

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kehidupan media massa semakin pesat berkembang, seperti televisi, radio, koran, majalah, dan sebagainya. Di Indonesia, media televisi masih banyak digemari dan dibutuhkan masyarakat. Televisi merupakan media berbentuk audio visual, gabungan antara gambar dan suara dengan berbagai konten yang dikemas sedemikian menarik di dalamnya.

Survei yang dilakukan *Nielsen Consumer Media View* (dalam Darmastuti dkk, 2018: 637) di 11 kota di Indonesia menunjukkan bahwa *penetrasi* televisi masih menduduki posisi pertama sebesar 96 persen disusul dengan Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%). Oleh karenanya, televisi masih menjadi sumber rujukan masyarakat untuk mendapatkan informasi, edukasi hingga hiburan. Televisi dapat menjadi wadah atau media untuk menyampaikan nilai serta pemahaman yang bersifat konservatif hingga kontemporer.

Hal di atas merupakan penyebab masih banyak masyarakat yang sepenuhnya percaya atau “termakan” isi tayangan televisi. Seperti budaya konsumerisme yang disebabkan oleh sajian iklan-iklan, nilai sosial dari televisi yang kemudian diadaptasi ke kehidupan sehari-hari, tayangan yang tidak mendidik berupa konten kekerasan baik kekerasan fisik maupun kekerasan non fisik, konten poronografi, dan sebagainya.

Tayangan atau sajian konten media televisi tersebut memberikan dampak bagi khalayaknya, baik dampak positif hingga banyak dampak negatif. Dosis berlebihan ketika menonton televisi dapat berbanding lurus dengan jumlah perilaku buruk khalayak, terutama pada khalayak anak-anak dan remaja yang sebagian besar dapat meniru isi tayangan televisi. Disamping itu, masyarakat utamanya orang dewasa masih minim terhadap pemahaman literasi media yang mana pemahaman ini akan membantu masyarakat menjadi kritis terhadap media.

Oleh karena itu, pengetahuan dan kemampuan literasi media merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh masyarakat. Pengertian literasi media yang beragam dan berbeda disesuaikan dengan indikator yang menjadi acuan praktik literasi medianya. Namun inti pada pengertian literasi media merupakan suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media dan menciptakan pesan menggunakan alat media (Hobbs dalam Adiarsi, 2015: 472). Rubin (1998) dalam Jurnal *Humaniora*, Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa juga menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut.

Pemahaman dan praktik literasi media juga menjadi hal yang penting bagi pegiat literasi media dalam membantu masyarakat mendapatkan pengetahuan terkait literasi media. Terdapat beberapa lembaga di Indonesia yang memiliki ketertarikan dalam kajian media dan melakukan praktik literasi

media ke masyarakat. Lembaga yang melakukan praktik literasi media memiliki strategi dan metode yang berbeda-beda sesuai dengan sasaran dan tujuan dari literasi media yang dilakukan. Dalam buku terbitan Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP) yang bekerjasama dengan Yayasan Tifa berjudul Model-model Gerakan Literasi Media & Pemantauan Media di Indonesia menyebutkan beberapa lembaga yang telah melakukan praktik literasi media.

Di antaranya Lembaga Masyarakat Peduli Media (MPM) yang memilih ibu rumah tangga sebagai target sasaran mereka dengan metode partisipasi. Melalui metode tersebut, diharapkan ibu-ibu akan lebih mudah untuk berpartisipasi dalam mencerna materi literasi media yang disampaikan. Selain itu, lembaga *Early Childhood Care and Development-Resource Centre* (ECCD-RC) memilih guru sebagai target sasaran mereka dengan metode pelatihan/*workshop*. ECCD-RC berharap gerakan literasi media yang dilakukan dapat menghasilkan guru yang memahami literasi media dan arti pentingnya di dunia pendidikan bagi anak melalui kurikulum. Bagi mereka yang telah memahaminya dapat menyebarluaskan pengetahuan mengenai literasi media tersebut. Serta lembaga Sahabat Cahaya yang menasar anak-anak dengan metode mendongeng. Hasil dari metode ini dikatakan efektif karena metode ini dapat bertahan selama lebih dari satu tahun.

Lembaga-lembaga di atas menerapkan praktik literasi media secara langsung kepada target sarannya. Metode yang digunakan memberikan dampak yang dapat dilakukan secara langsung oleh target. Mereka juga dapat

melihat hasil praktik literasi media terhadap target. Setidaknya target akan lebih mudah memahami dan mampu menerapkan materi literasi media yang telah didapatkan. Akan berbeda dengan lembaga yang menerapkan praktik literasi media secara tidak langsung, seperti dengan penggunaan media baru.

Materi literasi media yang didapat masyarakat diharapkan dapat mengurangi efek buruk dari penggunaan media dan informasi. Efek yang dapat merembet pada hal-hal negatif seperti konsumerisme, budaya kekerasan non-verbal di media atau adaptasi kekerasan fisik di kehidupan nyata, budaya “*ngintip*” pribadi orang lain, serta dampak negatif lainnya. Dan Blake dikutip oleh Potter (2013) dalam Jurnal Humaniora, Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa menyebutkan literasi media juga sangat dibutuhkan pelajar karena, (1) hidup di lingkungan bermedia; (2) literasi media menekankan pada pemikiran kritis; (3) menjadi literat terhadap media merupakan bagian dari pembelajaran terhadap warga negara; (4) membuat dapat berperan aktif dalam lingkungan yang dipenuhi dengan media; dan (5) pendidikan media membantu dalam memahami teknologi komunikasi.

Teradapat sebuah jurnal penelitian media yang membahas mengenai penelitian literasi media yang dilakukan tahun 2013 oleh Rahmi dengan judul *Pengenalan Literasi Media Pada Anak Usia Sekolah Dasar*. Hasil penelitian ini memaparkan bahwa media massa mampu memberikan perubahan dalam kehidupan masyarakat. Selain itu media massa jelas menerpa kehidupan masyarakat itu sendiri tidak terkecuali pada anak usia sekolah dasar. Kompetisi yang sangat ketat membuat media massa terutama televisi

memperebutkan penonton, sehingga dominasi tayangan hiburan lebih banyak daripada tayangan edukasi. Persoalan profit menjadi penyebab nomor satu jika dibandingkan dengan mempertimbangkan faktor isi tayangan televisi. Oleh karenanya, literasi media akan sangat efektif dalam menangkal efek buruk dari realitas media jika sebelumnya telah memahami konsep-konsep utama dalam media.

Media kini telah berkembang dari media lama (televisi, majalah, koran, radio) ke media baru. Media baru muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, *sattelites*, teknologi *optic fiber* dan komputer (Croteau dalam Kurnia, 2005: 292). Salah satu media baru yang berkembang di masyarakat adalah internet. Berbeda dengan konten di media massa cetak ataupun elektronik, konten media baru mencerminkan suatu gabungan antara media audio, audio-visual, dan cetak sekaligus.

Hal ini mengindikasikan bahwa prasyarat-prasyarat literasi yang dibutuhkan jelas berbeda. Pertama, keliterasian teknologi. Sebagian besar akses internet di Indonesia melalui teknologi *handphone* (Rahayu dkk dalam Rianto, 2016: 90), dan ini secara jelas menuntut para penggunanya memiliki kemampuan untuk melek teknologi. Kedua, prasyarat dasar literasi untuk mengakses dan menggunakan informasi yang mereka gunakan. Di sini, seseorang tidak cukup hanya mempunyai kemampuan yang sangat elementer seperti pada media televisi (Postman dalam Rianto, 2016: 90), tapi harus pula memiliki kecakapan literasi media cetak. Media baru yang dalam hal ini internet harus lebih dari itu, karena dalam media cetak dan elektronik, berita

ditulis dalam rangkaian sistem kerja media (Shoemaker dan Reese dalam Rianto, 2016: 91) dimana standar profesional menuntut berita harus ditulis dengan cara yang akurat dan berimbang (Mencher, 2000; McQuail, 1992; Rahayu, 2006; Rianto, 2007 dalam Rianto, 2016: 92).

Perkembangan media baru berupa internet dapat dilihat dari melesatnya penggunaan internet di Indonesia dalam beberapa fenomena, antara lain yang pertama berkembangnya titik-titik *wifi* atau *hotspot* di berbagai lokasi seperti kampus, sekolah, pusat perbelanjaan, pusat kota hingga pelosok desa. Kedua, operator telepon seluler menawarkan paket data internet bagi para konsumennya dengan harga dan layanan yang kompetitif. Ketiga, perkembangan warung internet (*warnet*) yang semakin banyak hingga ke pelosok daerah (Rochimah dan Junaedi, 2013: 48). Selain itu juga dapat dilihat dari jumlah penggunanya yang semakin meningkat. Berdasarkan data dari situs Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) (2018) populasi *netter* atau pengguna internet di Indonesia pada 2017 tercatat sebanyak 143,26 juta orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat kini telah melek media.

Masyarakat yang melek media berarti telah memiliki kemampuan untuk dapat mengakses internet melalui teknologi seperti *smartphone* atau komputer. Masyarakat telah memanfaatkan media baru berupa internet ini untuk keperluan sehari-hari. Masyarakat dapat berkomunikasi tanpa merasa terhalang ruang dan jarak jauh yang memisahkan. Melalui media baru ini pula masyarakat bisa mendapatkan informasi, edukasi dan hiburan.

Di dalam media baru berupa internet terdapat media daring, media sosial, media alternatif, dan sebagainya. Hal-hal tersebut yang membuat seseorang menjadi ketagihan hingga lupa waktu selama mengaksesnya. Selain memberikan sisi positif, media baru juga memberikan dampak negatif bagi penggunanya. Dampak negatif tersebut bisa terkena pada diri sendiri dan masyarakat secara luas. Hal ini dapat disebabkan oleh penggunaan media baru yang tidak terbatas dan tidak terkontrol, seperti banyak beredarnya kasus berita palsu atau *hoax*, kasus penipuan di media daring, konten kekerasan dan pornografi dengan bentuk gambar maupun video, dan sebagainya.

Oleh karena penggunaan media baru yang tidak terbatas dan akses terhadap internet yang tidak terkontrol itulah pengguna perlu memiliki pengetahuan dan pemahaman terkait literasi media berbasis media baru. Kemajuan internet dan perubahan karakteristik media ke arah media baru sebagai implikasi perkembangan internet membangkitkan lagi perlunya literasi media kepada seluruh lapisan masyarakat. Hal ini menjadi penting untuk dilakukan karena pengakses internet harus didukasi untuk dapat memanfaatkannya dengan baik. Literasi media berbasis media baru membuat khalayak atau masyarakat tidak hanya menjadi pengguna atau konsumen media, namun juga dapat menjadi produsen pesan media.

Pengetahuan dan kemampuan literasi media berbasis media baru juga menjadi penting bagi pegiat literasi media. Salah satu media daring yang dianggap memiliki pengetahuan dan kemampuan mempraktikkan literasi media berbasis media baru secara konsisten adalah [Remotivi.or.id](http://Remotivi.or.id).

Remotivi.or.id dikelola oleh lembaga Remotivi. Remotivi adalah lembaga studi dan pemantauan media yang banyak melakukan kajian dan penelitian di bidang media (<http://www.remotivi.or.id/konten/1/profil> diakses pada 25/02/2017 pukul 21.03).

Sebagai lembaga yang berfokus terhadap kajian dan penelitian media, Remotivi berupaya meyakinkan masyarakat bahwa kepentingan yang diusung oleh media *daring* dan media sosialnya adalah semata-mata untuk kepentingan masyarakat dalam memperoleh sajian media yang baik. Merebut kembali frekuensi milik publik dari konglomerasi industri media merupakan tema kampanye yang diangkat oleh Remotivi periode 2010 sampai 2015, dimana televisi dianggap masih berjaya menjadi sumber informasi, edukasi hingga hiburan bagi masyarakat.

Dalam hal ini, sumber kekuatan kampanye Remotivi merupakan Undang-Undang Dasar pasal 33 ayat 3 yang berbicara mengenai frekuensi bahwa bumi, air, tanah, udara dan lain sebagainya dimiliki oleh negara dan dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Hal itulah yang kemudian menjadi dasar bagi Remotivi karena melihat televisi saat ini bersiaran menggunakan frekuensi publik. Dalam logika pasal tersebut, frekuensi bersiaran menggunakan udara. Udara itu kemudian mestinya dikelola oleh negara yang dimanfaatkan untuk kepentingan publik. Namun Remotivi melihat bahwa ternyata frekuensi publik itu tidak digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik tapi untuk kepentingan pemilik media atau pemilik televisi.

Kemudian alasan lain dari didirikannya Remotivi adalah karena menyoal kebebasan berekspresi, kebebasan berpendapat, kebebasan kemerdekaan untuk menyampaikan pendapat (Wisnu Prasetya Utomo, Hasil Wawancara, 21 Juli 2017). Menurut Wisnu apa yang dilakukan Remotivi melalui *website* maupun media sosialnya bertujuan untuk mengkampanyekan bahwa frekuensi yang digunakan televisi untuk siaran adalah milik publik. Dengan begitu, publik bisa sadar mengenai hak-haknya ketika berhadapan dengan tayangan televisi (<http://blog.politwika.com/remotivi/> diakses pada 25/02/17 pukul 21.03).

Konten yang diproduksi Remotivi.or.id sendiri adalah artikel dan tulisan-tulisan kritis seputar isu media. Perbedaan Remotivi.or.id dengan media daring lainnya ada pada cara penyajian tulisan dengan bahasa atau redaksi yang cenderung ilmiah karena *concerns* mereka terhadap penelitian media. Untuk mengimbangi hal tersebut, Remotivi.or.id mengangkat berbagai isu sosial yang muncul di televisi dan pada akhirnya menyamakan zaman dengan mengangkat informasi-informasi kekinian dari media agar dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat awam pada umumnya.

Selain itu, Remotivi memiliki aplikasi berbasis android sebagai salah satu perkembangan media baru berupa *smartphone* yang diberi nama Rapotivi untuk memudahkan masyarakat mengadukan tayangan buruk televisi. Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) mengapresiasi Remotivi dengan memberikan penghargaan Tasrif Award di tahun 2014 karena kepedulian Remotivi dalam menegakkan kebebasan pers, kebebasan berekspresi dan

berpendapat, serta dalam menyebarkan nilai-nilai keadilan dan demokrasi melalui media daringnya.

Media daring Remotivi.or.id juga telah memiliki *International Standard Serial Number* (ISSN) atau Nomor Seri Standar Internasional. ISSN adalah sebuah nomor unik yang digunakan untuk identifikasi publikasi berkala media cetak ataupun elektronik. Nomor identifikasi ini sejenis dengan ISBN yang diperuntukkan bagi buku. Artinya Remotivi.or.id sebagai media daring dipercaya untuk terus menerbitkan tulisan berkualitas mengenai isu media secara berkala. Hal tersebut menunjukkan konsistensi Remotivi dalam praktik literasi media berbasis media baru yang sejalan dengan periode Remotivi tahun 2015 sebagai awal bagi Remotivi untuk menggeser fokus kajian media ke arah media baru.

Namun, masih banyak masyarakat yang belum menyadari keberadaan Remotivi sebagai penyalur aspirasi atau pendapat kritis masyarakat mengenai isu media yang berkembang. Remotivi telah menempatkan diri sebagai wadah bagi masyarakat untuk ikut serta dalam perbaikan isi siaran televisi dan sajian media menuju perubahan yang lebih baik, lebih mendidik, dan lebih bermutu. Masyarakat diajak untuk turut terlibat secara aktif dapat berpikir kritis dalam penggunaan internet yang salah satu caranya dengan menjadi produsen pesan media.

Oleh sebab itu, bagi pegiat maupun masyarakat membutuhkan model literasi media berbasis media baru sebagai acuan bagaimana memanfaatkan media daring dan media sosial dengan baik. Untuk itu, mengetahui

bagaimana aplikasi model literasi media berbasis media baru oleh Remotivi perlu dilakukan agar dapat disebarluaskan atau sekurang-kurangnya menjadi acuan kepada masyarakat.

Apa yang dilakukan oleh Remotivi melalui media daring dan media sosialnya merupakan upaya menyadarkan masyarakat untuk kritis terhadap konten di media. Hal tersebut juga menjadi bentuk Remotivi dalam melakukan praktik literasi media berbasis media baru sebagai pemroduksi isi media. Oleh karena itulah, peneliti tertarik untuk meneliti Literasi Media Berbasis Media Baru, Aplikasi Model Literasi Media Berbasis Media Baru oleh Remotivi periode tahun 2017.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah berdasarkan apa yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah di atas adalah bagaimana aplikasi model literasi media berbasis media baru oleh Remotivi tahun 2017?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memaparkan pengaplikasian model literasi media berbasis media baru oleh Remotivi tahun 2017.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

##### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi di bidang Ilmu Komunikasi khususnya pada pengetahuan literasi media berbasis media baru.

##### **2. Manfaat Praktis**

a. Bagi pembaca diharapkan dapat menambah wawasan dalam memahami literasi media berbasis media baru.

b. Bagi pegiat literasi media diharapkan dapat menjadi masukan mengenai pengaplikasian model literasi media berbasis media baru dan dapat dijadikan rujukan model literasi media berbasis media baru untuk dapat direplikasi.

#### **E. Kerangka Teori**

##### **1. Internet dan Perkembangan Media Baru**

Fenomena paling canggih saat ini adalah perkembangan teknologi komunikasi/informasi berbasis komputer yang lebih dikenal dengan istilah internet. Jarak yang jauh, terpisah wilayah dan waktu adalah dua hal utama dari banyak hal yang telah mampu diatasi oleh perkembangan teknologi komunikasi/informasi.

Keunikan dari internet membuatnya digolongkan sebagai media massa bentuk baru. Jejaring-jejaring sosial yang ada di internet menjadi

semacam ruang baru yang menarik bagi para penggunanya untuk dapat melakukan interaksi. Papacharissi dan Rubin (2000) menemukan bahwa faktor interaksi sosial adalah salah satu prediksi penggunaan internet.

Namun, pengguna juga membutuhkan kebijakan dan pemahaman yang baik terhadap dunia internet agar kehadirannya dapat memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat. Pada realitanya, internet yang merupakan perkembangan media baru membawa dampak yang cukup signifikan dalam kehidupan terlebih kehidupan sosial masyarakat, baik dampak positif maupun dampak negatif. Dampak tersebut bisa ditimbulkan pada siapa saja yang mengakses internet.

Menurut Papacharissi dan Rubin (2000) (dalam West dan Turner, 2010: 406) akses atas informasi menjadi motif utama seseorang dalam menggunakan media baru. Akses atas informasi yang tersedia di media baru sangat ditentukan oleh keaktifan khalayak dan ditentukan dalam tiga hal, yakni kapan informasi itu diakses, jenis informasi apa yang akan diakses, dan apakah khalayak itu akan membagikan (*sharing*) atas informasi yang mereka dapatkan atau tidak. *Sharing* atau yang berarti membagi dapat dilakukan dengan membagi *link* atas informasi yang didapatkan khalayak dari media baru (internet) atau sekadar meneruskan apa yang khalayak dapatkan dari keterlibatan mereka di jejaring media sosial (Rianto, 2016: 90).

J. Dow dan T. Wood (2006) mendefinisikan *new media such as internet become commonplace and better understood, we will always*

*have newer media to draw from, new practices, found on the internet, or new combination of such forms.* Media baru seperti internet menjadi biasa dan dipahami lebih baik, kita akan selalu memiliki hal yang menarik dari media yang lebih baru, praktik-praktik baru, yang ditemukan di internet, atau kombinasi baru dari bentuk-bentuk tersebut.

Media baru sendiri merupakan sebuah istilah yang digunakan dengan maksud untuk mencakup kemunculan teknologi komunikasi/informasi digital yang terkomputerisasi atau berjejaring di akhir abad ke-20 (Febriyanto, 2013: 172). Sehingga internet dengan jelas merupakan bentuk media baru itu sendiri.

Internet memang tidak lahir di Indonesia, namun membahas internet di Indonesia adalah sesuatu yang menarik karena internet kemudian menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Akan tetapi masyarakat Indonesia belum memanfaatkan kehadiran internet secara maksimal. Kehadiran internet belum dipahami secara utuh, bahwa internet dapat memberikan dampak dan pengaruh negatif yang cukup besar di kehidupan masyarakat jika tidak digunakan dengan bijak. Sehingga terjadi kesenjangan dalam penggunaan internet tersebut.

Akses yang tidak terbatas tidak lantas membuat masyarakat menggunakannya dengan bijak dan dapat dikatakan belum memanfaatkan segala sisi internet dengan tepat, seperti belum mampu

menilai isi media sehingga masih menelan mentah-mentah suguhan dari internet, akses terhadap internet yang berlebihan dan sebagainya.

Pada dasarnya, internet adalah ARPAnet pada tahun 1960-an, dalam bentuk Protokol Internet Terbuka versi 4 (IPv4). IPv4 adalah standar dasar dari setiap apa saja yang ada di lingkungan yang tanpa sengaja menjadi standard TCP/IP global untuk data, suara, grafik, dan audio (Marsden, 2004: 115).

Katz (2004: 31) berkata bahwa layanan internet umumnya memiliki nilai produksi yang rendah, oleh karenanya internet memberi tawaran kepada para pengguna agar dapat memproduksi pesannya sendiri dan tidak terbatas satu-ke-satu, serta satu-ke-banyak.

Adapun faktor-faktor keberhasilan internet untuk mencapai kesuksesan secara daring dipaparkan oleh Konert (2004: 88-89) di antaranya:

1. *Up-to-date*. Informasi yang tersebar di internet berpotensi lebih cepat dan lebih *up-to-date*. Sangat penting bagi sebuah situs *website* selalu diperbarui untuk memberikan insentif (hasil tambahan) kepada pengguna internet agar lebih sering mengunjungi situs.
2. Konten yang disajikan. Konten adalah “Raja”, dan halaman *website* yang memberikan pengguna dengan nilai tambah (insentif) secara nyata, seperti tambahan informasi latar belakang dan layanan baru untuk kelompok sasaran khusus, atau paling tidak dengan menggunakan kapasitas multimedia interaktif akan menerima

perhatian yang lebih tinggi dan dicari berulang kali sebagai titik referensi.

3. Interaksi. Menjadi daring menawarkan kemungkinan baru bagi produsen situs untuk mengintensifkan tautan dan komunikasi mereka dengan audiens mereka. Sementara itu, sebagian produsen menawarkan layanan interaktif, termasuk *e-mail*, berita, ruang obrolan dan buku tamu. Bagaimanapun juga keberhasilan dan kualitas layanan ini bergantung pada tingkat interaksi antara produsen dan pengguna atau audiensnya.
4. Presentasi atau penyajian. Secara fungsional teknik antarmuka telah disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Klarifikasi, konsistensi, transparansi, dan kemudahan akses adalah persyaratan utama untuk halaman *website* yang diatur dengan jelas dan ramah pengguna.
5. Multimedia. Penggunaan teknologi multimedia baru memperluas kemampuan produsen untuk membentuk dan menyajikan layanan pelengkap atau baru.

Internet memberi pengaruh positif yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya, yaitu kemungkinan akses yang sama pada semua orang untuk berpartisipasi dalam diskusi di ruang publik yang termediasi oleh internet. Melalui internet, berbagai pendapat masyarakat dapat didiskusikan secara rasional dengan melibatkan berbagai pihak dalam posisi yang setara (Rochimah dan Junaedi, 2013: 53).

Selain memberikan pengaruh positif, menurut Thompson dalam Devereux (2003: 35-36) (dalam Rochimah dan Junaedi, 2013: 57) internet juga dapat berimplikasi negatif, di antaranya yang pertama, meningkatnya lingkungan operasi organisasi media. Kedua, keseragaman dan standarisasi isi media. Ketiga, aliran informasi dan produk komunikasi yang tidak setara. Terakhir, promosi ideologi konsumerisme.

## **2. Literasi Media Berbasis Media Baru**

### **a. Literasi Media**

Literasi media di Indonesia berawal dari istilah sebuah aktivitas yang berkaitan dengan sikap kritis terhadap media. Guntarto (2014) dari Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) dalam Konferensi Nasional Literasi Media menelusuri perkembangan literasi media di Indonesia dalam dua periode. Periode 1990-2000 merupakan periode mencari bentuk, kemudian periode 2000-2010 merupakan periode pematangan. Adapun lembaga atau organisasi yang dianggap telah menginisiasi perkembangan literasi media dan masih secara konsisten melakukannya di Indonesia adalah Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) (2004), Rumah Sinema (2004) dan Remotivi (2010).

Literasi media sendiri bukan hal baru di Indonesia, namun dapat dikatakan belum populer di kalangan khalayak yang sering mengonsumsi media, atau yang banyak terkena terpaan pesan media.

Beberapa masalahnya adalah kurangnya pengetahuan terhadap media, terkena dampak dari efek media, kurang kritis terhadap konten media, pelaku atau pihak media yang minim pengetahuan literasi media, dan sebagainya. Bagi Potter (2004), kunci literasi media adalah membangun struktur pengetahuan terhadap media itu sendiri.

Burn dan Duran (2007) (dalam Rochimah dan Junaedi, 2013: 51) mengemukakan sejumlah isu terkait literasi media antara lain: pertama, bahwa literasi media adalah sesuatu yang bersifat kultural, dimana anak-anak harus dilibatkan secara aktif. Kedua, literasi media menyangkut tentang berfikir kritis. Ketiga, literasi media bersifat kreatif. Oleh karenanya, baik individu maupun lembaga dan juga pegiat media perlu memiliki pengetahuan tentang media, efek media, industri media, dunia nyata, dan diri. Sonia Livingstone (2011: 22) mengatakan bahwa berdasarkan masalah yang ada, literasi media harus diusahakan.

Literasi media secara umum juga dikenal dengan istilah melek media. Literasi media atau melek media merupakan kemampuan dalam memahami pesan yang disampaikan oleh media. Adams dan Hamm (dalam Potter, 2004: 27) mengatakan *media literacy may be thought of as the ability to create personal meaning from the visual and verbal symbols we take in every day from television, advertising, film, and digital media*. Literasi media (melek

media) dianggap sebagai kemampuan untuk menciptakan makna pribadi dari simbol-simbol visual dan lisan yang kita ambil di setiap hari dari televisi, iklan, film, dan media digital.

Mereka menambahkan *it is more than inviting students to simply decode information. They must be critical thinkers who can understand and produce in the media culture swirling around them.* Literasi media lebih dari mengundang pelajar hanya mendekode informasi secara sederhana. Mereka harus menjadi pemikir kritis yang dapat memahami dan menghasilkan campuran budaya media di sekitar mereka.

Seperti salah satu definisi yang dikemukakan Silverblatt (dalam Febriyanto, 2013: 179) bahwa dalam kasus komunikator media, literasi media adalah kemampuan untuk memproduksi pesan media yang efektif dan bertanggung jawab. Artinya, individu atau kelompok masyarakat dapat menjadi produsen pesan di media, namun memiliki kecakapan yang cukup dalam mengolah pesannya agar efektif dan bertanggung jawab.

*Center for Media Literacy* menggunakan beberapa definisi literasi media yang diperluas, yakni:

1. Literasi media adalah pendekatan abad ke-21 untuk pendidikan.
2. Literasi media merupakan kemampuan mengakses, menganalisis dan membuat pesan dalam berbagai bentuk, dari mencetak, ke video, ke internet.

3. Literasi media membangun pemahaman tentang peran media dalam masyarakat seperti halnya kemampuan yang penting dalam menyelidiki dan ekspresi diri yang diperlukan untuk warga negara demokrasi.

William James Potter (2008: 19) mengatakan bahwa literasi media merupakan serangkaian perspektif yang digunakan secara aktif untuk menghadapi terpaan media, menginterpretasi, dan meng-*counter* makna dari pesan media. Menurut Potter terdapat beberapa konsep dasar literasi media, di antaranya:

*Pertama*, literasi media merupakan sebuah kontinum, bukan kategori. Artinya setiap orang memiliki pemahaman tentang media meskipun dengan tingkatan yang berbeda. *Kedua*, literasi media bersifat multi-dimensional. Dimana struktur pengetahuan seseorang berasal dari beberapa dimensi, yakni dimensi kognitif yang berkaitan dengan fakta dalam sebuah informasi, dimensi emosional yang berkaitan dengan perasaan, dimensi moral yang berkaitan dengan nilai. *Ketiga*, tujuan dari literasi media adalah memberikan kontrol terhadap pemaknaan sebuah pesan, yang kaitannya dengan tingkat literasi media seseorang. Semakin tinggi tingkat literasi media seseorang, maka makna yang diperoleh dari sebuah pesan akan semakin banyak. Sebaliknya, tingkat literasi media yang rendah akan menyulitkan dalam memaknai dan membangun pandangan yang lebih luas dan lebih terbuka terhadap sebuah pesan di media.

Adams and Hamm (2001) kembali melanjutkan, bahwa oleh media, kemampuan literasi media termasuk literasi teknologi, literasi visual, literasi informasi, literasi jaringan, dan sebagainya (Potter, 2004: 30). Apriadi Tamburaka memaparkan hasil koferensi tingkat tinggi mengenai Penanggulangan Dampak Negatif Media Massa, yaitu *21 Century Literacy Summit* yang diselenggarakan di Jerman pada tanggal 7-8 Maret 2002, diperoleh gambaran kesepakatan yang disebut *21 Century in a Convergence Media Word*. Kesepakatan tersebut, seperti disampaikan Bertelelsmann dan AOI, Time Warner (2002) yang menyatakan bahwa literasi media mencakup:

- a. Literasi Teknologi: kemampuan memanfaatkan media baru seperti internet agar bisa memiliki akses dan mengkomunikasikan informasi secara efektif.
- b. Literasi Informasi: kemampuan mengumpulkan, mengorganisasikan, menyaring, mengevaluasi dan membentuk opini berdasarkan beberapa hasil tersebut.
- c. Kreativitas Media: kemampuan yang terus ditingkatkan pada individu dimana pun mereka berada untuk membuat dan mendistribusikan isi pesan media kepada khalayak berapa pun ukuran khalayak.
- d. Tanggung jawab dan kompetensi sosial: kompetensi untuk memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi publikasi secara

*on-line* dan bertanggung jawab atas publikasi tersebut, khususnya pada anak-anak (Tamburaka, 2013: 17).

Hobbs (1998) percaya bahwa hubungan antara literasi media dan kemampuan memproduksi pesan media adalah penting. Akses media, analisis, dan kemampuan memproduksi pesan media adalah keseluruhan yang terkait (Potter, 2004: 30). Literasi media adalah sebuah keharusan di tengah masyarakat teknologi komunikasi/informasi. Pendidikan media kemudian menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat yang sehari-harinya berinteraksi dengan media sebagai bagian dari praktik literasi media. Seperti yang dikemukakan Rahardjo (2013: 149) bahwa literasi media secara umum memiliki beberapa tujuan, yakni 1) perbaikan dan peningkatan kehidupan individu-individu, 2) pengajaran (literasi media perlu dimasukkan dalam kurikulum pendidikan), serta 3) literasi media sebagai aktivisme atau gerakan sosial.

Art Silverblatt (2001) (dalam Baran, 2011: 32-35) mengidentifikasi tujuh elemen literasi media dan Stanley J. Baran menambahkan satu elemen, sehingga terdapat delapan elemen literasi media, yakni:

1. Sebuah keterampilan berpikir kritis yang memungkinkan khalayak untuk mengembangkan penilaian independen tentang konten media.
2. Pemahaman tentang proses komunikasi massa.

3. Sebuah kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat.
4. Strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media.
5. Pemahaman terhadap isi media sebagai teks yang memberikan wawasan kita tentang budaya dan kehidupan.
6. Kemampuan untuk menikmati, memahami, dan menghargai isi media.
7. Pembangunan dari keahlian produksi yang efektif dan bertanggung jawab.
8. Pemahaman tentang kewajiban etika dan moral para praktisi media.

Sedangkan Potter (dalam Rahardjo, 2013: 18-20) menjelaskan sembilan karakteristik dari literasi media agar individu atau masyarakat dapat dinilai telah melek media, yaitu:

1. *Kecakapan dan informasi merupakan hal yang cukup penting.*

Banyaknya informasi yang dimiliki akan memberi pengaruh pada kecakapan seseorang dalam memahami informasi dengan baik. Kecakapan yang dimaksud adalah kemampuan untuk menganalisis, mengevaluasi, membuat sintesis, dan ekspresi persuasif.

2. *Literasi media merupakan seperangkat perspektif, yakni dimana kita mengekspos diri kita sendiri terhadap media dan menginterpretasikan makna dari pesan-pesan yang ditemukan.*

Dasar perspektif yang dibangun terdapat pada struktur pengetahuan media yang dimiliki. Struktur pengetahuan berkaitan dengan multi aspek, yaitu: organisasi, isi, dan efek terhadap individu dan institusi. Semakin banyak struktur pengetahuan yang dimiliki maka akan semakin banyak fenomena media yang dapat “dilihat”.

3. *Literasi media harus dikembangkan, no one is born media literate.*

Media dan dunia nyata akan terus mengalami perubahan. Maka dibutuhkan pengembangan terhadap struktur pengetahuan sebagai proses jangka panjang untuk mencapai tahapan literasi media yang lengkap.

4. *Literasi media bersifat multi dimensi.*

Dalam struktur pengetahuan, tidak hanya dibutuhkan elemen kognitif saja, namun perlu adanya kesinambungan antara empat elemen dimana tiga yang lainnya adalah emosional, estetika, dan moral.

5. *Literasi media tidak dibatasi pada satu medium.*

Literasi media tidak hanya sebatas membaca dan lambang-lambang komunikasi. Namun lebih luas lagi, yaitu mengkonstruksikan makna dari pengalaman dan konteks ekonomi, politik, budaya, dan sebagainya.

6. *Orang yang melek media bisa memahami bahwa maksud dari literasi media adalah kemampuan mengendalikan pesan-pesan yang menerpanya dan menciptakan makna.*

Menjadi melek media adalah kemampuan dalam melakukan kontrol terhadap terpaan media dan mengkonstruksikan makna dari pesan-pesan yang disampaikan oleh media.

7. *Literasi media harus terkait dengan nilai-nilai.*

Masterman menegaskan bahwa pendidikan media tidak berusaha untuk memaksakan nilai-nilai budaya yang spesifik, tidak pula berusaha untuk memaksakan gagasan-gagasan tentang apa yang baik atau buruk.

8. *Orang yang melek media akan meningkat terpaan mindful-nya.*

Seseorang yang memiliki perspektif kuat tentang fenomena media sangat berpotensi untuk bertindak melek media. Seperangkat struktur pengetahuan tidak akan mengindikasikan melek media, namun orang harus secara *mindful* (proaktif) dalam menggunakan informasi. Dengan begitu, orang yang

melek media akan menggunakan lebih sedikit waktu dan semakin sadar akan tujuan dalam menggunakan media.

9. *Orang yang melek media mampu memahami bahwa literasi media merupakan sebuah kontinum, bukan kategori.*

Literasi media bukan sebuah kategori dimana seseorang dikatakan melek media atau tidak. Literasi media setidaknya dipahami sebagai sebuah kontinum, dimana ada tingkatan atau derajat. Orang diposisikan di sekitar kontinum yang didasarkan pada kekuatan perspektif mereka tentang media. Kekuatan perspektif seseorang didasarkan pada jumlah dan kualitas struktur-struktur pengetahuan dan mutu struktur-struktur pengetahuan didasarkan pada tingkat kecakapan dan pengalaman seseorang.

Menurut Tim Peneliti Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) dalam jurnal Studi Islam volume 1 nomor 2 yang ditulis Khomsiyatul Mukarromah dengan judul *Membangun Insan Kamil dari Perspektif Media: Media Literasi sebagai Kontrol Sosial* menyebutkan tiga fungsi utama literasi media, yakni:

- 1) Proteksi

Media dianggap berpotensi besar memberikan dampak negatif sehingga khalayak perlu diberi pendidikan literasi media. Tidak sekadar menginformasikan tentang realitas, literasi media juga

diharapkan dapat membangun kesadaran masyarakat agar dapat mengonsumsi informasi secara sehat. Kesadaran adalah bentuk kekuatan luar biasa yang dapat mengubah cara pandang serta sikap manusia.

## 2) Pemberdayaan

Media memiliki fungsi positif sebagai salah satu sumber belajar. Praktik literasi media dilakukan untuk memberi pengetahuan dan keterampilan pada khalayak agar dapat mengoptimalkan isi media untuk diri dan masyarakat.

## 3) Studi Media

Literasi media dapat dilakukan dengan mempelajari struktur isi pesan media berdasarkan media yang berbeda, teknik produksi, dan pengemasan isi pesan, yang lebih dimaksudkan sebagai upaya untuk mempelajari medianya. (Mukarromah, 2016: 217).

Dari sekian banyak definisi mengenai literasi media yang peneliti paparkan dari beberapa tokoh di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi media adalah sebuah kemampuan untuk mengakses, memahami, menganalisis, mengevaluasi dan memproduksi informasi atau pesan media dalam berbagai konteks dan dalam berbagai bentuk. Hal ini jelas dimaksudkan agar pengetahuan literasi media dapat membangun kesadaran individu atau kelompok masyarakat dalam memilah, menganalisis bahkan

menjadi produsen pesan di media. Secara singkat, literasi media dapat membuka makna di media dari pesan yang kita buat dan yang kita konsumsi.

## **b. Media Baru**

Tery Flew (2005) mendefinisikan *new media* atau media baru sebagai *as those forms that combine the three Cs: computing and information technology (IT); communication network; digitised media & information content*. Media baru sebagai bentuk-bentuk yang menghubungkan tiga hal: teknologi informasi dan komputerisasi; jaringan komunikasi; media digital & konten informasi. Sedangkan Potter (1995) dan Littlejohn (2008) (dalam Utari, 2011: 51) menyebutnya sebagai *the second media* yaitu *new period in which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society*. Periode baru dimana teknologi interaktif dan jaringan komunikasi, khususnya internet, akan mengubah masyarakat. Perubahan yang terjadi karena perkembangan teknologi juga akan membawa perubahan pada sisi-sisi lain dari kehidupan.

Livingstone (1999) mengingatkan jika terdapat hal-hal penting yang harus diperhatikan dalam penggunaan teknologi media baru, yaitu: 1) peralatan terkait dengan teknologi yang dipergunakan memungkinkan individu dapat memperluas kemampuan

berkomunikasi; 2) kegiatan dan praktik komunikasi dalam media baru dapat meningkatkan kemampuan individu dalam penggunaan alat teknologi; 3) penggunaan alat dan praktik dalam media baru akan membentuk nilai-nilai sosial dan sistem pengorganisasian yang baru pula (Utari, 2011: 51).

David Holmes (2005: 10) secara singkat memaparkan perbedaan karakteristik antara media era pertama dan media era kedua (media baru) pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1**  
**Perbedaan Media Lama dan Media Baru**

<b>Era Media Pertama (Media konvensional/<i>mainstream</i>)</b>	<b>Era Media Kedua (Media baru)</b>
Berpusat (beberapa bicara ke beberapa)	Tidak berpusat (banyak bicara ke banyak)
Komunikasi satu arah	Komunikasi dua arah
Cenderung untuk dikontrol negara	Menghindari kontrol (kendali) negara
Alat pembeda kelas kekuasaan dan ketidaksetaraan	Demokratisasi = fasilitas umum warga negara
Partisipan dibagi-bagi dan dibentuk sebagai massa	Partisipan terlihat mempertahankan individualisme mereka
Mempengaruhi kesadaran	Individu dipengaruhi pengalaman ruang dan waktu

Media lama (konvensional/*mainstream*) dengan media baru juga dapat dibedakan berdasarkan karakteristik, khalayak, dan faktor-faktor lainnya. Media baru memiliki karakteristik yang jauh berbeda dengan media lama atau media *mainstream*. Seperti Manuel Castell (dalam Utari, 2011: 53) yang mengatakan bahwa blur atau

kaburnya batasan konsep media merupakan salah satu karakteristik media baru.

Adapun karakteristik menurut Manuel Castell (dalam Utari, 2011: 53) secara spesifik dari media baru, di antaranya:

1. Pesan yang bersifat desentralisir karena produsen dapat sekaligus sebagai konsumen dan sebagainya.
2. Komunikasi berlangsung dalam dua arah antara produsen dan konsumen.
3. Pengelolaan pesan di luar kontrol negara.
4. Terbentuk demokrasi.
5. Mempromosikan kesadaran individu, serta
6. Berorientasi pada individu.

Potter mengemukakan bahwa isi media yang ditulis dalam jejaring sosial media baru bukanlah dilakukan oleh penulis profesional dan produser pesan yang mempunyai kemampuan tinggi guna menghasilkan pesan atau tulisan menarik. Di sisi lain, para penulis di media baru juga berusaha untuk mempengaruhi khalayak untuk setiap informasi yang mereka tulis dan sebar (Potter dalam Rianto, 2016: 95).

Oleh karena itu, sangat penting bagi khalayak untuk kritis pada sumber-sumber informasi yang diakses melalui media baru yang dalam hal ini adalah internet. Selanjutnya adalah melakukan verifikasi atas informasi yang didapatkan, yakni tidak hanya

mengandalkan informasi dari satu sisi. Khalayak harus membuka pikiran mereka atas sumber-sumber lain dalam media baru dengan beragam sudut pandang sehingga mereka memiliki gambaran yang lebih utuh mengenai realitas sosial yang dihadapinya (Rianto, 2016: 95).

Kurangnya kemampuan mengkritisi isi media baru ditanggapi Hobbs (dalam Febriyanto 2013: 153) yang menyatakan bahwa di tengah semakin banyak informasi yang tersedia dan semakin mudahnya cara untuk mendapatkan informasi tersebut, justru semakin meningkat kesulitan untuk menentukan nilai sesungguhnya dari informasi yang ada.

### **3. Model Literasi Media**

Model diartikan sebagai pola (contoh, acuan, ragam, dan sebagainya) dari sesuatu yang akan dibuat atau dihasilkan (KBBI, 1995: 662). Model literasi media dapat dijadikan tolak ukur dalam praktik literasi media. Beberapa lembaga yang memiliki model literasi media biasanya sudah memiliki sasaran kegiatan literasi medianya.

Pemilihan sasaran yang tepat akan dapat menentukan keberhasilan program dan memudahkan pelaksanaan program literasi media. Sedangkan pemilihan sasaran yang kurang tepat dapat membuat program berjalan lebih lambat. Pemilihan sasaran jelas akan berpengaruh

terhadap pemilihan metode yang digunakan sesuai dengan kebutuhan sasaran program (PKMBP, 2013: 186).

Hasil kajian Tim Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP) terhadap lembaga pegiat literasi media (2013: 186) dalam buku Model-model Gerakan Literasi Media & Pemantauan Media di Indonesia memaparkan beberapa hal yang dapat digunakan untuk membuat sebuah model yang cukup ideal bagi praktik literasi media di Indonesia. Beberapa hal tersebut yaitu metode, tujuan, relevansi, kontinuitas, pemilihan aktor, dan keberlanjutan.

Baik berbasis dunia nyata maupun berbasis media baru, literasi media membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Literasi media tidak bisa dilakukan secara instan, namun tetap harus diusahakan. Adapun simpulan model literasi media Tim Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP) yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan literasi media adalah sebagai berikut:

1. *Need Assessment Process*

Proses ini adalah hal pertama yang harus dilakukan oleh pegiat literasi media. Proses ini dilakukan untuk memberikan konteks bagi program yang akan dikerjakan. Ada beberapa hal yang didapatkan dalam proses ini, yaitu:

- a. Siapa sasaran program dan bagaimana kriterianya
- b. Sejauh mana tingkat literasi media yang sudah dimiliki
- c. Sejauh mana kebutuhan sasaran akan literasi media

Ketiga hal di atas akan menjadi konteks bagi program literasi media. Konteks diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sasaran program.

## 2. *Pasca Need Assessment*

Proses ini dilakukan untuk penentuan tujuan literasi media. Secara umum, tujuan literasi media adalah untuk memberikan pengetahuan mengenai literasi media. Sehingga proses ini dilakukan untuk mencapai kemampuan kognisi, afeksi hingga psikomotor. Untuk mencapai ketiga tujuan literasi media tersebut, dibutuhkan metode yang berbeda.

Untuk mencapai tujuan kognisi dapat dilakukan dengan metode *top-down* seperti ceramah, seminar, diskusi, pelatihan, dan juga dongeng. Metode ini cukup baik untuk memberikan pengetahuan kepada sasaran mengenai baik dan buruknya media. Namun metode ini jelas dilakukan oleh literasi media berbasis dunia nyata.

Sedangkan untuk mencapai tujuan afeksi dapat dilakukan dengan cara menghadapkan sasaran program pada permasalahan yang dihadapi oleh mereka. Metode ini cocok dilakukan untuk sasaran yang belum memiliki tingkat literasi yang cukup tinggi.

Jika kedua tujuan tersebut telah tercapai, maka tujuan psikomotor akan dapat tercapai. Pegiat literasi media dapat menjadi

pemantik bagi kegiatan literasi media yang melibatkan sasaran baik secara langsung maupun tidak langsung.

Bagi pegiat literasi media berbasis media baru terlebih dahulu membutuhkan kemampuan dalam menggunakan media baru. Pegiat literasi media yang menggunakan media baru sebagai basis praktik literasi media akan memudahkan penyebaran pengetahuan mengenai literasi media kepada audiensnya. Bagaimanapun juga, model literasi media harus mendukung keberhasilan literasi media, terutama dalam membangun pondasi struktur pengetahuan khalayak terhadap media.

Menurut Potter (2004: 69-70) model literasi media yang ideal menekankan empat faktor besar untuk mencapai tujuan literasi media, di antaranya:

1. *Knowledge Structure*

Struktur pengetahuan dibutuhkan sebagai dasar untuk membangun literasi media. Struktur pengetahuan ini terdiri dari efek media, isi media, industri media, dunia nyata, dan diri sendiri. Elemen tersebut dibutuhkan agar dapat memiliki kemampuan dalam memahami dan menganalisis media serta melihat konteks pesan media.

2. *Personal Locus*

Personal locus merupakan energi yang digunakan selama proses memperoleh informasi. Seseorang yang memiliki pemahaman literasi media akan membuat dirinya lebih konsentrasi dalam

memproses dan mengontrol informasi yang didapatkan dari media.

### 3. *Competence and Skill*

Kompetensi dan keahlian ini akan berkolaborasi dalam praktek literasi media. Dua hal ini merupakan bagian yang penting dalam memproses informasi. Kedua hal ini juga berguna untuk membuat seseorang lebih berkompeten dan ahli dalam menganalisis, mengevaluasi, mengkategorikan, dan mengkritisi isi media.

### 4. *Information – Processing Tasks*

Tahapan dalam memproses informasi, yaitu: (1) *Filtering*: membuat keputusan untuk pesan yang akan diterima; (2) *Meaning matching*: dasar penggunaan dalam mengenali penempatan makna simbol-simbol; (3) *Meaning construction*: dalam pembentukan pesan setelah melewati tahap pengenalan terhadap simbol-simbol pesan, maka kita akan menafsirkan pesan melalui berbagai perspektif.

Empat faktor tersebut dapat diaplikasikan oleh individu atau sebuah lembaga dalam mencapai tujuan literasi media. Selain itu, empat faktor tersebut penting digunakan bagi pegiat literasi media berbasis media baru yang praktik literasi medianya sebagai komunikator atau produsen pesan media.

Hal penting lain yang diperlukan bagi pegiat literasi media berbasis media baru adalah keahlian (*skills*). Keahlian berkaitan dengan alat atau sarana yang dikembangkan untuk kegiatan literasi media. Menurut Potter (2001: 53) terdapat tujuh keahlian yang diperlukan oleh pegiat literasi media untuk menjalankan praktik literasi media, antara lain:

- a. Analisis: penguraian pesan menjadi elemen yang bermakna.
- b. Membandingkan atau kontras: menentukan kesamaan atau perbedaan elemen dengan beberapa cara.
- c. Evaluasi: penilaian dibuat dengan membandingkan elemen dengan beberapa kriteria atau standar.
- d. Pembuatan abstrak: kemampuan menyusun atau membuat deskripsi secara singkat dan akurat untuk menangkap esensi pesan dengan menggunakan bahasa lain (*paraphrase*).
- e. Deduksi: adalah keahlian untuk membuat penyimpulan menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan hal-hal khusus.
- f. Induksi: keahlian untuk membuat penyimpulan pola tertentu dari pengamatan untuk membuat generalisasi atas keseluruhan elemen.
- g. Sintesis: keahlian untuk menggunakan elemen-elemen dalam sebuah struktur baru.

Kemudian Potter (2005) (dalam Sunarto, 2013: 132) menekankan bahwa yang menjadi perhatian utama dari keahlian-keahlian dalam literasi media tersebut adalah pembentukan keahlian untuk membaca kembali media (*rereading media*), reflektivitas afektif (*affective reflexivity*), dan menulis kembali isi media (*rewriting media content*).

Membaca kembali media berkaitan dengan kemampuan untuk mempelajari bagaimana konstruksi makna menjadi berbeda ketika melihat media dari konteks berbeda. Reflektivitas afektif berkaitan dengan keahlian audiens untuk memberi perhatian lebih pada investasi afeksi mereka ketika mengonsumsi media. Menulis kembali isi media berkaitan dengan audiens untuk menciptakan tulisan melawan (bersebrangan dengan) isi media.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Langkah penelitian deskriptif: diawali dengan adanya masalah, menentukan jenis informasi yang diperlukan, menentukan prosedur pengumpulan data melalui observasi

atau pengamatan, pengolahan informasi atau data, dan menarik kesimpulan penelitian (Noor, 2012: 35).

Metodologi kualitatif sendiri menurut Bogdan dan Taylor (1975: 5) merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2002: 3). Pernyataan dari Creswell (dalam Noor, 2011: 34) mengenai penelitian kualitatif yakni suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif.

Penelitian kualitatif digunakan untuk mempermudah peneliti dalam menganalisa model literasi media yang telah diaplikasikan oleh Remotivi di lapangan kepada target atau audiensnya, baik yang berbasis dunia nyata dan terutama yang berbasis media baru. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan mendalam mengenai penelitian yang diangkat.

Lexy J. Moleong mengatakan bahwa deskriptif kualitatif merupakan salah satu ciri dari penelitian kualitatif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Hal ini disebabkan oleh penerapan metode kualitatif. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan-lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2002: 6).

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah model literasi media berbasis media baru oleh Remotivi.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian, maka data dikumpulkan dari pihak yang bersangkutan yakni informan dari Remotivi. Penelitian ini akan menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu dengan teknik wawancara mendalam, dokumenter, dan penelusuran data daring.

### a. Wawancara mendalam

Wawancara pada umumnya adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.

Jenis beberapa wawancara berdasarkan prosedur yakni wawancara bebas (tak terpimpin) adalah proses wawancara dimana *interviewer* tidak secara sengaja mengarahkan tanya-jawab pada pokok-pokok persoalan dari fokus penelitian.

Kemudian wawancara terpimpin yang disebut juga *interview guide* terdapat pedoman yang memimpin proses tanya-jawab, karena

adanya pedoman akan memudahkan dan melancarkan proses wawancara.

Wawancara bebas terpimpin kombinasi antara wawancara bebas dan terpimpin. Jadi pewawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti lalu pedoman interview berfungsi sebagai pengendali arah wawancara (Achmadi, 2015: 85).

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan lebih terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Bungin, 2015: 111).

Wawancara akan mengarah pada kedalaman informasi, untuk menggali pandangan subjek yang diteliti tentang fokus penelitian yang sangat bermanfaat untuk menjadi dasar bagi penggalian informasi secara mendalam. Bagi Lorraine Blaxter, Christina Hughes, dan Malcolm Tight (2006) wawancara melibatkan interaksi antara dua orang atau antara peneliti dengan sebuah fokus grup. Wawancara bisa menjadi teknik yang berguna untuk mengumpulkan data yang tidak dapat diakses menggunakan teknik observasi atau kuesioner. Wawancara juga memiliki variasi metode yang memungkinkan untuk dilakukan, yang salah satunya digunakan oleh

peneliti adalah wawancara yang dapat dilakukan secara tatap muka, atau dari jarak jauh, misalnya melalui telepon atau melalui email.

Peneliti akan menanyakan pada informan tentang fakta yang terjadi dan pendapat mereka atas model literasi media berbasis media baru yang telah diaplikasikan oleh Remotivi dengan pelaksanaan wawancara yang dilakukan tidak hanya sekali. Akan tetapi, karena keterbatasan jarak dan waktu, wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan melalui telepon. Dimana peneliti meminta kesediaan waktu kepada informan untuk diwawancarai dengan menjawab seluruh pertanyaan yang akan diajukan. Adapun informan dalam penelitian ini di antaranya:

1. Yovantra Arief selaku Wakil Direktur di Remotivi periode 2018-2021.
2. Wisnu Prasetya Utomo sebagai salah satu peneliti yang sedang non-aktif di Divisi Remotivi.or.id.

b. Dokumenter

Dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis, seperti: otobiografi, surat-surat pribadi, buku-buku atau catatan harian, memorial; kliping; dokumen pemerintah maupun swasta; cerita roman dan cerita rakyat; data di

server dan flashdisk; data tersimpan di website, dan lain-lain (Bungin, 2015: 124-125).

Pada penelitian ini, hasil dari melakukan wawancara yang kemudian ditranskrip merupakan data dokumenter. Data tersebut akan membantu peneliti untuk mengetahui pengaplikasian model literasi media yang dilakukan oleh Remotivi.

c. Penelusuran data daring

Sehubungan dengan perkembangan internet yang semakin maju dan semakin menjadi sumber kebutuhan masyarakat saat ini memungkinkan akademisi menjadikan media daring seperti internet sebagai salah satu medium yang bermanfaat untuk penelusuran informasi (teoritis, data primer-sekunder). Maka mau ataupun tidak kita harus menciptakan metode untuk memanfaatkan data daring yang begitu banyak tersebar di internet. Karena sudah banyak publikasi teoritis yang disimpan dalam bentuk *daring* dan disebarakan melalui jaringan internet (Bungin, 2015: 127).

Metode penelusuran data daring yang dimaksud adalah tata cara melakukan penelusuran melakukan penelusuran data melalui media daring seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas *daring*, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data-informasi *daring* yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin, dan dapat dipertanggungjawabkan (Bungin, 2015: 128).

Prosedur terpentingnya adalah penyebutan sumber data dan kapan peneliti melakukan *browsing*, baik itu informasi teori maupun data. Kelemahannya bahwa data-informasi yang ada di server website di internet rawan dari serangan virus atau rawan update, sehingga apabila terjadi serangan virus atau terupdate maka bisa jadi data tersebut telah berubah bahkan hilang (Bungin, 2015: 129). Maka sebaiknya data yang telah ditemukan saat *browsing* segera dicetak.

Penelusuran data secara daring akan memudahkan peneliti dalam melihat produk konten Remotivi, seperti di website dan sosial media yang dimiliki Remotivi.

Data primer dalam penelitian ini adalah semua informasi mengenai aplikasi model literasi media berbasis media baru melalui wawancara dengan informan dari Remotivi. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui hasil dokumentasi dan penelusuran data *daring* yang berkaitan dengan objek penelitian.

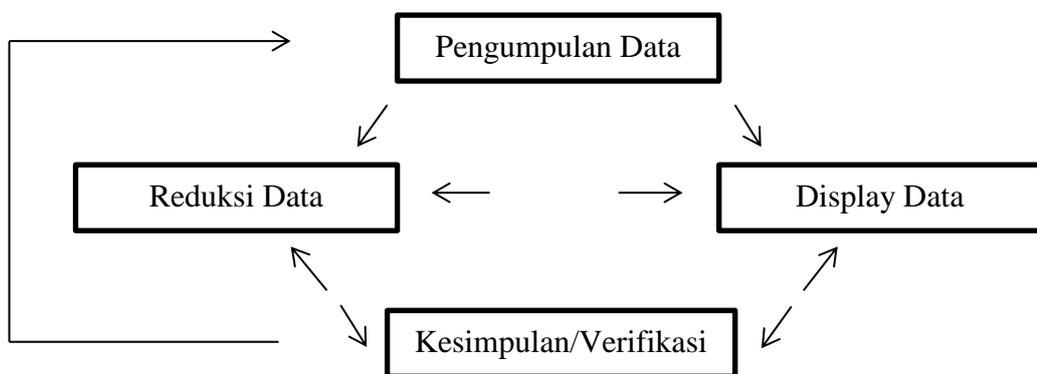
#### **4. Teknik Analisis Data**

Tujuan yang ingin diperoleh dalam analisis data kualitatif adalah mencari makna dari data-data yang telah diperoleh. Pada prinsipnya analisis data merupakan sebuah proses dimana data yang diperoleh dari proses pengumpulan data, diolah sedemikian rupa dengan teknik-teknik

tertentu yang pada akhirnya akan ditemukan sebuah kebenaran yang hakiki (Hardiansyah, 2015: 257).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri atas 4 tahapan:

**Gambar 1**  
**Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif**



**Sumber: Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif dari Miles dan Huberman (1994) (dalam Hardiansyah, 2015: 263)**

#### 1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dari sebelum sampai berakhirnya penelitian. Peneliti sudah melakukan analisis ketika penelitian baru dimulai. Maksudnya adalah peneliti sudah melakukan analisis tema, melakukan pemilihan tema (kategorisasi) pada awal penelitian. Intinya adalah, proses pengumpulan data tidak memiliki segmen atau waktu tersendiri melainkan sepanjang penelitian (Creswell dalam Hardiansyah, 2015: 264).

Melalui analisis data yang berasal dari wawancara mendalam, dokumenter dan penelusuran data daring dari informan yang

bersangkutan akan dikelompokkan berdasarkan pokok-pokok bahasan tertentu.

## 2. Reduksi data

Reduksi data adalah proses dimana penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Setelah melalui tahap pengelompokkan, peneliti akan menginterpretasikan data-data yang didapatkan dari wawancara, dokumenter dan penelusuran data *daring* ke dalam bentuk penjelasan yang mudah dimengerti.

Data yang direduksi di antaranya gambaran umum objek penelitian dan aplikasi model literasi media berbasis media baru oleh Remotivi.

## 3. Display data

*Display data* dilakukan setelah semua data telah diformat berdasarkan instrumen pengumpul datanya dan telah berbentuk tulisan. *Display data* sendiri adalah mengolah data setengah jadi yang sudah dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas kemudian dikategorisasi sesuai tema-tema tersebut ke dalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana yang disebut sub-tema, lalu diakhiri dengan pemberian kode (*coding*) sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan untuk penarikan kesimpulan. Kemudian disajikan dalam teks naratif yang telah mengalami reduksi data.

#### 4. Kesimpulan/Verifikasi

Menjurus kepada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan sebelumnya dan mengungkap “*what*” dan “*how*” dari temuan penelitian tersebut (Hardiansyah, 2015: 265). Berdasarkan seluruh data yang diperoleh dan setelah melalui tahap analisis data kemudian peneliti mulai mencari makna dari setiap keadaan ataupun gejala yang diperoleh di lapangan

#### **G. Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah:

BAB I, berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode (metodologi) penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II, berisi tentang objek penelitian. Pada bab ini peneliti menuliskan mengenai profil dari objek yang akan diteliti, yakni profil dari Remotivi. Isi yang terdapat pada bab ini berupa data sejarah, visi dan misi, fokus program, susunan pengurus, dan arsip karya.

BAB III, berisi tentang pembahasan dari data-data yang telah diperoleh selama penelitian berlangsung, yang kemudian diolah dan dianalisis.

BAB IV, berisi tentang beberapa hal yang akan menjadi penutup dari seluruh rangkaian penelitian yang telah dilakukan, yakni berupa paparan

kesimpulan dan juga saran sebagai hasil dari analisis data yang peneliti lakukan.