Jurnal Gema Pustakawan
Vol. 14, No. 1, Juni 2026, pp. 44~54
ISSN: 2338-2171 ~ eISSN: 2829-4920

Analisis Literasi Informasi Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam Dalam Menilai Kepercayaan dan Kualitas Produk Pada Aplikasi Shopee

Irsyad Sholahuddin[1] dan Imam Mahmudi[2]

[1.2] Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Jateng - Indonesia

E-mail: irsyad180505@gmail.com[1], imam.mahmudi.@staff.uinsaid.ac.id[2]

Diajukan: 02-06-2026; Direview: 07-06-2026; Direvisi: 10-06-2026; Diterima: 27-06-2026

Abstrak

Perkembangan e-commerce telah mendorong meningkatnya aktivitas belanja online melalui aplikasi Shopee. Kondisi ini menuntut pengguna memiliki kemampuan literasi informasi untuk menilai kepercayaan penjual dan kualitas produk secara tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis literasi informasi mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam dalam menilai kepercayaan dan kualitas produk pada aplikasi Shopee berdasarkan standar ACRL. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap mahasiswa angkatan 2023 yang memiliki pengalaman berbelanja di Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan literasi informasi yang cukup baik dalam menentukan kebutuhan informasi, mengakses berbagai sumber, mengevaluasi kredibilitas informasi, serta memanfaatkan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian. Namun, masih ditemukan kendala berupa kesulitan membedakan ulasan asli dan palsu serta informasi produk yang kurang akurat.

Kata Kunci: literasi informasi; kepercayaan konsumen; kualitas produk; shopee

Abstract

The growth of e-commerce has driven an increase in online shopping activity through the Shopee app. This situation requires users to possess information literacy skills to accurately assess seller trustworthiness and product quality. This study aims to analyze the information literacy of students in the Islamic Library and Information Science Program in assessing seller trustworthiness and product quality on the Shopee app based on ACRL standards. The study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation of the 2023 cohort of students who have experience shopping on Shopee. The results indicate that students possess fairly good information literacy skills in identifying information needs, accessing various sources, evaluating the credibility of information, and utilizing information as a basis for purchasing decisions. However, challenges remain, including difficulty distinguishing between genuine and fake reviews, as well as product information that is not entirely accurate.

Keywords: information literacy; consumer trust; product quality; shopee

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola perilaku masyarakat dalam melakukan kegiatan konsumsi. Pada perkembangan teknologi pastinya tidak terlepas dari internet. Kehadiran internet tidak hanya mengubah cara masyarakat berkomunikasi, tetapi juga mempengaruhi kebiasaan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Kini, masyarakat dapat

dengan mudah mengakses berita, memesan makanan, menggunakan layanan transportasi, membeli tiket, hingga perdagangan online, sehingga menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan modern. Pada era modern, perkembangan teknologi dimanfaatkan sebagai peluang untuk mengembangkan bisnis yang bergerak di bidang penjualan barang maupun jasa. Pemanfaatan teknologi memungkinkan jangkauan pemasaran menjadi lebih luas serta mempermudah kegiatan promosi. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, media digital, termasuk *e-commerce*, juga mengalami kemajuan yang semakin signifikan (Islamiati et al., 2023). *E-commerce* merupakan salah satu teknologi media online yang sangat canggih saat ini. *E-commerce* memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara online tanpa harus pergi ke toko fisik. E-commerce merupakan media dengan jaringan komunikasi untuk melakukan bisnis (Shevany, 2018). Salah satu platform *E-commerce* yang paling populer di Indonesia adalah Shopee.

Shopee merupakan platform e-commerce yang menyediakan berbagai fitur utama untuk customer yang ditujukan untuk mempermudah transaksi antara pembeli dan penjual. Fitur-fitur awal ini meliputi program gratis ongkir yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen, metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) yang memungkinkan pembayaran saat barang tiba, serta sistem cashback dan voucher yang menawarkan diskon menarik. Aplikasi ini merupakan platform *e-commerce* berbasis mobile yang memungkinkan pengguna melakukan aktivitas pencarian produk, pembelian, dan penjualan secara praktis melalui perangkat seluler. Platform ini menawarkan berbagai pilihan produk, metode pembayaran yang aman, layanan logistik yang terintegrasi, serta fitur sosial yang inovatif guna mendukung proses transaksi yang lebih efektif, aman, dan menyenangkan. Namun pengguna masih sering salah dalam menanggapi hal tersebut hanya karena terpacu suatu iklan dan harga yang terjangkau tanpa menganalisis ulasan produk dan rating pada toko tersebut dengan cermat dan bijak demi mendapatkan kualitas produk yang baik. Kurangnya kemampuan dalam menganalisis ulasan dan rating pada platform e-commerce seperti Shopee tidak hanya berdampak pada kualitas produk yang diterima, tetapi juga meningkatkan risiko penipuan, menurunkan kepuasan konsumen, serta mendorong perilaku konsumtif dan kerugian finansial (Sari, Koswara, & Fuady, 2025). Oleh karena itu, literasi informasi menjadi aspek penting dalam aktivitas belanja online.

Literasi informasi merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengenali kapan informasi dibutuhkan, serta keahlian dalam menemukan, mengevaluasi, dan menggunakan informasi tersebut secara efektif (Islamiati et al., 2023). Menurut ACRL, terdapat lima indikator literasi informasi yaitu menentukan sifat dan cakupan informasi, mengakses informasi dengan efektif dan efisien, mengevaluasi informasi berdasarkan sumber, menggunakan informasi untuk tujuan tertentu, dan menggunakan informasi secara etis (Research Libraries (ACRL), n.d.). Literasi informasi itu sangat penting dibutuhkan serta dituntut memiliki kemampuan dalam mengelola informasi, khususnya terkait dengan penilaian tingkat kepercayaan dan kualitas produk pada aplikasi shopee. Literasi informasi dalam konteks ini terletak pada bagaimana kemampuan pengguna untuk mencari, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi produk secara efektif, sehingga dapat meminimalisir risiko dalam berbelanja online. Dengan literasi informasi yang baik, pengguna mampu membedakan mana penjual yang terpercaya dengan yang tidak terpercaya

akan kualitas dan keamanahan dari penjual tersebut, serta membuat keputusan pembelian yang lebih tepat supaya tidak mendapatkan barang dengan kualitas yang buruk dan tertipu oleh penjual.

Mahasiswa atau pengguna yang memiliki kemampuan literasi informasi yang baik cenderung lebih cermat dalam menilai kredibilitas penjual, seperti melalui ulasan produk, rating, deskripsi, kejelasan informasi toko, serta respon penjual yang jujur. Hal ini membuat mereka tidak mudah tertipu oleh informasi yang menyesatkan dan lebih percaya pada penjual yang terbukti memiliki reputasi baik. Sebagai mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, sudah seharusnya dapat menerapkan kemampuan literasi informasi karena berperan sebagai agen literasi yang mampu mengedukasi masyarakat dalam memilah informasi yang valid dan terpercaya. Akan tetapi pada realitasnya mahasiswa program studi ilmu perpustakaan dan informasi islam masih sering salah dalam menanggapi hal tersebut hanya karena terpacu pada sebuah foto iklan dan harga yang sangat terjangkau tanpa menganalisis informasi lebih lanjut terkait ulasan, rating, serta kejelasan mengenai toko tersebut dengan cermat dan bijak demi memperoleh produk dengan kualitas yang tidak sesuai harapan.

Oleh sebab itu, penelitian ini menarik untuk dikaji karena saat ini penggunaan aplikasi Shopee semakin meningkat dan telah menjadi salah satu platform e-commerce yang banyak digunakan oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian ini agar mahasiswa ilmu perpustakaan dan informasi islam dapat menerapkan literasi informasi dalam menilai kepercayaan dan kualitas produk pada aplikasi shopee.

Tinjauan Pustaka

Literasi Informasi

Literasi tidak hanya dipahami sebagai kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup kemampuan untuk memahami, mengolah, dan memanfaatkan berbagai informasi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut (Purwaningtyas, 2018) literasi memiliki makna yang luas, mencakup kemampuan dalam memanfaatkan teknologi, memahami informasi, berfikir kritis, serta memiliki kepekaan terhadap lingkungan, kondisi sosial, dan masyarakat. Perkembangan teknologi menuntut adanya keterampilan individu dalam mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi berbagai informasi yang tersebar di berbagai media. Keterampilan tersebut dikenal sebagai literasi informasi. Literasi informasi merujuk pada kemampuan seseorang untuk menyadari kebutuhan akan informasi, kemudian mampu mencari, menilai, dan memanfaatkan informasi yang diperoleh secara tepat dan efektif guna mendukung pengambilan keputusan maupun penyelesaian masalah. Menurut ACRL, terdapat lima indikator literasi informasi yaitu menentukan sifat dan cakupan informasi, mengakses informasi dengan efektif dan efisien, mengevaluasi informasi berdasarkan sumber, menggunakan informasi untuk tujuan tertentu, dan menggunakan informasi secara etis.

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen erta keyakinan yang terbentuk mengenai suatu objek, atribut, dan manfaat yang diperoleh dari objek tersebut. Menurut (Kotler & Keller, 1956) kepercayaan konsumen mengacu pada kesediaan individu atau

pihak tertentu untuk bergantung pada mitra bisnis berdasarkan tingkat keyakinan yang dimiliki. Kepercayaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan niat baik yang ditunjukkan oleh perusahaan. Dalam konteks jual beli, kepercayaan muncul ketika konsumen merasa yakin bahwa pihak penjual mampu menjalankan dan bertanggung jawab setiap tugasnya untuk kegiatan jual beli. Kepercayaan juga menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan transaksi, terutama pada lingkungan digital. Maraknya kasus penipuan dalam transaksi online dapat meningkatkan kewaspadaan konsumen, sehingga memengaruhi tingkat kepercayaan dan dapat mengurangi minat mereka untuk melakukan transaksi secara daring.

Kualitas produk

Kualitas produk merupakan karakteristik yang melekat pada suatu produk dari segi fisik, fungsi dan sifat baik barang atau jasa. Kualitas tersebut dapat dilihat dari tingkat daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, kemudahan perbaikan, serta kemampuan produk dalam memenuhi harapan konsumen. Kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang menentukan daya saing pelaku usaha dalam menarik minat konsumen. Kualitas produk menjadi salah satu faktor penting yang menentukan daya saing suatu usaha, karena dapat memengaruhi keputusan dan kepuasan konsumen. Menurut (Gunawan, 2022) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan secara optimal. Mayoritas konsumen mengharapkan produk sebanding antara kualitas dengan harga yang tinggi. Umumnya, konsumen mengaitkan harga tinggi akan mendapatkan kualitas yang lebih baik. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memastikan kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen agar mampu menciptakan keunggulan dalam persaingan pasar.

Aplikasi Shopee

Shopee adalah mobile-platform pertama di Asia Tenggara yang menawarkan transaksi jual beli online yang menyenangkan, gratis, dan terpercaya via ponsel (Shopee, 2026). Shopee merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan elektronik (*e-commerce*) dan merupakan bagian dari SEA Group. Platform ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 2015 dan mulai beroperasi di beberapa negara di kawasan Asia. Seiring perkembangannya, Shopee berhasil menjadi salah satu platform *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia (Desfitriady, Afifah, & Ikrimah, 2023). Untuk mempertahankan posisinya dan memenuhi kebutuhan pengguna, Shopee terus berupaya meningkatkan kualitas layanan serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan melalui platformnya. Upaya tersebut dilakukan dengan tujuan menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik sehingga dapat mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Metode Penelitian

Penelitian tentang Analisis Literasi Informasi Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam Dalam Menilai Kepercayaan dan Kualitas Produk Pada Aplikasi Shopee menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang fenomena yang dialami subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara holistic

(Wulandari, Purnama Sari, & Rahmi Nasution, n.d.). Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk memperoleh gambaran secara spesifik dari situasi, setting atau relasi-relasi sosial yang berlangsung dalam lingkup subyek penelitian (Saepudin, Sukaesih, & Rusmana, 2017)

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam Angkatan 2023 yang memiliki pengalaman berbelanja di Shopee. Tujuannya yaitu untuk menggali informasi mengenai kemampuan literasi informasi mahasiswa terkait kepercayaan dan kualitas produk pada Shopee. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dan pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui literasi informasi mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam berdasarkan standar ACRL yang terdiri dari menentukan sifat dan cakupan informasi, mengakses informasi dengan efektif dan efisien, mengevaluasi informasi berdasarkan sumber, menggunakan informasi untuk tujuan tertentu, dan menggunakan informasi secara etis.

1. Menentukan Sifat dan Cakupan Informasi

   Indikator ini digunakan untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan, mengidentifikasi jenis dan ragam format informasi, serta kemampuan untuk mengevaluasi kembali sifat dan cakupan informasi yang diperoleh. Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan sudah mampu mengenali informasi yang dibutuhkan sebelum membeli produk di Shopee. Mereka melakukan identifikasi pada sebuah produk dengan melihat deskripsi dan spesifikasi produk, rating dan reputasi toko, ulasan pelanggan, jumlah produk terjual serta status toko seperti Shopee Mall atau Star Seller. Dengan melakukan identifikasi melalui berbagai cara tersebut, bermanfaat dalam mengetahui kualitas serta tingkat kepercayaan suatu produk. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah mampu mengidentifikasi jenis informasi yang dibutuhkan sebelum mengambil keputusan pembelian.
2. Mengakses Informasi Dengan Efektif dan Efisien

   Kemampuan ini digunakan agar seseorang mampu menggunakan informasi yang diperoleh secara efektif dan efisien sehingga informasi yang didapat benar-benar relevan dengan kebutuhan (Septiyantono, 2016). Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan berbagai sumber informasi baik dari dalam maupun luar platform Shopee. Mayoritas informan menggunakan aplikasi Google, Tiktok, Instagram untuk mencari informasi tambahan. Bahkan salah satu informan dalam mencari informasi tambahan melalui teman sejawat yang sering dan mahir dalam penggunaan Shopee. Keterampilan dalam memanfaatkan berbagai platform sebelum memilih produk yang diinginkan menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya bergantung pada satu sumber saja. Mereka memanfaatkan hal tersebut sebagai perbandingan antar produk dan antar toko sebagai staregi pencarian yang efektif dan efisien untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap sehingga dapat meminimalisir risiko kesalahan membeli atau memilih produk yang diinginkan.

3. Mengevaluasi Informasi Berdasarkan Sumber

Evaluasi informasi merupakan salah satu elemen standar dalam literasi informasi (Mudawamah, 2021). Evaluasi berguna bagi masyarakat dan memberikan wawasan tentang kelayakan sumber informasi (Junaidi, Mutiah, Jabarpaj, Az, & Iryani, 2025). Tujuan evaluasi informasi yaitu untuk menganalisis keandalan, akurasi, dan relevansi informasi sehingga dapat menjamin kualitas informasi serta mendukung pemenuhan kebutuhan informasi pengguna secara efekti (Teknokrat, 2026). Informan menunjukkan kemampuan evaluasi informasi untuk menilai kredibilitas informasi di Shopee dengan memperhatikan rating toko, jumlah produk terjual, ulasan pelanggan, foto dan video asli dari pembeli, serta konsistensi komentar dari banyak pengguna. Beberapa informan juga melakukan perbandingan mengenai ulasan positif dan negatif untuk memperoleh keaslian informasi.

Meskipun keterampilan informan dalam mengevaluasi informasi mengenai kualitas dan kepercayaan produk sudah cukup baik, kemampuan tersebut belum sepenuhnya optimal karena sebagian informan masih ditemukan beberapa kendala yaitu masih kesulitan dalam membedakan ulasan asli dan ulasan palsu, menjumpai foto produk yang tidak sesuai dengan realita, serta deskripsi produk yang kurang jelas. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun kemampuan evaluasi informasi sudah cukup baik, masih terdapat tantangan dalam menghadapi informasi yang tidak akurat di lingkungan digital.

4. Menggunakan Informasi untuk Tujuan Tertentu

Dalam teori ACRL menjelaskan bahwa informasi yang telah diperoleh dan dievaluasi harus digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian ini tujuan mahasiswa adalah memperoleh produk yang berkualitas dan terpercaya serta menghindari risiko penipuan atau kesalahan pembelian. Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan memanfaatkan deskripsi produk, rating, ulasan pelanggan, dan sumber lainnya sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Beberapa informan pernah tertipu dalam pembelian produk menjadikan lebih berhati hati dan lebih teliti dalam memanfaatkan informasi pada pembelian berikutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa informasi tidak hanya dikumpulkan, tetapi benar-benar digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih rasional dan sesuai dengan kebutuhan.

5. Menggunakan Informasi Secara Etis

Penggunaan informasi secara etis berarti menggunakan informasi hanya untuk tujuan yang dimaksudkan dan memastikan bahwa informasi tersebut akurat dan dapat diandalkan (Munn, Seeland, & Bateman, n.d.). Hasil wawancara menunjukkan bahwa kesadaran mahasiswa tidak mudah mempercayai informasi yang belum terverifikasi serta melakukan pengecekan ulang terhadap informasi yang didapatkan. Mayoritas informan menyatakan pentingnya membaca review, memeriksa keaslian ulasan, membandingkan berbagai sumber, dan memastikan kejelasan informasi sebelum membeli produk. Kesadaran ini merupakan suatu bentuk upaya menggunakan informasi secara bertanggung jawab dan tidak menerima informasi secara mentah sebelum mengambil suatu keputusan. Sikap tersebut mencerminkan penerapan prinsip etis dalam penggunaan informasi di lingkungan digital.

Penutup

Penelitian ini menghasilkan bahwa mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam telah menunjukkan kemampuan literasi informasi yang cukup baik dalam melakukan pencarian dan pemanfaatan informa\si sebelum membeli produk di Shopee. Kemampuan ini terlihat dari proses dalam menentukan informasi yang dibutuhkan, mengakses berbagai sumber informasi, mengevaluasi kredibilitas informasi, memanfaatkan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan, serta menggunakan informasi secara kritis dan bertanggung jawab. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa kendala seperti sulitnya membedakan ulasan asli dan palsu serta adanya informasi produk yang kurang akurat. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan evaluasi informasi digital tetap diperlukan agar mahasiswa semakin mampu mengambil keputusan pembelian yang tepat dan terhindar dari praktik penipuan dalam transaksi daring.

Daftar Pustaka

Desfitriady, D., Afifah, W. N., & Ikrimah, A. L. M. (2023). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee*. *7*(2).

Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Penerbit IPI. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=K79mEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Islamiati, D. R., Trihidayani, F., Azhari, M., Badri, M., Fitriah, N., Aliffiani, Q., … Salwa, S. (2023). *Pengaruh E-commerce Shopee Terhadap Kepercayaan Konsumen*. *2*.

Junaidi, M. T., Mutiah, N. Z., Jabarpaj, J., Az, S., & Iryani, E. (2025). *Analisis Kritis Validasi dan Evaluasi Informasi Digital*. *11*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (1956). *Marketing Management* (14th ed.).

Mudawamah, N. S. (2021). Tes CRAAP Sebagai Indikator Evaluasi Informasi. *LibTech: Library and Information Science Journal*, *1*(2). https://doi.org/10.18860/libtech.v1i2.12284

Munn, C., Seeland, J., & Bateman, K. (n.d.). Penggunaan Informasi yang Etis [OpenEdMB]. Retrieved from Pressbook website: https://pressbooks.openedmb.ca/collegefoundations/chapter/ethical-use-of-information/

Purwaningtyas, F. (2018). Literasi Informasi dan Literasi Media. *Jurnal Iqra*, *12*.

Research Libraries (ACRL), A. of C. and. (n.d.). Information Literacy Standards for Science and Engineering/Technology. Retrieved from https://www.ala.org/acrl/standards/infolitscitech

Saepudin, E., Sukaesih, S., & Rusmana, A. (2017). Peran Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Bagi Anak-Anak Usia Dini. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, *5*(1), 1. https://doi.org/10.24198/jkip.v5i1.10821

Sari, R. P., Koswara, I., & Fuady, I. (2025). Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Niat Pembelian di Platform E-Commerce Shopee. *Comdent: Communication Student Journal*, *2*(2), 438–455. https://doi.org/10.24198/comdent.v2i2.60190

Septiyantono, T. (2016). *Konsep Dasar Literasi Informasi*.

Shevany, M. (2018). Analisis Strategi Membangun Brand Awareness E- Commerce Shopee di Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, *1*(1). https://doi.org/10.15642/manova.v1i1.345

Shopee. (2026). Shopee. Retrieved from https://shopee.co.id/

Teknokrat, P. U. (2026). Apa Itu Literasi Informasi? Pentingnya di Era Digital [Perpustakaan Universitas Teknokrat Indonesia].

Wulandari, T., Purnama Sari, D., & Rahmi Nasution, A. (n.d.). Deskripsi Mendalam untuk Memastikan Keteralihan Temuan Penelitian Kualitatif. *Jurnal Literasiologi*, *9*(4).