

HUBUNGAN ANTARA KECERDASAN EMOSIONAL DENGAN LITERASI INFORMASI KOSMETIKA PADA MAHASISWA DI ERA MEDIA SOSIAL : TINJAUAN LITERATUR

Selvi Revila

Universitas Negeri Padang
Email: selvirevila28@gmail.com

Yosi Meidiawati

Universitas Singaperbangsa Karawang
Email: yosimeidiawati@fikes.unsika.ac.id

Received: 5 Desember 2025

Revised: 18 Desember 2025

Accepted: 25 Desember 2025

DOI: 10.24036/ib.v6i2.590

Abstract

In the current era of technological development, the use of social media among students is increasingly popular for seeking information, including about cosmetics. This study aims to analyze the relationship between emotional intelligence and cosmetic informatics literacy among students in the social media era. This study is included in qualitative research using literature studies. This study was conducted on research journal articles with keywords emotional intelligence and literacy. The articles analyzed have criteria consisting of; (1) Articles with publication years 2020-2025, (2) Included in national and international journals, (3) Relevant to the research topic. The research was conducted by means of literature studies. The collected data were analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study obtained that overall the findings of previous studies stated that emotional intelligence has a positive and significant relationship with informatics literacy. Students who have high emotional intelligence tend to be wiser and more critical in sorting cosmetic information on social media. This finding confirms that strengthening emotional intelligence can be an important step in improving students' digital literacy, especially amidst the current rapid flow of cosmetic information.

Keywords: *Emotional Intelligence, Cosmetic Information Literacy, Social Media.*

Abstrak

Di era perkembangan teknologi saat ini, penggunaan media sosial di kalangan pelajar semakin populer untuk mencari informasi, termasuk tentang kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kecerdasan emosional dan literasi informatika kosmetik di kalangan pelajar di era media sosial. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan studi literatur. Penelitian ini dilakukan pada artikel jurnal penelitian dengan kata kunci kecerdasan emosional dan literasi. Artikel yang dianalisis memiliki kriteria sebagai berikut: (1) Artikel dengan tahun publikasi 2020-2025, (2) Termasuk dalam jurnal nasional dan internasional, (3) Relevan dengan topik penelitian. Penelitian dilakukan dengan menggunakan studi literatur. Data yang dikumpulkan dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan temuan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kecerdasan emosional memiliki hubungan positif dan signifikan dengan literasi informatika. Pelajar yang memiliki kecerdasan emosional tinggi cenderung lebih bijak dan kritis dalam menyaring informasi kosmetik di media sosial. Temuan ini

menegaskan bahwa penguatan kecerdasan emosional dapat menjadi langkah penting dalam meningkatkan literasi digital pelajar, terutama di tengah derasnya arus informasi kosmetik saat ini.

Kata Kunci: Kecerdasan Emosional, Literasi Informasi Kosmetik, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan. Saat ini, media sosial telah menjadi bagian krusial dalam menjalani kehidupan sehari-hari khususnya pada kalangan remaja (Zai & Zebua, 2024). Menurut Peldi (2024) Mahasiswa termasuk salah satu kalangan yang sangat identik dengan penggunaan media sosial. Media sosial saat ini sudah menjadi bagian dari keseharian mahasiswa. Hampir setiap hari mereka terhubung dengan berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk mencari informasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sudah menjadi bagian dalam kehidupan manusia di era sekarang ini.

Melalui media sosial banyak hal yang dapat ditelusuri. Di kalangan mahasiswa, kosmetika termasuk salah satu konten yang banyak digemari khususnya bagi kalangan mahasiswi (Maharani & Hendrastomo, 2022).

Melalui media sosial, mahasiswa bisa dengan mudah melihat review produk, tutorial, atau rekomendasi dari influencer. Namun, tidak semua informasi yang beredar benar atau dapat dipercaya. Banyak di antaranya hanya bertujuan promosi, bahkan terkadang menyesatkan. Menurut Fitriani (2021), hal ini bisa membuat mahasiswa mengambil keputusan pembelian yang tidak rasional, bahkan berisiko terhadap kesehatan kulit. Maka, melalui media sosial mahasiswa dapat lebih mudah mencari informasi kapanpun dan dimanapun serta apapun yang mereka inginkan.

Dalam situasi seperti ini, mahasiswa perlu memiliki kemampuan untuk berpikir kritis dan tidak langsung percaya pada setiap informasi yang diterima. Dalam hal ini diperlukan kemampuan salah satunya yaitu literasi informasi. Literasi informasi adalah kemampuan seseorang untuk menemukan, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara efektif

(American Library Association, 2000). Dalam konteks kosmetika, literasi informasi berarti kemampuan memahami kandungan produk, menilai manfaat dan risiko, serta memeriksa keaslian sumber informasi tentang kosmetik yang beredar. Literasi informasi yaitu kemampuan untuk mencari, menilai, dan menggunakan informasi secara bijak. Namun, kemampuan ini tidak hanya bergantung pada pengetahuan semata, tetapi juga pada cara seseorang mengelola emosi dan persepsinya terhadap informasi tersebut.

Banyak kasus menunjukkan bahwa minimnya literasi dapat menimbulkan kerugian diri sendiri. Hal ini dapat terlihat pada kasus penipuan-penipuan jual beli online melalui media sosial yang banyak terjadi (Sari et al., 2022). Di samping itu, banyak yang mendapatkan produk tidak sesuai dengan keinginan mereka. Dengan berbelanja menggunakan media e-commerce jarang konsumen juga mengalami sebuah kerugian pada suatu produk yang diterima tidak sesuai

dengan yang ditawarkan, kesalahan pembayaran, atau ketidaktepatan waktu pengiriman (Shuhufi et al, 2023) Hal ini menunjukkan penting bagi mahasiswa meningkatkan literasi informasi dalam menetapkan produk, termasuk dalam memilih kosmetika.

Dalam menetapkan pilihan, banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan. Salah satu faktornya yaitu kecerdasan emosional. Daniel Goleman (1995) menjelaskan bahwa kecerdasan emosional meliputi kesadaran diri, pengendalian diri, motivasi, empati, dan keterampilan sosial. Orang yang memiliki kecerdasan emosional yang baik biasanya mampu berpikir jernih, mengambil keputusan dengan tenang, dan menanggapi situasi secara rasional.

Kecerdasan emosional berperan besar dalam hal ini. Mahasiswa yang mampu mengenali dan mengelola emosinya akan lebih tenang dan objektif dalam menilai informasi, termasuk yang berkaitan dengan kosmetika. Mereka tidak mudah terbawa suasana atau tren yang sedang viral. Sebaliknya,

mahasiswa dengan kecerdasan emosional yang rendah bisa saja lebih mudah terpengaruh oleh opini orang lain atau iklan yang menarik secara emosional.

Penelitian sebelumnya telah banyak meneliti terkait kecerdasan emosional dan literasi (Puspitasari, 2020; Handayani, 2022). Namun, belum terdapat penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan kedua variabel tersebut dalam ruang lingkup lebih luas. Penelitian ini penting dilakukan untuk melihat kaitan secara langsung hubungan dua variabel terkait. Kebaharuan penelitian ini terletak pada integrasi literasi informasi kosmetika di kalangan mahasiswa. Hal ini menarik untuk menjadi masukan dalam menetapkan pilihan produk kosmetika bagi mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan melakukan studi literatur untuk menganalisis hubungan antara kecerdasan emosional dengan literasi informasi kosmetika pada mahasiswa di era media sosial.

METODE

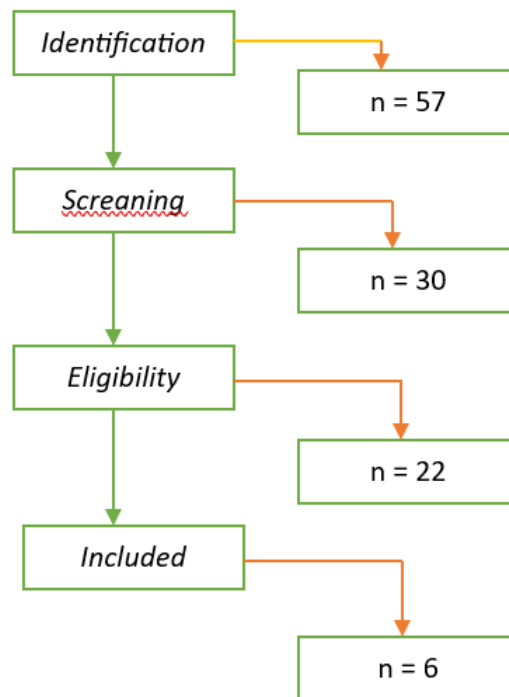
Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan cara Literature Review. Penelusuran dilerature dilakukan dengan menggunakan kata kunci kecerdasan emosional, literasi digital, literasi informasi, dan media sosial melalui Google cendikia, Google scholar, Pubmed, dan sciene Direct. Langkah selanjutnya dilakukan penyaringan atau screening literature terkait duplikasi dan keterbatasan fulltext. Literature yang telah lolos tahap screening kemudian diperiksa sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi yaitu menggunakan tipe studi kualitatif deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa. Artikel jurnal yang dianalisis yaitu artikel yang menggunakan Bahasa Indonesia dan Inggris. Penyeleksian pada literature ini dilakukan dengan menggunakan metode PRISMA (Preferred Reporting Items For Systematic Review dan Meta-Analysis). Hasil yang diperoleh akan dianalisis dengan teknik analisis data

yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui pengumpulan jurnal dengan menggunakan situs

Google Cendikia, Google Scoolar, PubMed dan Sciene Direct dengan kata kunci kunci kecerdasan emosional, literasi digital, literasi informasi, dan media sosial. Diperoleh hasil pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil analisis PRISMA

Gambar 1 memperlihatkan bahwa pada tahap identifikasi diperoleh 57 artikel yang berhubungan dengan topik besar tersebut. Kemudian disaring dan 27 artikel dieliminasi karena tidak sesuai dengan kata kunci dan didapatkan sebanyak 30 jurnal yang

sesuai dengan kata kunci. Assesment kelayakan diperoleh 22 artikel sesuai kata kunci atau subyek dan terdapat 7 artikel internasional dan 14 artikel nasional, kemudian dilakukan kembali review jurnal yang sesuai inklusi penelitian yang relevan dan akurat. Lalu, terdapat 16 artikel yang tidak relevan,

sehingga didapatkan 6 artikel yang memenuhi kriteria peneliti dan relevan untuk dilakukan review. Berikut hasil review dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Review

No	Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Purnamasari, R. P., & Nuryanto, U. W. (2020).	Pengaruh Emosional Terhadap Prestasi Akademik Ditinjau Dari Kemampuan Literasi Media Kecerdasan Terhadap Prestasi Akademik Ditinjau Dari Kemampuan Literasi Media	Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap dimensi kecerdasan emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keterampilan literasi media.
2	Marliana, M. E., Mitan, W., & Goo, E. E. K. (2025).	Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kemandirian Belajar Mahasiswa Dengan Kecerdasan Emosional Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Nipa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kecerdasan emosional
3	Ibrahim, R. K., Al Sabbah, S., Al-Jarrah, M., Senior, J., Almomani, J. A., Darwish, A., ... & Al Naimat, A. (2024)	The mediating effect of digital literacy and self-regulation on the relationship between emotional intelligence and academic stress among university students: a cross-sectional study	Penelitian ini menunjukkan hubungan yang signifikan antara Kecerdasan emosional dengan literasi digital.
4	Manaf, A. R. A., Hamzah, M. R., Shuhaimi, K. F., Mutalib, S. A., Yusoff, H. A. M., Affandy, H. B., & Ayub, S. H. (2023).	The Impact of Social Media Information Literacy on Malaysian Youth's Emotional Intelligence	Literasi informasi media sosial (SMIL) dan kecerdasan emosional (EQ) ditemukan berkorelasi signifikan.
5	Azhary, D. A., Suhendar, S., & Nuranti, G. (2021).	Pengaruh Self Regulated Learning Berbasis Literasi Digital Terhadap Kecerdasan Emosional Siswa	Berdasarkan penelitian ini disimpulkan bahwa penerapan pembelajaran self regulated learning berbasis literasi digital

		berpengaruh terhadap kecerdasan emosional
6	Jaenab, J., Sumbawati, N. K., & Mukminin, A. (2025)	Pengaruh kecerdasan emosional dan literasi digital terhadap kinerja pegawai generasi Z Kota Bima. Kemampuan EQ yang baik adalah kemampuan untuk mengenali serta mengelola emosi diri sendiri dan orang lain, mengendalikan Kesadaran diri, Pengaturan diri, Motivasi, Empati, Keterampilan Sosial untuk bekerja sama tim dan literasi digital yang baik memiliki Akses internet tanpa hambatan, kemampuan digital, isi informasi terbukti berperan besar dalam meningkatkan kinerja.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui studi literatur, didapatkan bahwa secara umum kecerdasan emosional mempengaruhi literasi informasi di berbagai bidang. Hal ini juga dapat terjadi dalam bidang kosmetika. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum dalam pencarian informasi melalui literasi, Keputusan akhir dapat ditentukan oleh faktor yaitu kecerdasan emosional, khususnya para remaja yang memiliki tingkat kecerdasan emosional yang cenderung belum stabil.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menyelidiki bagaimana kecerdasan emosional dalam mempengaruhi literasi informasi

khususnya dalam bidang kosmetika pada mahasiswa di era media sosial.

Dalam era digital saat ini, literasi informasi memberikan kekuatan bagi individu untuk mengenali kapan mereka membutuhkan informasi dan bagaimana cara memperoleh, mengevaluasi, serta menggunakan informasi itu secara efektif. Kemampuan ini memungkinkan seseorang tidak sekadar menerima informasi secara pasif, tetapi menjadi agen aktif: mampu memilah informasi relevan dari sumber terpercaya, menilai kualitasnya, serta menghindari informasi palsu atau menyesatkan. Dengan demikian, literasi informasi menjadi fondasi penting agar keputusan yang diambil berdasarkan

data dan fakta bukan sekadar opini, desas-desus, atau klaim dangkal.

Kelebihan literasi informasi juga tercermin dalam kemampuannya mendorong pembelajaran seumur hidup. Sebagaimana dikatakan dalam literatur literasi, individu yang “literate informasi” secara terus-menerus mampu menggali pengetahuan baru, memperbaharui wawasan, dan mengembangkan kemampuan berpikir kritis serta analitis. Hal ini menjadikan mereka lebih adaptif terhadap perubahan zaman ketika informasi dan teknologi berkembang cepat, literasi mempersiapkan individu agar tidak tertinggal, mampu belajar mandiri, dan membuat keputusan berdasarkan pengetahuan yang relevan.

Selain itu, literasi informasi memperkuat kapasitas seseorang untuk membuat keputusan yang lebih rasional dan matang. Dengan akses ke informasi yang valid dan kemampuan mengevaluasi sumber, individu dapat mempertimbangkan berbagai alternatif secara kritis, membandingkan opsi, serta memperhitungkan risiko dan

manfaat sebelum menentukan pilihan. Berbedadengan pengambilan keputusan impulsif atau berdasarkan emosi semata literasi membantu menyeimbangkan antara akal, logika, dan intuisi, sehingga keputusan menjadi lebih terinformasi dan bertanggung jawab.

Di era media sosial dan banjir informasi seperti sekarang, literasi informasi juga membantu melindungi individu dan komunitas dari misinformasi, hoaks, dan klaim palsu yang bisa mempengaruhi persepsi, sikap, dan tindakan termasuk dalam hal konsumsi, kesehatan, atau gaya hidup. Dengan literasi, seseorang lebih mampu mengenali informasi yang kredibel, skeptis terhadap klaim ekstrim atau sensasional, dan melakukan verifikasi sebelum mempercayai atau menyebarkan informasi yang pada gilirannya membantu pengambilan keputusan yang lebih cermat dan bijak di tengah arus informasi.

Di era digital seperti sekarang, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah cara

kita memperoleh, memproses, dan menggunakan informasi. Dengan dominasi internet, media sosial, mesin pencari, dan berbagai platform konten, informasi tersedia dalam jumlah besar dan dari berbagai sumber. Dalam konteks ini, kemampuan untuk memilah, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara tepat yaitu literasi informasi menjadi sangat penting. Literasi informasi memungkinkan individu untuk mengenali kapan mereka membutuhkan informasi, bagaimana mencari sumber yang relevan, mengevaluasi keandalan informasi, serta menggunakan informasi tersebut dengan bijak sesuai kebutuhan.

Salah satu kelebihan literasi informasi di era sekarang adalah memperkuat kemampuan berpikir kritis dan analitis. Daripada menerima informasi secara pasif, misalnya mempercayai klaim iklan atau konten menarik tanpa pertimbangan orang yang literat informasi cenderung mengevaluasi kualitas informasi, mempertanyakan sumber dan motive,

membandingkan berbagai referensi, dan menilai konsistensi data sebelum mengambil keputusan. Proses ini mengurangi kemungkinan terjebak pada misinformasi, hoaks, klaim berlebihan, atau propaganda yang pembaruan informasinya begitu cepat dan massif di media sosial dan dunia online.

Kaitan antara literasi informasi dan gaya pengambilan keputusan menjadi sangat kuat. Ketika seseorang mempraktikkan literasi informasi — melalui identifikasi kebutuhan informasi, pencarian sumber, evaluasi konten, dan penggunaan informasi — maka keputusan yang diambil cenderung bersifat rasional, berdasarkan data, dan mempertimbangkan risiko serta manfaat. Literasi informasi memberi bekal penting dalam pengambilan keputusan etis dan bertanggung jawab. Dalam dunia digital, kita tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga bisa menjadi penyebar informasi, pengambil keputusan kolektif atau bahkan pembuat konten. Literasi

informasi membantu memastikan bahwa tindakan kita seperti membagikan berita, komentar, pilihan produk, atau rekomendasi — didasari penilaian yang tepat dan etika digital, sehingga mengurangi penyebaran misinformasi atau tindakan impulsif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif dan signifikan antara tingkat kecerdasan emosional mahasiswa dengan literasi informasi kosmetika mereka. Secara umum, mahasiswa dengan skor kecerdasan emosional lebih tinggi cenderung menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengevaluasi informasi kosmetika, membedakan klaim iklan dari fakta, melakukan verifikasi informasi misalnya mengecek bahan, reputasi produk, serta membandingkan sumber sebelum mengambil keputusan untuk membeli atau menggunakan kosmetik. Aspek-aspek kecerdasan emosional seperti regulasi emosional (kemampuan mengendalikan impuls dan keinginan), kesadaran diri (self-awareness), dan empati (kemampuan memahami

pengaruh sosial/media) tampaknya berperan signifikan dalam mendukung literasi informasi kosmetika. Hasil ini mendukung hipotesis awal bahwa kecerdasan emosional berhubungan positif dengan literasi informasi di konteks kosmetika dan media sosial.

Temuan ini konsisten dengan tujuan penelitian bahwa di era media sosial di mana informasi kosmetika (termasuk klaim iklan, promosi influencer, ulasan peer) sangat mudah tersebar kecerdasan emosional menjadi salah satu faktor penting yang dapat membantu mahasiswa memilah, mengevaluasi, dan mengkritisi informasi sebelum memutuskan konsumsi.

Jika dihubungkan dengan mekanisme psikologis dan konteks media sosial maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Regulasi emosional dan kontrol impuls

Mahasiswa dengan kecerdasan emosional tinggi kemungkinan lebih mampu mengendalikan impuls membeli atau mencoba kosmetik hanya karena

tergiur promosi. Dalam konteks media sosial yang penuh iklan menarik dan testimoni influencer, dorongan emosional untuk “ikut tren”, “tertarik tampil menarik”, atau “takut tertinggal” dapat sangat tinggi. Regulasi emosional membantu individu menahan dorongan tersebut, mengambil jeda, dan berpikir kritis: mengevaluasi bahan, keamanan, reputasi, ulasan, serta mencari informasi independen sebelum membeli.

b. Kesadaran diri dan refleksi kritis

Kesadaran diri memungkinkan mahasiswa memahami kebutuhan, motif, dan kondisi diri sendiri misalnya apakah mereka betul-betul membutuhkan kosmetik atau hanya terdorong iklan/promosi. Kemampuan refleksi ini mendukung literasi informasi yang sehat: tidak hanya menerima klaim iklan begitu saja, tetapi mempertimbangkan aspek keamanan, kesehatan kulit, kebutuhan, dan rasionalitas konsumsi.

c. Literasi sosial terhadap media dan peer influence

Di era media sosial, promosi kosmetik sering melibatkan “teman sebaya”, influencer, atau peer group sehingga literasi informasi tidak hanya soal informasi teknis, tetapi juga memahami konteks sosial, tekanan sosial, serta norma kecantikan yang dibangun secara kolektif. Kecerdasan emosional (khususnya aspek empati dan pemahaman sosial) bisa membuat mahasiswa lebih peka terhadap manipulasi sosial, misalnya klaim “saya harus cantik seperti dia”. Dengan demikian, literasi informasi kosmetika bagi mereka bukan semata soal mengetahui bahan, tetapi juga memahami konteks sosial-emosional di balik klaim dan tekanan konsumsi.

Dalam literatur penelitian mengenai kecerdasan emosional, banyak studi menunjukkan bahwa kecerdasan emosional berkontribusi pada prestasi akademik, kesejahteraan psikologis, pengambilan keputusan yang lebih adaptif, dan pengendalian diri. Misalnya, penelitian terhadap mahasiswa menunjukkan bahwa mereka yang memiliki kecerdasan

emosional lebih baik cenderung mampu mengelola stres, konflik, dan tekanan akademik dengan baik.

Hasil penelitian diperoleh berdasarkan studi literatur melalui penelitian relevan. Hasil utama menyoroti bahwa kecerdasan emosional secara umum mempengaruhi literasi informasi pada mahasiswa. Hasil ini relevan dengan penelitian Manaf et al., (2023) menyatakan hubungan yang kuat antara kecerdasan emosional dengan literasi digital. Aspek kecerdasan emosional dalam penggunaan media juga di era saat ini menjadi hal krusial dalam menghasilkan keputusan (Yue dkk., 2021). Kecerdasan dinyatakan sebagai bagian penting dalam meningkatkan literasi digitalisasi untuk menemukan, mengelola, menganalisis, dan mengevaluasi media dan informasi dengan penalaran kritis di lingkungan digital (Digital Intelligence Institute-DQi, 2023).

Hasil penelitian ini relevan dengan Teori Konektivitas George Siemens (2005), yang menjelaskan tentang pembelajaran era digital yang

membutuhkan aspek kecerdasan emosional dalam mengelola informasi yang kompleks. Genlott & Grönlund (2013), dimana kemampuan membaca dan menulis menjadi suatu kebutuhan dasar namun sayangnya tidak semua orang memiliki cukup waktu sehingga penggunaan media sosial menjadi penting. Pembelajaran abad 21 yang ditandai dengan keterampilan digital, berpikir kritis, pemecahan masalah, kreativitas dan kolaborasi juga perlu didukung kecerdasan emosional untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi. Literasi digital berkontribusi untuk mengembangkan kecerdasan emosional yang baik. Mishra & Koehler, (2006) menjelaskan tentang Model *Techonological Pedadogical and Content Knowledge* (TPACK) yang menerangkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran memerlukan kemampuan adaptasi dan regulasi emosi.

Hasil penelitian mengindikasikan dimensi sosio-emosional dari literasi digital perlu untuk ditingkatkan (Nisa & Muhid, 2022), walaupun mahasiswa memiliki

dimensi teknis dan kognitif yang baik, masih perlu didukung oleh dimensi socio-emosional, yang berhubungan dengan perilaku individu dalam memanfaatkan media literasi digital. Hasil diperkuat dengan penelitian Azhary et al. (2021), yang membuktikan bahwa literasi digital berhubungan erat dengan kecerdasan emosional. Temuan lainnya juga diperkuat oleh studi di Universitas Jawa Barat, yang melibatkan 12.714 mahasiswa. Penelitiannya menunjukkan antara kecerdasan emosional dan literasi digital (Ibrahim et al., 2022).

Dalam konteks ini, hasil penelitian ini selaras dengan sebelumnya yang menyatakan kecerdasan emosional juga berkontribusi pada literasi informasi dalam hal ini literasi informasi kosmetika. Artinya, manfaat kecerdasan emosional tidak hanya terbatas pada aspek akademik atau sosial-emosional, tetapi juga pada aspek konsumerisme dan literasi informasi di era digital. Hal ini merupakan kontribusi yang

memperluas cakupan aplikasi kecerdasan emosional.

Berdasarkan penelitian ini, dapat dilihat bahwa kecerdasan emosional dapat mempengaruhi literasi informasi dalam menetapkan pilihan produk di media sosial termasuk kosmetika pada mahasiswa. Dengan demikian, penting bagi mahasiswa supaya dapat mengendalikan dan meningkatkan kecerdasan emosional agar dapat melakukan literasi dengan baik dan menetapkan keputusan produk terbaik.

Penelitian ini secara teoritis, mengusulkan bahwa kerangka literasi informasi tradisional yang biasanya menekankan aspek kognitif (kemampuan mencari, mengevaluasi, menyaring, membandingkan informasi) perlu diperluas dengan memasukkan aspek emosional/ psiko-sosial: regulasi emosional, kesadaran diri, empati, dan kontrol impuls. Dengan demikian, literasi informasi di era media sosial bukan hanya soal “apa yang kita tahu” (knowledge), tetapi juga “bagaimana kita merespon secara emosional dan sosial terhadap informasi tersebut”. Hal

ini menjadi kontribusi teoretis terhadap literatur literasi media /informasi serta psikologi konsumen.

Secara praktis, hasil ini mendukung pentingnya integrasi pendidikan literasi informasi kosmetika dan literasi media bersama dengan pendidikan kecerdasan emosional. Misalnya melalui workshop, seminar, atau mata kuliah tentang literasi media, analisis iklan, kesehatan kulit/kecantikan, serta pengembangan kecerdasan emosional mahasiswa. penting menyadari bahwa kecantikan dan konsumsi kosmetik di era media sosial sering dipengaruhi oleh iklan, peer pressure, dan promosi emosional. Dengan literasi informasi dan kecerdasan emosional, konsumen bisa membuat keputusan yang lebih bijak, kritis, dan bertanggung jawab terhadap diri sendiri. Misalnya memilih produk yang aman, tidak berlebihan, sesuai kebutuhan, bukan sekadar ikut tren.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang hubungan

kecerdasan emosional dengan literasi informasi kosmetika pada mahasiswa di era media sosial diperoleh bahwa penelitian relevan menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kecerdasan emosional dengan literasi informasi atau digital. Hal ini menunjukkan bahwa perlunya regulasi diri dalam mengendalikan dan meningkatkan kecerdasan emosional dalam melakukan literasi informasi supaya dapat menghasilkan keputusan terbaik dalam menetapkan produk khususnya kosmetika oleh mahasiswa..

Saran

Berdasarkan temuan yang diperoleh, penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam segi referensi, dikarenakan penelitian hubungan kecerdasan emosional dengan literasi pada mahasiswa masih terbatas, sehingga penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut terkait hubungan dua variabel tersebut pada mahasiswa khususnya dalam penggunaan media sosial. Penelitian ini bisa menjadi masukan bagi mahasiswa dalam menetapkan pilihan produk

kosmetika dengan mempertimbangkan kecerdasan emosional saat melakukan literasi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- American Library Association. (2000). *Information Literacy Competency Standards for Higher Education*. ALA.
- Azhary, D. A., Suhendar, S., & Nuranti, G. (2021). Pengaruh Self Regulated Learning Berbasis Literasi Digital Terhadap Kecerdasan Emosional Siswa. *Biodik*, 7(2), 1-10.
- Digital Intelligence Institute. (2023). DQ (Digital Intelligence); Global Standard on Digital Literacy, Digital Skills, and Digital Readiness (IEEE 3527.1™ Standard).
- Fitriani, L. (2021). Literasi Informasi Kosmetika pada Mahasiswa: Tantangan di Era Digital. *Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan*, 10(3), 65-74.
- Genlott, A. A., & Grönlund, Å. (2013). Improving literacy skills through learning reading by writing: The iWTR method presented and tested. *Computers and Education*, 67, 98-104
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. New York: Bantam Books.
- Handayani, T. (2022). Kecerdasan Emosional dan Literasi Digital pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Psikologi*, 14(2), 89-102.
- Ibrahim, R. K., Al Sabbah, S., Al-Jarrah, M., Senior, J., Almomani, J. A., Darwish, A., ... & Al Naimat, A. (2024). The mediating effect of digital literacy and self-regulation on the relationship between emotional intelligence and academic stress among university students: a cross-sectional study. *BMC Medical Education*, 24(1), 1309.
- Maharani, P., & Hendrastomo, G. (2022). Fenomena beauty vlogger pada perilaku konsumtif di kalangan mahasiswi Yogyakarta. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 11(2), 1-15.
- Manaf, A. R. A., Hamzah, M. R., Shuhaimi, K. F., Mutalib, S. A., Yusoff, H. A. M., Affandy, H. B., & Ayub, S. H. (2023). The Impact of Social Media Information Literacy on Malaysian Youth's Emotional Intelligence. *Journal of Techno-Social*, 15(2), 44-53.
- Marliana, M. E., Mitan, W., & Goo, E. E. K. (2025). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Tingkat Kemandirian Belajar Mahasiswa Dengan Kecerdasan Emosional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Nipa). *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 4(3), 711-734.
- Mishra, P., & Koehler, M. J. (2006). Technological Pedagogical Content Knowledge: A Framework for Teacher Knowledge. *Teachers*

- College Record, 108(6), 1017-1054.
- Nisa, W., & Muhid, A. (2022). Peran Layanan Bimbingan dan Konseling Kelompok dengan Teknik Role Playing dalam Meningkatkan Kecerdasan Emosional: Literature Review. *SHINE: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 3(1), 1-13.
- Peldi, S. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Representasi Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(2), 78-83.
- Purnamasari, R. P., & Nuryanto, U. W. (2020). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Komponen Prestasi Akademik Ditinjau Dari Kemampuan Literasi Media (Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi Swasta di Kota Serang). *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 62-71.
- Puspitasari, D. (2020). Hubungan Kecerdasan Emosional dan Literasi Informasi pada Siswa SMA. *Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 11(1), 73-82.
- Sari, E. P., Febrianti, D. A., & Fauziah, R. H. (2022). Fenomena penipuan transaksi jual beli online melalui media baru berdasarkan kajian space transition theory. *Deviance Jurnal Kriminologi*, 6(2), 153-168.
- Shuhufi, M., Kasman, N., & Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. (2023). Perlindungan hukum terhadap transaksi jual beli kosmetik berbasis e-commerce; perspektif mazhab Al-Syafi'i. *SHAUTUNA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab*, 4(1), 99-115
- Siemens, G. (2005). Connectivism: Learning as network-creation. *ASTD Learning News*, 10(1), 1-28.
- Yue, A., Pang, N., Torres, F., & Mambra, S. (2021, November). Developing an Indicator Framework for Digital Wellbeing: Perspectives from Digital Citizenship.
- Zai, I. T. C., & Zebua, A. N. (2024). Peran media sosial dalam mempengaruhi identitas sosial remaja di era digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 1(3), 134-139.
- Nurhayati Darubekti, and Lailatus Sa'diyah. 2020. "Librarian Personal Branding in Library and Archives Service of Bengkulu Province." *Palimpsest: Journal of Information and Library Science* 11(2):58-124.
- Saputra, Nurwidianto Yuli. 2022. "Strategi Personal Branding Dalam Ajang Pustakawan Berprestasi." *Bibliotech: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 4(2):103-10. doi: 10.33476/bibliotech.v4i2.1118.
- Satriawan, L. A., & Kurniawaty. 2022. "URGENSI PERSONAL BRANDING PADA PROFESI PUSTAKAWAN." *Pustakaloka: Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan* 14(2):204-18.