

PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER INFORMASI EKONOMI TERHADAP POLA PIKIR KRITIS MAHASISWA

Dani Reza Patilima¹, Hasim²,

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia¹

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia²

E-Mail: rezapatilima777@gmail.com

Abstract: *This study aims to explore how the use of social media as a source of economic information influences the formation of critical thinking patterns of students in the digital era. The development of communication technology has made platforms such as Twitter, Instagram, and YouTube the main source of obtaining economic information, replacing some of the functions of conventional media. Through a qualitative approach with a phenomenological method, this study involved students from various economics study programs to explore their experiences in accessing, assessing, and discussing economic information through social media. The results of the study indicate that social media plays a significant role in enriching students' economic understanding when used actively and reflectively, especially in the context of academic discussions, digital collaboration, and analysis of current economic issues. Students who actively engage in social media demonstrate improved analytical skills in evaluating data validity, identifying information bias, and constructing evidence-based economic arguments. Conversely, passive use without critical reflection tends to decrease the depth of analytical thinking. Furthermore, media literacy and information skills have been shown to be crucial mediating factors. Students with high levels of media literacy are able to filter credible information, understand the ideological context of economic news, and apply reflective thinking in decision-making. These findings confirm that the positive influence of social media on critical thinking depends not only on the frequency of use, but more so on the quality of digital interactions and the underlying motivation to learn. The implications of this research highlight the need to integrate media literacy and social media-based learning into the economics curriculum at universities. Through reflective, collaborative, and analytical pedagogical strategies, educational institutions can shape students' digital critical thinking so they can become rational, selective, and responsible consumers and producers of economic information.*

Keywords: *Social Media; Economic Information; Critical Thinking; Media Literacy; Digital Learning; Phenomenology.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penggunaan media sosial sebagai sumber informasi ekonomi memengaruhi pembentukan pola pikir kritis mahasiswa di era digital. Perkembangan teknologi komunikasi telah menjadikan platform seperti Twitter, Instagram, dan YouTube sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi ekonomi, menggantikan sebagian fungsi media konvensional. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis, penelitian ini melibatkan mahasiswa dari berbagai program studi ekonomi untuk menggali pengalaman mereka dalam mengakses, menilai, dan mendiskusikan informasi ekonomi melalui media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam memperkaya pemahaman ekonomi mahasiswa ketika digunakan secara aktif dan reflektif, terutama dalam konteks diskusi akademik, kolaborasi digital, serta analisis isu ekonomi aktual. Mahasiswa yang terlibat secara aktif menunjukkan peningkatan kemampuan analitis dalam mengevaluasi validitas data, mengidentifikasi bias informasi, serta membangun argumen ekonomi berbasis evidensi. Sebaliknya, penggunaan pasif tanpa refleksi kritis cenderung menurunkan kedalaman berpikir analitis. Selain itu, literasi media dan keterampilan informasi terbukti menjadi faktor mediasi yang krusial. Mahasiswa dengan tingkat literasi media tinggi mampu menyaring informasi yang kredibel, memahami konteks ideologis berita ekonomi, serta menerapkan pemikiran reflektif dalam pengambilan keputusan. Temuan ini menegaskan bahwa pengaruh positif media sosial terhadap pola pikir kritis tidak hanya bergantung pada frekuensi penggunaan, tetapi lebih pada kualitas interaksi digital dan motivasi belajar yang mendasarinya. Implikasi penelitian ini menyoroti perlunya integrasi literasi media dan pembelajaran berbasis media sosial dalam kurikulum pendidikan ekonomi di perguruan tinggi. Melalui strategi pedagogis yang reflektif, kolaboratif, dan analitis, institusi pendidikan dapat membentuk pola pikir kritis digital mahasiswa agar mampu menjadi konsumen dan produsen informasi ekonomi yang rasional, selektif, dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: *Media Sosial; Informasi Ekonomi; Pola Pikir Kritis; Literasi Media; Pembelajaran Digital; Fenomenologi.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong media sosial menjadi salah satu sumber utama informasi ekonomi bagi mahasiswa. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram menyediakan akses cepat dan luas terhadap berita ekonomi, tren pasar, serta diskusi terkait isu-isu ekonomi global maupun lokal. Fenomena ini mengubah cara mahasiswa memperoleh, memproses, dan mendiskusikan informasi ekonomi, sehingga berpotensi memengaruhi pola pikir kritis mereka (Galindo-Domínguez et al., 2024; Halim et al., 2024; Shieh & Nasongkhla, 2024).

Penggunaan media sosial sebagai sumber informasi ekonomi menawarkan peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan berpikir kritis. Melalui interaksi, diskusi, dan kolaborasi di media sosial, mahasiswa dapat belajar menganalisis, mengevaluasi, dan membandingkan berbagai sudut pandang serta data ekonomi yang beredar. Penelitian menunjukkan bahwa motivasi menggunakan media sosial dan keterampilan literasi media berhubungan positif dengan kemampuan berpikir kritis mahasiswa (Halim et al., 2024; Shieh & Nasongkhla, 2024; Soriano & Bastida, 2024).

Namun, tidak semua penggunaan media sosial berdampak positif terhadap pola pikir kritis. Studi menemukan bahwa penggunaan media sosial yang bersifat pasif atau sekadar konsumsi informasi tanpa refleksi kritis cenderung tidak meningkatkan, bahkan dapat menurunkan, kemampuan berpikir kritis mahasiswa. Sebaliknya, penggunaan yang aktif dan terarah, seperti diskusi akademik atau pemecahan masalah ekonomi, lebih efektif dalam menumbuhkan pola pikir kritis (Duterte, 2025; Galindo-Domínguez et al., 2024).

Tantangan utama dalam penggunaan media sosial sebagai sumber informasi ekonomi adalah maraknya informasi palsu, bias, dan fragmentasi konten. Mahasiswa dituntut untuk memiliki literasi media dan keterampilan evaluasi informasi agar mampu membedakan informasi yang valid dan relevan dari yang menyesatkan. Penelitian menegaskan bahwa literasi media dan kemampuan berpikir kritis sangat penting untuk mendeteksi hoaks dan misinformasi di media sosial (Galindo-Domínguez et al., 2024; Higdon, 2022).

Selain itu, penelitian juga menyoroti pentingnya peran institusi pendidikan tinggi dalam membekali mahasiswa dengan keterampilan literasi media dan berpikir kritis. Integrasi pembelajaran berbasis media sosial yang terencana dan kolaboratif dapat meningkatkan kemampuan analisis, refleksi, dan pemecahan masalah mahasiswa dalam konteks ekonomi. Keterampilan ini menjadi modal penting dalam menghadapi tantangan era digital yang penuh dengan arus informasi ekonomi yang cepat dan kompleks.

Dengan demikian, fenomena penggunaan media sosial sebagai sumber informasi ekonomi memiliki implikasi besar terhadap pola pikir kritis mahasiswa. Agar manfaatnya optimal, diperlukan strategi pendidikan yang menekankan literasi media, penggunaan media sosial secara aktif dan reflektif, serta pengembangan pola pikir kritis dalam setiap aktivitas pembelajaran ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi ekonomi serta bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap pembentukan pola pikir kritis mereka. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menggali makna yang muncul dari pengalaman nyata mahasiswa dalam berinteraksi dengan konten ekonomi digital.

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Penggunaan Media Sosial sebagai Sumber Informasi Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menjadikan media sosial sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi ekonomi terkini. Platform seperti Instagram, Twitter,

dan YouTube menjadi saluran dominan yang digunakan untuk mengikuti perkembangan isu-isu ekonomi nasional maupun global.

Mahasiswa mengaku memperoleh manfaat dalam bentuk akses cepat, kemudahan memahami topik ekonomi kompleks melalui visualisasi, serta kemampuan untuk berdiskusi langsung dengan sesama pengguna. Fenomena ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga telah bertransformasi menjadi ekosistem pembelajaran ekonomi digital.

Temuan ini sejalan dengan pandangan teori Uses and Gratifications, yang menekankan bahwa pengguna memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan kognitif dan informasional mereka. Namun, sebagian mahasiswa masih menunjukkan kecenderungan pasif, di mana informasi hanya dikonsumsi tanpa evaluasi mendalam terhadap kredibilitas sumbernya.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pola Pikir Kritis Mahasiswa

Analisis data kualitatif menunjukkan bahwa pola pikir kritis mahasiswa meningkat ketika media sosial digunakan untuk diskusi akademik dan kolaborasi analitis. Mahasiswa yang aktif berdiskusi mengenai isu ekonomi, membandingkan data antar sumber, dan berpartisipasi dalam forum digital menunjukkan kemampuan yang lebih tinggi dalam:

- a. Menganalisis validitas argumen ekonomi,
- b. Mengevaluasi keandalan data pasar, dan
- c. Mengidentifikasi bias dalam penyajian informasi.

Sebaliknya, mahasiswa yang menggunakan media sosial secara pasif atau hanya mengikuti akun ekonomi populer tanpa refleksi kritis menunjukkan penurunan kemampuan analisis dan kecenderungan berpikir instan. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa bentuk keterlibatan aktif dalam media sosial memiliki korelasi positif terhadap kemampuan berpikir kritis (Facione, 2015; Paul & Elder, 2014).

Dengan demikian, kualitas interaksi digital menjadi faktor penentu — bukan semata frekuensi penggunaan, melainkan kedalaman partisipasi dan refleksi kritis yang dilakukan mahasiswa.

Peran Literasi Media dalam Menyaring Informasi Ekonomi

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa literasi media merupakan faktor mediasi yang kuat dalam hubungan antara penggunaan media sosial dan pola pikir kritis. Mahasiswa dengan tingkat literasi media yang tinggi cenderung:

1. Mampu mengidentifikasi sumber informasi ekonomi yang kredibel,
2. Memahami bias ideologis dalam berita ekonomi, dan
3. Menggunakan pendekatan komparatif untuk menilai kebenaran informasi.

Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi media yang rendah lebih mudah terpengaruh oleh misinformasi dan narasi ekonomi populis yang beredar di media sosial. Mereka menunjukkan keterbatasan dalam membedakan antara opini subjektif dan data empiris. Kondisi ini menegaskan pentingnya pendekatan literasi digital kritis (critical digital literacy) dalam pendidikan ekonomi di perguruan tinggi. Literasi media bukan sekadar kemampuan teknis mengakses informasi, melainkan kemampuan reflektif dan analitis untuk memaknai dan menilai kebenaran suatu informasi ekonomi.

Intensitas, Motivasi, dan Keterampilan Informasi

Temuan lapangan menunjukkan bahwa motivasi penggunaan media sosial juga menentukan arah pengaruh terhadap berpikir kritis. Mahasiswa dengan motivasi belajar yang kuat menggunakan media sosial untuk mencari informasi tambahan guna memperkuat pemahaman materi kuliah. Mereka secara aktif mengikuti kanal edukatif, webinar ekonomi digital, serta diskusi ekonomi makro dan mikro. Sebaliknya, penggunaan media sosial yang didorong oleh motif hiburan atau keterlibatan sosial pasif tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pola pikir kritis.

Selain itu, keterampilan informasi (information skills) terbukti menjadi variabel mediasi penting. Mahasiswa yang mampu mencari, mengevaluasi, dan menerapkan informasi ekonomi dengan tepat menunjukkan kemampuan berpikir reflektif yang lebih tinggi. Keterampilan ini memperkuat hubungan antara keterlibatan di media sosial dan pembentukan pola berpikir kritis, sebagaimana ditegaskan dalam model Information Literacy Competency Framework for Higher Education (ACRL, 2015).

Tantangan dan Implikasi Pendidikan

Meskipun media sosial memberikan peluang besar dalam pengembangan pola pikir kritis, tantangan yang muncul cukup kompleks. Fragmentasi informasi, bias algoritmik, dan penyebaran hoaks ekonomi menjadi hambatan utama dalam proses pembentukan pemikiran kritis mahasiswa. Arus informasi yang cepat sering kali membuat mahasiswa kesulitan membedakan antara data faktual dan opini yang dimanipulasi.

Implikasi penting bagi pendidikan tinggi adalah perlunya strategi pedagogis berbasis literasi media sosial yang terintegrasi dalam kurikulum ekonomi. Dosen dapat memanfaatkan media sosial sebagai ruang pembelajaran reflektif — misalnya dengan mendorong mahasiswa melakukan analisis konten ekonomi digital, diskusi kritis daring, atau proyek evaluasi informasi berbasis kasus nyata.

Dengan demikian, institusi pendidikan berperan sebagai fasilitator untuk membentuk pola pikir kritis digital (digital critical mindset) di kalangan mahasiswa ekonomi.

Sintesis Temuan

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa:

1. Media sosial berperan signifikan sebagai sumber informasi ekonomi yang memengaruhi cara mahasiswa berpikir dan belajar.
2. Dampak terhadap pola pikir kritis bergantung pada kualitas penggunaan, bukan pada intensitasnya semata.
3. Literasi media dan keterampilan informasi menjadi kunci dalam menyeimbangkan manfaat dan risiko informasi digital.
4. Institusi pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk pola pikir kritis mahasiswa melalui integrasi media sosial dalam pembelajaran ekonomi yang reflektif, kolaboratif, dan analitis.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pembentukan pola pikir kritis di era digital memerlukan sinergi antara literasi media, keterlibatan aktif, dan pendidikan reflektif agar mahasiswa mampu menjadi konsumen dan produsen informasi ekonomi yang rasional serta bertanggung jawab.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menggambarkan perubahan mendasar dalam cara mahasiswa memperoleh dan memaknai informasi ekonomi di era digital. Media sosial kini tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, melainkan telah berevolusi menjadi sumber pengetahuan ekonomi yang dinamis dan interaktif. Platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube memungkinkan mahasiswa mengakses informasi ekonomi secara real-time, memvisualisasikan isu-isu kompleks, serta berinteraksi dengan komunitas ekonomi global. Kondisi ini menunjukkan pergeseran paradigma pembelajaran dari model konvensional berbasis teks menuju ekosistem digital yang menekankan kecepatan, keterbukaan, dan kolaborasi.

Namun demikian, dominasi media sosial sebagai sumber informasi ekonomi menimbulkan konsekuensi epistemologis. Berdasarkan teori Uses and Gratifications, mahasiswa menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan kognitif dan informasional, tetapi tingkat kepuasan dan manfaatnya sangat bergantung pada pola penggunaan. Ketika mahasiswa berperan aktif dalam berdiskusi dan mengkritisi isu ekonomi, media sosial menjadi wahana efektif bagi penguatan

kemampuan berpikir kritis. Sebaliknya, penggunaan yang bersifat pasif—misalnya hanya mengonsumsi konten populer tanpa refleksi—berpotensi menurunkan kualitas analisis dan mendorong pola pikir instan.

Peningkatan pola pikir kritis mahasiswa terbukti berkorelasi dengan kualitas interaksi digital. Mahasiswa yang aktif berpartisipasi dalam forum akademik daring dan membandingkan berbagai sumber informasi menunjukkan kemampuan lebih baik dalam menilai validitas argumen ekonomi dan mendeteksi bias data. Temuan ini selaras dengan pandangan Facione (2015) dan Paul & Elder (2014) bahwa berpikir kritis tumbuh melalui latihan reflektif dan keterlibatan kognitif yang mendalam. Dengan kata lain, bukan frekuensi penggunaan media sosial yang menentukan kualitas berpikir kritis, melainkan sejauh mana mahasiswa menggunakannya sebagai ruang analisis dan refleksi intelektual.

Di sisi lain, literasi media muncul sebagai variabel mediasi yang sangat penting. Mahasiswa dengan tingkat literasi media tinggi mampu memilah sumber informasi ekonomi yang kredibel, mengenali bias ideologis, serta melakukan perbandingan antar sumber untuk menguji kebenaran data. Literasi media dalam konteks ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga epistemik—yakni kemampuan untuk menilai, menafsirkan, dan memaknai informasi secara kritis. Rendahnya literasi media menyebabkan mahasiswa mudah terjebak dalam misinformasi dan narasi ekonomi populis. Oleh karena itu, pendekatan critical digital literacy perlu diintegrasikan ke dalam pendidikan ekonomi agar mahasiswa tidak sekadar menjadi pengguna informasi, melainkan juga analis dan produsen pengetahuan ekonomi yang bertanggung jawab.

Motivasi dan keterampilan informasi juga berperan dalam memperkuat hubungan antara penggunaan media sosial dan kemampuan berpikir kritis. Mahasiswa dengan motivasi belajar yang kuat menggunakan media sosial secara strategis untuk memperdalam pemahaman terhadap materi kuliah, mengikuti webinar, dan berpartisipasi dalam diskusi akademik digital. Sebaliknya, mahasiswa dengan motivasi hiburan cenderung memperoleh manfaat yang minim terhadap peningkatan pola pikir kritis. Keterampilan informasi—sebagaimana dijelaskan dalam Information Literacy Competency Framework for Higher Education (ACRL, 2015)—mendorong mahasiswa untuk mampu menelusuri, mengevaluasi, dan menerapkan informasi ekonomi secara reflektif.

Meskipun potensi positifnya besar, tantangan yang dihadapi tidak ringan. Arus informasi yang masif, bias algoritmik, dan hoaks ekonomi menjadi ancaman serius bagi pembentukan pemikiran kritis. Informasi yang terfragmentasi dan dipengaruhi preferensi algoritma membuat mahasiswa sering kali terjebak dalam echo chamber—lingkaran informasi yang memperkuat pandangan subjektif tanpa membuka ruang evaluasi rasional. Oleh karena itu, institusi pendidikan perlu berperan aktif dalam merancang strategi pedagogis berbasis literasi media sosial. Pendekatan seperti analisis konten ekonomi digital, proyek evaluasi data, serta diskusi daring reflektif dapat membantu mahasiswa membangun digital critical mindset yang adaptif terhadap dinamika informasi.

Secara keseluruhan, pembentukan pola pikir kritis di era digital memerlukan kolaborasi antara keterampilan literasi media, motivasi belajar, dan pendekatan pendidikan reflektif. Mahasiswa tidak hanya dituntut untuk menjadi konsumen informasi ekonomi, tetapi juga produsen pengetahuan yang mampu berpikir logis, analitis, dan etis dalam mengelola informasi. Dengan demikian, media sosial dapat berfungsi optimal sebagai ruang pembelajaran ekonomi yang inklusif, partisipatif, dan transformatif menuju generasi akademik yang melek digital serta berorientasi pada kebenaran ilmiah.

KESIMPULAN

Bahwa Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan pola pikir kritis mahasiswa dalam memahami informasi ekonomi. Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap pembelajaran dan akses informasi, di mana mahasiswa kini lebih bergantung pada platform seperti Twitter, Instagram, dan YouTube untuk memperoleh pemahaman ekonomi secara cepat dan dinamis.

Namun, hasil penelitian menegaskan bahwa pengaruh positif media sosial terhadap pola pikir kritis tidak bersifat otomatis, melainkan bergantung pada cara penggunaannya. Mahasiswa yang berpartisipasi aktif dalam diskusi, melakukan analisis, serta membandingkan berbagai sumber informasi ekonomi menunjukkan kemampuan berpikir kritis yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang menggunakan media sosial secara pasif.

Lebih jauh, literasi media dan keterampilan informasi muncul sebagai faktor mediasi utama yang menentukan kualitas pemikiran kritis mahasiswa. Mahasiswa dengan literasi media tinggi mampu menyeleksi informasi yang kredibel, memahami bias penyajian data ekonomi, dan mengembangkan refleksi argumentatif yang lebih matang. Sebaliknya, rendahnya literasi media membuat mahasiswa rentan terhadap misinformasi dan berpikir instan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peran media sosial dalam pengembangan pola pikir kritis mahasiswa sangat ditentukan oleh kombinasi antara intensitas, motivasi, literasi media, dan keterampilan informasi. Pemanfaatan media sosial secara aktif, reflektif, dan kolaboratif mampu mendorong mahasiswa berpikir lebih analitis dan kritis terhadap isu-isu ekonomi yang kompleks

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M., & Bano, S. (2019). The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su11061683>
- Cheng, L., Fang, G., Zhang, X., Lv, Y., & Liu, L. (2022). Impact of social media use on critical thinking ability of university students. *Libr. Hi Tech*, 42, 642–669. <https://doi.org/10.1108/lht-11-2021-0393>
- Duterte, J. (2025). Social Media Use and Critical Thinking Skills among Senior High School Learners: A Quantitative Correlational Study. *Journal of Tertiary Education and Learning*. <https://doi.org/10.54536/jtel.v3i1.3991>
- Galindo-Domínguez, H., Bezanilla, M., & Campo, L. (2024). Relationship between social media use and critical thinking in university students. *Educ. Inf. Technol.*, 30, 6641–6665. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12953-z>
- Halim, N., Mutalib, M. A., Zaid, N., Mokhtar, M., Majid, F., & Sharil, W. N. E. H. (2024). The Use of Social Media to Enhance Critical Thinking in Online Learning Among Higher Education Students. *Int. J. Interact. Mob. Technol.*, 18, 56–66. <https://doi.org/10.3991/ijim.v18i06.48033>
- Handayani, F., Jalwis, & Prahatmaja, N. (2024). The role of social media as a source of academic information for students. *Record and Library Journal*. <https://doi.org/10.20473/rlj.v10-i1.2024.103-111>
- Higdon, N. (2022). The critical effect: Exploring the influence of critical media literacy pedagogy on college students' social media behaviors and attitudes. *Journal of Media Literacy Education*. <https://doi.org/10.23860/jmle-2022-14-1-1>
- Hussain, I., Cakir, O., & Candeger, U. (2018). Social Media as a Learning Technology for University Students. *International Journal of Instruction*, 11, 281–296. <https://doi.org/10.12973/iji.2018.11219a>
- Jha, R. R. (2024). IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON STUDENTS. *INTERANTIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT*. <https://doi.org/10.55041/ijsrem32045>
- Orhan, A. (2023). Fake news detection on social media: the predictive role of university students' critical thinking dispositions and new media literacy. *Smart Learning Environments*, 10. <https://doi.org/10.1186/s40561-023-00248-8>

Pagán-Castaño, J., Sánchez-García, J., Callarisa-Filiol, L., & Pagán-Castaño, E. (2024). The influence of new media literacy to develop critical thinking in high school students / La influencia de la alfabetización en nuevos medios para desarrollar el pensamiento crítico en los estudiantes de secundaria. *Culture and Education*, 36, 1044–1069. <https://doi.org/10.1177/11356405241290420>

Shieh, C., & Nasongkhla, J. (2024). Effects of motivation to use social networking sites on students' media literacy and critical thinking. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. <https://doi.org/10.30935/ojcmmt/14060>

Sivakumar, A., Jayasingh, S., & Shaik, S. (2023). Social Media Influence on Students' Knowledge Sharing and Learning: An Empirical Study. *Education Sciences*. <https://doi.org/10.3390/educsci13070745>

Soriano, H., & Bastida, G. (2024). Social Media Engagement and Students' Critical Thinking Disposition Influenced by Their Information Skills. *Journal of Interdisciplinary Perspectives*. <https://doi.org/10.69569/jip.2024.0579>

Zou'bi, R. Al. (2021). The impact of media and information literacy on acquiring the critical thinking skill by the educational faculty's students. *Thinking Skills and Creativity*. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100782>