

Berpikir Kritis di Era Informasi

Mencegah Tumpul Pikiran
dan Akal Tidak Sehat

Tisna Rudi

Edisi Pertama, Februari 2019.

Pengantar

Saat ini kemampuan berpikir kritis semakin mendesak diperlukan dalam menghadapi tantangan zaman. Revolusi Industri 4.0 menuntut kita berpikir kritis dalam memecahkan masalah yang semakin kompleks dan kreativitas inovasi baru.

Ledakan informasi di era digital menuntut kita berpikir kritis dalam memilih dan memilah sumber informasi yang dapat dipercaya. Dalam menempuh pendidikan di Universitas, Mahasiswa dituntut melatih dan mengembangkan kemampuan berpikir kritis untuk menganalisis dan mengevaluasi ilmu pengetahuan yang dipelajari.

Dalam keluarga, orang tua dituntut membimbing putra putrinya berpikir kritis terhadap media yang diakses mereka melalui gawai (gadget). Demikian pula Tenaga Pengajar terhadap siswa-siswi di sekolah, agar pelajar memahami literasi media, mampu membedakan fakta dan opini, mendeteksi disorder informasi dan bias media. Pemerintah dan masyarakat juga dituntut berpikir kritis dalam mengembangkan kehidupan demokrasi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Secara keseluruhan, sebagai manusia kita semua dituntut berpikir kritis untuk mengasah kemampuan berpikir agar tidak menjadi tumpul dan menjadi dungu. Tidak terjebak dalam egosentrisme, sosiosentrisme, dan sesat pikir yang membuat akal kita menjadi tidak sehat dan menurunkan kualitas nilai-nilai kemanusiaan.

Tisna Rudi

Bandung, 9 Februari 2019.

Daftar Isi

Pengantar

Daftar Isi

Bagian 1 Kenapa Perlu Berpikir Kritis?	5
Bagian 2 Apa itu Berpikir?	10
Model Proses Berpikir	
Kecakapan Inti Berpikir	
Taksonomi Bloom Ranah Kognitif	
Bagian 3 Berpikir Kritis	24
Kerangkakerja Berpikir Kritis	
Elemen Penalaran	
Standar Intelektual	
Nilai-Nilai Intelektual	
Model Untuk Berpikir Kritis	
Bagian 4 Hambatan Berpikir Kritis	44
Egosentrisme	
Sosiosentrisme	
Asumsi Tidak Beralasan	
Relavistic Thinking	
Whisful Thinking	

Bagian 5 Literasi Media	52
Konsep dan Pertanyaan	
Mendeteksi Bias di Media	
Disorder Informasi	
7 Jenis Mis-informasi dan Dis-informasi	
Bagian 6 Berpikir Kritis Online	69
Informasi Untuk Orang Tua	
Bagi Remaja	
Membedakan Fakta dan Opini	
CRAAP Test	
Mengenali Informasi Palsu	
Bagian 7 Penutup	88
Referensi	
Profil Penulis	

Bagian 1

Kenapa Perlu Berpikir Kritis?

Di era digital, informasi tentang berbagai hal dari berbagai sumber dapat dicari dan ditemukan melalui internet dengan bantuan search engine. Pendekatan terhadap masalah juga dapat dilakukan dari berbagai aspek. Demikian pula solusi terhadap suatu masalah, pilihannya lebih dari satu solusi.

Karena itu Siswa dan Mahasiswa perlu dilatih mempunyai kebiasaan berpikir kritis, menggunakan penalaran dan logika untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan solusi alternatif, atau membuat kesimpulan.

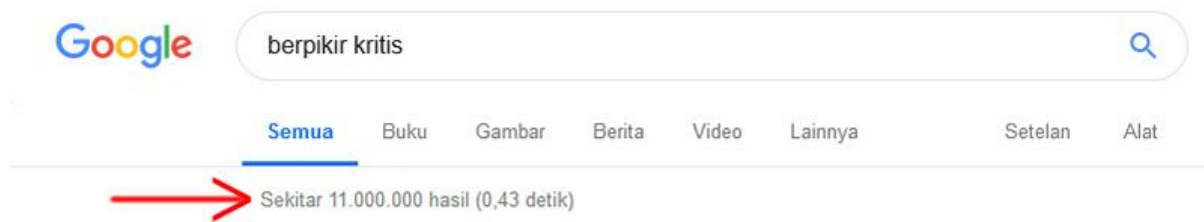
Kebiasaan berpikir kritis ini akan memberi ketrampilan hidup yang mereka butuhkan untuk berkembang dalam menghadapi tantangan zaman yang semakin kompleks.

Dalam ebook “From Search to Research: Developing Critical Thinking Through Web Research Skills”, Potter menyampaikan tiga alasan kenapa kemampuan berpikir kritis diperlukan.

Ledakan Informasi

Sebagai contoh, ketika penulis mengetikkan key phrase berpikir kritis di kolom penelusuran search engine, dalam waktu kurang dari satu detik, diberitahukan ada 11.000.000 sumber halaman web (Search Engine Result Pages – SERP’s) yang mengandung frase berpikir kritis.

Meskipun algoritma search engine sudah memberikan hasil yang se-relevan mungkin dengan apa yang penulis cari, tapi banyak diantaranya tidak lengkap atau sesuai dengan apa yang penulis harapkan. Dalam kasus pencarian berita, selain tidak lengkap, belum tentu dapat dipercaya atau sudah ketinggalan jaman.



Untuk menggunakan data ini dengan baik, kita harus secara aktif mengevaluasi informasi dan sumbernya. Mampu berpikir secara mandiri dan membangun argumen yang kuat untuk menyokong kesimpulan yang benar dan tepat.

Tantangan Global

Perserikatan Bangsa Bangsa telah mengidentifikasikannya sebagai Tujuan Milenium. Mengakhiri kemiskinan dan kelaparan. Memajukan pendidikan universal, persamaan gender, kesehatan keluarga, riset medikal, lingkungan berkelanjutan, dan kerjasama global.

Pembangunan masyarakat global yang berkelanjutan dibangun berdasarkan riset dan pengembangan ketrampilan berpikir kritis. Jika kita berharap merespon tantangan ini, kita perlu melatih masyarakat yang dapat mempertanyakan asumsi, mengevaluasi potensi solusi, dan berpikir secara kreatif.

Perbedaan Antara Masyarakat

Mayoritas masyarakat berusia 25 tahun kebawah selain memperoleh berita secara online juga memproduksi konten melalui beragam saluran media sosial. Latar belakang kebudayaan, status sosial dan pendidikan mereka berbeda-beda.

Informasi di internet tidak semua dapat diandalkan. Beberapa mungkin sengaja dibuat untuk menyesatkan, diulang-ulang oleh banyak sumber di internet, sepertinya masuk akal dan kelihatannya didukung oleh bukti yang kuat.

Karena itu, kita perlu melatih pengguna internet untuk mengevaluasi keandalan sumber, mengidentifikasi bias, kesesatan logika, dan argumen yang mengelabui.

Dengan demikian kita tidak akan menjadi korban informasi palsu atau informasi yang dibiarkan. Mampu membangun penalaran yang benar dan didukung argumen yang baik untuk berkontribusi dalam perbincangan di publik.

Selain tiga alasan tersebut di atas, ada tiga alasan lain kenapa kemampuan berpikir kritis mendesak diperlukan.

World Economic Forum, dalam artikel “The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution”, menempatkan kemampuan berpikir kritis di urutan ke dua teratas yang diperlukan dalam menghadapi tantangan revolusi industri 4.0.

Kasdin Sihotang dalam “Berpikir Kritis: Sebuah Tantangan dalam Generasi Digital”, menulis: “Berpikir kritis diperlukan untuk mencegah terjadinya dehumanisasi. Alasannya, membiarkan semua pola pikir sesat menjadi ancaman bagi kemanusiaan, khususnya masa depan kemanusiaan generasi muda.”

Manfaat Berpikir Kritis

Makna kritik dapat berbeda bergantung pada konteksnya. Dalam bahasa sehari-hari dapat dianggap sebagai kecaman, menunjukkan aspek negatif (kelemahan atau menemukan kesalahan) seseorang. Namun tidak semua kritik itu negatif, dapat juga dimaknai sebagai bentuk perhatian yang merujuk pada pentingnya sesuatu hal.

Di Universitas, dalam konteks akademik, kritik adalah praktek memeriksa, mengevaluasi dasar pemikiran dan klaim bukti pada aspek terpenting dari suatu topik. Kritik biasanya mencakup kekuatan dan juga keterbatasan. Ini merupakan aktivitas positif untuk memperbarui dan membangun pengetahuan.

Secara umum, sebagai manusia kita harus dapat berpikir kritis terhadap sumber dan informasi yang kita baca atau kita gunakan dalam pekerjaan. Berpikir kritis adalah tentang bertanya dan belajar dengan pikiran terbuka.

Anda perlu mengajukan pertanyaan yang tepat saat menerima informasi atau membaca berita. Mempertanyakan kejelasan, keakuratan dan ketelitian informasi. Mempertanyakan ide dan argumen yang Anda temukan dalam artikel.

Dalam menulis Anda perlu menunjukkan bahwa Anda memiliki kemampuan untuk menimbang berbagai sudut pandang, menggunakan argumen dan bukti untuk membantu Anda membentuk pendapat atau gagasan Anda sendiri.

Bagus Takwin, dalam Presentasi Berpikir Kritis menulis beberapa manfaat berpikir kritis:

Kualitas hidup kita dan apa yang kita hasilkan, kita buat atau bangun bergantung pada kualitas pikiran. Berpikir kritis membantu kita menghasilkan pikiran yang tepat, cermat dan relevan. Meningkatkan kualitas hidup: membantu menyelesaikan masalah dan mengembangkan kesejahteraan.

Menghindarkan kita dari pembuatan keputusan tidak tepat yang disebabkan oleh kesalahan penggunaan informasi. Membantu kita mengarah kepada solusi-solusi efektif dari masalah-masalah yang kita hadapi. Membantu orang untuk dapat menemukan hal-hal yang perlu diperbaiki dan dikembangkan.

Bagian 2

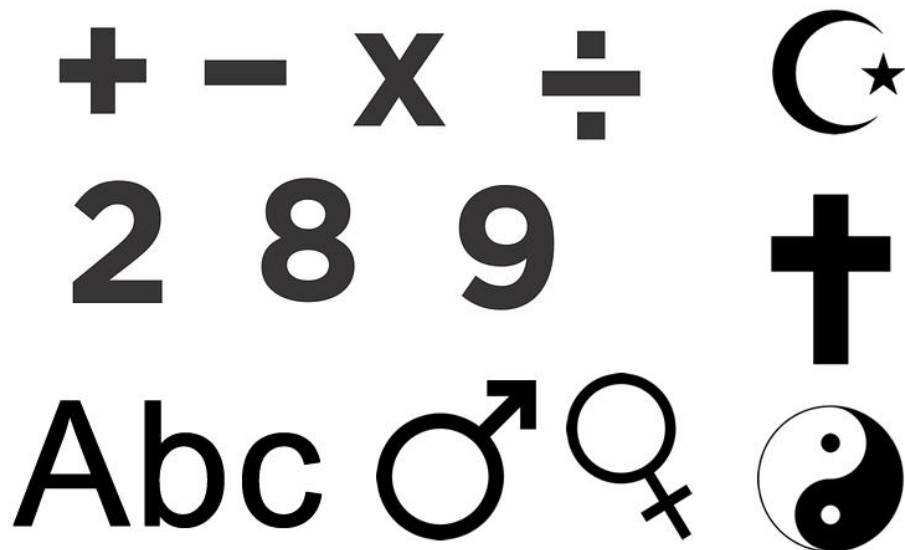
Apa itu Berpikir?

“Education is not the learning of facts, but the training of the mind to think.” Albert Einstein

Berpikir adalah aktivitas mental, melibatkan pengertian, proses dan komunikasi informasi. Aktivitas mental ini dimungkinkan terjadi melalui penggunaan simbol, konsep, dan prototipe.

Berdasarkan pengertian di atas, ada tiga unit dalam berpikir, yaitu simbol, konsep dan prototipe (purwarupa).

Simbol: obyek atau tindakan tentang sesuatu hal lain.



Contoh berbagai simbol

Konsep: secara mental mengelompokan obyek, peristiwa, atau ide yang memiliki karakteristik sama, misalnya kucing, kuda, gajah, dst.



Sumber foto: <https://pixabay.com/>

Konten konsep terdiri dari:

Kategori (buku, kuda, dst),

Atribut atau karakteristik (merah, tinggi, dst.),

Abstrak (suka, benci, dst).

Prototipe: Contoh dari konsep yang menjelaskan atau menggambarkan karakteristik konsep tersebut. Misalnya: Sepatu canvas lukis itu bagaimana bentuknya?

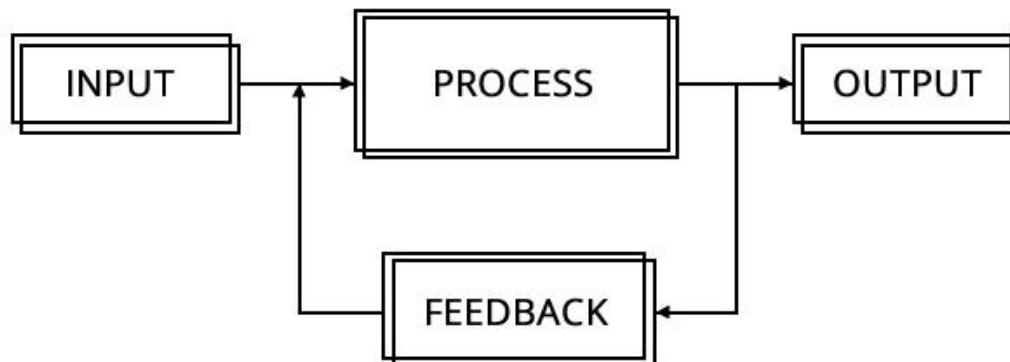


Sumber foto: <https://pixabay.com/>

Model Proses Berpikir

Secara sederhana proses berpikir dapat digambarkan seperti diagram di bawah ini. Terdiri dari empat tahap yang diberi nama: input, proses, umpan balik (feedback), dan output.

Input informasi memulai proses komunikasi. Setelah informasi diterima (Input), proses berpikir diaktifkan. Berbagai kemampuan berpikir diterapkan dalam pengolahan informasi ini (Proses). Pada tahap ini, input stimulus dari luar akan mengaktifkan mekanisme berpikir untuk mencari pengetahuan atau pengalaman sebelumnya sebagai reaksi terhadap tantangan ini.



Model proses berpikir

Ketika respon baru dipanggil, mekanisme berpikir akan mengembangkan respon baru untuk meng-akomodasi terhadap tantangan baru ini. Setelah melalui tahapan proses, keputusan awal akan dibuat (Output). Namun seringkali keputusan ini diproses ulang (Feedback) dalam upaya menghasilkan aksi yang paling sesuai.

Jadi berpikir adalah aktivitas memproses informasi secara mental atau secara kognitif. Secara lebih formal, berpikir adalah penyusunan ulang atau manipulasi kognitif baik informasi dari lingkungan maupun simbol-simbol yang disimpan dalam long term memory.

Kemampuan Inti Berpikir

Kemampuan inti berpikir adalah proses kognitif, susunan blok yang membangun kemampuan berpikir. Kemampuan ini penting dimiliki oleh pelajar. Dapat diajarkan dan diperkuat di sekolah.

Kemampuan Memusatkan Perhatian (Fokus)

Memusatkan perhatian pada sebagian informasi tertentu saja yang dipilih, sementara rangsangan lain dari sekitarnya tidak dihiraukan.

1. Mendefinisikan masalah: mampu menjelaskan kebutuhan, ketidaksesuaian, atau situasi membingungkan.
2. Menentukan tujuan: Menetapkan arah dan tujuan.

Kemampuan Menghimpun Informasi

Menyadari kebutuhan data untuk proses kognitif. Mengambil informasi yang berkaitan dan diperlukan ke pikiran sadar untuk proses kognitif.

3. Pengamatan: Memperoleh informasi melalui satu atau lebih indera.
4. Formulasi pertanyaan: Melihat informasi baru melalui penyelidikan.

Kemampuan Mengingat

Menyimpan informasi dalam ingatan dan kemudian dipanggil kembali dalam pikiran.

5. Encoding: Menyimpan informasi dalam ingatan untuk jangka lama.
6. Recalling: Mendapatkan kembali informasi dari memori jangka panjang.

Kemampuan Mengorganisir

Mengatur informasi agar bisa digunakan secara lebih efektif.

7. Membandingkan: Mencatat kesamaan dan perbedaan antara entitas.
8. Klasifikasi: Mengelompokkan dan memberi label entitas berdasarkan atributnya.
9. Ordering: Meruntun entitas menurut kriteria yang diberikan.
10. Representing: Merubah bentuk, tanpa mengubah substansi informasi.

Kemampuan Menganalisis

Menguraikan suatu informasi atas berbagai bagiannya. Menelaah bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat sehingga arti keseluruhan struktur peng-organisasiannya dapat dipahami.

11. Identifikasi atribut dan komponen: menentukan karakteristik atau bagian-bagian dari sesuatu.
12. Identifikasi hubungan dan pola: mengenali bagaimana cara unsur-unsur berkaitan.

13. Identifikasi ide utama: meng-identifikasi unsur pusat; sebagai contoh hirarki kunci ide dalam pesan atau urutan penalaran.

14. Identifikasi kesalahan: mengenali kesesatan logika dan kesalahan lain, serta dimana mungkin mengoreksinya.

Kemampuan Menghasilkan

Memproduksi informasi baru, ide, atau berbagai cara pandang terhadap sesuatu.

15. Inferring: menyimpulkan dari informasi yang tersirat (diluar dari informasi yang ada) untuk mengidentifikasi apa yang diduga mungkin layak benar.

16. Prediksi: antisipasi kejadian selanjutnya, atau akibat dari suatu situasi.

17. Elaborasi: menjelaskan dengan menambahkan detail, contoh, atau informasi lain yang relevan.

Kemampuan Integrasi

Menghubungkan dan mengkombinasikan informasi agar hubungan antar informasi dipahami lebih baik.

18. Meringkas: mengkombinasikan informasi secara efisien dalam satu kesatuan pernyataan yang terpadu.

19. Restruktur: merubah struktur pengetahuan yang ada untuk menggabungkan informasi baru.

Kemampuan Evaluasi

Menilai kewajaran dan kualitas ide atau suatu pokok berdasarkan pada acuan tertentu. Membuat suatu pertimbangan berdasarkan kriteria dan standar yang ada.

Ada dua macam proses kognitif yang tercakup dalam kategori ini: memeriksa (checking) dan mengkritik (critiquing).

Memeriksa: Menguji konsistensi atau kekurangan suatu karya berdasarkan kriteria internal (kriteria yang melekat dengan sifat produk tersebut). Contoh: Memeriksa apakah kesimpulan yang ditarik telah sesuai dengan data yang ada.

Mengkritik: menilai suatu karya baik kelebihan maupun kekurangannya, berdasarkan kriteria eksternal. Contoh: menilai apakah rumusan hipotesis sesuai atau tidak (sesuai atau tidaknya rumusan hipotesis dipengaruhi oleh pengetahuan dan cara pandang penilai).

20. Establishing criteria: membuat tataran atau standar untuk membuat penilaian.

21. Verifying: mengkonfirmasi akurasi dari suatu klaim.

Taksonomi Bloom Ranah Kognitif

Taksonomi Bloom dibuat pada tahun 1956 untuk mempromosikan bentuk pemikiran yang lebih tinggi dalam pendidikan, yaitu menganalisis dan mengevaluasi, daripada sekedar mengingat fakta (hafalan).

Komite di bawah kepemimpinan psikolog pendidikan Dr Benjamin Bloom mengidentifikasi tiga ranah kegiatan pembelajaran, yaitu:

Kognitif : keterampilan mental (Pengetahuan)

Afektif : pertumbuhan perasaan dan emosional (Sikap)

Psikomotor : keterampilan manual atau fisik (Keterampilan)

Taksonomi perilaku belajar ini dirancang sebagai tujuan dari proses pembelajaran. Setelah pembelajaran, pelajar harus memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan sikap baru.

Ranah Kognitif

Ranah kognitif melibatkan pengetahuan dan pengembangan keterampilan intelektual. Ada enam kategori utama proses kognitif, mulai dari yang paling sederhana hingga yang paling kompleks:

1. Mengingat
2. Memahami
3. Menerapkan
4. Menganalisis
5. Mengevaluasi
6. Membuat

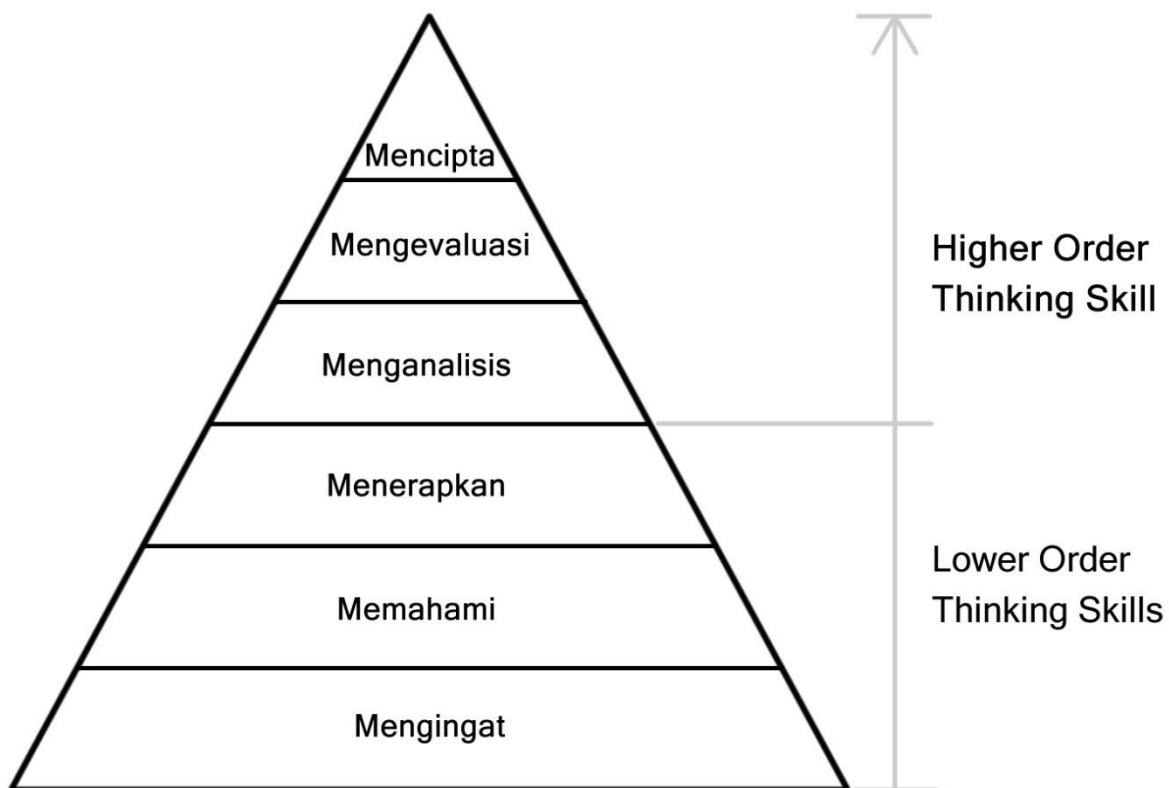
Hierarki kategori ini menggambarkan tingkat kesulitan. Artinya, yang pertama harus dikuasai dulu sebelum naik ke tingkatan berikutnya.

- Untuk memahami pengetahuan harus mengingat.
- Untuk menerapkan pengetahuan harus memahami.
- Untuk menganalisis harus menerapkan.
- Untuk mengevaluasi harus menganalisis.
- Untuk membuat sesuatu, harus mengingat, memahami, mengaplikasikan, menganalisis dan mengevaluasi.

Revisi Taksonomi Bloom

Lorin Anderson, mantan mahasiswa Bloom, dan David Krathwohl meninjau ulang ranah kognitif pada pertengahan tahun sembilan puluhan dan membuat beberapa perubahan:

Mengubah nama kategori dari kata benda ke bentuk kata kerja, dan mengatur ulang hierarki kategori sehingga menjadi seperti yang ditunjukkan pada grafik di bawah ini.



Hierarki Taksonomi Bloom ranah kognitif

Mengingat

Kemampuan mengingat kembali pengetahuan yang dipelajari sebelumnya. Contoh: mengingat fakta khusus, istilah, konsep, prinsip, urutan, kecenderungan, klasifikasi, kategori, kriteria dan metodologi subyek pengetahuan.

Memahami

Kemampuan memahami makna, interpretasi instruksi, interpolasi, ekstrapolasi dan masalah. Menyatakan masalah dengan kata-kata sendiri. Memahami, mengonversi, membedakan, memperkirakan, menjelaskan, memperluas, menggeneralisasikan, memberikan contoh, menyimpulkan, menafsirkan, memprediksi, menulis ulang, merangkum, dan translasi (mengubah dari satu bentuk ke bentuk lain).

Menerapkan

Kemampuan untuk menerapkan informasi dalam situasi nyata atau menerapkan konsep dalam situasi baru. Contoh: Menerapkan apa yang dipelajari di kelas ke dalam situasi baru di tempat kerja.

Menganalisis

Kemampuan menguraikan materi atau konsep menjadi bagian-bagiannya, sehingga struktur organisasinya dapat dipahami. Mengidentifikasi bagian-bagian, hubungannya dan pengorganisasian.

Contoh: Menganalisis penyebab meningkatnya harga pokok penjualan dalam laporan keuangan dengan memisahkan komponen-komponennya. Memecahkan masalah dengan menggunakan deduksi logis. Mengenali kesalahan logis dalam bernalar.

Mengevaluasi

Kemampuan menilai manfaat suatu benda atau hal untuk tujuan tertentu berdasarkan kriteria yang jelas. Paling tidak ada dua bentuk tingkat evaluasi menurut Bloom, yaitu: Penilaian berdasarkan bukti internal dan bukti eksternal.

Contoh: Membandingkan hasil ujian siswa dengan kunci jawaban. memilih solusi yang paling efektif, memperkerjakan kandidat yang paling berkualitas.

Membuat

Membuat adalah proses menggabungkan atau mengkombinasikan informasi dan ide dari berbagai sumber untuk membuat sesuatu dengan cara yang baru. Membangun struktur atau pola dari berbagai elemen.

Menyatukan bagian-bagian untuk membentuk keseluruhan, dengan penekanan pada menciptakan makna, kombinasi, atau struktur baru yang memiliki keunikan tersendiri.

Contoh: Mengintegrasikan kurikulum pelatihan dari beberapa sumber. Merevisi dan memproses untuk meningkatkan hasil. Menulis manual proses atau operasional perusahaan.

Matriks Proses Kognitif dan Tingkat Pengetahuan

Revisi Taksonomi Bloom tidak hanya meningkatkan kegunaannya dengan menggunakan kata-kata kerja, tetapi juga menambahkan matriks kognitif dan pengetahuan.

Faktual: Unsur dasar yang harus diketahui siswa untuk berkenalan dengan disiplin atau memecahkan masalah.

Konseptual: Keterkaitan di antara elemen-elemen dasar dalam struktur yang lebih besar, memungkinkan mereka berfungsi bersama.

Prosedural: Cara melakukan sesuatu, metode penyelidikan, kriteria menggunakan keterampilan, algoritma, teknik, dan metode.

Selain itu, ditambahkan tingkat pengetahuan, yaitu:

Fakta - Data atau contoh spesifik dan unik.

Konsep - Kelas item, kata, atau ide yang dikenal dengan nama umum, termasuk beberapa contoh spesifik, berbagi fitur umum. Ada dua jenis konsep: konkret dan abstrak.

Proses - Alur peristiwa atau kegiatan yang menggambarkan bagaimana cara kerja sesuatu daripada bagaimana cara melakukan sesuatu.

Biasanya ada dua jenis: proses bisnis yang menggambarkan aliran kerja, dan proses teknis yang menggambarkan bagaimana cara kerja sesuatu.

Gambaran besar tentang bagaimana sesuatu bekerja.

Prosedur - Serangkaian tindakan dan keputusan langkah demi langkah hasil dalam pencapaian tugas. Ada dua jenis tindakan: linier dan bercabang.

Prinsip - Pedoman, aturan, dan parameter yang mengatur. Tidak hanya mencakup apa yang harus dilakukan, tetapi juga apa yang tidak boleh dilakukan. Prinsip memungkinkan seseorang membuat prediksi dan implikasinya. Hal ini memberikan pengaruh, seseorang dapat menyimpulkan atau menduga penyebab suatu fenomena. Prinsip adalah blok bangunan mendasar dari model kausal atau model teoritis.

Metakognitif - Pengetahuan tentang kognisi secara umum, serta kesadaran dan pengetahuan tentang kognisi sendiri/seseorang. Mengetahui batas-batas diri, memahami kelebihan dan kekurangan sendiri. Menyadari faktor-faktor di luar kendali dan kesadarannya, hal-hal apa saja yang diperlukan sebagai bantuan atau dapat menjadi hambatan dalam menilai sesuatu.

Dengan demikian, matriks kognitif dan dimensi pengetahuan terlihat seperti tabel di bawah ini

Dimensi Pengetahuan	Kognitif					
	Mengingat	Memahami	Menerapkan	Menganalisa	Mengevaluasi	Membuat
Fakta						
Konsep						
Proses						
Prosedur						
Prinsip						
Metakognitif						

Matrix Dimensi Pengetahuan dan Kognitif

Bagian 3

Berpikir Kritis

Inti berpikir kritis adalah: Tidak begitu saja menerima atau menolak sesuatu, dan tidak begitu saja menerima apa yang ada. (Bagus Takwin, Berpikir Kritis.) Dengan lain kata, secara sistematis dan cermat menganalisis, mempertimbangkan berbagai sudut pandang, dan menilai apakah logis (masuk akal) atau tidak sebelum membuat suatu keputusan.

Sikap kritis ini perlu karena pikiran kita cenderung dipengaruhi oleh egosentrisme, sosiosentrisme, dan asumsi tidak beralasan atau prasangka (Bab 4 Hambatan Berpikir Kritis). Selain itu, informasi yang kita terima sering tidak utuh atau berdasarkan sudut pandang tertentu saja.

Mendefinisikan Berpikir Kritis

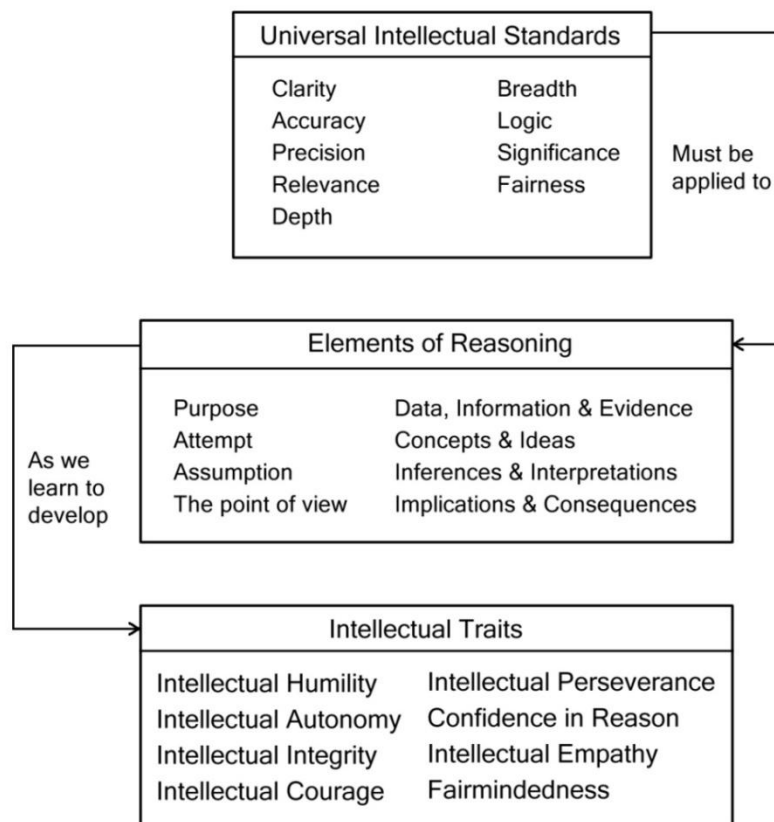
Critical thinking is the intellectually disciplined process of actively and skillfully conceptualizing, applying, analyzing, synthesizing and/or evaluation information gathered from or generated by observation, experience, reflection, reasoning or communication, as a guide to belief and action. (National Council for Excellence in Critical Thinking, 1987)

Berpikir kritis adalah proses disiplin intelektual. Secara aktif dan trampil melakukan konseptualisasi, menerapkan, menganalisis, mensintesa dan/atau mengevaluasi informasi yang dihimpun dari atau hasil pengamatan, pengalaman, refleksi, penalaran atau komunikasi, sebagai panduan untuk meyakini dan melakukan tindakan.

Kerangkakerja Berpikir Kritis

Tahun 2001 Paul dan Elder memperkenalkan kerangkakerja berpikir kritis (critical thinking framework) untuk membantu siswa menguasai dimensi berpikir melalui identifikasi elemen-elemen berpikir dan mengevaluasi penggunaan elemen-elemen tersebut.

Tujuan framework adalah meningkatkan kemampuan penalaran melalui identifikasi tiga elemen utama yang berlainan, yaitu elemen pemikiran, standar intelektual, dan nilai-nilai intelektual.



Critical Thinking Framework By Dr. Richard Paul and Dr. Linda Elder

Elemen Pemikiran

Untuk menganalisis struktur berpikir kita harus mengidentifikasi elemen-elemennya dan implikasi pertanyaannya. Menurut Paul dan Elder terdapat 8 elemen pemikiran, yaitu:

Struktur Pemikiran		
	Elemen Pemikiran	Pertanyaan
1	Ketika berpikir, kita berpikir untuk suatu tujuan	Apa tujuan saya yang paling mendasarnya?
2	dalam suatu sudut pandang	Apa sudut pandang saya terhadap isu?
3	berdasarkan asumsi	Asumsi apa yang saya gunakan dalam pemikiran?
4	mengarah ke implikasi dan konsekuensi .	Apa implikasi dari pemikiran saya (jika saya benar)?
5	Kita menggunakan data , fakta , dan pengalaman	Informasi apa yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan saya?
6	untuk menarik kesimpulan dan keputusan	Apa penarikan kesimpulan atau kesimpulan saya yang paling mendasar?
7	berdasarkan konsep dan teori	Konsep apa yang paling mendasar dalam pertanyaan?
8	untuk menjawab pertanyaan atau memecahkan masalah	Pertanyaan apa yang saya coba jawab?

1. Semua pemikiran mempunyai **tujuan**.

Menentukan tujuan atau sasaran topik termasuk bagian dari pemikiran. Untuk memahami suatu keadaan, masalah atau topik, kita harus mendefinisikan tujuan secara jelas.

Sebagai contoh, apakah tujuannya pergi ke suatu tempat, mempromosikan produk, mencapai target penjualan, atau menyelesaikan suatu masalah.

- Ambilah waktu untuk menentukan tujuan secara jelas. Tanyakan pada diri sendiri: Apa yang ingin saya capai? Apa tujuan utama saya? Tujuan saya?
- Bedakan tujuan utama dengan tujuan yang berkaitan.
- Periksa secara periodik untuk memastikan masih dalam target.
- Pilih tujuan yang signifikan dan realistis (dapat dikerjakan).

2. Semua pemikiran merupakan upaya untuk **memahami sesuatu**, menetapkan beberapa **pertanyaan**, dan untuk **memecahkan masalah**.

Pemikiran adalah usaha menjawab pertanyaan suatu masalah, dapat dilakukan dengan cara menggambarkan sesuatu, menetapkan pertanyaan dan menyelesaikan masalah. Hal yang penting dalam mengidentifikasi pertanyaan-pertanyaan adalah untuk memahami tujuan.

- Ambilah waktu untuk secara jelas dan secara teliti menetapkan pertanyaan atas suatu masalah. Tanyakan pada diri sendiri: Pertanyaan apa yang saya ajukan? Pertanyaan ini ditujukan untuk apa?
- Nyatakan pertanyaan dalam beberapa cara untuk memperjelas makna dan jangkauannya.

- Bagi pertanyaan dalam sub-pertanyaan.
- Identifikasi jika pertanyaan mempunyai satu jawaban benar, ini semata-mata masalah opini, atau memerlukan pemikiran lebih dari satu sudut pandang.

(3) Semua pemikiran didasarkan pada **asumsi**.

Sebelum mulai menyelesaikan masalah, kita tidak memiliki banyak informasi tentang topik tersebut. Oleh karena itu, kita membangun asumsi untuk bertindak sebagai dasar penelitian tentang topik tersebut.

Tanyakan pada diri sendiri: Asumsi apa yang saya terima begitu saja? Asumsi apa yang membuat saya sampai pada kesimpulan itu?

Berpikir efektif mencoba mengidentifikasi asumsi dengan jelas dan menentukan apakah asumsi tersebut dapat dipertanggungjawabkan, serta bagaimana asumsi tersebut membentuk sudut pandang.

(4) Semua pemikiran dilakukan dari beragam **sudut pandang**.

Pemikiran dibuat dengan memperhatikan beragam sudut pandang dalam hal ini beragam alternatif penyelesaian. Misalnya, kita memikirkan produk dari perspektif konsumen daripada bisnis.

Dari sudut pandang apa saya melihat masalah ini? Apakah ada sudut pandang lain yang harus saya pertimbangkan?

(5) Semua pemikiran didasarkan pada **data, informasi, dan bukti**.

Berpikir mencoba mengidentifikasi informasi, meyakinkan bahwa informasi yang digunakan jelas dan relevan dengan pertanyaan yang menjadi pokok masalah.

Pada bagian ini kita meliputi data dan informasi yang berkaitan dengan topik. Selain itu, kita mempunyai semua bukti yang mendukung topik.

Tanyakan pada diri sendiri: Informasi apa yang saya gunakan untuk sampai pada kesimpulan? Pengalaman apa yang saya miliki untuk mendukung klaim?

(6) Semua pemikiran dinyatakan melalui, dan dibentuk oleh, **konsep** dan **ide**.

Pemikiran dinyatakan dan dibentuk berdasarkan konsep dan ide yaitu definisi, teori, prinsip, aturan, dan model. Hal yang penting untuk mengidentifikasi konsep penting dan menjelaskan konsep tersebut dengan jelas. Termasuk semua teori yang berkaitan dengan penerapan solusi spesifik.

Apa ide utama di sini? Bisakah saya menjelaskan ide ini?

(7) Semua pemikiran mengandung **simpulan** atau **interpretasi** dimana kita melakukan penarikan kesimpulan dan memberi makna terhadap data.

Pemikiran terdiri dari penarikan kesimpulan atau interpretasi yang menggambarkan kesimpulan dan memberi pengertian dari data. Semua alasan harus mengarah pada konsekuensi yang merupakan hasil dari penerapan.

Bagaimana saya mencapai kesimpulan ini? Apakah ada cara lain untuk menafsirkan informasi?

(8) Semua pemikiran mengarah pada suatu hal atau mempunyai **implikasi** dan **konsekuensi**.

Pemikiran akan memiliki implikasi dan konsekuensi. Suatu hal yang penting untuk menemukan implikasi dan konsekuensi dari suatu pemikiran seseorang, adalah mencari implikasi negatif dan positifnya, dan mempertimbangkan konsekuensi-konsekuensi yang mungkin.

Jika seseorang menerima posisi saya, apa implikasinya?

Latihan Menerapkan Elemen-Elemen Pemikiran

Baca suatu artikel, terapkan elemen pikiran untuk menganalisis.

1. Tujuan utama artikel ini adalah
2. Pertanyaan utama yang dicoba untuk dijawab adalah
3. Informasi paling penting dalam artikel ini adalah
4. Kesimpulan utama dalam artikel ini adalah
5. Konsep / ide utama yang perlu dipahami dalam artikel ini adalah
6. Asumsi utama yang mendasari pemikiran penulis adalah
7. Jika alasannya dipilih, implikasinya adalah
Jika alasannya diabaikan, implikasinya adalah
8. Sudut pandang utama yang disajikan dalam artikel ini adalah

Standar Intelektual

Elemen pemikiran memerlukan standar kualitas yang baik untuk mencapai tujuannya dan memastikan keakuratan hasil. Standar intelektual universal dapat digunakan untuk memeriksa kualitas pemikiran suatu masalah, topik atau situasi.

Untuk memeriksa kualitas pemikiran, kita perlu mengevaluasi elemen-elemen pemikiran yang disebutkan di atas dengan mengajukan pertanyaan kepada diri sendiri berdasarkan faktor-faktor standar intelektual.

Kemampuan menerapkan faktor-faktor standar intelektual ini perlu dilatih dan dikembangkan untuk meningkatkan ketrampilan berpikir kritis:

- Kejelasan (Clarity)
- Akurasi (Accuracy)
- Ketelitian (Precision)
- Relevansi (Relevance)
- Kedalaman (Depth)
- Keluasan (Breadth)
- Logis (Logic)
- Signifikan (Significance)
- Kewajaran (Fairness)

Kejelasan

Kejelasan merupakan faktor mendasar suatu pernyataan. Jika pernyataan tidak jelas, kita tidak dapat menentukan apakah pernyataannya akurat atau relevan. Faktanya kita bahkan tidak dapat mengatakan apa-apa tentang suatu pernyataan karena kita tidak memahami apa yang dikatakan.

Misalnya, pertanyaan: “Apa yang dapat dilakukan tentang sistem pendidikan di Indonesia?”. Pertanyaan ini kurang jelas karena kita tidak memahami apa yang menjadi dasar pertimbangannya, yaitu masalah “Apa yang diharapkan dari pendidikan”.

Pertanyaan di atas dapat diubah menjadi: “Apa yang dapat dilakukan pendidik untuk menjamin agar siswa belajar ketrampilan dan kemampuan yang berguna untuk membantu mereka mencapai keberhasilan dalam pekerjaan dan mengambil keputusan dalam kehidupan sehari-hari?”

Berikut contoh pertanyaan yang dapat diajukan untuk memperoleh kejelasan suatu pernyataan:

Persisnya tentang apa yang kita bicarakan?

Bisakah Anda menjelaskan lebih jauh tentang hal tersebut?

Bisakah Anda mengungkapkan hal itu dengan cara lain?

Bisakah Anda memberikan contoh atau ilustrasi?

Dapatkah Anda menguraikan permasalahan yang rumit ini lebih mendetail?

Ijinkan saya mengatakan dengan kata-kata saya sendiri apa yang saya pikirkan sehubungan dengan apa yang barusan Anda katakan. Katakan kepada saya, kalau saya jelas perihal apa yang Anda maksud.

Akurasi

Pernyataan bisa jelas tetapi tidak akurat. Misalnya dalam pernyataan: “Kebanyakan hewan anjing memiliki berat lebih dari 300 pound.”

Akurasi adalah merepresentasikan sesuatu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Orang seringkali menjelaskan sesuatu atau peristiwa dengan cara yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Akurasi suatu pernyataan dapat ditelusuri dengan mengajukan pertanyaan:

Benarkah pernyataan itu benar?

Bagaimana kita memeriksa kebenarannya?

Bagaimana kita bisa mengetahui apakah itu benar?

Apakah pernyataan itu kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan?

Presisi

Pernyataan bisa jelas dan akurat, tetapi tidak tepat. Misalnya dalam pernyataan: “Jack kelebihan berat badan” (Kita tidak mengetahui seberapa berat Jack, apakah satu pon atau 500 pon).

Ketepatan harus didukung informasi atau data yang sangat mendetail agar dapat dimengerti secara persis apa maksudnya. Dalam beberapa situasi, informasi mendetail tidak diperlukan. Tetapi dalam banyak kasus, informasi secara spesifik sangat mendasar dan diperlukan.

Pertanyaan berikut ini dapat dijadikan panduan untuk memeriksa ketepatan suatu pernyataan:

Apakah pernyataan yang diungkapkan sudah sangat terperinci?
Apakah pernyataan itu sudah cukup spesifik?

Relevansi

Pernyataan bisa jelas, akurat dan tepat. Tetapi tidak relevan dengan pertanyaan yang dipermasalahkan. Relevansi bermakna bahwa pernyataan atau jawaban yang dikemukakan berhubungan dengan pertanyaan yang diajukan.

Penelusuran keterkaitan dapat diungkap dengan mengajukan pertanyaan berikut:

Bagaimana hubungan pernyataan itu dengan pertanyaan?
Bagaimana ungkapan itu menunjang apa yang dipermasalahkan?

Kedalaman

Pernyataan bisa jelas, akurat, tepat dan relevan. Tetapi kurang mendalam (dangkal) sehingga gagal menangani kompleksitas masalah.

Pertanyaan yang dapat diajukan:

Bagaimana jawaban Anda dalam mengatasi kompleksitas permasalahan?
Bagaimana Anda memperhitungkan masalah dalam pertanyaan?
Apakah hal itu menjawab faktor yang paling signifikan?

Keluasaan

Pernyataan bisa jelas, akurat, tepat, relevan, dan mendalam. Tetapi tidak memiliki keluasaan. Misalnya dalam argumen dari sudut pandang konservatif atau liberal yang masuk dalam masalah, tapi kita hanya mengakui wawasan dari satu sisi saja.

Keluasaan pernyataan dapat ditelusuri dengan pertanyaan berikut ini.

Apakah kita perlu mempertimbangkan sudut pandang lain?

Apakah ada cara lain untuk melihat pertanyaan ini?

Apakah perlu tinjauan atau teori lain dalam menanggapi pernyataan yang dirumuskan?

Seperti apakah ini dari sudut pandang konservatif?

Seperti apa kalau dari sudut pandang.....?

Logis

Ketika kita berpikir, kita menyatukan berbagai pemikiran menjadi satu urutan. Jika kombinasi pikiran satu sama lain saling menunjang dan mendukung perumusan pernyataan dengan benar, maka kita berpikir logis.

Sebaliknya jika kombinasi pikiran satu sama lain tidak saling mendukung, atau bertolak belakang (kontradiktif) dalam beberapa hal atau tidak masuk akal, maka kombinasi itu tidak logis.

Apakah ini benar-benar masuk akal?

Sebelumnya Anda menyiratkan begini, dan sekarang Anda mengatakan begitu, bagaimana keduanya bisa benar?

Fairness

Fairness berarti kita perlu memperlakukan semua fakta dan sudut pandang yang relevan dari suatu masalah dengan bobot yang sama. Pertimbangan kita bebas dari keberpihakan (bias), prasangka dan subjektivitas. Melihat sesuatu dari semua pihak dan menentukan apa yang menjadi kepentingan terbaik bagi semua pihak yang terlibat. Ketika sebuah argumen obyektif, ada kesetaraan.

Apakah saya memiliki kepentingan dalam masalah ini?

Apakah saya secara simpatik mewakili sudut pandang orang lain?

Nilai-Nilai Intelektual

Kerendahan Hati Intelektual

Mengembangkan kemampuan seseorang untuk mengakui bahwa seseorang seharusnya tidak mengklaim lebih dari yang sebenarnya diketahui. Memahami keadaan yang dapat menyebabkan bias, prasangka, dan kekeliruan konsep karena egosentrisme.

- Menyadari keterbatasan pengetahuan seseorang dan diri sendiri.
- Peka terhadap kemungkinan salah pengertian karena egosentrisme.
- Peka terhadap keberpihakan (bias), prasangka dan keterbatasan sudut pandang diri sendiri dan seseorang.

Keberanian Intelektual

Keberanian mengembangkan kesadaran untuk menangani gagasan terlepas dari sudut pandang atau emosi negatif kita tentangnya.

Mengembangkan kesadaran untuk mengevaluasi ide-ide terlepas dari anggapan dan persepsi kita atau kelompok sosial kita tentangnya. Keberanian untuk jujur pada pemikiran kita sendiri, tidak boleh secara pasif dan tidak kritis "menerima" begitu saja apa yang telah kita "pelajari."

Keberanian ini dihubungkan dengan pengakuan bahwa:

- Ide-ide yang dianggap berbahaya atau absurd kadang-kadang dibenarkan secara rasional (seluruhnya atau sebagian).
- Kesimpulan dan keyakinan yang ditanamkan dalam diri kita terkadang salah atau menyesatkan.

Empati Intelektual

Mengembangkan kemampuan menempatkan diri kita pada posisi orang lain untuk dapat benar-benar memahaminya.

Hal ini memerlukan kesadaran terhadap kecenderungan egosentris dalam mengidentifikasi kebenaran dengan persepsi pemikiran yang sudah lama mengendap atau atas dasar keyakinan.

Watak ini berkorelasi dengan kemampuan kita merekonstruksi secara akurat sudut pandang, penalaran, alasan premis, asumsi, dan gagasan dari orang lain.

Sifat ini juga berkorelasi dengan kemauan untuk mengingat kejadian di masa lalu ketika kita salah meskipun ada keyakinan kuat bahwa kita benar, bahwa kita juga tertipu dalam kasus yang sama.

Integritas Intelektual

Integritas intelektual fokus pada kemampuan untuk berintegrasi dengan penalaran orang lain.

- Pengakuan untuk jujur pada pemikirannya sendiri.
- Konsisten dalam standar intelektual yang berlaku.
- Mempertahankan diri sendiri dengan standar bukti dan membuktikan yang sama ketatnya dengan yang dipegang lawan.
- mempraktikkan apa yang dianjurkan seseorang untuk orang lain.
- Secara jujur mengakui ketidaksesuaian dan ketidakkonsistenan dalam pemikiran dan tindakan seseorang.

Ketekunan Intelektual

Mengembangkan kebutuhan menggunakan wawasan intelektual dan kebenaran terlepas dari hambatan, kesulitan dan frustrasi. Ketekunan untuk mencapai pemahaman atau wawasan yang lebih dalam. Ketaatan pada prinsip-prinsip rasional meskipun ada oposisi irasional dari orang lain.

Faith In Reason (Keyakinan dalam Alasan)

Keyakinan untuk melayani minat tinggi seseorang atau minat manusia pada umumnya adalah dengan memberikan kebebasan dalam menyampaikan alasan, mendorong untuk sampai pada kesimpulan dan mengembangkan kemampuan rasional mereka sendiri.

keyakinan bahwa dengan dorongan dan usaha mengembangkan yang tepat, orang dapat belajar berpikir untuk diri mereka sendiri, membentuk sudut pandang rasional, menarik kesimpulan yang masuk akal, dan berpikir secara logis.

Fairmindedness

Kemampuan membuat penilaian yang bebas dari diskriminasi dan ketidakjujuran.

Kesadaran semua sudut pandang diperlakukan sama, tanpa mengacu pada perasaan sendiri, kepentingan pribadi, perasaan dan kepentingan teman, komunitas, atau bangsa.

Watak ini menyiratkan kepatuhan terhadap standar intelektual tanpa mengacu pada keuntungan diri sendiri atau keuntungan kelompoknya.

Model Untuk Berpikir Kritis

Selain kerangkakerja berpikir kritis, terdapat model untuk berpikir kritis yang diajukan Learning Development Plymouth University. Model ini terdiri dari tiga tahap; deskripsi, analisis, dan evaluasi. Setiap tahap teridiri dari beberapa pertanyaan.

Deskripsi

Pertanyaan pendahuluan untuk memperoleh kejelasan informasi latar belakang dan kontekstual tentang suatu masalah. Pada tahap ini kita mengajukan pertanyaan:

What?

Tentang Apakah ini?

Apa konteks atau situasinya?

Apa masalah utamanya?

Topik Apa yang dibahas?

Where?

Dimana terjadi?

Who?

Siapa yang terlibat?

Siapa yang terpengaruh?

Siapa yang mungkin tertarik?

When?

Kapan terjadi?



Model to Generate Critical Thinking

Pertanyaan-pertanyaan di atas penting untuk mendapatkan pemahaman awal tentang suatu masalah atau topik. Hasilnya informasi deskriptif tentang siapa penulisnya, kapan ditulis, apa gagasan atau argumen utamanya.

Untuk berpikir kritis Anda perlu mengajukan pertanyaan yang lebih mendalam dengan melakukan analisis.

Analisis

Selanjutnya Anda beralih ke tahap menganalisis. Menyelidiki hubungan antar bagian-bagian yang membentuk sistem atau keseluruhan. Selain itu, kemungkinan situasi dan respon alternatif.

- Kita harus memilah bagian-bagiannya terpisah. Menjelaskan dan memeriksa bagaimana setiap bagian cocok dengan keseluruhan.
- Membandingkan berbagai elemen yang berbeda dan pertimbangannya.
- Pahami hubungan antar bagian-bagiannya.

Pada tahap ini kita tertarik pada proses atau metode, penyebab, teori dan bukti.

Pertanyaan-pertanyaan berikut ini akan membantu Anda mengembangkan jawaban yang lebih analitis dan pemikiran yang lebih dalam.

Why?

Kenapa mengajukan argumen/teori/saran/solusi ini?

Kenapa tidak yang lain? Bukti apa yang relevan dan dapat diandalkan untuk mendukung argumen, ide, atau kesimpulan yang disajikan?

Apakah data yang disajikan mendukung kesimpulan yang dibuat?
Metode apa yang digunakan dan apakah metode ini sudah tepat?
Kenapa ini terjadi? Mengapa itu dilakukan?

How?

Bagaimana satu faktor mempengaruhi yang lain?
Bagaimana bagian-bagiannya menjadi satu kesatuan?
Bagaimana cara kerjanya secara teori/praktek/konteks?
Bagaimana penulis mencapai kesimpulannya?

What if?

Bagaimana jika salah?
Apa alternatifnya?
Bagaimana jika ada masalah?
Bagaimana jika faktor ini atau itu ditambahkan/diganti/dihilangkan?

Evaluasi

Akhirnya sampai pada segmen evaluatif. Ini melibatkan penilaian kegagalan atau keberhasilan sesuatu, implikasinya, signifikansi dan / atau nilainya.

Evaluasi menuntun kita pada implikasi, solusi, kesimpulan atau rekomendasi. Ini berisi pertanyaan seperti 'bagaimana jika?' Dan 'jadi bagaimana?'

Mengajukan pertanyaan ini akan membantu Anda menilai nilai dan signifikansi dari apa yang telah Anda baca.

Pertanyaannya mungkin termasuk:

Seberapa relevankah teks ini dengan tujuan Anda?

Apa pendapat Anda tentang apa yang sudah Anda baca?

Apa posisi Anda tentang masalah ini?

Bagaimana ini berhubungan dengan informasi lain yang telah Anda baca atau dengar?

Apakah itu bertentangan, mendukung atau perlu bukti lain?

So what?

Jadi bagaimanakah saya mengatakan tentang ini?

Apakah berhasil/meyakinkan? Kenapa?

Jadi bagaimana artinya?

Jadi pada dasarnya bagaimanakah?

Jadi bagaimanakah implikasi dari hal ini?

Dengan cara apa/bagaimana hal ini signifikan?

What next?

Apa yang dapat dipelajari dari hal ini?

Apa yang diperlukan sekarang?

Apa yang dipertimbangkan sekarang?

Apakah dapat dialihkan?

Dibagian lain manakah dapat diterapkan (dan bagaimana)?

Anda tidak perlu berpikir atau membaca tentang segala sesuatu dalam kedalaman ini. Kadang-kadang hanya mengajukan pertanyaan deskriptif mungkin cukup, misalnya jika Anda hanya membaca sesuatu untuk mendapatkan pemahaman dasar tentang suatu topik.

Saat Anda perlu memahami dan membuat tugas, Anda harus terlibat secara kritis dengan suatu topik dan model ini dapat digunakan untuk membantu Anda.

Hambatan Berpikir Kritis

Pikiran manusia secara alami tidak memiliki atau mengembangkan kecenderungan rasional. Cara berpikir defaultnya cenderung terpusat pada diri sendiri. Hal ini menjadi dasar kekakuan pemikiran yang menghambat kita berpikir kritis.

Karena itu, kita perlu secara aktif mengenali dan mengendalikan potensi kecenderungan berpikir egosentris dalam diri sendiri dan orang lain.

Egosentrisme

Dua bentuk umum pemikiran yang mementingkan diri sendiri adalah (self-interested thinking) dan bias mementingkan diri sendiri (self-serving bias).

Self-interested thinking

Pemikiran yang mementingkan diri sendiri (self-interested thinking) adalah kecenderungan untuk menerima dan mempertahankan keyakinan yang selaras dengan kepentingan pribadi seseorang. Memandang minat, gagasan, dan nilai-nilai sendiri lebih unggul daripada orang lain.

Mendukung sesuatu karena bermanfaat bagi Anda atau untuk kepentingan Anda. Anda menganggap keinginan atau kebutuhan Anda lebih penting daripada yang lain. Kesimpulan yang mendukung karena mereka menarik minat Anda atau untuk kepentingan Anda.

Minat diri didefinisikan sebagai berfokus pada diri sendiri atau menempatkan diri pada keuntungan. Contohnya kepentingan pribadi adalah memikirkan kebutuhan Anda di atas kebutuhan orang lain di sekitar Anda.

Self-serving bias

Bias mementingkan diri sendiri (self-serving bias) adalah kecenderungan untuk melebih-lebihkan diri sendiri. "Jika sukses, itu karena aku. Jika gagal, itu karena seseorang atau sesuatu yang lain."

Memori egosentris (Egocentric memory)

Hanya mengingat bukti dan informasi yang mendukung pemikiran kita

Kemunafikan egosentris (Egocentric hypocrisy)

Mengabaikan inkonsistensi antara keyakinan dan perilaku, antara standar publik dan tindakan pribadi.

Penyederhanaan egosentris (Egocentric oversimplification)

Mengabaikan kompleksitas dan menyederhanakan sesuai dengan pandangan, nilai, dan keyakinan saat ini.

Buta karena egosentris (Egocentric blindness)

Tidak melihat fakta dan bukti yang bertentangan dengan pemikiran kita.

Sosiosentrisme

Pemikiran sosiosentris adalah pemikiran egosentris yang diangkat ke tingkat kelompok. Keinginan untuk menyesuaikan diri ini dapat melumpuhkan kekuatan penalaran dan pengambilan keputusan kritis.

Seperti halnya egosentrisme dapat merintangi pemikiran rasional dengan memfokuskan secara berlebihan pada diri sendiri, demikian juga sosiosentrisme dapat menghalangi pemikiran rasional dengan memfokuskan berlebihan pada kelompok.

Sosiosentrisme dapat mengubah cara berpikir kritis dalam banyak cara. Dua dari yang paling penting adalah **group bias** dan **conformism**.

Bias kelompok adalah kecenderungan untuk melihat kelompok sendiri (bangsa, suku, sekte, kelompok sebaya, dan sejenisnya) secara inheren lebih baik daripada yang lain. Ilmuwan sosial memberi tahu kita bahwa pemikiran seperti itu sangat umum di sepanjang sejarah manusia dan lintas budaya. Kecenderungan untuk melihat kelompok sendiri (mis. Bangsa) secara inheren lebih baik daripada yang lain.

Seperti halnya kita secara alami cenderung memiliki pandangan melebih-lebihkan diri tentang diri kita sendiri, maka kita juga mudah untuk memiliki pandangan melebih-lebihkan keluarga kita, komunitas kita, atau bangsa kita. Sebaliknya, merasa mudah untuk melihat dengan curiga atau tidak suka pada orang-orang yang dianggap sebagai "orang luar."

Konformisme mengacu pada kecenderungan kita untuk mengikuti orang banyak, menyesuaikan (seringkali tanpa berpikir) dengan otoritas atau untuk mengelompokkan standar perilaku dan keyakinan. Keinginan

untuk menjadi bagian dari kelompok, menjadi salah satu motivasi manusia yang paling kuat.

Sosiosentrisme biasa terjadi di semua budaya sepanjang sejarah. Bila terlalu jauh sering bisa menimbulkan konflik dan kekerasan.

Asumsi Tidak Beralasan

Asumsi adalah sesuatu yang kita terima begitu saja, sesuatu yang kita yakini benar tanpa bukti atau bukti konklusif. Hampir semua yang kita pikirkan dan lakukan didasarkan pada asumsi. Misalnya Anda memutuskan untuk pergi lebih pagi agar terhindar dari kemacetan lalu lintas, tapi jika orang lain juga beranggapan demikian, mungkin juga akan terjebak kemacetan.

Asumsi yang tidak beralasan (Unwarranted Assumptions)

Asumsi yang tidak beralasan adalah sesuatu yang diterima begitu saja tanpa alasan yang kuat. Keyakinan dianggap benar tanpa bukti atau pembenaran yang memadai.

Asumsi seperti itu seringkali mencegah kita melihat dengan jelas. Misalnya, ketertarikan kita pada seseorang mungkin menyebabkan kita berasumsi bahwa dia merasakan hal yang sama sehingga menafsirkan tindakan orang itu secara tidak benar.

Stereotip

Salah satu jenis asumsi tidak beralasan yang paling umum adalah stereotip. Dengan asumsi bahwa semua orang dalam suatu grup (mis., Jenis kelamin, ras) memiliki kualitas yang sama; dengan asumsi bahwa individu tertentu yang termasuk dalam kelompok memiliki kualitas tertentu hanya karena dia adalah bagian dari kelompok itu.

Ketika kita membentuk pendapat tentang seseorang yang tidak didasarkan pada kualitas individualnya, tetapi lebih tepatnya pada keanggotaannya dalam kelompok tertentu, kita mengasumsikan bahwa semua atau hampir semua anggota kelompok itu sama.

Karena orang tidak identik, tidak peduli ras atau kesamaan apa yang mereka miliki, konsep stereotipe sering salah atau menyesatkan.

Biasanya, stereotip dicapai melalui proses yang dikenal sebagai generalisasi tergesa-gesa (Hasty Generalization), di mana seseorang menarik kesimpulan tentang sejumlah besar hal (dalam hal ini orang) dari contoh kecil. Menarik kesimpulan berdasarkan ukuran sampel yang kecil, daripada melihat statistik yang jauh lebih sesuai dengan situasi tipikal atau rata-rata.

Atau kita mungkin menggeneralisasi dari apa yang kita dengar dari beberapa teman atau membaca dalam satu berita. Seringkali media, iklan, berita, film, dan sebagainya mendorong stereotip dengan cara mereka menggambarkan kelompok orang.

Relativistic Thinking

Ada dua bentuk-bentuk populer relativisme: subjektivisme dan relativisme budaya.

Subyektivisme adalah pandangan bahwa kebenaran adalah masalah pendapat individu. Menurut subjektivisme, apa pun yang seseorang yakini benar, adalah benar untuk orang itu, dan tidak ada yang namanya kebenaran "obyektif" atau "absolut", yaitu, kebenaran yang terlepas dari apa yang orang yakini.

Sejauh ini bentuk relativisme yang paling umum adalah relativisme moral. Seperti relativisme pada umumnya, relativisme moral datang dalam dua bentuk utama: subjektivisme moral (Moral Subjectivism) dan relativisme moral kultural.

Subyektivisme moral adalah pandangan bahwa apa yang benar secara moral dan baik untuk individu A, adalah apa pun yang A yakini secara moral benar dan baik.

Moralitas tidak tergantung pada masyarakat tetapi hanya pada individu. Apa pun baik-baik saja selama seseorang hidup dengan prinsipnya sendiri. Menjadikan konsep moralitas tidak berguna - prinsip satu orang vs orang lain, tidak ada argumen yang mungkin.

Misalnya, anggap Bobby percaya bahwa aborsi itu salah dan Alice percaya bahwa aborsi tidak selalu salah. Menurut subjektivisme, aborsi selalu salah untuk Bobby dan tidak selalu salah untuk Alice. Kedua kepercayaan itu benar bagi mereka. Dan kebenaran untuk satu individu atau lainnya adalah satu-satunya jenis kebenaran yang ada.

Relativisme Budaya (Cultural Relativism)

Bentuk utama lain dari relativisme moral adalah relativisme moral budaya, pandangan bahwa apa yang benar secara moral dan baik untuk seorang individu A, adalah apa pun yang diyakini oleh masyarakat atau budaya A secara moral benar dan baik. Pandangan bahwa apa yang menurut budaya adalah benar secara moral untuk dilakukan, secara moral benar untuk dilakukan, dalam budaya itu.

Jadi, menurut relativisme moral budaya, jika budaya A percaya bahwa poligami itu salah, dan budaya B percaya bahwa poligami itu benar, maka poligami itu salah untuk budaya A dan hak untuk budaya B. Ini adalah klaim, kebenaran adalah masalah pendapat sosial atau budaya. Minum anggur, misalnya, secara luas dianggap salah di Iran tetapi umumnya tidak dianggap salah di Perancis.

Menurut relativisme budaya, oleh karena itu, minum anggur tidak bermoral di Iran tetapi secara moral diperbolehkan di Perancis. Dengan demikian, bagi relativis kultural, seperti halnya pada subjektivis, tidak ada standar kebenaran objektif atau absolut. Apa yang benar adalah apa pun yang diyakini oleh sebagian besar orang dalam suatu masyarakat atau budaya.

Sepanjang sejarah, perang yang mengerikan, penganiayaan, dan tindakan imperialisme telah dilakukan oleh orang-orang yang sangat meyakini kebenaran absolut dari keyakinan dan praktik moral mereka.

Relativisme moral budaya tampaknya mengisyaratkan bahwa kita harus toleran terhadap kepercayaan dan nilai-nilai moral budaya lain. Jika budaya A percaya bahwa poligami itu salah, dan budaya B percaya bahwa itu benar, maka budaya A harus setuju bahwa poligami itu benar untuk budaya B, tidak peduli seberapa ofensif praktik itu terhadap budaya A.

Wishful Thinking

Percaya sesuatu bukan karena Anda memiliki bukti yang baik untuk itu, tetapi karena Anda berharap itu benar. Contoh: “Dia mencintaiku.”

Kenapa egosentrisme, sosiosentrisme, asumsi tidak beralasan, subyektivisme, dan wishful thinking menjadi penghalang untuk berpikir kritis? Baca ulang standar intelektual untuk berpikir kritis: akurat, jelas, relevan, masuk akal, logis, dst.

Literasi Media

Setiap hari kita dikelilingi media yang membawa berbagai pesan melalui beragam medium: koran, majalah, radio, televisi, internet, pesan teks, video game, iklan di billboard, spanduk, kemasan produk, logo terkenal merek fashion, hingga latar belakang musik di toko.

Karena terus-menerus dikelilingi media, kita tidak memperhatikan mengkonsumsinya. Bahkan mungkin mengkonsumsinya tanpa menaruh perhatian atau menggunakannya secara kritis. Secara naluriah kita memandang banyak produk media sebagai representasi dari apa yang nyata atau sumber kebenaran.

Tidak banyak yang mengetahui, bahwa pemegang modal korporasi media atau sekelompok kecil individu memiliki kekuasaan intelektual di ranah publik. Mereka menjadikan media sebagai alat bagi pihak yang berkepentingan, memonopoli atau mengontrol apa yang akan kita tonton, baca, dan dengar melalui media untuk menggiring opini khalayak.

Karena itulah literasi media di era digital penting dipelajari agar sebagai pemirsa (termasuk anak-anak dan remaja yang rentan) memiliki kemampuan berpikir kritis untuk mendekonstruksi pencitraan media.

Literasi Media di Era Digital

Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuk medium. (Sonia Livingstone, 2003).

Akses

Dalam menggunakan alat-alat teknologi dan media kita harus membuat pilihan bertanggungjawab. Memilih, memilah, berbagi informasi yang relevan dan dapat dipercaya secara kritis sebagai panduan pengetahuan, keyakinan dan dalam melakukan tindakan.

Analisis

Mengetahui bagaimana menganalisis, mempertimbangkan informasi, dan memeriksa konten untuk memastikan tujuan, sudut pandang, dan keakuratan informasi.

Evaluasi

Menentukan nilai dan kualitas konten untuk diri sendiri dan orang lain serta mempertimbangkan potensi pengaruh dari pesan yang kita buat.

Membuat media secara bertanggungjawab

Mengenali sudut pandang sendiri, mengatakan apa yang ingin dikatakan, bagaimana ingin menyampaikannya, menyadari dan memahami dampak pesannya adalah kunci komunikasi efektif.

Membuat media (pesan teks, email, artikel, flyer, gambar, video, blog, halaman web, berbagi di media sosial, wawancara, proposal, laporan, dst.) dengan kesadaran terhadap apa tujuan membuatnya, untuk siapa khalayaknya, teknik kreatif apa yang digunakan, dan bagaimana potensi pengaruhnya kepada pemirsa.

Refleksi

Mengaplikasikan tanggung jawab sosial dan prinsip-prinsip etika terhadap identitas sendiri, pengalaman pribadi dan perilaku berkomunikasi.

Tindakan

Melakukan suatu perbuatan, baik secara individu atau berkolaborasi untuk berbagi pengetahuan dan memecahkan masalah. Berpartisipasi dalam komunitas lokal, regional, nasional, dan internasional.

Konsep dan Pertanyaan

Era digital membuat kemudahan bagi setiap orang untuk membuat media. Kita tidak selalu mengetahui, siapa yang membuat sesuatu, kenapa mereka membuatnya, dan apakah dapat dipercaya.

Ada pesan text, meme, video viral, media sosial, video game, iklan, dan sejenisnya. Tapi semua media berbagi sesuatu: Seseorang membuatnya, dan dibuat atas dasar suatu alasan. Memahami alasan tersebut adalah dasar dari literasi media.

1. Media are constructions

Semua pesan media di bangun dengan maksud tertentu (constructed). Seseorang atau sekelompok orang membuat suatu pesan untuk tujuan atau alasan tertentu. Tidak selalu mengatakan yang sebenarnya atau jujur sesuai dengan kenyataan.

Produk media dibuat oleh individu yang disadari dan tidak disadari membuat pilihan tentang apa yang akan dibahas dan apa yang tidak, serta bagaimana menyajikan apa yang dibahas.

Keputusan ini didasarkan pada sudut pandang pembuatnya, yang dibentuk oleh opininya, asumsi dan bias (keberpihakan) sebagaimana halnya dengan media yang dieksposnya.

Sebagai hasil dari konstruksi tersebut, produk media tidak seluruhnya merupakan refleksi akurat dari dunia nyata. Bahkan pembuat film dokumenter yang paling obyektif pun harus memutuskan adegan yang akan digunakan dan dipotong, sebagaimana halnya sudut pandang dimana harus diletakan dari kamera.

Tanyakan:

Siapa yang membuat produk media ini? Apa tujuannya? Asumsi atau kepercayaan apa dari pembuat yang direfleksikan dalam konten?

Siapa yang membuat pesan ini? Siapa yang menulis, mendesain, mengedit, mendistribusikan pesan? Apa mediumnya? Sejauh mana bisa dipercaya?

2. Audiences negotiate meaning

Pesan media dibangun menggunakan bahasa yang kreatif dengan aturan tersendiri. Pikirkan tentang format atau bentuk: media yang berbeda akan menarik perhatian secara berbeda.

Makna dari setiap produk media tidak hanya dibuat oleh produsernya. Tapi kolaborasi antara mereka dan khalayaknya (audiens). Artinya khalayak yang berbeda dapat menarik makna yang berbeda dari produk yang sama.

Literasi media mendorong kita untuk memahami bagaimana faktor-faktor individual, misalnya usia, gender, ras dan status sosial berdampak pada interpretasi kita terhadap media.

Tanyakan:

Bagaimana kemungkinan orang yang berbeda melihat produk media ini secara berbeda? Bagaimana hal ini membuat apa yang kamu rasakan, sejauh mana kesamaan dan perbedaan kamu dari orang-orang yang memerankan dalam produk media?

Teknik kreatif apa yang digunakan dalam membuat pesan untuk menarik perhatian Anda? (gambar, slogan, humor, warna, suara, dukungan selebritis, dst).

3. Media have commercial implications. TUJUAN

Kebanyakan pesan media dibuat dengan tujuan tertentu, biasanya untuk menghasilkan uang atau memperoleh kekuasaan. Produksi media umumnya bisnis dan karena itu harus membuat keuntungan. Sebagai tambahan, industri media dimiliki oleh jaringan perusahaan besar yang menggunakan tekanan pengaruhnya pada konten dan distribusi.

Kepemilikan dan kontrol terpusat. Sekelompok kecil individu mengontrol apa yang kita tonton, baca, dan dengar melalui media. Bahkan dalam kasus dimana konten media tidak dibuat untuk keuntungan, seperti video di YouTube dan posting di Facebook, cara konten didistribusikan selalu dengan pikiran menguntungkan.

Tanyakan:

Apa tujuan komersil dari produk media ini atau dengan lain kata bagaimana akan membantu seseorang menghasilkan uang? Bagaimana hal ini mempengaruhi konten dan bagaimana dikomunikasikan?

Jika tidak ditemukan ada tujuan komersil, tujuan lain apa yang mungkin ada? Misalnya untuk memperoleh perhatian kepada pembuatnya atau

untuk meyakinkan khalayak pada sudut pandang tertentu. Bagaimana tujuan tersebut mempengaruhi konten dan bagaimana dikomunikasikan?

Kenapa pesan ini dibuat? Apa tujuannya? Siapa yang dibayar, siapa yang memperoleh keuntungan? Apakah media ini bertujuan untuk membantu Anda atau menjadi pembeli? Kartu kredit misalnya.

4. Media have social and political implications. KONTEN

Pesan media mengandung nilai-nilai, sudut pandang, dan gaya hidup. Media menyampaikan pesan ideologis tentang nilai-nilai, kekuasaan dan kewenangan. Dalam literasi media, apa atau siapa yang tidak hadir mungkin lebih penting daripada apa dan siapa yang dihadirkan.

Pesan ini mungkin hasil dari keputusan sadar, tapi lebih sering merupakan hasil dari bias bawah sadar dan asumsi yang tidak dipertanyakan. Keadaan ini dapat mempunyai pengaruh signifikan pada apa yang kita pikir dan kita yakini.

Media mempunyai pengaruh besar terhadap politik dan pembentukan perubahan sosial. Liputan berita di TV dan iklan dapat memberi pengaruh besar dalam pemilihan pemimpin nasional berdasarkan citra. Representasi isu dapat berdampak terhadap seberapa banyak perhatian yang mereka dapatkan; dan pandangan masyarakat terhadap kelompok berbeda dapat secara langsung dipengaruhi dengan bagaimana dan seberapa sering mereka muncul di media.

Tanyakan:

Siapa dan apa yang ditampilkan dalam sisi baik? Dalam sisi buruk? Kenapa kemungkinan orang-orang ini dan sesuatu hal ini ditampilkan dengan cara begitu? Siapa dan apa yang samasekali tidak ditampilkan?

Kesimpulan apa yang mungkin khalayak tarik berdasarkan fakta tersebut?

Apa kesan nilai-nilai moral yang dianjurkan dalam pesan? Apa sudut pandang yang nampak dalam pesan? Gaya hidup apa yang digambarkan atau diperankan?

Informasi apa, jika ada, yang HILANG (tidak ada) dalam pesan? Apa nilai-nilai, gaya hidup, atau sudut pandang yang tergambar dalam photo atau video?

5. Each medium has a unique aesthetic form. KHALAYAK (AUDIENCE)

Orang yang berbeda-beda mengalami pengalaman secara berbeda-beda atas media yang sama. Bergantung pada keyakinan individual, pengetahuan, dan pengalaman masing-masing. Konten media bergantung sebagian pada kealamiahannya mediumnya. Ini termasuk kebutuhan teknis, komersil, dan storytelling dari tiap medium.

Tanyakan:

Teknik apa yang digunakan dalam produksi media untuk mendapatkan perhatian Anda dan untuk mengkomunikasikan pesannya? Dengan cara apa gambar dalam produk media dimanipulasi melalui berbagai teknik? Sebagai contoh: pencahayaan, makeup, sudut kamera, manipulasi photo? Apa subyek genre yang diharapkan? (sebagai contoh: iklan cetak, Drama TV, video musik, video game).

Mendeteksi Bias di Media

Bias media adalah persepsi media dalam melaporkan berita secara parsial atau berprasangka. Bias media terjadi ketika cenderung mendorong sudut pandang tertentu, tidak melaporkan berita secara objektif.

Karena itu, ada manfaatnya untuk membandingkan beberapa sumber informasi karena liputan media tidak selalu sepenuhnya objektif. Selalu kritis dan sadar saat Anda membaca, menonton, atau mendengarkan media massa. Tetap waspada terhadap berbagai bentuk bias.

Berikut beberapa bentuk bias media yang harus diperhatikan:

Bias karena kelalaian (Bias by omission)

Media mengabaikan satu sisi atau satu aspek dari sebuah berita. Sering dikaitkan dengan kepentingan politik, mengabaikan fakta dari sumber lain yang berbeda sudut pandang.

Bias Penempatan (Bias by placement)

Penempatan artikel adalah ukuran seberapa penting redaksi menganggap sebuah berita. Hal pertama yang mereka ingin kita lihat atau tidak. Untuk mengidentifikasi jenis bias ini, cari di mana koran menempatkan suatu berita. Artikel tentang apa yang ada di halaman depan? Acara apa di prime time? Apa yang mendapatkan berita utama terbesar, atau liputan pertama dan terpanjang di TV atau radio? Pertimbangkan bagaimana penempatan ini memengaruhi perasaan orang tentang apa yang penting.

Bias melalui pengulangan (Bias by repetition)

Pengulangan peristiwa atau ide tertentu dapat membuat orang percaya bahwa itu benar, dan jauh lebih penting daripada yang sebenarnya.

Bias dalam sumber (Bias in the source)

Media tidak menyertakan sumber yang mendukung sudut pandang berlawanan, atau menyertakan lebih banyak sumber yang mendukung satu pandangan atas yang lain. Carilah perwakilan yang sama dari kedua belah pihak untuk menemukan jenis bias ini.

Bias by the selection of “experts”. Pemilihan ahli yang disengaja oleh seorang wartawan yang memiliki sudut pandang yang sama. Penggunaan frasa seperti "sebagian besar ahli percaya" atau "pengamat mengatakan". Ketika seorang wartawan mengatakan "sebagian besar pakar percaya ...", ini sering berarti, "Saya percaya .."

Bias dalam angka dan statistik (Bias in numbers and statistics)

Statistik sering digunakan untuk menciptakan kesan palsu. Dari pernyataan berikut, statistik mana yang akan Anda gunakan untuk meyakinkan seseorang bahwa hukuman mati adalah ide yang bagus? Hampir 30% dari mereka yang disurvei mendukung hukuman mati. Lebih dari 70% dari mereka yang disurvei menentang hukuman mati.

Bias by spin

Spin terjadi ketika sebuah cerita hanya memiliki satu interpretasi dari suatu peristiwa atau kebijakan. Reporter memberikan komentar subjektif tentang fakta objektif. Membuat satu sisi ideologis terlihat lebih baik daripada yang lain. Untuk mengidentifikasi jenis bias ini, cari perspektif mana yang cocok dengan sebuah berita - liberal atau konservatif.

Bias dalam foto (Bias in photos)

Digunakan untuk membentuk persepsi pembaca tentang suatu peristiwa. Photo atau video yang tidak menarik dapat menimbulkan kesan buruk, dan sebagian adegan dapat mengubah konteks suatu peristiwa.

Bias dengan label (Bias by labelling)

Penggunaan label seperti "teroris," "revolusioner," "radikal", "intoleran" atau "pejuang kemerdekaan" dapat menciptakan kesan yang sangat berbeda dari orang atau peristiwa yang sama.

Ada dua jenis pelabelan - pertama di mana satu sisi spektrum politik diberi label ekstrem, sedangkan sisi lain tidak ditangani dengan label atau diberi label yang lebih ringan.

Jenis lainnya adalah ketika satu sisi diberi label, dan yang lainnya diidentifikasi sebagai "pakar" atau "kelompok independen." Satu sisi diberi label dan yang lainnya tidak.

Disorder Informasi

Saat ini ada kecenderungan istilah 'Fake News' (Berita Palsu) digunakan untuk melaporkan berita yang tidak disetujui oleh pihak yang merasa tidak suka. Akibatnya istilah ini menjadi rentan dipolitisasi dan dikerahkan sebagai senjata terhadap industri media, sebagai cara untuk melemahkan berita yang tidak disukai penguasa.

Oleh karena itu UNESCO menganjurkan, kita harus menghindari menggunakan istilah tersebut. Sebagai gantinya, disarankan untuk menggunakan istilah misinformasi dan disinformasi.

Kecenderungan yang sama juga terjadi di Indonesia, tetapi untuk istilah 'Hoax' (Hoaks). Ketika ada seseorang atau tokoh publik menyampaikan pernyataan kritis terhadap suatu masalah, maka dianggap sebagai hoaks oleh pihak yang tidak setuju. Padahal perlu penyidikan lebih lanjut dan pembuktian secara ilmiah.

Jika kita ingin memikirkan solusi terhadap polusi tipe informasi ini di media sosial, kita perlu mulai memikirkannya dengan lebih hati-hati. Kita perlu memikirkan tentang orang-orang yang membuat konten tipe ini, dan apa yang memotivasi mereka membuatnya. Tipe konten apa yang mereka produksi, dan bagaimana khalayak menerimanya?

Dan ketika diantara khalayaknya ada yang memutuskan untuk membagikannya, apa motivasi mereka melakukannya? Ada banyak aspek terhadap isu ini, dan banyak perdebatan yang tidak menyerap kompleksitas permasalahannya.

Spektrum Disorder Informasi

Gambar Diagram Ven di bawah ini memperlihatkan jenis-jenis Informasi Disorder. Spektrumnya mulai dari informasi palsu (Falseness) hingga ke informasi yang dengan sengaja digunakan untuk merugikan orang lain.

TYPES OF INFORMATION DISORDER

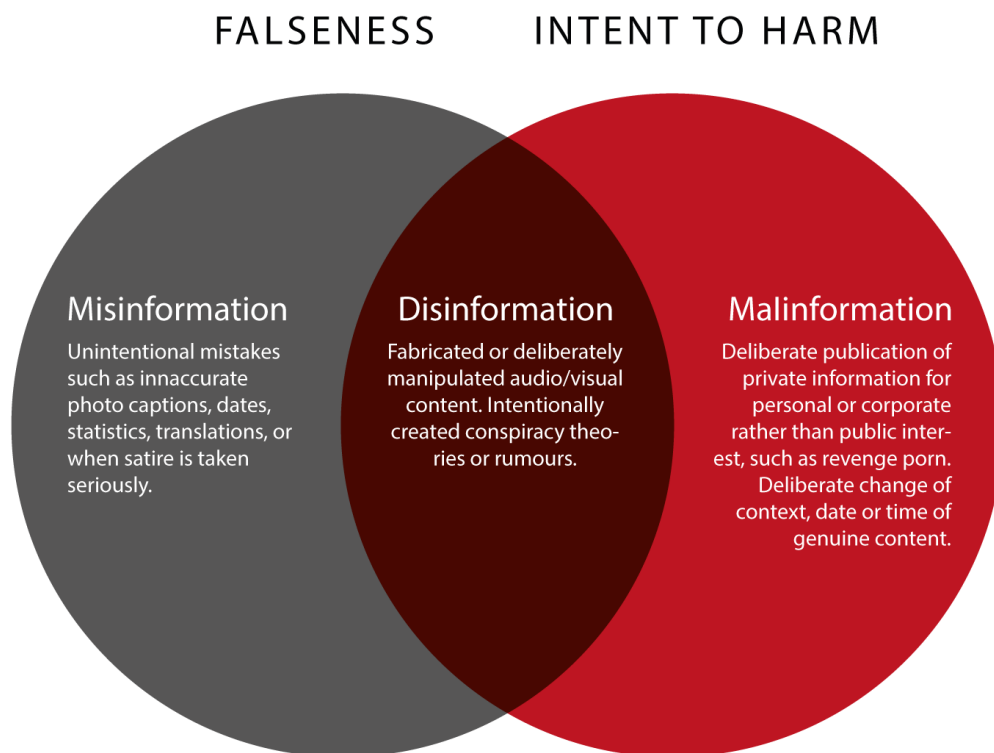


Image Credit: Claire Wardle & Hossein Derakshan, 2017.

Mis-informasi

Misinformasi adalah informasi tidak benar, tapi orang yang menyebarkannya, percaya bahwa informasi itu benar. Dengan lain kata, yang bersangkutan tidak ada maksud jahat untuk mengelabui khalayak yang membaca informasi yang salah tersebut.

Misinformasi dapat terjadi karena orang yang membuat berita menerima informasi secara parsial. Artinya hanya membaca sepotong informasi yang bersifat memihak, berat sebelah atau pilih kasih dari satu pihak saja. Tidak membaca informasi dari berbagai sumber lainnya. Sementara orang yang menyebarkan tidak berpikir kritis, percaya begitu saja tanpa memeriksa informasi yang dibacanya.

Meskipun tidak ada niat untuk mengelabui, tapi kalau sudah mengetahui ternyata salah, pihak yang sudah terlanjur menyebarkan harus segera meralat dan mohon maaf atas ketidaktahuannya.

Dis-informasi

Disinformasi adalah informasi tidak benar, dan orang yang menyebarkannya mengetahui bahwa informasi tersebut tidak benar. Jadi dengan sengaja berbuat kebohongan, dan orang yang menyebarkannya secara aktif menerima disinformasi dari aktor pembuatnya yang mempunyai niat jahat, dendam atau dengki kepada pihak tertentu.

Mal-informasi

Mal-information adalah informasi berdasarkan kenyataan, tapi digunakan dengan maksud tidak baik untuk menjatuhkan seseorang, organisasi, atau suatu negara. Informasi yang seharusnya disimpan secara privat namun disebarkan ke ruang publik oleh pihak lain.

Misalnya laporan yang mengungkapkan orientasi seksual seseorang tanpa justifikasi kepentingan publik.

Penting untuk membedakan pesan yang benar dari hal yang palsu, tapi juga hal yang benar tapi dibuat, diproduksi atau disebar oleh “agen” yang berniat untuk menjatuhkan daripada melayani kepentingan publik. Mal-Informasi semacam ini bertentangan dengan standar dan etika jurnalisme.

7 Jenis Mis-informasi dan Dis-informasi

Claire Wardle dari First Draft, sebuah projek di bidang literasi media, mendefinisikan tujuh tipe mis- dan disinformasi berikut ini.



1. Satire

Satire adalah gaya bahasa yang dipakai dalam kesusastraan untuk menyatakan sindiran terhadap suatu keadaan atau seseorang. Jenis meme atau kartun sering digunakan sebagai kritik terhadap masalah sosial dan politik yang terjadi dalam masyarakat.

Meskipun tidak bertujuan untuk mengelabui dan seringkali membuat orang tersenyum, tapi ejekan dengan mengedit foto secara tidak pantas berpotensi menghina yang bersangkutan.

2. Koneksi Salah (False Connection)

Persaingan untuk menarik perhatian khalayak semakin meningkat, sehingga editor menulis judul berita yang mengundang klik. Contoh false connection: Judul artikel, tampilan visual atau keterangan dibawah gambar yang memancing orang untuk meng-klik tautan (link). Tapi ketika artikelnya dibaca, orang merasa kecewa atau merasa dikelabui karena ternyata konten artikelnya dangkal, tidak mendukung judulnya yang menarik perhatian. Dalam digital marketing dikenal dengan istilah Clickbait.

3. Konten Menyesatkan (Misleading Content)

Konten jenis ini menggunakan informasi menyesatkan untuk membingkai isu atau individu dengan memotong foto, memilih kutipan atau statistik secara selektif. Dikenal sebagai framing, untuk mengarahkan opini pembaca. Misalnya dengan cara memotong bagian tertentu dari foto, atau menampilkan liputan video hanya pada area tertentu.

4. Konteks Salah (False Context)

Salah satu alasan kenapa istilah berita palsu tidak membantu adalah karena konten asli sering diedarkan kembali dari konteks aslinya. Misalnya, sebuah gambar dari Vietnam pada tahun 2007, diedarkan kembali tujuh tahun kemudian, dibagikan dengan keterangan bahwa ini adalah foto dari Nepal setelah gempa bumi tahun 2015.

Konten ini berupa informasi benar yang disampaikan dalam konteks yang salah. Hal semacam ini dapat terjadi jika media menempatkan pernyataan seseorang, gambar, juga video dalam konteks yang tidak sesuai dengan aslinya.

Umumnya digunakan untuk menggiring opini pembaca, baik untuk kepentingan politik maupun isu lainnya.

5. Konten Tiruan (Imposter Content)

Membuat konten (artikel, logo, gambar, video) atau website dengan meniru sumber resmi (asli) dengan tujuan untuk mengelabui khalayak.

Misalnya membuat website berita yang tampilan desain, logo dan alamat websitenya menyerupai website resmi, namun konten artikelnya dibuat untuk mengarahkan opini publik yang merugikan pihak tertentu.

6. Konten Manipulatif (Manipulated Content)

Konten jenis ini berasal dari konten asli yang dimanipulasi, baik untuk sekedar iseng, memprovokasi pembaca, menyebarkan propaganda, maupun untuk kepentingan politik.

7. Konten Palsu (Fabricated Content)

Konten palsu 100% salah. Sengaja direncanakan untuk mengelabui khalayak pembaca. Berpotensi pembodohan terhadap masyarakat. Motivasi pembuatannya dapat dilatarbelakangi untuk memperoleh keuntungan finansial, kepentingan politik, atau propaganda.

Berpikir Kritis Online

Informasi Untuk Orang Tua

Internet memudahkan kita untuk mencari dan menemukan lebih banyak informasi tentang berbagai hal. Sumber yang bagus untuk belajar, hiburan, dan bermedia sosial. Namun tidak semua informasi yang ada di internet benar.

Karena itu, membantu Anak Anda menjadi pengguna internet yang kritis dan cerdas merupakan langkah ke depan untuk menjaga mereka aman ketika online. Mengembangkan kemampuan berpikir kritis akan membantu mereka terhindar dari informasi yang tidak benar, penipuan, dan agenda setting media yang tersembunyi.

Ada banyak hal yang perlu dipelajari dan diketahui oleh anak-anak. Berikut beberapa hal utama untuk membantu mereka.

Iklan

Iklan tidak selalu mudah diketahui di era digital. Perusahaan dapat membayar untuk menampilkan produknya di bagian atas hasil pencarian, konten sponsor di website populer, atau diperkenalkan oleh selebritis di media sosial.

Meskipun ada peraturan bahwa konten yang dibayar harus ditandai, tapi bagi anak-anak tanda atau peringatan iklan dengan mudah bisa terlewat. Cari dan lihat kata “Iklan” dan “Konten sponsor”. Kalau dalam posting di media sosial biasanya menggunakan hastag #iklan atau #paidcontent.

Clickbait

Ada banyak persaingan di internet. Pebisnis online, situs berita, dan iklan berusaha menarik perhatian agar tautan ke website mereka di klik untuk dikunjungi dan kontennya dibaca. Caranya dengan membuat judul yang menarik perhatian dan menggoda orang untuk mengkliknya.

Misalnya : “5 Fakta Mengejutkan Tentang...”

“Kamu Tidak Akan Percaya Apa Yang Akan Terjadi Selanjutnya”

Judul yang menarik tidak selalu menandakan artikelnya berbobot dan ceritanya dapat dipercaya.

Rumor

Melalui media sosial, rumor dapat disebar dan dalam sekejap menjadi viral. Menjadi trending topik atau banyak dibicarakan pertanda bagus, tapi kalau ceritanya menimbulkan kesalahpahaman apalagi tidak benar, koreksi setelah menyebar luas mungkin tidak akan mendapatkan perhatian yang sama.

Akun atau sumber resmi umumnya dapat diandalkan, tapi tidak selalu kebal dari kesalahan. Penting untuk diingat, berita yang menjadi trending topik tidak berarti ceritanya selalu benar.

Berikut beberapa pertanyaan kunci untuk ditanyakan ketika mengajarkan literasi media kepada anak-anak:

Siapa yang membuat ini? Apakah Perusahaan? Apakah Seorang individu? (jika ya, siapa?) Artis? Komedian? Apakah sumbernya tidak dikenal? Kenapa kamu berpikir demikian?

Kenapa mereka membuatnya? Apakah tujuannya untuk memberitahukan kepada kamu tentang sesuatu yang terjadi di dunia? Apakah untuk merubah pikiran atau perilaku? (Misalnya artikel tentang opini atau tentang bagaimana caranya melakukan sesuatu). Apakah dibuat untuk membuat kamu tertawa (meme lucu)? Apakah untuk membuat kamu membeli sesuatu (Iklan)? Kenapa kamu berpikir begitu?

Untuk siapakah pesan ini dibuat? Apakah untuk anak-anak? Remaja? Gadis? Pria? Untuk orang-orang yang berbagi informasi tentang minat tertentu? Kenapa kamu berpikir begitu?

Teknik apa yang digunakan untuk membuat pesan ini dapat dipercaya? Apakah ada data statistik dari sumber yang punya reputasi baik? Apakah mengandung kutipan dari pakar subyeknya? Apakah ada bukti langsung untuk memastikan pembuatannya? Kenapa kamu berpikir begitu?

Detail apa yang tidak dimuat, kenapa? Apakah informasinya seimbang dengan pandangan yang berbeda, atau hanya dari satu pihak saja? Apakah kamu perlu informasi tambahan untuk memahami pesan? Kenapa kamu berpikir begitu?

Bagaimana perasaan kamu setelah membaca pesannya? Apakah kamu pikir orang lain mungkin merasa sama dengan yang kamu rasakan? Mungkinkah setiap orang juga merasakan hal yang sama, atau adakah orang-orang tertentu tidak setuju dengan kamu? Kenapa kamu berpikir begitu?

Bagi Remaja

Internet menjadi gudang pengetahuan, selain dapat diakses oleh penggunanya juga dapat menambahkan informasi baru. Hal ini sangat membantu, jika misalnya kamu ingin menjawab pertanyaan, mencari sesuatu untuk pekerjaan rumah, mencari kabar terbaru selebritis favorit, atau menonton video lucu.

Tapi dengan begitu banyaknya informasi, bagaimana caranya kamu dapat mengetahui mana yang benar dan mana yang tidak benar?

Karena itulah berpikir kritis diperlukan. Dengan berpikir jernih dan bersikap hati hati terhadap apa yang diberitakan online, kamu dapat memilih dan memilah informasi yang baik dari yang buruk.

Berpikir kritis juga dapat membantu kamu terhindar dari jebakan online, misalnya jadi korban penipuan dan mempercayai sesuatu yang palsu atau tidak benar.

Jadilah pemikir kritis dengan menanyakan kepada diri sendiri beberapa pertanyaan berikut ketika kamu mendapatkan info di internet, apakah berupa foto, artikel, postingan di media sosial atau video.

Mulai dengan pertanyaan Siapa?

Siapa yang menulis?

Siapa yang dituju?

Siapakah khalayak atau pemirsa informasi ini?

Siapa yang diuntungkan dari informasi ini?

Siapa yang terdampak dengan informasi ini?

Siapa yang mengetahui lebih banyak tentang ini?

Siapa sumbernya?

Siapa sponsor informasi ini?

Siapa sebenarnya yang menyediakan konten ini?

Kemudian pertanyakan Apa?

Apa yang kamu ketahui tentang orang ini?

Apa penjelasannya?

Apa yang TIDAK mereka katakan?

Apa alasan informasi ini ditulis atau dibuat?

Apa tujuannya?

Apa yang ingin kamu ketahui lebih banyak?

Apa yang paling utama atau kurang penting?

Apa kekuatan atau kelemahannya?

Darimana? Dimana?

Darimana datangnya informasi ini?

Dimana kejadiannya?

Dimana mencari bukti untuk mendukung hal ini?

Dimana saya dapat memvalidasi informasi ini?

Dimana saya pernah melihat opini yang serupa?

Kapan?

Kapan terjadinya?

Kapan informasi ini ditulis/diberitakan?

Kapan terakhir diperbaharui?

Kapan informasi ini mungkin akan berguna?

Kapan hal ini sebelumnya pernah terjadi?

Kenapa?

Kenapa informasi ini ditulis?

Kenapa penulisnya mengambil sudut pandang begini?

Kenapa saya melihat atau menerima informasi ini?

Kenapa khalayak perlu mengetahui informasi ini?

Pernahkah Kamu Menanyakan Bagaimana?

Bagaimana saya dapat mengetahui informasi ini benar?

Sejauh mana informasi ini dapat diandalkan?

Bagaimana saya dapat mengatakan jika website ini dapat dipercaya?

Bagaimana saya mengetahui jika informasi ini mengandung keberpihakan (bias), dipelintir atau diedit?

Bagaimana saya akan menyampaikan informasi ini dengan kata kata sendiri?

Bagaimana informasi ini akan menguntungkan atau merugikan kita?

Adakah orang lain mengatakan hal yang berbeda dengan cerita ini?

Apakah penyedia kontennya membayar? Atau yang menayangkan kontennya dibayar? Seperti iklan atau konten sponsor?

Jika iklan, apakah hanya memperlihatkan yang positif saja?

Apa kemungkinan negatifnya?

Membedakan Fakta dan Opini

Fakta dan opini (pendapat) sering dijalin bersama dalam artikel dan ucapan. Oleh karena itu sangat penting dapat mengurai benang merah apa yang fakta dari apa yang hanya keyakinan. Kemampuan ini akan mengembangkan keterampilan kritis dan analitis dalam membaca dan mendengarkan.

Fakta mengacu pada sesuatu yang dapat diverifikasi atau terbukti benar. Sesuatu yang telah terjadi atau diketahui telah ada dan dapat divalidasi dengan bukti. Fakta dapat berupa peristiwa atau informasi, berdasarkan kejadian nyata yang dapat diuji melalui verifikasi, yaitu didukung oleh bukti, statistik, dokumentasi, dll.

Data dan informasi empiris, yang dapat digunakan sebagai bukti fakta, termasuk penggunaan panca indera seseorang.

Opini mengacu pada keyakinan pribadi, penilaian atau keyakinan seseorang tentang sesuatu. Berhubungan dengan bagaimana perasaan, pikiran, sudut pandang, keinginan, sikap, pengalaman, pemahaman, keyakinan, dan nilai-nilai seseorang tentang sesuatu yang tidak dapat diuji dengan bukti nyata. Karena perbedaan individu, pendapat setiap orang tentang suatu hal juga berbeda.

Pendapat bisa akurat dan benar tetapi pendapat juga bisa sepenuhnya salah dan tidak benar. Dengan lain kata, opini bisa menjadi fakta ketika itu akurat, benar, dan dapat dibuktikan.

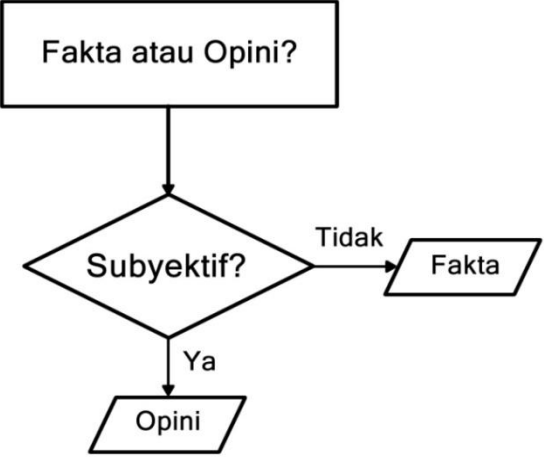
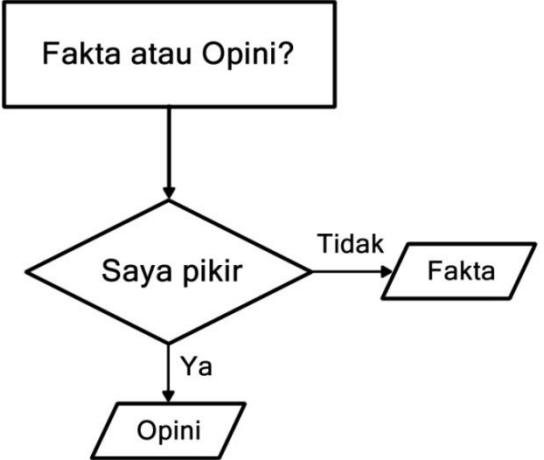
Perbedaan Utama Fakta dan Opini

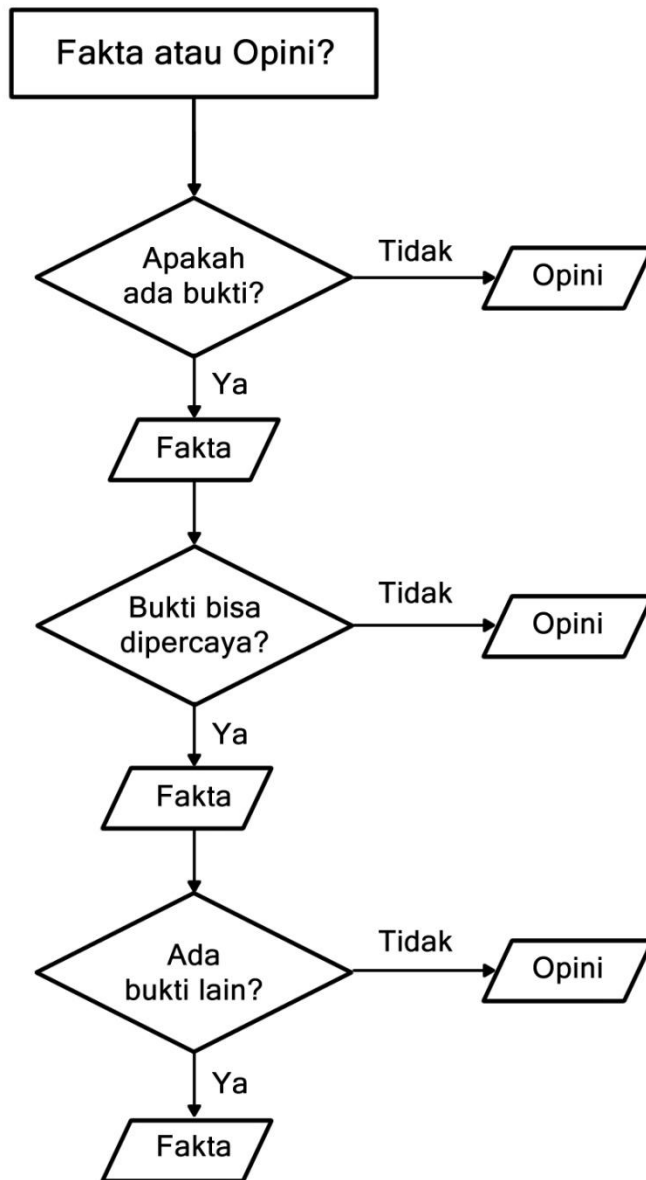
1. Fakta digambarkan sebagai pernyataan yang dapat diverifikasi atau dibuktikan benar. Opini adalah ekspresi penilaian atau kepercayaan tentang sesuatu.
2. Fakta berdasarkan atas pengamatan atau penelitian. Sedangkan pendapat didasarkan pada asumsi atau pandangan pribadi.
3. Fakta adalah realitas objektif sedangkan opini adalah pernyataan subjektif.

4. Fakta dapat diverifikasi dengan bantuan bukti atau statistik. Sebaliknya, pendapat tidak didukung oleh bukti.
5. Fakta menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi. Opini mewakili persepsi tentang sesuatu.
6. Fakta itu universal dan tidak berbeda dari orang ke orang orang. Berlawanan dengan opini, setiap orang memiliki pendapat berbeda tentang suatu subjek tertentu. Jadi bervariasi dari satu orang ke orang lain.
7. Fakta ditunjukkan dengan kata-kata yang tidak bias, sebaliknya pendapat diungkapkan dengan kata-kata yang bias.
8. Fakta dapat mengubah opini orang lain, sebaliknya opini tidak mungkin.
9. Fakta adalah informasi nyata sehingga tidak dapat diperdebatkan, sedangkan pendapat bisa diperdebatkan.

Mendeteksi Opini

Seorang pembaca harus mencari kata-kata yang merupakan petunjuk pernyataan opini. Pendapat seringkali didahului dengan ucapan seperti "Saya pikir", atau dengan kata sifat, komparatif dan superlatif, misalnya "baik", "lebih baik", "yang terbaik".

 <pre> graph TD A[Fakta atau Opini?] --> B{Subyektif?} B -- Ya --> C[/Opini/] B -- Tidak --> D[/Fakta/] </pre>	 <pre> graph TD A[Fakta atau Opini?] --> B{Saya pikir} B -- Ya --> C[/Opini/] B -- Tidak --> D[/Fakta/] </pre>
<p>Apakah penulisnya subyektif? Menggunakan kata sifat untuk menerangkan sifat, keadaan, watak dari orang, benda atau binatang. Contoh: lebih cantik, paling pintar, sangat kecil, mahal sekali, tercepat, terbaik, keras kepala, berpikiran maju, berjiwa besar, orang jujur, tidak salah.</p>	<p>Apakah penulis menggunakan kata Saya pikir...? Saya rasa... Menurut pendapat saya...</p>



CRAAP Test

CRAAP Test dikembangkan oleh Sarah Blakeslee dan team pustakawan di Universitas Negeri California, Chico (CSU Chico). Tujuannya untuk memeriksa keandalan sumber lintas disiplin akademik yang ditemukan secara online. Dengan menggunakan CRAAP Test untuk mengevaluasi sumber, seorang peneliti mengurangi kemungkinan menggunakan informasi yang tidak dapat diandalkan. Memudahkan pendidik dan siswa menentukan apakah sumber-sumber ini dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat untuk penelitian.

Kriteria Evaluasi

CRAAP adalah singkatan dari Currency, Relevance, Authority, Accuracy, dan Purpose.

Currency (Ketepatan waktu Informasi)

Kapan informasi dipublikasikan atau diposting? Apakah informasi telah direvisi atau diperbarui? Apakah topik Anda memerlukan informasi terbaru, atau sumber yang lebih lama juga akan sama baiknya? Apakah tautannya berfungsi?

Relevance (Relevansi): Pentingnya informasi untuk kebutuhan Anda. Apakah informasi tersebut terkait dengan topik Anda atau menjawab pertanyaan Anda? Siapa khalayak (audiens) yang dituju? Apakah level informasinya sesuai (Misalnya tidak terlalu mendasar atau tingkat lanjut untuk kebutuhan Anda)? Sudahkah melihat berbagai sumber sebelum menentukan ini yang akan Anda gunakan? Apakah Anda merasa nyaman mengutip sumber ini di makalah penelitian Anda?

Authority (Otoritas / Kewenangan) Sumber informasi.

Siapa penulis / penerbit / sumber / sponsor? Apa kredensial penulis atau afiliasi organisasi? Apakah penulis memenuhi syarat untuk menulis pada topik? Apakah ada informasi kontak, seperti penerbit atau alamat email? Apakah URL mengungkapkan sesuatu tentang penulis atau sumber?
Contoh: .com .edu .ac.id .go.id .org .or.id .net

Accuracy (Akurasi / Ketelitian). Keandalan, kebenaran, dan penyajian konten secara benar. Darimana informasi itu berasal? Apakah informasi tersebut didukung bukti? Apakah informasi telah ditinjau atau direferensikan? Bisakah Anda memverifikasi informasi di sumber lain atau dari pengetahuan pribadi? Apakah bahasa atau nadanya tampak tidak bias dan bebas dari emosi? Apakah ada kesalahan pengejaan, tata bahasa atau tipografi?

Purpose (Tujuan): Alasan informasi itu ada. Apa tujuan dari informasi tersebut? Apakah untuk memberikan informasi, mengajar, menjual, menghibur atau membujuk? Apakah penulis / sponsor menjelaskan maksud atau tujuannya? Apakah informasi itu fakta, pendapat atau propaganda? Apakah sudut pandang tampak obyektif dan tidak memihak? Apakah ada bias politik, ideologis, budaya, agama, kelembagaan atau pribadi?

Contoh Lembar Kerja CRAAP Test

Gunakan daftar berikut untuk membantu Anda mengevaluasi website. Jawab pertanyaan selayaknya, dan kemudian masing-masing bagian dari 1 sampai 5 diberi peringkat dari 1 hingga 10 (1= Tidak dapat dipercaya, 10 = Sangat Baik). Naikan skor untuk memberi Anda ide apakah Anda harus menggunakan sumber (dan apakah Professor Anda juga ingin Anda melakukannya).

1. Currency (Ketepatan waktu Informasi)	
Kapan informasi dipublikasikan atau diposting?	10
Apakah informasi telah direvisi atau diperbarui?	
Apakah topik Anda memerlukan informasi terbaru, atau sumber yang lebih lama juga akan sama baiknya?	
Apakah tautannya berfungsi?	

2. Relevance (Relevansi): Pentingnya informasi untuk kebutuhan Anda.	
Apakah informasi tersebut terkait dengan topik Anda atau menjawab pertanyaan Anda?	10
Siapa khalayak (audiens) yang dituju?	
Apakah level informasinya sesuai (Misalnya tidak terlalu mendasar atau tingkat lanjut untuk kebutuhan Anda)?	
Sudahkah melihat berbagai sumber sebelum menentukan ini yang akan Anda gunakan?	
Apakah Anda merasa nyaman mengutip sumber ini di makalah penelitian Anda?	

3. Authority (Otoritas / Kewenangan) Sumber informasi.	
Siapa penulis / penerbit / sumber / sponsor?	10
Apa kredensial penulis atau afiliasi organisasi?	
Apakah penulis memenuhi syarat untuk menulis pada topik?	
Apakah ada informasi kontak, seperti penerbit atau alamat email?	
Apakah URL mengungkapkan sesuatu tentang penulis atau sumber? Contoh: .com .edu .ac.id .go.id .org .or.id .net	

4. Accuracy (Akurasi / Ketelitian). Keandalan, kebenaran, dan cara menyajikan konten yang benar.	
Darimana informasi berasal?	10
Apakah informasi tersebut didukung bukti?	
Apakah informasi telah ditinjau atau direferensikan?	
Bisakah Anda memverifikasi informasi di sumber lain atau dari pengetahuan pribadi?	
Apakah bahasa atau nadanya tampak tidak bias dan bebas dari emosi?	
Apakah ada kesalahan pengejaan, tata bahasa atau tipografi?	

5. Purpose (Tujuan): Alasan informasi itu ada.	
Apa tujuan dari informasi tersebut?	10
Apakah untuk memberikan informasi, mengajar, menjual, menghibur atau membujuk?	
Apakah penulis / sponsor menjelaskan maksud atau tujuannya?	
Apakah informasi itu fakta, pendapat atau propaganda?	
Apakah sudut pandang tampak obyektif dan tidak memihak?	
Apakah ada bias politik, ideologis, budaya, agama, kelembagaan atau pribadi?	

40 – 50 Excelent	Total Nilai	50
40 – 44 Good		
35 – 39 Average		
30 – 34 Borderline Acceptable		
Below 30 - Unacceptable		

Pemeriksaan Lebih Lanjut

Untuk mengetahui informasi pemilik website, kunjungi <https://who.is>
 Ketikkan domain name (misalnya: bandunglokalbisnis.com) yang ingin diketahui atas nama siapa pemilik (pendaftar) nya pada kolom yang tersedia lalu klik tombol pencarian. Kadang ada beberapa pemilik website yang memproteksi informasi mereka sehingga kita tidak dapat mengetahuinya.



who.is

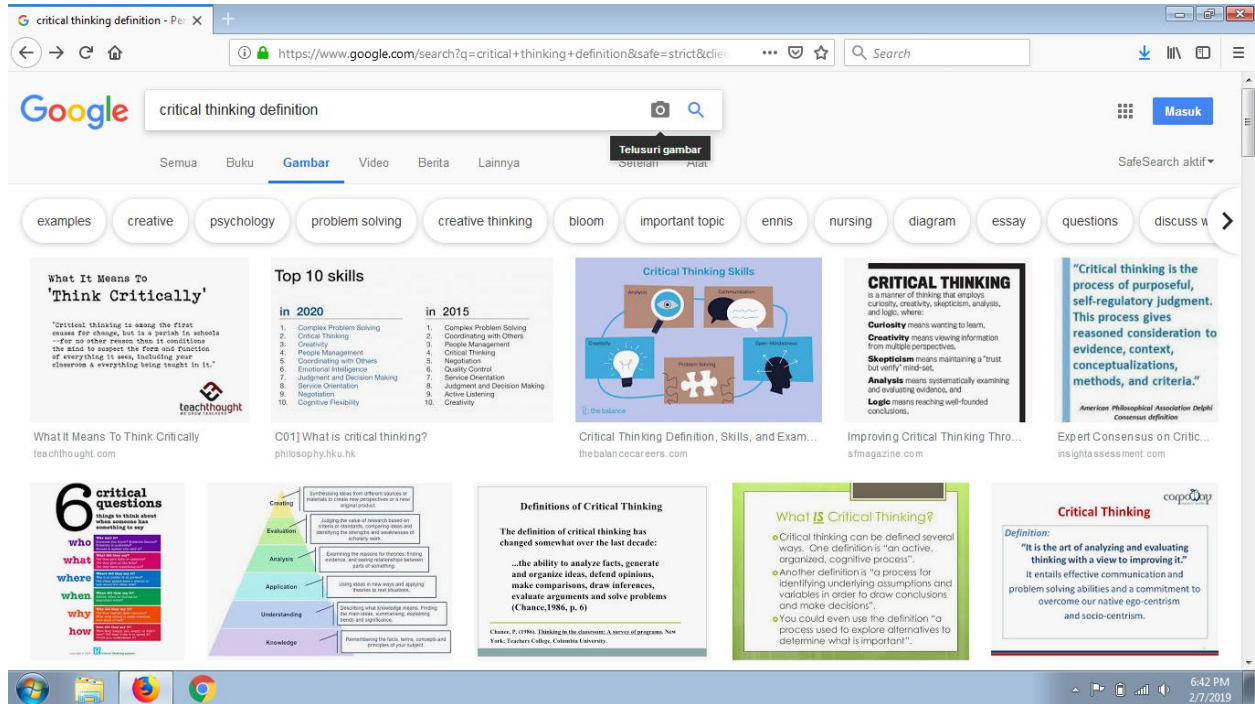
WHOIS Search, Domain Name, Website, and IP Tools

📍 Your IP address is

Tangkapan layar laman who.is

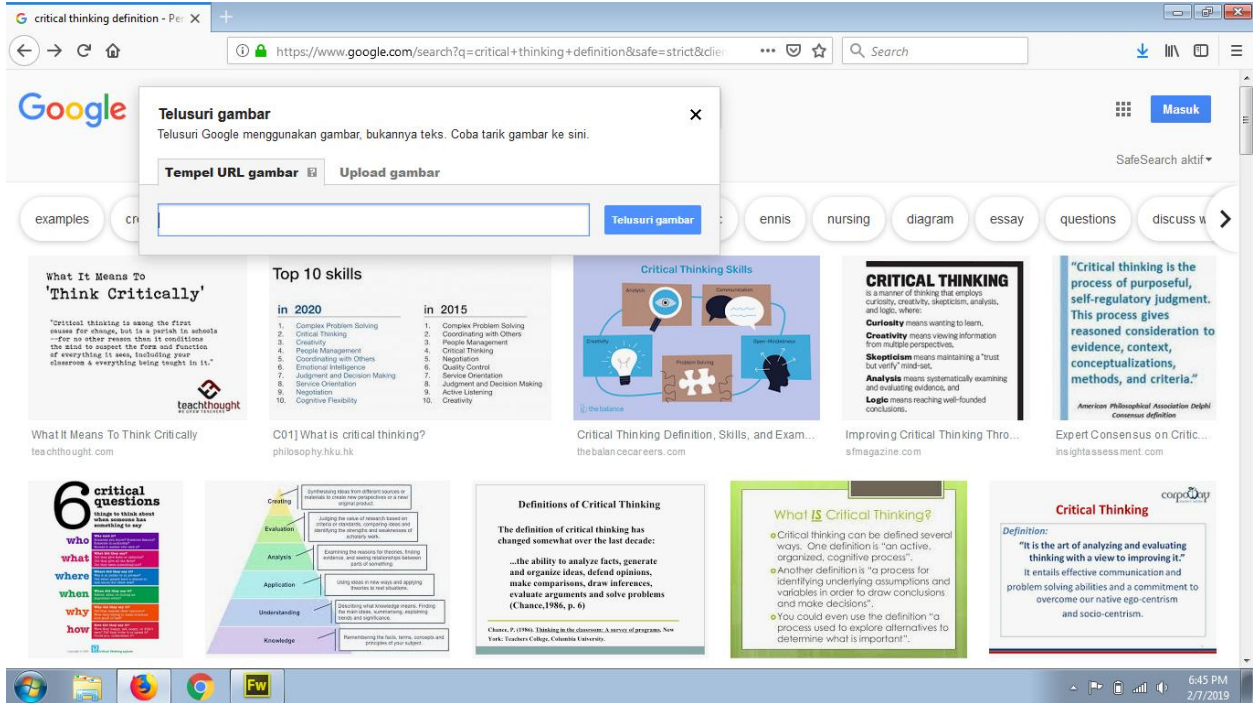
Untuk mengetahui atau melacak informasi lokasi IP address kunjungi <https://iplocation.com> . Akan ditampilkan data posisi koordinat latitude longitude di peta, Negara, Wilayah, Kota, dan Nama Organisasi.

Menelusuri suatu gambar, kunjungi <https://www.google.com> klik tab Gambar, lalu klik ikon kamera seperti gambar berikut ini.



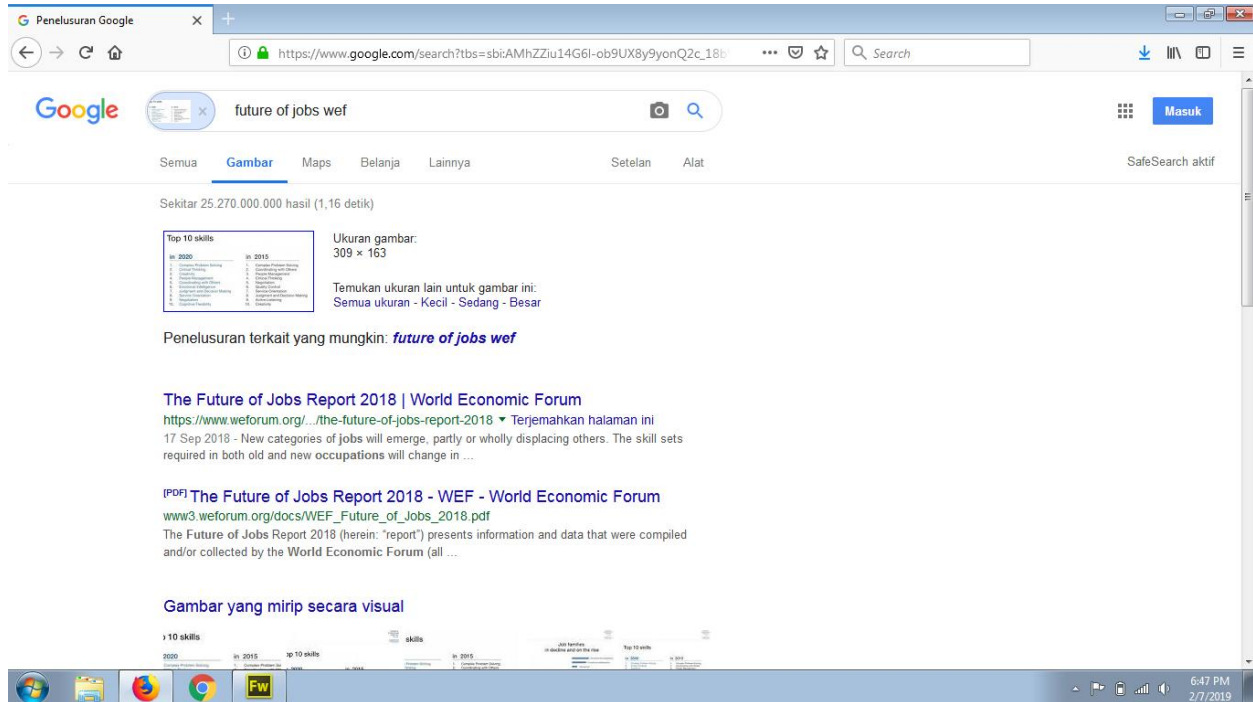
Penelusuran Gambar

Setelah itu akan muncul kotak dialog seperti gambar di bawah. Penulis memberikan contoh sederhana, yaitu dengan menyeret (drag and drop) gambar Top 10 skills yang ada di halaman pencarian ke kolom Tempel URL gambar.



Kotak dialog penelusuran Gambar

Kemudian Google akan menampilkan halaman hasil pencarian seperti gambar di bawah ini. Jadi Anda akan mengetahui di halaman web atau dokumen PDF mana saja gambar yang sama digunakan.



Hasil penelusuran Gambar

Verifikasi Foto

1. Asal-usul: Darimanakah asal-usulnya?
Asal muasal foto dari mana?
2. Sumber: Siapakah fotografernya?
3. Tanggal: Kapan dipotret?
4. Lokasi: Dimana lokasi pengambilan foto dilakukan?
5. Motivasi: Kenapa dipotret? Apa tujuannya?

Mengenali Informasi Palsu

MENGENALI INFORMASI PALSU



PERIKSA SUMBERNYA
Kenali situs lebih dalam, periksa misi dan siapa pengelola informasinya.



BACA YANG TERSIRAT
Judul bisa bombastis, tapi penting untuk membaca seluruh isi berita.



PERIKSA PENULISNYA
Cari tahu siapa penulisnya. Apakah bisa dipercaya? benar ada dan nyata?



SUMBER PENDUKUNG?
Klik tautan pendukung berita. Pastikan apakah benar mendukung berita?



PERIKSA TANGGALNYA
Mengunggah berita lama bisa saja sudah tidak relevan dengan peristiwa saat ini.



APAKAH LELUCON?
Bila terasa janggal, mungkin hanya sindiran. Periksa situs dan penulisnya.



HINDARI PRASANGKA
Pertimbangkan bahwa keyakinanmu dapat mempengaruhi penilaian.



TANYA KEPADA PAKAR
Tanyakan kepada pustakawan atau periksa ke situs pengujian fakta.

Diterjemahkan oleh isipii.org

IFLA
International Federation of Library Associations and Institutions
With thanks to www.factcheck.org

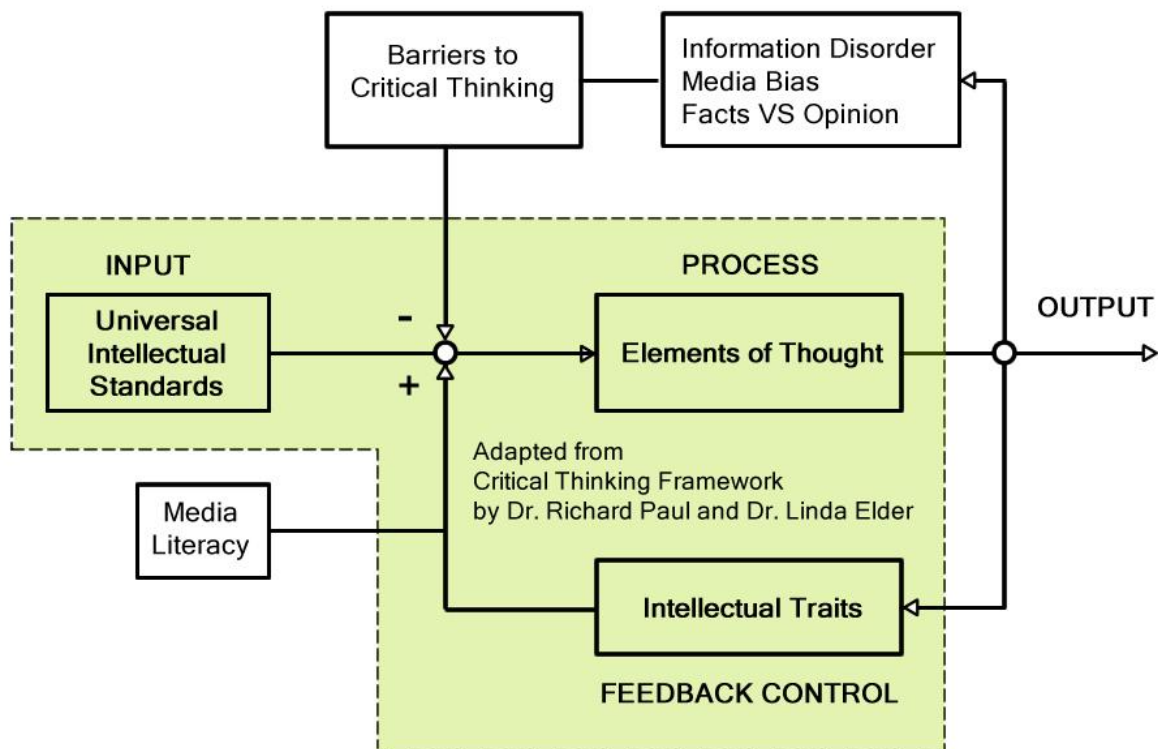
Sumber: <https://www.ifla.org/publications/node/11174>

Bagian 7

Penutup

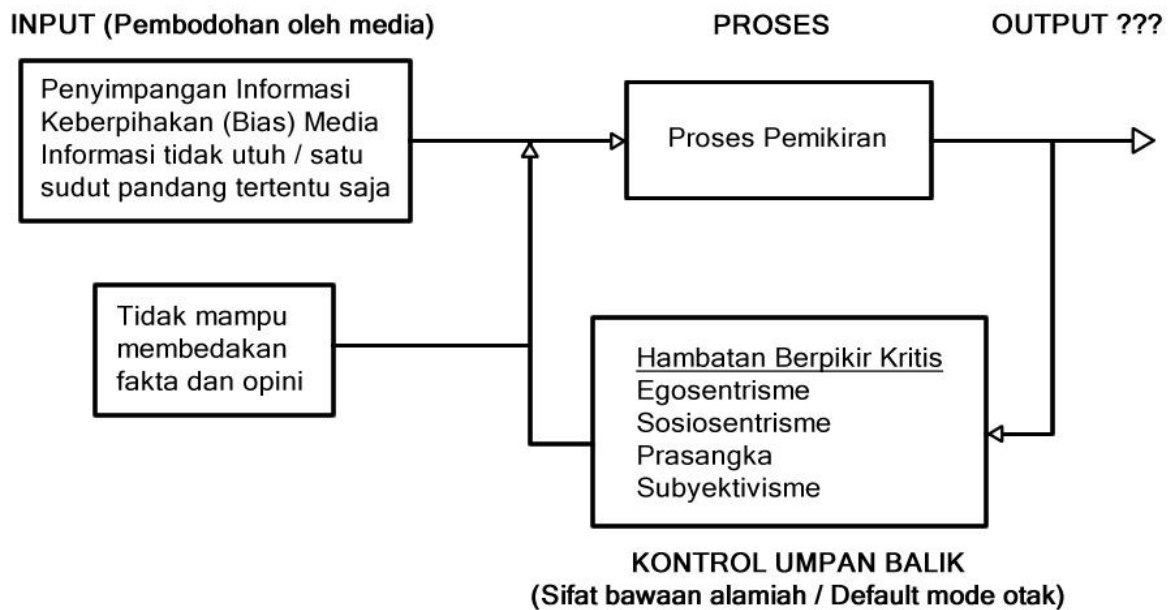
Berpikir kritis perlu dilatih secara rutin dengan menerapkan standar intelektual terhadap elemen pemikiran dan menyadari berbagai hambatan berpikir kritis untuk mengembangkan watak intelektual.

Dalam menghadapi era informasi, kemampuan berpikir kritis perlu ditambah dengan memahami literasi media, mampu membedakan fakta dan opini, mengenal berbagai bias media dan disorder informasi.



Apa yang terjadi jika kita tidak berpikir kritis di era informasi?
Setiap hari kita membaca, mendengarkan, dan menonton berita yang belum tentu benar. Sementara kita cenderung berpikir egosentis, sosiosentris, dan subyektif?

Kemungkinan kita akan mengalami pendangkalan intelektual, kemampuan berpikir menjadi tumpul alias dungu dan akal kita menjadi tidak sehat, karena dipengaruhi media yang tidak sepenuhnya obyektif, dan berbagai faktor hambatan untuk berpikir kritis.



Apa Selanjutnya?

Algoritma filter bubble, echo chamber, akun bot yang digunakan untuk menggiring opini publik, sesat pikir (logical fallacy), logika, dan uji hipotesa.

Referensi

- Alex Gray, 2016. The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>
- Bassham, Gregory, William Irwin, Henry Nardone, James M. Wallace.
Critical Thinking A Student's Introduction Fourth Edition.
King's College.
- Claire Wardle, 2018. Information Disorder, Part 3: Useful Graphics
<https://medium.com/1st-draft/information-disorder-part-3-useful-graphics-2446c7dbb485>
- Critical Thinking Online Parents Guide
<http://www.parentzone.org.uk/article/critical-thinking-online-parents-guide>
- Detecting Bias in the Media
https://www.edu.gov.mb.ca/k12/cur/socstud/foundation_gr9/blms/9-1-3g.pdf
- Distinguishing Between Fact and Opinion, Biases, and Stereotypes: TEAS.
<https://www.registerednursing.org/teas/distinguishing-between-fact-opinion-biases-stereotypes/>
- Digital Literacy Skills: Critical Thinking
<https://www.webwise.ie/uncategorized/critical-thinking-digital-world/>
- Donald Clark, 2015. Bloom's Taxonomy of Learning Domains.
<http://www.nwlink.com/~donclark/hrd/bloom.html>
- Evaluating Information. Applying the CRAAP Test
Meriam Library California State University, Chico
https://www.csuchico.edu/lins/handouts/eval_websites.pdf

Fact or opinion

<http://aeo.sllf.qmul.ac.uk/Files/CriticalThinking/fact%20or%20opinion.pdf>

Five Key Questions of Media Literacy Center for Media Literacy ©2005

http://www.medialit.org/sites/default/files/14B_CCKQPoster+5essays.pdf

Holt, Rinehart, Winston, Chapter 8: *Thinking and Language.ppt*

Ireton, Cherilyn and Julie Posetti. *Journalism, 'Fake News' &*

Disinformation, Handbook for Journalism Education and

Training. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

<https://en.unesco.org/fightfakenews>

Livingstone, S. *What is Media Literacy?*

[http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What_is_media_literacy_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What_is_media_literacy_(LSERO).pdf)

Mengenali Informasi Palsu

<https://www.ifla.org/publications/node/11174>

Media Literacy Concept and Questions Handout

http://www.bemedialiterate.com/uploads/1/7/2/2/1722523/ml_concepts_and_questions_handout.pdf

Model to Generate Critical Thinking

https://www.plymouth.ac.uk/uploads/production/document/path/1/1713/Model_To_Generate_Critical_Thinking.pdf

Potter, Mary Lane, Ph.D., M.F.A. 2010. *From Search to Research:*

Developing Critical Thinking Through Web Research Skills © 2010

Microsoft Corporation

Paul, Richard, Elder, Linda. *The Miniature Guide to Critical Thinking Concepts and tool*. The Foundation for Critical Thinking.

https://www.criticalthinking.org/files/Concepts_Tools.pdf

Rafiq Elmansy. How to Apply Critical Thinking Using Paul-Elder Framework

<https://www.designorate.com/critical-thinking-paul-elder-framework/>

Sihotang, Kasdin. *Berpikir Kritis: Sebuah Tantangan dalam Generasi*

Digital, Retrieved February 01, 2019, from

<http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/ppe/article/view/1101>

Surbhi S, 2016. Difference Between Fact and Opinion

<https://keydifferences.com/difference-between-fact-and-opinion.html>

Stunning Free Images

<https://pixabay.com/>

Takwin, Bagus. *Berpikir Kritis*, Retrieved February 04, 2019, from

<https://slideplayer.info/slide/2437314/>

Tak Sekedar Hoax, Kenali Beragam Gangguan Informasi di Era Digital

<https://digitalmama.id/gangguan-informasi/>

Teaching Thinking for Effective Learning

[https://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-](https://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/reference-and-resources/effective_learning_eng.pdf)

[development/kla/pshe/reference-and-resources/effective_learning_eng.pdf](https://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/reference-and-resources/effective_learning_eng.pdf)

Thinking

<http://psikologi.or.id/mycontents/uploads/2010/11/thinking.pdf>

Profil Penulis



Tisna Rudi lahir di Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Pendidikan S1 Teknik Mesin. Sejak tahun 2009 mulai mendirikan blog Indonesian Anti Bullying. Selain mengajar kursus Front End Web Developer dan Search Engine Optimization, sejak 2013 mulai hobby photography. Ebook yang pernah ditulis: Keamanan Berinternet Bagi anak dan Remaja (2017).

Dapat dihubungi melalui email: bandunglokalbisnis@gmail.com