

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi berkembang ini merupakan salah satu solusi mempermudah aktivitas manusia dalam mengikuti perkembangan zaman yang ada. Kemudahan ini membuat teknologi bisa menjadi cara baru manusia dalam melakukan aktivitasnya. (Ngafifi, 2014). Banyak sekali macam aktivitas manusia yang kini telah menggunakan teknologi, salah satu aktivitas tersebut yaitu saat manusia menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan informasi. Dengan adanya internet, individu dapat menjangkau informasi yang dibutuhkan dengan mudah. Kemudahan yang didapat dari internet memiliki dampak yang signifikan terhadap hampir seluruh aspek kehidupan. Perubahan ini terlihat dari adanya pola atau gaya hidup yang senantiasa berubah dan berkembang seiring berjalannya waktu, yang dimana individu akan senantiasa menciptakan hal baru untuk mempermudah hidupnya dan meninggalkan pola atau gaya hidup yang lama. Contohnya saja saat beberapa tahun yang lalu, media informasi seperti surat kabar dan majalah merupakan sumber informasi efektif, kini media tersebut sudah berganti ke sumber media informasi yang disediakan oleh internet seperti *youtube*, *twitter*, *facebook*, *tiktok*, *instagram*, *whatsapp* dan sejenisnya yang kini menjadi media informasi dan komunikasi yang paling banyak digunakan (Wahyudiyono, 2019). Setelah seseorang merasa nyaman ketika mendapat kemudahan dalam menggunakan teknologi, maka akan ada kecenderungan untuk menggunakan teknologi tersebut lebih dalam, salah satunya ialah penggunaan teknologi informasi karena sejatinya individu akan senantiasa membutuhkan informasi. (Vankatesh & Davis, 2000; Zairuni, 2015).

Teknologi informasi tidak hanya sebatas informasi yang dituangkan dalam bentuk teks melainkan kehadirannya lebih dimanfaatkan sebagai media sosial dengan masyarakat (Soliha, 2015). Media berfungsi untuk menjadi salah satu perangkat pemenuh kebutuhan, salah satunya ialah pemenuhan kebutuhan informasi (Puspita & Samatan, 2022). Sedangkan media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam

beraktifitas. Media sosial juga sering dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2015; Fauziah, dkk, 2023).

Dikutip dari *dataindonesia.id* adapun website yang sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia, di urutan pertama ada *Google.com* lalu kedua yaitu *Youtube.com*, ketiga ialah *Facebook.com* dan keempat ialah *Instagram.com* diikuti oleh *Twitter.com* di urutan ke lima. Dari urutan website tersebut, Instagram menduduki urutan keempat sebagai website sekaligus media sosial yang sering dikunjungi oleh pengguna. Instagram merupakan platform sosial media yang sejatinya diciptakan khusus untuk mengunggah foto atau gambar secara instan serta membagikannya ke berbagai media sosial lain. Meskipun pada awalnya instagram hanya terkenal sebagai media platform dengan tujuan utama untuk membagikan foto dan video keseharian penggunanya, kini instagram telah digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi yang dapat dikonsumsi publik sehari-hari dengan menyatukan aspek visual ke dalam informasi yang dapat disajikan dan dikonsumsi pengguna lewat instagram. Banyak sekali akun Instagram yang memang dibuat khusus untuk menyebarkan suatu berita dan informasi khusus sesuai bidangnya masing masing. Hal ini dilakukan agar pengguna merasakan kemudahan yang lebih dalam menggunakan instagram sebagai media informasi. Kemudahan ini menjadikan platform instagram sebagai media informasi yang cukup efektif untuk pemenuhan kebutuhan dalam pencarian informasi (Ayutianti & Primadani, 2018). Dilihat dari data serta kemudahan yang didapat dari instagram menunjukkan banyak pengguna yang tertarik untuk menggunakan instagram.

Berdasarkan data dari *data.goodstats.id* yang diposting oleh Yonathan (2023) jika dilihat dari usianya, pengguna instagram pada tahun 2023 didominasi oleh kalangan remaja pada rentang usia 18-24 tahun dengan presentase 30,8%. Sedangkan sebanyak 30,3% pengguna instagram berasal dari kelompok usia 25-34 tahun. Dari presentase tersebut, terlihat bahwa sebagian besar pengguna instagram merupakan remaja golongan akhir. Berdasarkan observasi peneliti, remaja akhir dengan rentang usia tersebut sangatlah intens dalam menggunakan instagram baik untuk mencari informasi, berkomunikasi atau hanya sekedar menggunakan

instagram untuk hiburan semata. Selain itu, mayoritas remaja yang menggunakan media sosial instagram merasa banyak kebutuhan remaja dapat teratasi dengan mudah,

Secara umum, ada beberapa kebutuhan yang akan terpenuhi dan terbantu berkat adanya instagram, yaitu kebutuhan kognitif yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pemahaman mengenai pengetahuan seputar lingkungan. Kedua, kebutuhan afektif yang akan menjawab pengalaman yang dirasakan individu. Ketiga kebutuhan integrative personal yaitu pemenuhan kebutuhan yang berhubungan dengan status pribadi, sosial, kesetiaan penggemar dan lain sebagainya. Selanjutnya ada kebutuhan integritas yang didasarkan oleh keinginan untuk berafiliasi dan yang terakhir ada kebutuhan berkhayal yang berkaitan dengan hiburan. Instagram dapat memenuhi kebutuhan tersebut karena platform media sosial seperti instagram ini bukanlah ruang pribadi melainkan ruang publik bagi pengguna apalagi remaja. Remaja dapat menghabiskan waktu berjam-jam saat menggunakan instagram karena remaja dapat memenuhi kebutuhan bermedia yang didapatkan pada sosial media instagram. Adapun dampak lain dari penggunaan instagram ialah salah satunya remaja mendapatkan umpan balik dan evaluasi diri dari komunitas dunia maya yang dianggap penting bagi remaja untuk membentuk konsep dirinya dari informasi yang diduplikatnya. (Felita, dkk, 2016)

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa instagram merupakan platform media sosial yang berfokus pada tujuan utama untuk membagikan foto dan video keseharian penggunanya. Lain hal nya dengan *facebook* dan *twitter* atau yang kini biasa disebut dengan *X*, platform tersebut masih lebih menonjolkan keunggulan penyebaran informasi yang *based on text* seperti media massa. Adanya aspek visual atau yang ditonjolkan atau biasa disebut dengan “sentralitas gambar” ini membuat instagram menjadi salah satu platform yang berbeda dengan platform media yang lain. Seperti uraian yang dijelaskan oleh Anisah (2021) menyatakan bahwa informasi dengan menonjolkan aspek visual atau sentralitas gambar akan menimbulkan efek yang berbeda pada suasana hati pengguna daripada postingan yang berbasis teks.

Suasana hati pengguna instagram dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam menerima suatu informasi, bereaksi pada informasi yang ada serta bagaimana individu akan mengingat informasi yang telah didapatkan. (Riatno dan Susilowati, 2019) Suasana hati akan membuat individu berfikir rasional karenasuasana hati tersebut akan menyediakan informasi mengenai bagaimana cara seseorang dapat memahami apa yang terjadi pada lingkungan sekitar, bagaimana cara individu harus merespon banyaknya informasi yang didapatkan terutama pada sosial media. Namun apa yang akan diungkapkan individu setelah memproses emosinya juga bergantung pada kecenderungan individu dalam mengontrol suasana hati individu serta kemampuan untuk berfikir logis dalam menghadapi banyaknya ketersediaan informasi. (Wijaya dan Rahadi, 2020)

Banyaknya ketersediaan informasi media sosial ini seakan akan memanjakan pengakses dengan informasi yang berlimpah dan mudah ditemukan (Siswanta, 2015). Sayangnya, tidak semua informasi yang didapat oleh individu dari platform media tersebut adalah fakta yang sebenar-benarnya. (Judhita, 2018). Jumlah pengguna internet yang sangat banyak dan akses media informasi yang terbatas juga menjadi salah satu faktor terjadinya kesenjangan informasi, disinformasi, dan misinformasi. Hal ini dapat terjadi karena mengingat tidak semua masyarakat mendapatkan informasi yang sama secara utuh (Habibah & Irwansyah, 2021). Tanggapan dari masyarakat mengenai kesenjangan informasi yang terjadi memunculkan sikap untuk melakukan tindakan yang tidak semestinya atau “*error*” yang dikenal dengan bias. Bias dapat diartikan sebagai sebuah keyakinan individu yang berasal dari prasangka individu itu sendiri dan dapat terjadi berdasarkan pengalaman dari memori yang ada, mengikuti pendapat mayoritas, kecenderungan melihat pola tanpa mencari data dan tergoda dengan hasil yang instan. (Pendey, 2021)

Bias dibagi menjadi 4 jenis, yaitu optimisme berlebihan, terlalu percaya diri, bias konfirmasi dan ilusi kontrol. (Sherfin, 2007 ; Paramita, 2018) Beberapa bias ini terkait dengan cara seseorang mengingat suatu peristiwa atau sejumlah alasan tertentu yang menyebabkan pemikiran serta kepercayaan tersebut menjadi bias (Buana, 2020). Bias menghambat pembentukan keyakinan atau kepercayaan yang

beralasan dan mengurangi kemampuan orang untuk memperbaiki pandangan mereka sendiri karena pandangan yang salah tersebut membuat seseorang menalar sendiri informasi yang diterima dan membuat individu menjadi terlalu percaya diri (Mercier 2016; Peters, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Peters (2022) menyatakan bahwa salah satu penyesuaian yang berkembang dari bias adalah membantu kita untuk menyelaraskan realita sosial dengan keyakinan kita. Ketika bias menargetkan keyakinan pada hal yang positif, maka ini akan membantu individu untuk mengembangkan diri mereka supaya lebih komunikatif atau berpengetahuan dan juga membuat kognisi sosial mereka menjadi lebih mudah untuk diarahkan. Sementara saat bias menargetkan keyakinan pada hal negatif, hal ini akan menimbulkan masalah yang akan mendukung perilaku buruk yang dimana individu hanya akan ikut ikutan terhadap informasi yang belum sesuai dengan realita yang ada. Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Vorgan, Wood dan Schmickl (2023) menjelaskan satu kondisi dimana individu tidak akan melakukan bias ketika tidak ada “jenis data yang paling umum” yaitu ketika dua peristiwa memiliki kemungkinan yang sama. Dengan kata lain, individu tersebut tidak akan melakukan bias apabila tidak ada perbedaan dalam suatu konteks informasi dan individu tersebut akan bersikap netral untuk menerima informasi yang ada.

Ketika individu mendapatkan informasi yang dapat dipercaya, seringkali mereka condong untuk terus menginterpretasikan informasi tersebut agar sesuai dengan pandangan mereka sendiri. Hal ini dapat dianggap sebagai upaya konfirmasi atas keyakinan mereka, yang kemudian menyebabkan mereka mengabaikan informasi yang tidak sejalan (Sulphey, 2014). Hal ini dapat menjadi bias antara informasi yang sesungguhnya dengan informasi yang sebenarnya tidak benar (Wulandari, 2021). Bias ini merupakan bias konfirmasi yang dimana individu memiliki kecenderungan untuk terlalu percaya diri dengan pemahamannya akan sebuah informasi sehingga mengabaikan bukti yang kontradiktif (William, Kern, & Waters, 2016).

Di media sosial, bias konfirmasi dapat ditemukan pada informasi yang dilebih-lebihkan dan biasanya diperparah dengan kondisi pengeditan algoritma

yang memang dirancang untuk menampilkan informasi yang cenderung disukai oleh seorang pengguna, sehingga hal ini dapat mengurangi informasi sebenarnya yang bisa saja berlawanan karena media sosial tersebut telah mengatur informasi masuk yang telah didapatkan oleh pengguna sosial media. (Wulandari,dkk, 2021) Dari sini, didapatkan beberapa faktor bias konfirmasi antara lain kepribadian otoriter yang dimana individu cenderung memiliki pandangan yang kaku dan tegas terhadap pendiriannya dan persepsi atas hal yang kolektif atau bisa diartikan sebagai persepsi yang melibatkan pandangan terhadap kelompok atau masyarakat dalam proses pemahaman informasi yang telah didapat bahkan jika itu tidak sesuai dengan fakta atau realitas yang sebenarnya. (Lavine,2005)

Hahn dan Harries (2014) juga berpendapat bahwa bias konfirmasi merupakan komponen penalaran termotivasi atau juga dapat dipahami sebagai pemrosesan informasi yang mengarahkan individu untuk sampai pada kesimpulan yang mereka sukai. Dalam kenyataannya, bias konfirmasi ini melibatkan pemrosesan informasi keseluruhan untuk menopang pandangan yang diinginkan individu tersebut agar menjadi sebuah informasi yang benar. Hal ini bisa jadi dapat menumbuhkan sebuah persepsi baru akibat dari adanya informasi baru yang memang sengaja dibuat berdasarkan keyakinan yang telah ada sebelumnya berdasarkan informasi yang sesuai. Sedangkan disatu sisi yang lain, ada pula bias konfirmasi yang tidak termotivasi dan hal ini dapat terjadi ketika individu tersebut memproses informasi atau data secara sepihak dan tidak peduli apakah orang lain akan menyukainya atau tidak. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa bias konfirmasi bisa dipengaruhi oleh kepribadian otoriter dan kepribadian yang cenderung memilih informasi yang sejalan dengan sikap dan keyakinan yang sudah ditentukan serta dapat mengarahkan persepsi seseorang yang dikaitkan dengan bagaimana individu cenderung menganggap informasi tersebut sesuai dengan apa yang telah diyakini sebelumnya

Secara umum, persepsi merupakan pola pikir yang dimiliki individu berdasarkan pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki individu. Pola pikir tersebut jelas bisa saja berbeda dengan individu lainnya. Hal itu karena pengalaman dan pengetahuan yang diterima tiap orang berbeda-beda. Persepsi ini sesungguhnya

tergantung bagaimana cara pandang masing-masing individu saat menyeleksi, menata dan juga menafsirkan sesuatu. Banyak orang yang menganggap persepsi memiliki kesamaan dengan perspektif terkait dengan bagaimana informasi tersebut diseleksi, ditata, dan ditafsirkan, sehingga istilah ini seringkali tertukar. Artinya, persepsi mengacu pada proses dimana informasi itu dapat diterjemahkan sebagai sesuatu yang bermakna. Penyusunan makna inilah yang akan melahirkan sebuah persepsi sebagai sesuatu yang tidak pernah absolut (Leavitt, 1978 ; Sobur, 2014).

Persepsi memiliki banyak arti sangat luas menyangkut lingkungan internal individu dan eksternal dari individu. (Meliza, 2020) Persepsi merupakan hal yang perlu diperhatikan saat individu menafsirkan suatu informasi karena bagaimana individu melihat sebuah situasi tertentu seringkali menjadi lebih utama dibandingkan dengan situasi itu sendiri. Permasalahan persepsi dijelaskan sebagai bentuk proses dalam mengorganisasikan kesan dari penginderaan sekaligus memberikan makna dalam kehidupan. Hal ini dilihat dari cara individu menerima kesan positif yang akan mengarahkan pada proses pembentukan dukungan yang dapat diterima, sedangkan cara individu menerima kesan negatif akan mengarah pada perilaku penolakan (Pieter dan Namora, 2016 ; Maryono dan Wicaksono, 2018).

Menurut Wade, dkk (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa, kemampuan persepsi individu “ditanamkan” dan tergantung berdasarkan pengalaman pribadi. Adapun fakta bahwa proses terjadinya persepsi itu sendiri akan tampak sebagai kemampuan bawaan yang dimiliki oleh individu dalam menggambarkan dunia dengan cara yang sama. Adapun beberapa faktor yang dapat memengaruhi persepsi antara lain kebutuhan, kepercayaan, emosi dan ekspektasi yang ada dalam diri individu. Kebutuhan yang dimaksud merupakan sebuah kondisi ketika individu memerlukan sesuatu atau memiliki ketertarikan, maka secara tidak langsung individu akan dengan mudah menafsirkan yang kemudian akan menimbulkan persepsi sesuatu berdasarkan kebutuhan individu itu sendiri. Kepercayaan yang dimaksud merupakan suatu hal yang dianggap benar dan dapat memengaruhi interpretasi individu terhadap sinyal sensoris yang ambigu atau belum jelas. Emosi yang dimiliki oleh individu mampu memengaruhi interpretasi

seseorang terkait dengan suatu informasi sensori. Ekspektasi sendiri merupakan pengalaman masa lalu yang dimiliki oleh individu dapat sering memengaruhi cara mempersepsikan dunia.

Persepsi merupakan suatu proses dimana individu mengorganisir dan menginterpretasikan stimulus tertentu yang diterima, membuatnya menjadi sesuatu yang memiliki makna. Aktivitas persepsi ini terintegrasi dalam diri individu, yang kemudian menghasilkan respon sebagai akibat dari pemahaman terhadap individu tersebut. Respon ini bervariasi tergantung pada fokus perhatian individu yang bersangkutan terhadap stimulus. Persepsi juga dapat diartikan sebagai satu kesan terhadap suatu objek tertentu yang diperoleh individu melalui proses penginderaan, perorganisasian dan interpretasi terhadap objek yang diterima oleh individu. Hal tersebut merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang terintegrasi dalam diri individu. Pendapat tersebut menjelaskan lebih detail terkait dengan proses terjadinya persepsi yaitu setelah penyerapan maka, gambaran informasi yang diperoleh melalui panca indera manusia tersebut, kemudian diorganisir, setelah diorganisir maka dilakukan interpretasi atau menafsirkan sebuah gambaran tersebut sehingga memiliki makna bagi individu, sedangkan proses terjadinya persepsi yang dialami tersebut merupakan suatu kesatuan aktivitas dalam diri individu. (Walgito, 2010; Akbar 2015).

Melalui proses persepsi, individu menjadi menyadari tentang keadaan dirinya. Beberapa indikator yang dapat memengaruhi persepsi diantaranya adalah penyerapan terhadap rangsangan atau objek dari luar individu, pengertian atau pemahaman dan penilaian atau evaluasi. Saat individu menerima rangsangan dari objek, mereka membentuk gambaran mental yang diorganisir, lalu digolongkan, dibandingkan dan diinterpretasi untuk terbentuk pengertian atau pemahaman terkait dengan objek tersebut. Setelah pemahaman terbentuk, individu melakukan penilaian, membandingkan dengan norma atau pemahaman sebelumnya secara subjektif. Penilaian bersifat individual, sehingga setiap individu memiliki persepsi yang unik.

Dapat dipahami bahwa persepsi dapat dikatakan sebagai dinamika respon yang terjadi dalam diri individu ketika menerima suatu stimulus dari luar melalui

panca indra manusia, dan dipengaruhi oleh faktor pengetahuan, pengalaman, emosional, serta aspek kepribadian. Berdasarkan hal tersebut individu akan menentukan persepsi yang diperoleh apakah merupakan suatu objek atau informasi yang bersifat baik atau buruk, menguntungkan atau merugikan individu, berguna atau tidak berguna, penting atau kurang penting. Persepsi seseorang dapat berkembang atau dapat berubah sesuai dengan informasi maupun stimulus baru yang diterima dari lingkungan (Akbar, 2015). Menurut Wave, dkk (2016) menyebutkan fakta bahwa beberapa proses persepsi tampak sebagai kemampuan bawaan yang tidak berarti bahwa individu akan mempersepsikan dunia dengan cara yang sama. Hal ini karena proses persepsi didasari oleh beberapa tahapan, yang pertama diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus atau rangsangan yang hadir dari lingkungannya. Kemudian ada proses registrasi yang terjadi saat ada pemrosesan yang terjadi di otak setelah rangsangan objek telah didapatkan. Kemudian proses yang terakhir yaitu interpretasi yang mana proses ini merupakan hasil proses pemberian arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi bergantung pada cara pendalaman, motivasi dan kepribadian seseorang. (Miftah Toha, 2008) Jika dikaitkan dengan persepsi remaja pengguna instagram, pastilah objek atau stimulus untuk merangsang persepsi remaja itu sendiri berasal dari informasi yang tersedia di instagram.

Melihat banyaknya ketertarikan remaja terhadap informasi yang ada di sosial media, kemungkinan besar remaja akan terjerat berita yang kurang tepat atau bahkan tidak akurat. Selain karena remaja tidak mendapatkan informasi yang utuh, informasi tersebut pasti lah menggiring opini atau mengarahkan persepsi remaja pada hal yang tidak benar, sehingga perlu dilakukan penelitian dalam memilih sebuah informasi yang beredar di sosial media. (Tutisari, 2019) Oleh karena itu, remaja haruslah kritis dalam memilah informasi yang sejatinya benar atau tidak di sosial media, namun dalam permasalahannya remaja seringkali malah justru mempercayai informasi yang telah tersebar di sosial media yang bisa jadi informasi tersebut merupakan informasi yang tidak benar. Perilaku ini harus di hilangkan pada remaja karena remaja seharusnya dapat bersikap kritis saat menerima suatu informasi. Jika sifat kritis ini dihilangkan begitu saja terhadap remaja, maka akan

semakin banyak permasalahan yang muncul seperti remaja tidak akan percaya kepada informasi yang sebenarnya karena remaja akan merasa bahwa informasi tersebut tidak sesuai dengan persepsi dan keyakinannya sehingga dari sini remaja akan mudah melakukan bias konfirmasi.

Berdasarkan informasi diatas, peneliti tertarik terhadap fenomena meledaknya informasi serta informasi yang disajikan di instagram rata rata tidak bersifat utuh. yang terkait dengan persepsi remaja terhadap bias konfirmasi pada laman instagram dikarenakan instagram merupakan salah satu platform yang menyediakan banyak informasi dalam konten yang disajikan. Instagram sebagai platform visual yang telah dijadikan sumber informasi sehari-hari akan membawa konsekuensi dalam bentuk persepsi dan bias konfirmasi. Persepsi yang bersifat absolut dan individu dapat menimbulkan perasaan yang berbeda pula pada masing masing individu. Jumlah pengguna instagram yang cukup banyak jelas akan menimbulkan berbagai persepsi mengenai informasi yang didapatkan. Peningkatan penggunaan media sosial, khususnya instagram khususnya pada remaja juga akan cenderung membentuk identitas diri mereka melalui media sosial, mencari umpan balik dan evaluasi dari komunitas daring.

Meskipun media sosial menyediakan banyak informasi dan menyediakan informasi yang melimpah, tidak semua informasi dapat dianggap faktual. Fenomena ini dapat memunculkan kesenjangan informasi, disinformasi dan misinformasi. Terlebih lagi apabila individu mendapatkan informasi secara tidak utuh dan memunculkan persepsi yang kurang tepat dalam menerima dan mengolah informasi tersebut, maka bisa saja terjadi kesenjangan informasi atau bisa jadi bias dalam mengkonfirmasi sebuah informasi. Hal ini bisa saja terjadi karena selaras dengan faktor dan aspek dari bias konfirmasi yang dimana salah satu faktor penyebab seseorang melakukan bias konfirmasi berasal dari bagaimana orang tersebut mempersepsikan informasi tersebut.

Persepsi sebagai aspek psikologis kunci, memainkan peran penting dalam merespon informasi dari media sosial. Keberhasilan suatu informasi mencapai kesuksesan dalam membentuk persepsi tergantung pada kemampuan individu untuk menilai dan memahami konten tersebut. Remaja sebagai kelompok yang

rentan, perlu diberdayakan dengan keterampilan krisis digital untuk memilah informasi yang sesuai dan meminimalkan dampak bias konfirmasi. Pendidikan media dan literasi media dan digital dapat menjadi solusi dalam membentuk remaja yang cerdas dan kritis dalam menggunakan media sosial. Saat remaja dapat mengenali dampak reknologi informasi pada persepsi dan bias konfirmasi membuka peluang untuk pengembangan pendekatan dan strategi yang lebih efektif dalam membentuk individu yang bijak dan kritis dalam mengonsumsi informasi di era digital ini.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat Pengaruh Persepsi Terhadap Bias Konfirmasi Pada Remaja Pengguna Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Terhadap Bias Konfirmasi Pada Remaja Pengguna Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah data empiris, informasi baru dan wawasan dalam perkembangan Ilmu Psikologi, khususnya pada bidang Psikologi Sosial. Terutama mengenai Pengaruh Persepsi Terhadap Bias Konfirmasi Pada Remaja Pengguna Instagram.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Responden pengguna instagram

Manfaat yang akan didapatkan responden dari penelitian ini adalah sebagai media berbagi pengalaman dan informasi mengenai persepsi terhadap bias konfirmasi yang terjadi pada pengguna instagram. Selain itu diharapkan bisa berguna dalam mengantisipasi bias konfirmasi yang terjadi saat responden menggunakan sosial media instagram untuk mencari informasi.

b) Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan bagi segala pihak dari masyarakat mengenai fenomena bias konfirmasi dan juga menambah pengetahuan untuk memahami mengenai pengaruh persepsi terhadap bias

konfirmasi terutama pada remaja pengguna instagram. Selain itu masyarakat diharapkan untuk saling mengingatkan untuk selalu melakukan literasi media yang baik dalam memilah informasi di media sosial untuk menghindari terjadinya bias konfirmasi saat menggunakan sosial media salah satunya instagram.

c) Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi penelitian yang sama ke depannya dan diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan baik dalam hal fenomena, respon maupun dalam metode penelitiannya yang berkaitan dengan persepsi manusia terhadap bias konfirmasi yang bisa jadi terjadi secara sadar ataupun tidak.