkan algoritma yang didasarkan pada manajemen data medis.

Dalam buku *21 Lessons for the 21st Century* karya Yuval Noah Harari, disebutkan bahwa meskipun AI dapat membantu psikolog dalam aspek teknis pekerjaan medis, elemen-elemen yang melibatkan empati, interaksi manusia, pengambilan keputusan kompleks, penanganan kasus unik, komunikasi, dan etika tetap menjadi domain di mana psikolog memiliki keunggulan yang tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh mesin atau AI. Dalam tahap ini, selain peneliti menggunakan sumber informasi buku *21 lessons for 21st century*, peneliti menggunakan sumber informasi berupa penelitian yang dilakukan Alvara Research Center (2020) yang membahas mengenai perbandingan kecemasan pada generasi Z dan generasi X.

Sedangkan untuk tahap ini informasi berdasarkan zodiak sesuai dengan hasil evaluasi yang sudah diringkas bahwa tidak terdapat penambahan isi pada produk yang akan dibuat. Informasi disesuaikan dengan hasil perbandingan dengan video singkat pada platform TikTok yang sebelumnya dipilih peneliti sebagai pedoman dalam penambahan informasi berdasarkan zodiak yang dibutuhkan oleh informan. Maka dihasilkan bahwa informasi di ringkas berdasarkan zodiak dimana berisi karakteristik-karakteristik zodiak seperti halnya personality, emosional, percintaan, keuangan, dan lain sebagainya.

## ***Information Packaging***

### ***1. Packaging***

Kemasan (*packaging*) merupakan langkah pertama sebelum disebarluaskan yang disesuaikan dengan segmentasi pengguna sehingga dapat memberikan keuntungan kepada penggunanya. Packaging adalah kegiatan mengemas informasi yang mencakup penataan yang dimulai dari menyeleksi berbagai informasi dari sumber yang berbeda melalui proses analisis *consolidation* dan *restructuring* yang sudah dilakukan. Selain itu, pada tahap ini dilakukan pendataan informasi yang relevan, menganalisis dan menyajikan wadah dan informasi yang telah disusun kepada informan. Terdapat beberapa kegiatan dalam tahap packaging yang dikemukakan oleh Tupan & Nashihuddin, (2016), yaitu: a) Pemilihan Format. Memilih format yang sesuai untuk menyampaikan informasi. Misalnya dalam bentuk artikel, presentasi, video, infografik, atau

postingan media sosial. b) Desain Grafis. Membuat tata letak yang menarik dan mudah dipahami dengan menggunakan grafik, diagram, dan ilustrasi yang relevan. c) Pemilihan Kata dan Gaya Bahasa. Menggunakan kata-kata yang jelas, sederhana, dan mudah dimengerti oleh pengguna atau audiens. d) Personalisasi. Menyesuaikan cara penyampaian informasi sesuai dengan kebutuhan atau minat audiens tertentu. e) Interaktif. Memanfaatkan teknologi untuk membuat konten yang interaktif, seperti kuis online, animasi, atau simulasi. d) Optimasi Media Sosial.

Pada tahap ini juga memperhatikan optimalisasi informasi agar cocok untuk *platform* media sosial tertentu dengan memperhatikan panjang teks, penggunaan gambar, dan gaya bahasa yang sesuai. Dengan melakukan proses kegiatan packaging ini konten yang disampaikan untuk audiens dapat dipahami terhadap informasi yang disampaikan. Tahap packaging ini dilakukan untuk evaluasi isi maupun bentuk produknya. Tahap ini adalah tahap penilaian apakah produk yang dirancang sudah bersifat rasional dan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pengguna tau tidak (Sohibun & Ade, 2017). Pada tahap packaging diperlukan saran dan evaluasi dari informan mengenai produk yang akan di bagikan, agar produk tersebut lebih relevan dan sesuai untuk digunakan informasi informan.

Tahap packaging informasi yang sesuai dengan buku *21 lesson for 21st century* dikemas dalam format video dengan durasi lima menit lima puluh satu detik, dalam konten tersebut dilengkapi suara, teks, dan animasi yang disesuaikan dengan pembahasan tersebut. Produk tersebut ditampilkan untuk diberikan evaluasi oleh informan melalui platform google meet. Setelah pemutaran produk, informan memberikan masukan, kritik dan saran mengenai produk video tersebut. Berikut kutipan:

“Untuk video tentang konten buku tadi menurut saya itu pengucapannya sedikit kurang jelas misalnya dan mungkin bisa diperbaiki kayak pengucapan yang benarnya kayak tadi ada saya melihat ada naratornya itu membacakan jadi mungkin itu bisa diperbaiki.” (S/)

“Tadi kan *kayak e* ada data dari penelitian ya kayaknya informasinya juga masih kurang jelas ya kurang dijelaskan itu secara rinci kurang lebih itu sih terima kasih”

(N/)

“Tadi menurutku itu suaranya juga kayak ada beberapa apa kalimat-kalimat yang diulang-ulang gitu”(F/)

Berdasarkan kutipan diatas terdapat beberapa masukan terkait produk video informasi *21 lesson for 21st century* yaitu, audio pembacaan teks yang terlalu cepat sehingga informasi yang disampaikan kurang jelas, ketidaksesuaian gambar yang ada pada video dengan audio, serta kalimat yang disampaikan belum disusun secara runtut. Selain itu, para informan juga memberikan saran kepada peneliti, seperti pada kutipan wawancara :

“Dari evaluasi dari S dan mungkin ada sedikit saran biar pelafalannya bisa jelas itu bisa diganti pakai *dubbing* aja dari suara salah satu anggotanya gitu” (N/)

“Materinya dirangkum aja soalnya tadi kan juga kayak ada beberapa apa kalimat-kalimat yang diulang-ulang” (F/)

Berdasarkan masukan yang diberikan oleh informan tersebut, peneliti akan melakukan perubahan pada produk, dengan merubah audio agar penyampaian informasi semakin jelas, melakukan penyusunan kalimat sehingga menjadi lebih runtut dan menambahkan pendapat ahli dalam penelitian yang kurang disebutkan pada produk. Hal tersebut dilakukan agar produk yang sudah dibuat oleh peneliti dapat dimanfaatkan oleh informan dengan optimal.

Sedangkan *packaging* informasi berdasarkan zodiak dilakukan sama seperti pengemasan buku *21 lesson for 21st century* yaitu berupa produk video dengan durasi 11 menit. Produk tersebut terdapat beberapa format seperti suara yang menjelaskan informasi, gambar *emoticon* yang sesuai dengan lambang zodiak dan ilustrasi manusia dan juga teks subtitle agar informan dapat menikmati produk dengan mendengarkan dan juga membaca. Pada tahap ini, dilakukan percobaan pemutaran produk yang berupa wadah informasi dalam bentuk video dan informasinya. Terdapat beberapa evaluasi dari informan terkait produk informasi zodiak seperti pada kutipan wawancara:

“Mungkin dari saya untuk video yang tampil tadi mungkin bisa ditingkat poin-poin



pentingnya aja apa yang emang ditujukan sama permasalahan dari zodiak yang ada.”  
(S/)

“Kontennya udah bagus tapi dari visualisasinya menurut saya kurang menarik karena gambarnya itu terlalu menonton terus buat penjelasannya itu kurang runtut.” (N/)

“Durasinya terlalu panjang “(F/)

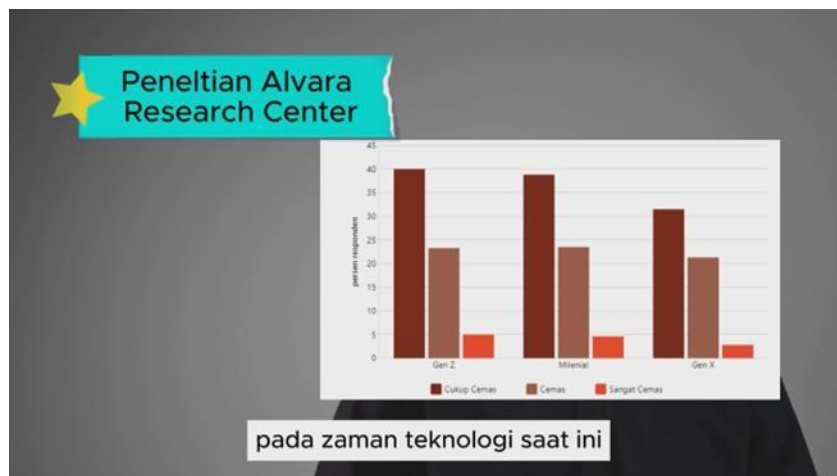
Hasil Evaluasi dan kritik yang diberikan oleh informan pada produk informasi zodiak, menjadi dasar untuk peneliti melakukan perubahan pada produk, seperti meringkas informasi agar durasi produk nantinya tidak terlalu panjang, mengganti visualisasi, warna dan tema pada gambar konten, sehingga nantinya produk tersebut dapat dimanfaatkan dengan optimal oleh informan.

Perubahan pada produk yang akan dilakukan peneliti, sejalan dengan pendapat Wardhana, (2024), bahwa produsen harus memiliki pemahaman mengenai preferensi konsumen, dimana produsen harus dapat menggunakan informasi untuk memahami kebutuhan konsumen, menghasilkan produk dengan fokus pada preferensi konsumen terkait atribut produk tertentu, dan mengidentifikasi segmen preferensi yang beragam. Sehingga pemahaman ini menjadi sangat penting, agar produk yang sudah dibuat dapat sesuai dengan keinginan informan dan membuat adanya ketertarikan informan dalam menikmati produk tersebut dan dapat dimanfaatkan secara optimal.

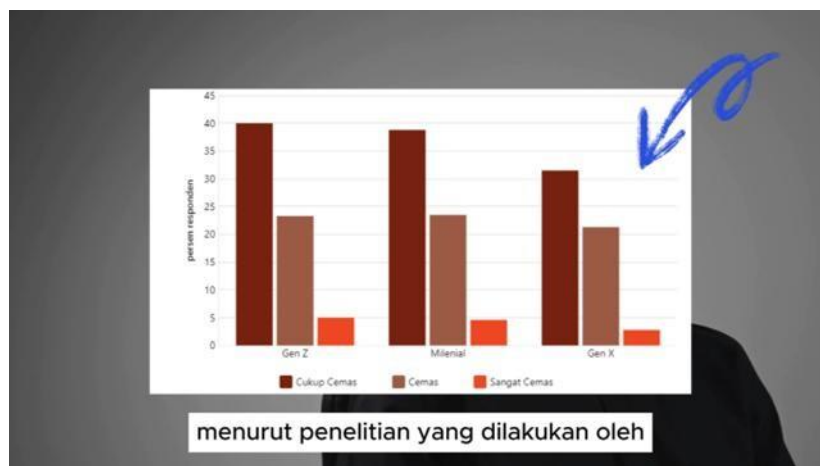
## **2. Information Repackaging**

Kegiatan *repackaging* (mengemas ulang informasi) merupakan proses mengubah format, presentasi atau tata letak dalam suatu konten atau informasi yang sudah ada untuk membuatnya lebih menarik, mudah dimengerti atau lebih sesuai dengan kebutuhan atau preferensi audiens tertentu. Tujuannya adalah untuk meningkatkan daya tarik, pemahaman dan keterlibatan audiens terhadap informasi yang disampaikan. Terdapat beberapa alasan *repackaging* informasi dilakukan: a) Meningkatkan Daya Ingat, b) Meningkatkan keterbacaan, c) Menyesuaikan dengan Preferensi audience d) Mengoptimalkan untuk Platform Tertentu, e) Memiliki Nilai Tambahan.

Dalam tahap ini, peneliti melakukan perubahan format pada produk berdasarkan evaluasi, saran dan kritik yang diberikan oleh informan. Peneliti melakukan perubahan pada penyajian produk kemas ulang informasi *21 lesson for 21st century* agar produk sesuai dengan saran dan evaluasi informan, dan dapat dimanfaatkan secara optimal. Perubahan yang dilakukan yaitu menyusun informasi lebih runtut sehingga informan dapat memahami isi dari produk, penambahan informasi lembaga yang melakukan penelitian mengenai kecemasan pada generasi Z dan generasi X, serta juga perubahan suara pada produk agar informasi dapat terbaca dengan jelas. Berikut perbedaan produk sebelum dan setelah dilakukan *repackaging* :



Gambar 1. Tampilan produk sebelum *repackaging*



Gambar 2. Tampilan produk setelah *repackaging*

Berdasarkan dua produk diatas, yaitu produk video sebelum dan setelah di lakukan *repackaging*, terdapat beberapa perbedaan, antara lain penambahan durasi produk sebanyak sepuluh detik, hal tersebut dikarenakan kecepatan audio dalam menyampaikan informasi diperlambat dibandingkan video sebelumnya. Pada hasil perubahan format ini mengubah tampilan ilustrasi menjadi lebih sederhana, artikulasi dalam penyampaian materi yang lebih jelas dan penyusunan informasi yang jelas dan lebih runtut. Peneliti melakukan pemilihan jenis produk, konsep, dan posisi produk berdasarkan dengan kebiasaan informan pada saat mengakses informasi yang dibutuhkan. Pada wawancara dalam tahap information analysis, banyak informan yang lebih menyukai atau sering menonton video pada YouTube sehingga peneliti memilih untuk menggunakan wadah informasi berupa video dengan posisi *landscape*.

Pada produk kemas ulang informasi zodiak, berdasarkan evaluasi dan saran dari informan, peneliti membuat produk dengan menggunakan wadah informasi berupa video pendek dan poster atau gambar. Perubahan tersebut dilakukan, berdasarkan evaluasi informan, visualisasi pada product terlalu monoton sehingga dilakukan perubahan pada bentuk dan format produk. Berikut perbedaan produk kemas ulang informasi berupa zodiak:



Gambar 3. Format product sebelum dilakukan *repackaging*



Gambar 4. Format produk zodiak setelah dilakukan *repackaging*

Berdasarkan gambar diatas, peneliti tidak hanya menambah bentuk product namun format dari produk tersebut. Peneliti mengubah seluruh konsep yang terdapat pada produk yang awalnya penuh dengan hiasan *emoticon* berupa lambang zodiak dan colourful menjadi ilustrasi yang tidak terlalu mencolok dan terdapat perbedaan warna *background* untuk menandakan perbedaan informasi yang ada pada setiap gambar, dan meringkas informasi yang disampaikan agar durasi pada produk tidak terlalu panjang dan dapat dengan mudah dipahami oleh informan, namun posisi produk tidak mengalami perubahan yaitu tetap dalam bentuk *portrait*. Peneliti mengubah bentuk produk menjadi poster atau gambar, konsep dan informasi berdasarkan hasil wawancara pada tahap *information analysis* bahwa informan sering menggunakan media sosial terutama TikTok dan Instagram untuk mengakses informasi yang bersifat hiburan.

## ***Information Product***

### ***1. Dissemination of Information***

Diseminasi informasi adalah penyebaran informasi kepada masyarakat umum. Menurut Nurazizah dalam Wulan. P. J Kaunang (2023), diseminasi informasi merupakan kegiatan yang merencanakan, lalu menyebarkan informasi bagi masyarakat yang membutuhkan. Tujuan dari kegiatan diseminasi informasi yaitu untuk memberitahu atau memberikan dampak kepada masyarakat menggunakan informasi yang dapat merubah pola pikir dan kesadaran diri karena mendapat penjelasan, pengalaman dan pola hidup baru dalam mengakses informasi.

Pada penelitian ini, peneliti mulai menyebarkan produk kemas ulang yang sudah melalui evaluasi wadah dan informasinya pada tahap *repackaging*, dan perubahan produk sesuai dengan hasil evaluasi informan pada tahap *packaging*. Peneliti menyebarkan produk kemas ulang informasi melalui platform atau media yang mudah diakses, sehingga informan tidak kesulitan dalam mengakses produk informasi tersebut. Menurut Hidayati (2021), Dalam pelaksanaan tahap dissemination information ini memiliki beberapa unsur, antara lain:

### 1. *Zero Waste* (Komunikator)

Menurut Cangara dalam Hidayati (2021), komunikator merupakan kunci dari suatu kegiatan komunikasi. Komunikator harus dapat menyusun pesan dan memberikan pemahaman kepada *audience* dengan bahasa yang mudah untuk dipahami. Dalam memberikan informasi melalui produk kemas ulang, peneliti melakukan dubbing pada video tersebut untuk menyampaikan informasi. Dubbing dilakukan agar pembacaan informasi dapat sesuai dengan intonasi, artikulasi pada setiap kata sehingga informasi yang terdapat dalam produk dapat tersampaikan dengan jelas dan tepat kepada informan.

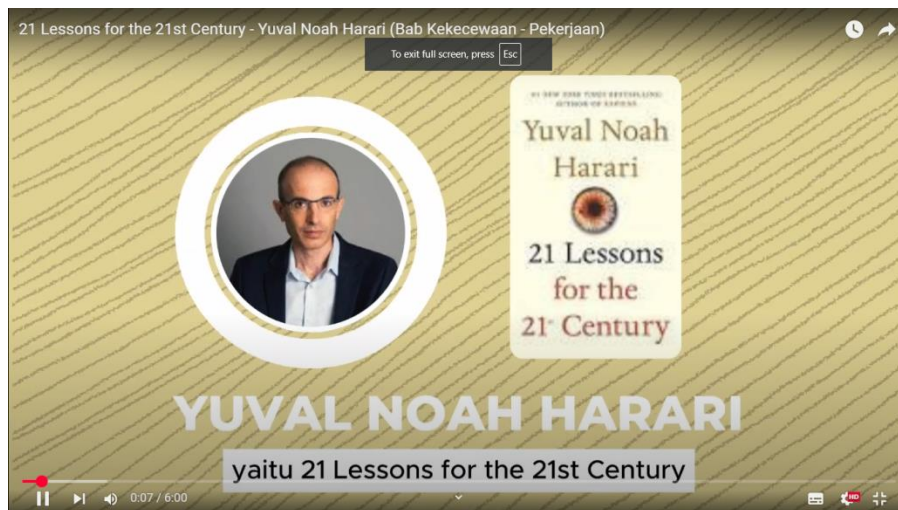
### 2. Pesan

Pesan merupakan segala sesuatu yang disampaikan dalam bentuk symbol atau tulisan yang diterima khalayak dalam serangkaian makna. Dalam memberikan informasi kepada informan, peneliti menggunakan penyampaian pesan teknik *two side issue*, yang dimana penyampaian pesan dari sisi baik dan sisi buruk untuk memberikan kesempatan informan mengetahui informasi dari berbagai sudut pandang. Informasi yang ada pada produk, bukan hanya berisi mengenai keunggulan dari teknologi dalam mempermudah aktivitas kegiatan manusia, namun teknologi tidak memiliki kemampuan untuk mengatasi kecemasan dan kekecewaan yang dimiliki oleh individu, karena hal tersebut hanya dapat teratasi dengan adanya interaksi manusia, seperti psikolog dengan kliennya.

### 3. Media

Media merupakan alat atau platform yang digunakan untuk menyalurkan pesan, merangsang perasaan, pikiran dan pikiran informan. Dalam memilih media komunikasi, harus dipertimbangkan kemudahan informan dalam mengakses informasi. Oleh karena itu, peneliti mengunggah produk yang sudah dibuat pada platform media sosial YouTube dan TikTok. Untuk produk kemas ulang informasi buku *21 lesson for 21st century*, peneliti mengunggah produk dalam platform YouTube karena pada wawancara dalam tahap information analysis, peneliti menemukan bahwa banyak informan yang lebih menyukai mencari informasi yang digunakan sebagai pengetahuan pada aplikasi YouTube. Hal tersebut diperkuat dengan data Kominfo dalam Annur, (2023), yang menjelaskan bahwa pada tahun 2022, bahwa sebanyak 79%

persen rakyat Indonesia menggunakan YouTube. Hal tersebut karena sebuah platform yang mudah diakses, terdapat konten yang memiliki durasi lama, terdapat banyak pilihan content creator dan fitur #trending yang memudahkan informan untuk melihat video yang sedang trend menjadi daya tarik informan untuk menggunakan aplikasi YouTube.

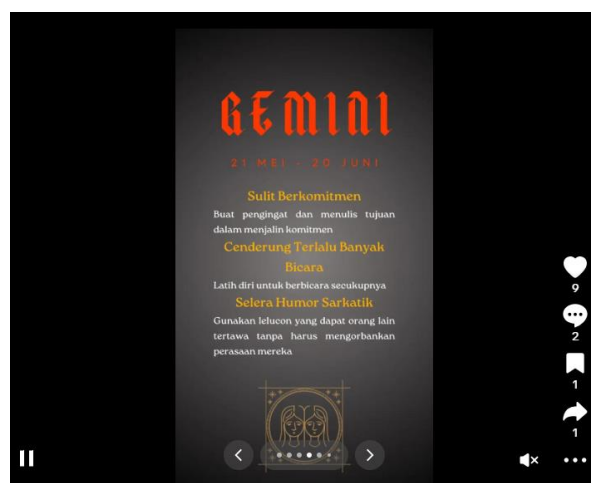


Gambar 5. Link produk kemas ulang informasi buku 21 lesson for 21st century:  
<https://youtu.be/nULdvjozCpA>

Sedangkan untuk produk kemas ulang informasi mengenai zodiak, peneliti mengunggah produk pada aplikasi Instagram reels dan TikTok. Peneliti memilih aplikasi tersebut karena dominan hasil wawancara informan pada tahap analysis, menyebutkan bahwa mereka sering mengakses TikTok ataupun Instagram untuk melihat konten yang bersifat hiburan. Biasanya, informan mengakses konten yang bersifat hiburan lebih prefer menonton dengan video atau slide foto yang memiliki durasi pendek. Pada aplikasi TikTok terdapat banyak fitur yang dapat digunakan, salah satunya yaitu individu dapat mengunggah atau menikmati konten dalam bentuk slide foto sehingga menciptakan durasi yang singkat dalam setiap postingan. Durasi singkat tersebut memungkinkan pengguna untuk dengan cepat merespon informasi yang diberikan dan pengguna menjadi tidak bosan saat menggunakan TikTok. Logaritma pada tiktok juga menjadi daya tarik bagi informan karena hanya menggesek saluran untuk mengganti ke konten yang lain, selain itu fitur komentar dan share, ditampilkan pada video itu sendiri.

Ukuran layar yang mungkin menjadi sempit, icon, dan banyaknya sound yang unik, menarik dan populer mampu mendorong pengguna untuk terlibat dengan video tersebut sehingga menjadi pengalaman (Budiarti dkk., 2022). Menurut penelitian Databooks dalam Annur (2023), menyatakan jumlah pengguna aplikasi TikTok di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 112,98 juta. Aplikasi TikTok memiliki algoritma merekomendasikan konten yang sering dilihat oleh pengguna tersebut dalam satu waktu, dan terdapat fitur untuk melihat postingan “mengikuti” atau “untuk anda”. Pada fitur untuk anda akan menampilkan video dari akun yang pengguna ikuti, namun jika fitur untuk anda adalah postingan dari berbagai akun yang tidak diikuti berdasarkan *fyp*.

Pengguna Instagram berdasarkan penelitian yang dilakukan Alvara *Research Center* (2020), aplikasi Instagram merupakan aplikasi yang banyak dimiliki oleh masyarakat Indonesia saat ini, yaitu sebanyak 38,6%. Pada Instagram terdapat fitur Instagram reels algoritma yang dimiliki yang mendukung aktivitas historis pengguna dengan menunjukkan lebih dari satu rekomendasi postingan kepada pengguna. Fitur reels pada Instagram dapat mensetting pengguna agar dapat membagikan postingan secara umum ataupun private. Fitur ini mendukung pengguna untuk meningkatkan kreatifitas, dengan menggunakan video selama enam puluh detik sehingga menarik minat pengguna untuk mengupload konten pada Instagram



Gambar 6. Produk kemas ulang informasi zodiac di platform TikTok



Gambar 7. Produk kemas ulang informasi *zodiac* di platform Instagram  
(<https://www.instagram.com/reel/C7ZiclPvRt7/?igsh=MWF2aWl6bW0wazkwaA=>)

#### 4. Komunikasikan (sasaran)

Dalam penyampaian informasi, komunikator harus menerapkan komunikasi yang efektif dengan memahami sasaran komunikasi atau komunikan. Sehingga komunikan tersebut mendapatkan pengetahuan baru ataupun penyelesaian atas permasalahan yang sedang dialami. Sehingga informasi dapat tersampaikan secara optimal kepada komunikan. Komunikan pada penelitian ini yaitu Mahasiswa Geografi Universitas Negeri Malang angkatan 2020-2023.

## 2. Marketing of Information

*Marketing of Information* yaitu tahap dimana peneliti sudah melakukan sharing produk yang telah dibuat. Hal ini sejalan dengan konsep penyebaran informasi terleksi atau *Selective Dissemination of Information* (SDI) yang diimplementasikan oleh Hans Peter Luhn pada 1959 di *Advance System Development Division of IBM Corporation, New York*. Dasarnya, SDI adalah sebuah konsep pada ilmu komputer. Dalam konsep ini, individu mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan mudah, yang berarti konsep ini bukan hanya sebuah konsep dan layanan yang melayani individu, namun berorientasi pada individu atau pemustaka (Dian Novita Fitriani, 2020).

Pada penelitian ini, peneliti sudah melakukan sharing produk informasi yang sudah diproduksi melalui beberapa tahap. Informan sudah dapat mengakses informasi tersebut menggunakan gadget masing-masing karena peneliti menggunakan platform media sosial berupa YouTube untuk produk kemas ulang informasi buku *21 lesson for 21st century*, dan menggunakan



Instagram reels dan TikTok untuk produk kemas ulang informasi zodiak. Pemanfaatan informasi yang sudah dilakukan oleh informan, memunculkan feedback yang diberikan oleh informan. Berikut kutipan feedback informan terhadap produk buku *21 lesson for 21st century* :

“Produk sangat bagus, karena saya dapat pengetahuan baru, spesifiknya di video itu bahas tentang kecemasan dan kekecewaan di kalangan remaja, karena itu banyak terjadi” (A/)

“Videonya bagus, dan saran responden sudah diterapkan pada produk, karena audio sudah diganti menjadi dubbing, sehingga artikulasi pembacaan informasi menjadi jelas, kelengkapan informasi mengenai penelitian yang kurang kemarin juga sudah dipenuhi. Dan juga adanya subtitle pada video sehingga untuk pendengar yang kurang jelas bisa terbantu oleh subtitle” (N/)

“Untuk video buku, informasi yang disampaikan sudah cukup jelas untuk saya menerima informasi yang saya cari selama ini, jadi video tersebut dapat memberikan informasi yang cukup baik bagi saya” (S/)

Berdasarkan kutipan wawancara mengenai *feedback* produk kemas ulang informasi buku, para informan sudah merasa puas atas hasil video. Hal tersebut dikarenakan peneliti sudah mengubah produk sesuai dengan hasil evaluasi yang telah disampaikan informan pada tahap packaging. Oleh karena itu informan merasa puas atas hasil produk yang diberikan, sehingga informan dapat mengakses produk dengan mudah dan memanfaatkan informasi secara optimal. Sedangkan pada produk kemas ulang informasi berupa zodiak, peneliti sudah mengunggah produk melalui platform media sosial YouTube dan TikTok. Informan sudah mengakses produk informasi tersebut melalui tautan link postingan produk yang sudah di share oleh peneliti. Berikut kutipan feedback yang diberikan oleh informan terhadap produk kemas ulang informasi zodiak :

“Produk informasi zodiak, udah sangat menarik. Aku jadi dapat ilmu dan informasi tentang zodiakku atau zodiak lainnya” (A/)

“Dari produk sudah baik setelah adanya evaluasi, tampilannya juga sudah tidak monoton, dan berisi informasi dengan point point saja, dan urutan informasi berdasarkan zodiak sehingga informasi sangat mudah untuk diterima” (N/)

“Untuk produk zodiak, aku jadi dapat insight baru mengenai informasi-informasi yang ada di zodiak, jadi punya gambaran untuk mengenal karakter setiap orang berdasarkan zodiak.” (A/)

Berdasarkan kutipan tersebut menjelaskan bahwa setelah informan mengakses produk kemas ulang informasi zodiak dengan mengakses link unggahan pada TikTok dan Instagram reels, informan mendapatkan informasi mengenai sifat sifat dan karakteristik pada setiap zodiak. Meskipun produk tersebut bukan digunakan sebagai pengetahuan, namun informan tetap mendapatkan informasi yang selama ini kurang dipahami. Perubahan pada produk, peneliti lakukan berdasarkan evaluasi yang diberikan oleh informan sehingga dapat memuaskan ketertarikan dan minat pada informan untuk mengakses produk informasi. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller dalam Kristyanto dkk., (2020), yang menyebutkan bahwa kualitas produk adalah sebuah ciri khas untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Dalam produk informasi, terdapat beberapa aspek dalam peningkatan kualitas, seperti: 1). Readability, peluang suatu produk bebas dari kegagalan produk saat menjalankan fungsinya, artinya dimensi ini terkait dengan konsistensi kinerja produk dalam kondisi tertentu, produk informasi sudah melalui beberapa tahap evaluasi, mulai evaluasi isi dan wadah yang dilakukan oleh ahli dan juga informan sebagai target untuk memanfaatkan produk kemas ulang informasi; 2) viewability, dimana informan dapat melihat produk kemas ulang informasi yang sudah di bagikan, berbeda dengan produk lainnya, sehingga produk dapat memunculkan karakteristik atau identitas tersendiri pada ingatan informan; 3) adibility, dimana informan dapat mengakses produk informasi pada media sosial dengan efektif dan cepat; 4) Indentifiability, yaitu dimana informan sudah mulai memahami informasi yang disampaikan pada produk informasi tersebut dengan mudah; dan 5) amnemonics recalls, dimana informan sudah dapat memahami informasi yang disampaikan pada produk informasi sehingga pikiran informan dapat berfikir dan menganalisa akan informasi yang disajikan.



Gambar 7: Bukti *Feedback*

(<https://drive.google.com/file/d/12K3Rnwe3vSHPOTqHtMdiLJFNriFLIaVt/view?usp=sharing>)

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Kemas ulang informasi merupakan kegiatan untuk mengubah bentuk informasi menjadi lebih menarik dan dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi yang spesifik sehingga dapat mempermudah interaktivitas pengguna dalam menggunakan informasi. Pada penelitian ini, peneliti melakukan kemas ulang informasi dengan sumber informasi yaitu Buku *21 lesson for 21st century* dan Zodiak untuk mendukung terciptanya pembelajar sepanjang hayat bagi informan yaitu mahasiswa S1 Geografi Universitas Negeri Malang angkatan 2020-2023. Kegiatan Kemas Ulang informasi ini, diawali dengan tahap informasi analysis, sebagai pengenalan dan pengumpulan data target yang informan, lalu consolidation information dimana peneliti melakukan seleksi pada sumber informasi dan isi dari informasi agar mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebenarannya. Pada tahap consolidation informasi, mencakup tahapan selection, analyses, syntesis, evaluation. Setelah itu terdapat tahap information packaging yang mencakup tahap packaging dan repackaging dimana adanya uji coba wadah dan isi produk dan juga perubahan produk atas evaluasi yang diberikan oleh informan. Tahap terakhir yaitu Information Marketing, dimana terdapat dissemination information, yaitu peneliti sudah membagikan produk kepada informan, dan marketing information yaitu peneliti mendapatkan feedback atas produk yang sudah diakses oleh informan.

Pada penelitian ini, peneliti membuat produk kemas ulang informasi buku *21 lesson for 21st century* berbentuk video landscape yang berisi ilustrasi dan dilengkapi dengan subtitle. Produk tersebut dibagikan kepada informan dengan diunggah pada platform YouTube. Hal tersebut berdasarkan data wawancara, bahwa informan sering

mengakses video yang bersifat pengetahuan pada aplikasi YouTube karena terdapat pilihan banyak content creator dan memiliki video dengan durasi yang panjang. Setelah dilakukan evaluasi oleh informan, dan perubahan oleh peneliti, informan merasa puas dan dapat mengakses dan memanfaatkan informasi dengan optimal karena informasi dapat dipahami oleh informan.

Peneliti juga membuat produk kemas ulang informasi zodiak. Informasi tersebut berisi mengenai kepribadian (*personality*) dari beberapa zodiak. Produk kemas ulang informasi terdapat dua bentuk yaitu dalam bentuk video pendek portrait dan poster. Produk tersebut merupakan hasil perubahan pada tahap packaging atas saran dan evaluasi dari informan, maka dari itu peneliti mengubah bentuk dan format produk. Produk tersebut dibagikan kepada informan dengan diunggah pada platform instagram reels dan TikTok. Pada aplikasi TikTok peneliti mengunggah produk dalam bentuk photo slide yang di tambah dengan sound populer agar menarik minat informan dalam mengakses produk dan informasi. Setelah informan mengakses produk tersebut, peneliti mendapatkan feedback, yaitu informan merasa puas atas video mengenai zodiak, karena visualisasi pada video dan poster sudah sederhana tidak mencolok, informasi yang ditampilkan juga sederhana sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh informan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Afandi. (2020). Pentingnya keterampilan argumentasi di era ledakan informasi digital. August.
- Annur, C. M. (2023a). Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia. April, 9-10.
- Annur, C. M. (2023b). Persentase Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia (2020-2022). 2021-2022.
- Aypa, D., Zega, B., & Safii, M. (2022). Perilaku informasi content creator jejaring sosial berbasis video. 43(2), 125-137. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v43i2.886>
- Bahrudin, M. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.
- Bakar, R. M., Usmar, A. P. M., & Makassar, U. N. (2022). Growth Mindset dalam Meningkatkan Mental Health bagi Generasi Zoomer. 2(2), 122-128.
- Center, A. R. (2020). Indonesia Gen Z And Millennial Report.

- Chatterjee, A. (2017). Information Consolidation. 217–242.  
<https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102025-8.00015-6>
- Christiani, L. (2021). Penelusuran, Identifikasi, Dan Evaluasi Sumber Informasi Digital Bagi Siswa Sekolah Menengah Atas. 5, 95–100.
- Dewi, A. N., & Istiqomah, Z. (2019). Perilaku Informasi Remaja dalam Memanfaatkan Facebook. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 3(1), 15–31.  
<https://doi.org/10.17977/um008v3i12019p015>
- Dian Novita Fitriani, M. H. (2020). Kemas Ulang Informasi.
- Hamdan, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>
- Hidayati, S. (2021). Pengaruh Penguasaan Microsoft 365 melalui Diseminasi dan Pelatihan Bahan Ajar terhadap Kompetensi Profesional Guru Sekolah Dasar di Gugus Pamuji Korwilcam Dindik Karanglewas. 9–47.
- Isyawati, R., & Ganggi, P. (2017). Pendidikan pemakai di perpustakaan sebagai upaya pembentukan pemustaka yang literasi informasi.
- Kristyanto, D., Wijaya, U., & Surabaya, K. (2020). Mengembangkan strategi promosi produk informasi perpustakaan berbasis visual content. November.
- Lexmana, M. N. I., Dewi, A. N., & Andajani, K. (2022). Perilaku Informasi Penyandang Disabilitas Tuna Netra di UPT Rehabilitasi Sosial Bina Netra (RSBN) Malang. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 8(1), 37–50. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v8i1.42232>
- Naufal, H. A. (2021). Literasi digital. 195–202.
- Pratama, A. D. A. (2021). Perilaku Pencarian Informasi Model Ellis Malang. 2(1), 1–15.
- Ratna Hidayah. (2017). Critical Thinking Skill: Konsep Dan Indikator Penilaian. 01(02).
- Santoso, J. (2021). Kemas Ulang Informasi Koleksi Perpustakaan sebagai Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi para Pemustaka. 1(2), 67–72.
- Sari, E. N., Hermayanti, A., & Rachman, N. D. (2021). Peran Literasi Digital Dalam Menangkal Hoax Di Masa Pandemi ( Literature Review ). 13(3), 225–241.
- Sri Sumarmi. (2019). Model Penelitian Dan Pengembangan (R&D) Lima Tahap (Mantap) Universitas Islam Negeri. 1–33.

- Sumartono, K. (2015). Pola Perilaku Penemuan Informasi (*Information Seeking Behaviour*) Mengenai Politik Kampus Di Kalangan Anggota Organisasi Mahasiswa Ekstra Kampus Di Universitas Airlangga. 1-17.
- Wardhana, A. (2024). Perilaku Konsumen di Era Digital (P. Mahir Pradana (ed.); Pertama). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Wulan, P. J Kaunang. (2023). Melakukan Diseminasi Informasi Kesehatan Masyarakat.
- Yunus Winoto. (2016). The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services. 5(2), 1-14.
- Jazimah, H. (2015). Implementasi Manajemen Diri Mahasiswa dalam Pendidikan Islam. MUDARRISA: Journal of Islamic Education, 6(2), 221. <https://doi.org/10.18326/mdr.v6i2.765>
- Kusprayogi, Y., & Fuad, N. (2016). Kerendahan Hatia Dan Pemafaan Pada Mahasiswa. Psikohumaniora:Jurnal Penelitian Psikologi, 1(1), 12-29.
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri : Definisi dan Faktor. 3, 65-69.
- Nabila, A. (2020). Self Compassion: Regulasi Diri untuk Bangkit dari Kegagalan dalam Menghadapi Fase Quarter Life Crisis Self Compassion: Self Regulation to Deal with Quarter-Life Crisis. Jurnal Psikologi Islam, 7(1), 2549-9297. <https://doi.org/10.47399/jpi.v7i1.96>
- Nelwan, V., Kasingku, J. D., & Warouw, W. N. (2024). Pengaruh Insecure terhadap Kesadaran Akan Kualitas Diri dalam Memimpin : Pengaruh Insecure terhadap Kesadaran Akan Kualitas Diri dalam Memimpin : Persepektif Pendidikan. June 2023.
- Tupan, T., & Nashihuddin, W. (2016). Kemas Ulang Informasi Untuk Pemenuhan Kebutuhan Informasi Usaha Kecil Menengah: Tinjauan Analisis Di Pdi-Lipi. Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi, 36(2), 109. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v36i2.206>
- Hanifa, S., & Lestari, T. (2021). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perkembangan Emosional Anak. Jurnal Pendidikan Tambusai, 5, 1429-1433.
- Pattah Husaebah, S. (2014). Literasi Informasi: Peningkatan Kompetensi Informasi Dalam Proses Pembelajaran. Khizanah Al-Hikmah, 2(1), 117-128. <https://doi.org/10.1210/endo-104-1-101>
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. Gunahumas, 1(1), 72-87. <https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28380>

- Sihombing, S., Nahaban, R., Togattorop, B., & Pasaribu, A. (2023). Peranan Pendampingan Konseling Kristen Dalam Meningkatkan Percaya Diri Siswa Kelas X Smk Nahason Sipoholon. *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 11957–11970.
- Sohibun, S., & Ade, F. Y. (2017). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Virtual Class Berbantuan Google Drive. *Tadris: Jurnal Keguruan Dan Ilmu Tarbiyah*, 2(2), 121. <https://doi.org/10.24042/tadris.v2i2.2177>