

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data Penelitian

Pada bab III ini, peneliti akan memaparkan data yang telah diperoleh mengenai aplikasi model literasi media berbasis media baru oleh Remotivi. data tersebut berupa wawancara terhadap informan, dokumenter, dan penelusuran data *online*. Sekaligus akan dipaparkan analisis data temuan yang diperoleh dengan teori yang digunakan dalam kerangka teori pada bab I.

1. Bahan Pembicaraan Lembaga Remotivi Tahun 2017

Remotivi merupakan lembaga independen yang berfokus pada kajian isu media, riset serta literasi media. Tahun 2017 di Remotivi masuk dalam periode kepemimpinan 2015-2018. Pergantian kepemimpinan Remotivi sendiri dilakukan pada 2015 dengan model musyawarah, melakukan evaluasi kerja, membaca rencana ke depan untuk merencanakan program atau kegiatan selanjutnya, serta yang paling penting adalah pertukaran posisi.

Kalau ditanya soal mekanisme seperti apa, karena kami masih sedikit orangnya, tidak sampai sepuluh orang jadi sejauh ini untuk pergantian masih dengan model-model musyawarah dan melakukan evaluasi kerja. Setelah melakukan evaluasi kerja kemudian membaca rencana kedepan seperti apa nah kemudian melakukan pertukaran posisi. Misalnya seperti kemarin kebetulan direktur sebelumnya, direktur yang pertama kuliah ke luar negeri sehingga harus diganti posisinya. Tapi untuk seterusnya sih kami rencanakan dalam jangka waktu tiga tahun sekali (Wawancara Wisnu Prasetya Utomo selaku peneliti non-aktif di Remotivi tanggal 21 Juli 2017).

Bahan pembicaraan yang dihasilkan dalam musyawarah untuk periode 2015-2018 di antaranya membicarakan struktur, metode kerja, keanggotaan, serta ketahanan finansial organisasi (Remotivi, 2015). Dalam perkembangannya, Remotivi merasa bahwa advokasi saja tidak cukup untuk dilakukan, karena untuk menjawab problem media di Indonesia membutuhkan pendekatan yang menyeluruh dan sistematis karena masih minimnya studi media secara mendalam.

Kami sebenarnya bukan organisasi yang punya keberlanjutan. Tapi kami memiliki tingkat totalitas yang tinggi, sehingga kalau ada masalah sedikit bisa *gampang* goyah. Jadi seharusnya literasi media itu dimiliki negara gitu dasarnya. Tapi kami juga masih belum mencoba masuk ke situ. Sebenarnya kalau negara hadir dalam literasi media, kami itu tidak penting. Maksudnya, kami tidak diperlukan, cuma masalahnya kalau bicara media itu, kami pedulinya seperti terorisme, yang agenda-agendanya memang cukup politis gitu. Jadi tantangannya adalah menjaga bagaimana agar bisa seperti ini, berjalan nyaman dan tetap hidup, tanpa takut terlalu banyak berbasiskan perlawanan. Jadi bagaimana agar media tetap berjalan dan tidak ada eksploitasi karena eksploitasi media juga tetep *ngawur*. Karena kalau seperti itu nanti akhirnya organisasi tidak akan bertahan lama (Wawancara Yovantra Arief selaku Wakil Direktur Remotivi periode 2018-2021 tanggal 28 Maret 2018).

Sehingga Remotivi merasa perlu menggeser fokus kajian mereka dengan memberi perhatian pada studi media secara umum yang tidak hanya terbatas televisi. Hal ini berimplikasi pada divisi di organisasi dan bagian lain di Remotivi. Terdapat dua divisi di Remotivi tahun 2017, yakni Divisi Riset dan Media, dan Divisi Advokasi dan Kampanye. Di Divisi Riset dan Media terdapat tiga bagian divisi yakni divisi redaksi, divisi video, dan divisi infografis yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memproduksi konten media Remotivi, seperti

tulisan di *website*, hasil penelitian, produk video, komik, meme, dan sebagainya.

Sementara Divisi Advokasi dan Kampanye merupakan divisi yang bertugas melakukan advokasi kebijakan publik, khususnya terkait kebijakan media dan komunikasi, sedangkan kampanye merupakan kegiatan untuk mengajak publik terlibat dalam isu-isu terkait penyiaran. Namun, peneliti hanya akan fokus pada tahun 2017 di Remotivi, terutama terhadap model literasi media berbasis media baru di tahun yang peneliti angkat tersebut yang digarap oleh Divisi Riset dan Media.

2. Model Literasi Media Berbasis Media Baru Remotivi

Karakteristik media baru menjadi keunggulan Remotivi dalam praktik literasi media. Penggunaan media baru mempermudah akses Remotivi dalam menjangkau audiensnya.

Alasan utamanya simple, karena lebih mudah, lebih *accessible* sekarang dan secara *resource* juga lebih murah. Kalau *online* itu kita bisa melakukan di satu kanal, tapi bisa diakses lebih banyak orang, gitu. Ditambah dengan itu media yang semakin diakses oleh generasi yang lebih muda, gitu. Jadi lebih dekat aja dengan yang sebenarnya kami jangkau, ke anak muda (Wawancara Yovantra Arief selaku Wakil Direktur Remotivi periode 2018-2021 tanggal 28 Maret 2018).

Pemilihan sasaran model literasi media berbasis media baru menjadi hal yang penting untuk diperhatikan, karena pemilihan sasaran yang tepat akan memudahkan jalannya program dan menentukan indikator keberhasilan program. Dalam konteks media baru, sasaran yang

dipilih tentu mereka yang telah melek media, memiliki alat dan sumber daya untuk mengakses internet. Pengguna media baru adalah kelas tertentu yang memiliki kemampuan dalam mengoperasikan dan memahami konteks konten di media.

Medium *online* itu sebenarnya sudah membatasi hanya di kalangan kelas tertentu saja yang punya kecenderungan mencari konten yang bisa dibilang konten yang kritis. Sebenarnya secara profil sekitar umur 18 sampai 19 tahun, kemungkinan besar kuliah atau sudah selesai kuliah dan masyarakat urban. Itu sebenarnya bukan target sih, tapi kalau kita baca ternyata profil audiens kita ya seperti ini (Wawancara Yovantra Arief selaku Wakil Direktur Remotivi periode 2018-2021 tanggal 28 Maret 2018).

Untuk mengerjakan tugas dalam melakukan literasi media berbasis media baru di tahun 2017, Remotivi memiliki dua divisi. Dua divisi tersebut adalah Divisi Riset dan Media, serta Divisi Advokasi dan Kampanye. Tugas Divisi Riset dan Media bagian riset melakukan riset, ataupun analisis terhadap suatu isu media. Bagian media divisi ini mengelola *website* dan media sosial Remotivi. Sementara Divisi Advokasi dan Kampanye berkaitan dengan upaya-upaya Remotivi melakukan advokasi kebijakan publik. Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan fokus pada produksi konten media berbasis media baru oleh Divisi Riset dan Media Remotivi.

Secara keseluruhan, divisi ini melakukan riset sekaligus menjalankan fungsi media. Wawancara dengan Yovantra Arief selaku Wakil Direktur Remotivi periode 2018-2021 tanggal 28 Maret 2018

menghasilkan tahapan yang harus dilalui sebelum Divisi Riset dan Media menghasilkan konten media adalah sebagai berikut:

1. Seluruh divisi akan melakukan rapat konten untuk diolah oleh divisi redaksi, divisi infografis, dan divisi video. Setiap divisi akan menghasilkan bentuk dan konten yang berbeda.
2. Menentukan metode dan pendekatan yang akan digunakan dalam melakukan riset.
3. Menentukan masalah agar mendapat strategi yang tepat untuk diolah menjadi konten.
4. Menganalisis masalah, membuat atau mencari *sample* dalam jangka waktu yang ditentukan.
5. Produksi pengetahuan dengan melihat hal yang menarik dari apa yang diteliti dan telah dianalisis.
6. Ada beberapa isu yang berbicara mengenai histori dan ada kasus yang tidak membutuhkan riset lapangan namun perlu riset kajian pustaka.

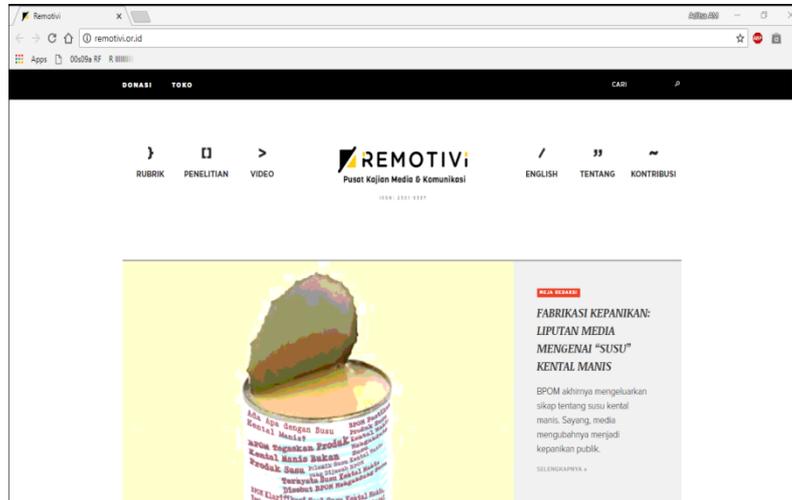
Biasanya divisi redaksi secara responsif akan melakukan analisis terhadap isu yang muncul untuk menghasilkan tulisan. Divisi infografis akan lebih banyak fokus ke produksi data, mencari data yang diperlukan dalam menanggapi suatu isu atau masalah di media. Divisi video memiliki proses yang mirip dengan divisi redaksi dengan hasil konten berupa video dengan durasi tertentu dan akan ditayangkan melalui

platform Youtube. Divisi video biasanya melakukan pemantauan terhadap isu di media dibarengi dengan studi pustaka.

Metode dari model literasi media berbasis media baru Remotivi adalah produksi konten media melalui *website* dan media sosialnya. Literasi media berbasis *website* dilakukan dengan memproduksi tulisan kritis dengan bentuk tulisan artikel, opini, *review*, semi *report*, dan sebagainya. Adapun rubrik dalam *website* Remotivi adalah sebagai berikut:

- a. Meja Redaksi: merupakan tulisan redaksi dari Remotivi dalam menangkap suatu isu.
- b. Amatan: adalah opini atau hasil analisis atau tanggapan tentang suatu fenomena media.
- c. Pantau: adalah tulisan hasil *monitoring*, yang melakukan pemantauan atas konten-konten isu media yang tersebar di media.
- d. Dibalik Layar: adalah tulisan-tulisan dari pekerja media.
- e. Kupas: merupakan tulisan *review*, mulai dari buku, film, dan sebagainya yang berkaitan dengan media.
- f. Penelitian: adalah rubrik untuk *report* atau tulisan laporan yang dikemas tidak terlalu akademis namun tetap berbobot.

Gambar 3
Tampilan Halaman Beranda Website Remotivi



Sumber: <http://remotivi.or.id/>

Konten yang dihasilkan dalam rubrik *website* Remotivi tahun 2017 tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 10
Konten Rubrik *Website* Remotivi.or.id Tahun 2017

No	Rubrik	Tulisan	Waktu Update
1.	Meja Redaksi	Remotivi Menolak Pemberitaan Diskriminatif Atas Kasus Penggrebekan Atlantis Gym	(25/05)
		Menghadapi Gelombang Pemecatan, Pekerja Media Butuh Berserikat	(13/07)
		Mendukung Propaganda Orde Baru, TV One Memang Beda	(27/09)
		Tak Ada Kepentingan Publik dalam Pernikahan Kahiyang	(11/11)
		Kepada Wartawan: Kenapa Tak Panggil Koruptor Maling Saja?	(21/11)
2.	Amatan	[Benjamin Hegarty] Perempuan Sempurna: Muasal Waria di Masa Orde Baru	(09/01)
		[Hizkia Yosie Polimpung] Efek Plasebo Jiwa-jiwa Cantik	(23/01)

		(Bagian I)	
		[Ivonne Kristiani] Televisi Dan Bangktnya Diskursus Psikologis	(30/01)
		[Hizkia Yosie Polimpung] Mengapa “No Pic” harus “= Hoax”? (Bagian II-selesai)	(03/02)
		[Justito Adiprasetio] Logika Purba dalam Memberantas Hoax	(21/02)
		[Lintang Ratri] Bintang atau Pekerja Cilik?	(27/02)
		[Made Supriatma] Hoax, Kapitalisme Digital, dan Hilangnya Nalar Kritis (Bagian I)	(11/03)
		[Made Supriatma] Hoax, Kaptalisme Digital, dan Hilangnya Nalar Kritis (Bagian II-selesai)	(11/03)
		[Eduard Lazarus Tjiadarma] Hantu Televisi, Hantu Modernitas	(29/03)
		[Bramantya Basuki] Anak Kambing Presiden, Politik Tontonan, dan Aksi Kendeng	(03/04)
		[Irfan R. Darajat] Memoles Citra Polisi di Televisi	(25/04)
		[Firman Imaduddin] Pedofilia: Memahami Para Setan Modern	(28/04)
		[Eduard Lazarus Tjiadarma] Investigasi Allan Nairn dan Lika-Liku Kebebasan di Era Modern	(10/05)
		[Muhamad Heychael] Pengadilan Media Terhadap Etnis Tionghoa	(26/05)
		[Rainer Abraham Purba-Anselma Widha Prihandita] Berbahasa dalam Sosial Media	(31/05)
		[Firman Imaduddin] Panutan Maya Buat yang Muda	(07/06)
		[Amalia Nurul M.] Beradu Siasat dengan Iklan Digital	(12/06)
		[Yovantra Arief] Menjadi Tionghoa, Setelah Selamat	(14/06)
		[Viriya P. Singgih]	(20/07)

		Teater Dalam Pusaran Krisis Sinetron Nasional	
		[Albert Wirya] Legitimasi Ketidakadilan Perkara Narkotika	(26/07)
		[Ghina Ghaliya Guddus] Jurnalisme dan Data-Data Pajangan	(23/08)
		[Eduard Lazarus Tjiadarma] Konsumsi: Antara Melawan Klise dan Perlawanan Yang Klise	(28/08)
		[Lin Zhao] Ilusi “Pasca-Kebenaran”	(07/09)
		[Roy Thaniago] Kasus Dandhy dan Makna Ujaran Kebencian yang Cemar	(14/09)
		[Eduard Lazarus Tjiadarma] Apakah Pengisi Acara Televisi Layak Diberi Sanksi?	(19/09)
		[Firman Imaduddin] Main Hakim di Internet	(02/10)
		[Fian Kurniawan] Menunggu Masa Berlalu: Memori Kolektif mengenai PKI dan Komunisme	(08/10)
		[Wisnu Prasetya Utomo] Kebohongan Dwi Hartanto, Kebohongan Media?	(10/10)
		[Eddward Samadyo Kennedy] Jurnalisme Media Tanpa Rumah	(11/10)
		[Eduard Lazarus Tjiadarma] Peluit Anjing Anies Baswedan	(26/10)
		[Muhamad Heychael] Perjuangan Situs Kebencian Mengemas Omong Kosong	(09/111)
		[Eduard Lazarus Tjiadarma] Di Balik Viralnya Video Seks	(13/11)
3.	Kupas	[Eduard Lazarus Tjiadarma] Heidegger, Media, dan Problem Eksistensial Manusia	(20/01)
		[Muhamad Heychael] Jihad di Medan Maya	(10/02)
		[Firman Imaduddin] Refleksi dalam Buai Teknologi	(16/03)
		[Holy Rafika D] Memikirkan Ulang Media dalam	(07/04)

		Komunikasi Geografi	
		[Steven Handoko] Keajaiban dan Kehilangan di Era Digital	(17/05)
		[Eduard Lazarus Tjiadarma] Kekerasan dan Ideologi: Sebuah Tur bersama Slavoj Zizek	(17/07)
		[Aulis Nastiti] Gerakan Sosial dalam Konektivitas Digital	(30/08)
		[Eduard Lazarus Tjiadarma] Demokrasi dan Perebutan Klaim Publik di Media	(26/09)
		[Firman Imaduddin] Menilik Ulang Propaganda dalam Pengkhianatan G30S/PKI	(05/10)
		[Yovantra Arief] Apakah Kita Membutuhkan Superhero untuk Mengganyang Kekerasan Seksual?	(24/10)
4.	Wawancara	Jakarta Unfair: Berita-berita Penggusuran di Media Tidak Tepat	(26/01)
		Wahyu Dhyatmika: Sekarang Era Media Berkolaborasi, Bukan Berkompetisi	(28/02)
		Zen RS: Kami Ingin Membangun Kultur Riset di Media	(09/05)
		Paulus Widiyanto: Tayangan dan Iklan Politik Harusnya Menguntungkan Publik	(22/06)
		Annette Hill: Terkadang, Kita Hanya Ingin Dihibur (Bagian I)	(16/08)
		Annette Hill: Terkadang, Kita Hanya Ingin Dihibur (Bagian II)	(16/08)
5.	Pantau	[Roy Thaniago] Habis Iklan Meikarta, Gelaplah Berita	(14/10)
		[Yovantra Arief] Habis Iklan Meikarta, Gelaplah Berita	(07/11)
6.	Di Balik Layar	[Titik Kartitiani] Begini Cerita Saya sebagai Wartawan Flora-Fauna	(03/11)
		[Ghina Ghalia Quddus] Di balik Wangi Pemberitaan	(04/12)

		Meikarta	
		[Ardyan M. Erlangga] Seperti Kita yang Fana, Kejayaan Kabar Bohong Mustahil Bertahan Selamanya	(13/12)
7.	Arsip		
	a. Kabar	Selamat Datang di Era Post-truth	(05/01)
		Prediksi untuk Jurnalisme 2017	(13/01)
		Menonton Debat di Televisi	(15/01)
		Tiga Jenis Jurnalis di Era Digital	(28/01)
		Jurnalisme Memproduksi Hoax	(02/02)
		Polemik Hari Pers Nasional	(09/02)
		Intimidasi dan Pelecehan Terhadap Jurnalis	(17/02)
		Ketika Jurnalisme Beradaptasi dengan Teknologi	(22/02)
		Asal-asalan Menerjemahkan Berita	(02/03)
		Kontroversi Revisi UU Penyiaran	(09/03)
		Memecah Gelembung Informasi	(21/03)
		Melawan Berita Palsu dari WhatsApp	(31/03)
		Adakah yang Peduli Riset Jurnalisme?	(13/04)
		Bersama Keluarga Memenangkan Pulitzer	(21/04)
		KNRP Luncurkan RUU Penyiaran Versi Publik	(27/04)
		Pembunuhan Jurnalis di Indonesia	(05/05)
		Media di Sekitar Reformasi 1998	(18/05)
		Ketika Media Membutuhkan Dukungan Pembacanya	(02/06)
		Bagaimanakah Penyiaran Digital Semestinya Diatur?	(05/06)
		Para Pencari Keadilan Digital	(09/06)
		Ketika Serikat Pekerja Media Diberangus	(21/07)
		Mengenang SK Trimurti	(15/08)
		Komunikasi di Era Pra-Kolonial	(25/08)
	b. Penelitian	-	-
	c. Infografis	Jangan Ada Benci Di Timeline Kita	(27/01)
		Pundi Iklan “Anak Jalanan”	(10/02)
		Balada Pasukan Kejar Tayang	(03/03)
		Waspada! Informasi Gadungan	(20/03)
		Bintang Cilik Di Layar Kelabu	(10/04)
		Apakah Semua Orang Di Indonesia	(29/04)

Remotivi melalui *website*-nya adalah salah satu aspek literasi yang diharapkan dapat memberikan rasionalisasi atas kritik terhadap tayangan televisi. Harapannya masyarakat dapat menjadi rasional setelah membacanya. Dengan membaca akan mendapatkan beragam perspektif, setuju ataupun tidak setuju. Setidaknya masyarakat dapat berdialog dengan dirinya sendiri, dengan kalimat-kalimat yang dibaca. Disitulah harapannya upaya literasi media dapat beroperasi.

Sementara itu, sumber konten literasi media dalam *website* Remotivi berasal dari:

1. Tulisan penulis internal Remotivi

Gambar 4 **Tulisan salah satu penulis internal Remotivi, Muhamad Heychael** **pada 09/11/2017**

09/11/2017

**PERJUANGAN SITUS KEBENCIAN
MENGEMAS OMONG KOSONG**

AMATAN

Demi membuat percaya pembaca, situs-situs penyebar kebencian mengemas omong kosong seolah karya jurnalistik. Dengan cara apa mereka melakukannya?

Kalau ada yang paling dikhawatirkan Bill Kovach, penulis buku populer *Sembilan Elemen Jurnalsime* (2012), maka ia adalah tergantikannya jurnalsime oleh berita palsu dan hoax. Di Indonesia, mimpi buruk Kovach kiranya sudah hampir menjadi nyata. Setiap hari kita menyaksikan hoax dan berita palsu hilir mudik di lini masa dan memicu debat publik yang tak perlu. Contoh terbaik dari hal ini adalah twit Elly Risman berikut.

MUHAMAD HEYCHAEEL
Peneliti Remotivi. (Foto: Galid W. Satria/keotang.com)

Elly Risman @EllyRisman
Haaaah? Astagfirullah!! terkejut jiwa keibuan saya. Masak negara mau mengundang girl band Korea merayakan hari Kemerdekaan kita#yangbeneraja!

Dengan Tema "Mensyukuri"

Sumber: <http://www.remotivi.or.id/pantau/466/Bagaimana-Tribunnews-Membantu-Terrorisme>

2. Tulisan kontributor Remotivi

Gambar 5 Tulisan salah satu kontributor Remotivi, Lintang Ratri pada 27/02/2017



27/02/2017

BINTANG ATAU PEKERJA CILIK?

AMATAN

{ READ IN ENGLISH }

Di balik pesona bintang cilik di layar kaca, pemata anak bekerja dalam lingkungan yang buruk. Perlindungan anak terbengkalat dengan dalih profesionalitas.

Isu pekerja anak sejatinya bukan hal baru, namun pekerja anak di industri media—terutama televisi—hampir tak pernah dilihat sebagai permasalahan sosial. Pekerja anak selalu dilekatkan pada anak-anak yang bekerja sebagai buruh pabrik, asisten rumah tangga, pekerja seks anak, anak jalanan, anak-anak yang bekerja di lepas pantai, tambang dan lain-lain. Jika berbicara soal eksploitasi yang menjadi isu besar dalam Undang-Undang Perlindungan Anak, maka eksploitasi seksual dianggap jauh lebih berbahaya daripada eksploitasi ekonomi.

Hal ini tampak dalam pandangan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) melalui salah satu komisionernya, Rita Pranawati, dalam wawancara penulis. Pranawati menyatakan bahwa isu darurat seksual lebih mengkhawatirkan dibandingkan isu darurat ekonomi—apalagi tumbuh kembang anak. Kekhawatiran mengenai eksploitasi ekonomi pada anak, sekalipun diperhatikan, cenderung

LINTANG RATRI

Dosen Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Diponegoro. Anggota Komisi Nasional Reformasi Penyiaran. Tertarik pada isu media, gender dan anak.

Sumber: <http://www.remotivi.or.id/amatan/363/Bintang-atau-Pekerja-Cilik?>

3. Wawancara

Gambar 6 Tulisan hasil wawancara dengan Wahyu Dhyatmika oleh Remotivi pada 28/02/2017



28/02/2017

WAHYU DHYATMIKA: SEKARANG ERA MEDIA BERKOLABORASI, BUKAN BERKOMPETISI

WAWANCARA

Ketika ketidakpercayaan terhadap media arus utama semakin membesar, butuh inovasi agar jurnalisme tetap relevan dan penting bagi publik.

Perjumpaan teknologi dengan kerja-kerja jurnalistik melahirkan tren baru yang disebut sebagai jurnalisme data. Banyak jurnalis dan pakar media yang menyebut genre ini sebagai salah satu jawaban media dalam ikhtiar menemukan kembali relevansinya bagi publik. Apa sebenarnya yang dimaksud jurnalisme data dan apa tantangan yang dihadapi media dalam mempraktikkannya?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, khususnya dalam konteks di Indonesia, peneliti Remotivi Wisnu Prasetya Utomo menemui Wahyu Dhyatmika di ruang kerjanya. Tahun 2014-2015, redaktur eksekutif Majalah Tempo yang akrab disapa Komang ini belajar jurnalisme di Universitas Harvard sebagai penerima Nieman Fellowship.

Belakangan, ia sering mengisi materi jurnalisme data di berbagai daerah. Menurutnya, media-media di Indonesia harus melakukan inovasi radikal untuk

Sumber: <http://www.remotivi.or.id/wawancara/433/Wahyu-Dhyatmika:-Sekarang-Era-Media-Berkolaborasi,-Bukan-Berkompetisi>

4. Diseminasi Riset atau riset terhadap kelompok/individu tertentu

Gambar 7
Salah satu hasil penelitian Remotivi pada 23/11/2016



Sumber: <http://www.remotivi.or.id/materi/14/penelitian>

Selanjutnya adalah model literasi media berbasis media baru melalui media sosial Remotivi. Data yang peneliti dapatkan dan peneliti analisis, media sosial Remotivi salah satunya diperlakukan sebagai media publikasi konten media hasil analisis, hasil diskusi dari internal Remotivi berupa infografis, video, *meme*, komik, dan sebagainya. Publikasi konten media Remotivi dilakukan melalui:

1. Media sosial Remotivi, yang terdiri dari *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Youtube*.

Facebook Remotivi awalnya berupa grup yang kemudian berkembang menjadi halaman resmi (*fanpage*) Remotivi. Halaman resmi *Facebook* Remotivi masih digunakan sebagai ruang diskusi maya sampai saat ini melalui kolom komentar dan bagian catatan.

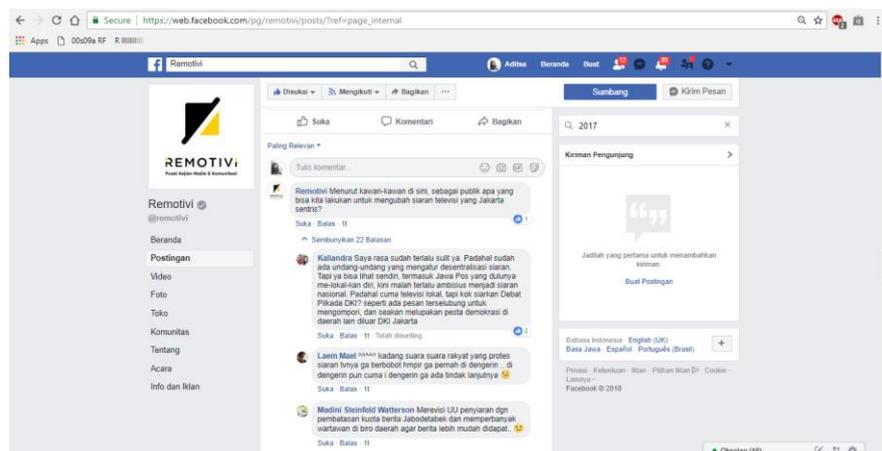
Halaman resmi Remotivi ini telah disukai sebanyak 24.946 dan diikuti sebanyak 25.578 akun *Facebook*.

Gambar 8
Facebook Remotivi sebagai media publikasi konten



Sumber:
https://web.facebook.com/pg/remotivi/posts/?ref=page_internal

Gambar 9
Interaksi pada *comment-section Facebook Remotivi* pada 28/01/2017



Sumber:
https://web.facebook.com/pg/remotivi/posts/?ref=page_internal

Selain itu ada media sosial *Twitter* yang menjadi salah satu media sosial Remotivi untuk menghimpun interaksi dengan *follower*.

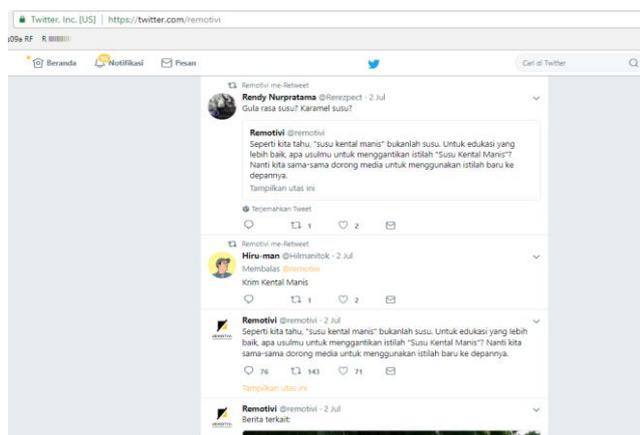
Melalui *Twitter* memungkinkan Remotivi untuk mendapat respon cepat dan memunculkan ide konten dari para *follower*, untuk merespon isu secara singkat, dan sebagainya. Jumlah pengikut (*follower*) *Twitter* Remotivi sebanyak 20.600 akun, dan yang diikuti sejumlah 809 akun.

Gambar 10
Beranda Twitter Remotivi



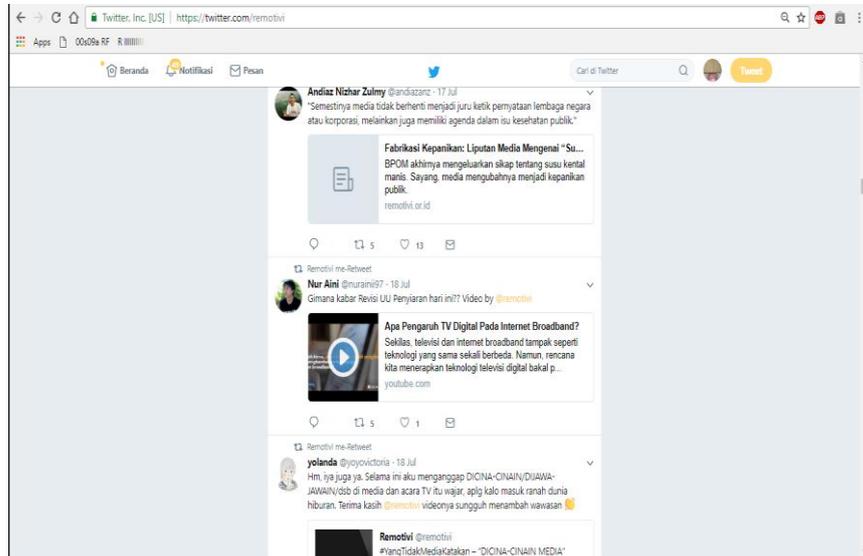
Sumber: <https://twitter.com/remotivi>

Gambar 11
Interaksi dengan *follower* di *Twitter* terkait isu “susu” kental manis tahun 2017



Sumber: https://twitter.com/remotivi/with_replies

Gambar 12
Interaksi dengan *follower* di *Twitter* tahun 2017

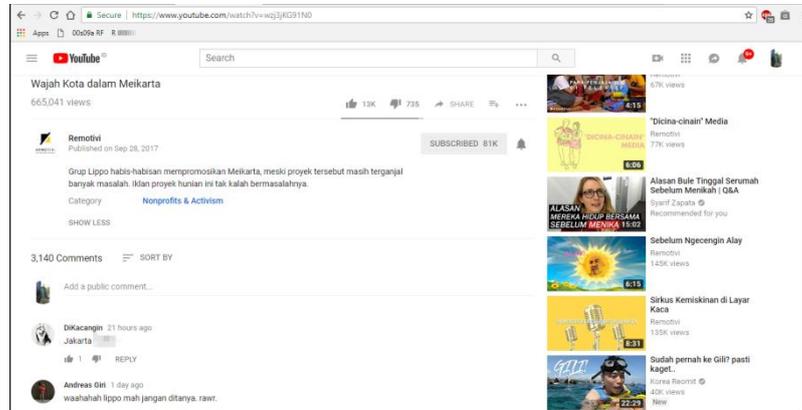


Sumber: https://twitter.com/remotivi/with_replies

Kemudian ada *platform* yang saat ini semakin banyak digunakan masyarakat terutama di kalangan anak muda, yakni *Instagram*. *Instagram* Remotivi memiliki pengikut sebanyak 20.700 akun. Sementara yang diikuti sebanyak 53 akun. Jumlah postingannya di tahun 2017 sebanyak 151. Tabel postingan *Instagram* Remotivi sepanjang tahun 2017 peneliti paparkan pada bagian lampiran.

Serta ada *Youtube* yang merupakan salah satu *platform* media sosial dengan konten video. Melalui *comment section* menunjukkan bagaimana interaksi yang terjadi antara *viewer* dengan Remotivi dari divisi video. *Youtube* Remotivi yang memiliki pelanggan (*subscriber*) sebanyak 92.697 akun. Jumlah postingannya sepanjang tahun 2017 sebanyak 24 video.

Gambar 13
Interaksi pada *comment-section* Youtube tahun 2017



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=wzj3jKG91N0&t=3s>

Tabel 11
Konten *Playlist* Youtube Remotivi Tahun 2017

No	<i>Playlist</i>	Konten	Waktu Posting	Interaksi
1.	Kenakalan Media di Era Informasi	-	-	-
2.	Kliping Peristiwa Media	Allan Nairn: Masih Ada Ancaman Terhadap Kebebasan Pers di Indonesia	05/05/17	Ditonton: 3.100 Komentar: 15
3.	Kampanye	#KawalRUUPenyiaran – Iklan Bakal Tambah Banyak!	30/08/17	Ditonton: 16.000 Komentar: 107
		#KawalRUUPenyiaran – Partai Politik Bakal Punya TV Sendiri!	30/08/17	Ditonton: 3.800 Komentar: 10
		#KawalRUUPenyiaran – Narasumber Televisi Bakal Bisa Dipidana	30/08/17	Ditonton: 2.700 Komentar: 9
4.	Literasi	Anatomi Media: Media Sebagai Perantara	08/05/17	Ditonton: 3.600 Komentar: 18

		Literasi Tayangan Televisi – Malpraktik Jurnalisme	11/07/17	Ditonton: 7.700 Komentar: 22
		Literasi Tayangan Televisi – Perlindungan Anak dan Remaja	02/08/17	Ditonton: 4.600 Komentar: 12
5.	Yang Penonton Katakan	-	-	-
6.	Yang Tidak Media Katakan	You Can't Lie To Me	18/01/17	Ditonton: 120.000 Komentar: 574
		Menerawang di Awang-Awang	31/01/17	Ditonton: 7.500 Komentar: 24
		Anatomi Narasi Konspirasi: Dari Kolonisasi Cina Hingga Bumi yang Datar	28/02/17	Ditonton: 37.000 Komentar: 324
		Pertanyaan-Pertanyaan Ajaib di Berita Televisi	26/03/17	Ditonton: 84.000 Komentar: 419
		Kenapa Bangga Jadi Indonesia?	11/04/17	Ditonton: 31.000 Komentar: 205
		Anti Asing dan Aseng: Nasionalisme Palsu di Media	30/04/17	Ditonton: 38.000 Komentar: 420
		Persekusi di Media Sosial	09/07/17	Ditonton: 9.700 Komentar: 87
		Di Balik Gelombang Pemecatan Pekerja Media	22/08/17	Ditonton: 11.000 Komentar: 24
		Papua dalam Media Indonesia	08/09/17	Ditonton: 35.635 Komentar:

				307
		Apa Pengaruh TV Digital Pada Internet Broadband?	16/09/17	Ditonton: 9.361 Komentar: 45
		Wajah Kota dalam Meikarta	28/09/17	Ditonton: 684.419 Komentar: 3.100
		Fakta di Media	01/11/17	Ditonton: 35.692 Komentar: 220
		Di Balik Manisnya Iklan Susu Kental Manis	17/11/17	Ditonton: 472.930 Komentar: 2.700
		Yang Penonton Katakan #2	22/11/17	Ditonton: 16.473 Komentar: 144
		Opini Tentang Opini	06/12/17	Ditonton: 28.884 Komentar: 217
		Politik Tapi Entertainment	23/12/17	Ditonton: 51.815 Komentar: 393
7.	Lagi Gabut	-	-	-

Sumber: Kumpulan data dari *Playlist Youtube Remotivi*

2. Media sosial penulis di Remotivi

Gambar Publikasi konten media melalui media sosial *Twitter* penulis Remotivi, Roy Thaniago tahun 2017



Sumber: <https://twitter.com/roythaniago>

3. Media sosial *public figure*

Gambar 15 Postingan *Instagram Social Media Influencer*, Gita Savitri Devi



Sumber: <https://www.instagram.com/p/BluQkc6nc4H/?taken-by=gitasav>

Remotivi memanfaatkan *multi-platform* tersebut untuk kepentingan literasi media dengan berbasis media baru. Tujuannya agar memudahkan dalam distribusi atau transformasi pengetahuan terkait literasi media yang harus dimiliki oleh pengguna media utamanya pengguna internet agar dapat lebih bijak dalam mengakses apapun di internet. Remotivi juga mengkampanyekan tentang konsumen media yang juga dapat menjadi produsen media dengan mengajak audiensnya terlibat secara aktif di media daring dan media sosial mereka. Selain itu agar terhindar dari pengaruh negatifnya, seperti hoax, banjir informasi, berita kopong (*clickbait*), konten kekerasan atau seksualitas, pengabaian hak kelompok rentan dan marjinal, mutu jurnalisisme di internet yang buruk, hal-hal yang tidak dikatakan oleh media, dan sebagainya.

Pemanfaatan media daring dan media sosial dilakukan dengan melakukan riset atau analisis isu dari isi media sebagai bentuk kajian dan pemantauan media dan komunikasi, membuat tulisan kritis hasil dari riset tersebut, membuat video sebagai bentuk tanggapan terhadap isu yang sedang berkembang di media, serta membuat infografis yang lebih banyak fokus ke produksi data atau mencari data yang diperlukan dalam menanggapi suatu isu atau masalah baik di televisi maupun di media baru atau internet.

Media sosial Remotivi dibuat agar lebih produktif sehingga dapat menciptakan interaksi. Interaksi yang terjadi dalam setiap *platform*

diupayakan agar menyerupai ruang diskusi, sehingga dapat membangun komunikasi dua arah antara Remotivi dengan audiensnya.

Literasi media berbasis media baru tetap menghadapi kesulitan dan kendala dalam praktiknya. Menurut wawancara dengan Yovantra Arief selaku Wakil Direktur Remotivi periode 2018-2021 tanggal 28 Maret 2018, informan utama dalam penelitian ini, kendala yang dihadapi Remotivi dalam praktik literasi media berbasis media baru ada pada *resource* atau sumber daya, baik sumber daya manusia maupun sumber daya materi analisis. Kendala lain yang dihadapi oleh penggunaan media baru sebagai basis literasi media adalah bahwa informasi yang ada di media cepat muncul dan cepat hilangnya.

B. Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti akan melakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul pada paparan sajian data. Pembahasan dilakukan untuk menganalisis data sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan dari penelitian ini.

Peneliti mengkaji sejauh mana model literasi media berbasis media baru dilakukan oleh Remotivi berdasarkan model literasi media ideal milik William James Potter. Sebelumnya, peneliti akan menganalisis kesesuaian antara praktik literasi media berbasis media baru yang dilakukan oleh Remotivi dengan teori yang peneliti gunakan.

Literasi media berbasis media baru Remotivi dapat dikatakan sesuai dengan konsep dasar literasi media menurut Potter. Pertama, literasi media merupakan sebuah kontinum, bukan kategori. Artinya setiap orang memiliki pemahaman tentang media meskipun dengan tingkatan yang berbeda. Remotivi melalui *website* dan media sosialnya cukup konsisten dalam memproduksi pengetahuan literasi media terkait isu media dan komunikasi secara luas dan mendalam untuk diolah menjadi konten media. Remotivi juga secara konsisten mempublikasikannya melalui *website* dan media sosial mereka.

Melalui *multi-platform* tersebut, Remotivi dapat menjangkau tingkat pemahaman masyarakat terkait literasi media sesuai pengguna masing-masing *platform*. Sayangnya, konten media Remotivi hanya dapat diakses oleh mereka yang terhubung dengan internet karena fokus pada produksi pengetahuan berbasis daring. Hal ini menjadi salah satu kekurangan Remotivi dalam menjangkau audiens yang lebih beragam, seperti masyarakat kelas menengah ke bawah.

Kedua, literasi media bersifat *multi-dimensional*. 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. Konten media yang diproduksi Remotivi mampu menghadapi persoalan mengenai isu media yang berkembang kepada masyarakat. Dengan cara tersebut, Remotivi membantu masyarakat dalam membangun struktur

pengetahuan terkait media. Multi dimensi tersebut dihadirkan melalui konten media Remotivi dalam memantau konten atau isu media maupun dalam mengkritisnya melalui *website* ataupun video di *Youtube* mereka.

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.

Hal tersebut ditunjukkan dari hasil wawancara dengan informan Yovantra tanggal 28 Maret 2018 yang mengatakan bahwa ada beberapa isu yang mau diolah seperti apapun atau semenarik mungkin akan tetap dipahami sesuai dengan watak masing-masing audiens. Menurut peneliti, Remotivi tetap harus memberikan gambaran yang jelas dan netral terhadap suatu isu media. narasi dan narrator dalam konten media Remotivi harus mampu menyampaikan maksud pesan media yang tampak maupun yang implisit, karena ini berkaitan dengan tingkat pemahaman literasi media audiensnya.

Selanjutnya peneliti akan melihat sejauh mana model literasi media berbasis media baru yang dilakukan oleh Remotivi berdasarkan model literasi media ideal William James Potter yang menekankan 4 faktor untuk mencapai tujuan literasi media, di antaranya:

1. *Knowledge Structure*

Untuk membangun perspektif terhadap isu dan informasi di media, pegiat literasi media harus memiliki struktur pengetahuan yang tinggi terhadap hal-hal tersebut. Struktur pengetahuan ini terdiri dari efek media, isi media, industri media, dunia nyata, dan diri sendiri. Elemen-elemen tersebut dibutuhkan agar dapat memiliki kemampuan dalam memahami dan menganalisis media serta melihat konteks pesan media.

Tabel 12
Elemen *Knowledge Structure* dalam Model Literasi Media berbasis Media Baru Remotivi

No	Elemen Struktur Pengetahuan	
1.	Efek Media	<p>Peneliti melihat bahwa Remotivi percaya terhadap kekuatan media dalam memberikan pengaruh atau efek terhadap khalayak media.</p> <p>Pengaruh media sendiri akan berefek pada aspek kognitif, afektif dan konatif seseorang.</p> <p>Remotivi adalah salah satu pegiat literasi media yang memberikan pengaruh tersebut pada khalayak media.</p> <p>Salah satu contohnya adalah, adanya aturan yang melarang penggunaan kata susu pada kemasan dan iklan produk kental manis. Menurut peneliti, itu adalah salah satu bentuk pengaruh yang diberikan Remotivi yang berefek pada aspek kognitif masyarakat dimana mereka akan mencari tahu lebih dalam ataupun mencari kebenaran mengenai hal tersebut. Pada aspek afektif, Remotivi berhasil menyentuh nurani ibu rumah tangga sebagai salah satu khalayak media untuk berpikir lebih jauh ketika akan memberikan “susu” kepada anaknya. Pada aspek konatif, perusahaan “susu” tidak lagi menambahkan kata “susu” pada kemasan dan iklan produk kental manis.</p> <p>Namun, peneliti khawatir terhadap tingkat kekuatan media daring dan media sosial Remotivi yang semakin tinggi akan digunakan Remotivi</p>

		untuk tujuan lain, seperti penanaman ideologi tertentu, dan sebagainya. Khalayak yang terlanjur percaya terhadap Remotivi akan dengan mudah digiring opininya oleh Remotivi.
2.	Isi Media	<p>Peneliti menilai isi media atau konten media Remotivi secara spesifik dapat dibedakan menjadi dua hal, yakni produsen pesan media dan media publikasi.</p> <p>Media berbasis daring Remotivi yang dikatakan sebagai produsen pesan media adalah <i>website</i> dan <i>youtube</i>. Sementara <i>facebook</i>, <i>twitter</i>, dan <i>instagram</i> termasuk media publikasi bagi produk konten media Remotivi.</p>
3.	Industri Media	<p>Sebagai pegiat literasi media yang bersifat independen, Remotivi berusaha untuk tidak menghasilkan rupiah melalui praktik bisnis dunia media daring lainnya dengan meraup untung dari iklan dan mengabaikan esensi penting konten yang dihasilkan.</p> <p>Namun, seiring berjalannya waktu, peneliti meragukan hal itu, karena Remotivi sempat mengalami krisis keuangan. Tidak menutup kemungkinan Remotivi akan menempuh jalur tersebut, apalagi jika Remotivi meningkat secara kuantitas dan kualitas media dan personalia anggota internalnya.</p>
4.	Dunia Nyata	<p>Sumber isu atau pesan media bisa didapatkan baik secara langsung dengan melihat permasalahan media di masyarakat maupun secara tidak langsung melalui perkembangan isu media.</p> <p>Melakukan kegiatan literasi media berbasis media baru memang memberikan banyak kemudahan, namun pada akhirnya Remotivi kesulitan untuk mengukur seberapa besar dampak yang didapat audiens mereka dari literasi media yang Remotivi lakukan.</p>

Sumber: data analisis peneliti

2. *Personal Locus*

Energi yang digunakan seseorang yang memiliki pemahaman literasi media akan membuat dirinya lebih konsentrasi dalam memproses

dan mengontrol informasi yang didapat dari media. Setelah melakukan analisis terhadap data yang peneliti peroleh, analisis yang dilakukan Remotivi adalah analisis terhadap data mengenai isu media yang berkembang. Remotivi berusaha menggali data bukan untuk *suudzon* tetapi untuk mencari mana yang dianggap benar.

Peneliti melihat bahwa media daring dan media sosial Remotivi mendapat bentuk interaksi berupa *feedback* yang beragam dari audiensnya. Ada yang setuju dan tidak setuju, hingga audiens yang sudah mampu menciptakan pesannya sendiri atas apa yang didapat dari produksi konten Remotivi.

3. *Compentencies and Skills*

Seiring berjalannya usia, pengalaman bermedia Remotivi membuatnya mampu melebarkan pandangan terhadap isu media, yang tidak hanya berputar pada persoalan di televisi. Menggeser fokus ke arah isu media digital dan komunikasi secara luas menjadikan produksi konten Remotivi lebih “memahami” apa yang sedang dibutuhkan masyarakat, yakni kritik terhadap sajian media di televisi dan media baru. Kompetensi dan keahlian dalam mengolah data dari media itulah yang membuat Remotivi mampu menghasilkan pesan media yang dapat dipahami masyarakat.

Salah satu contohnya adalah aturan pelarangan menggunakan kata “susu” pada kemasan dan iklan produk kental manis. Remotivi telah

melakukan analisis dengan memproduksi video mengenai hal tersebut pada tahun 2017. Kemudian isu “susu” kental manis muncul kembali di tahun 2018 dengan adanya aturan pelarangan tersebut dari instansi pemerintahan, BPOM kepada produsen kental manis.

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.

Menurut peneliti, dalam praktik literasi medianya, Remotivi membutuhkan pendapat ahli sebagai penguat atas analisis-analisis tersebut. Namun peneliti melihat terkadang Remotivi memilih narasi dan narator tunggal yang bertendensi membuat kesimpulan hanya berdasarkan apa yang diyakini Remotivi dalam memandang suatu isu.

Hasil riset, kajian, ataupun analisis Remotivi yang kemudian diolah menjadi konten atau sumber informasi dapat membuat analisis terhadap pesan atau informasi yang didapatnya dari media yang ditunjukkan dari bagaimana tanggapan mereka di setiap konten yang diproduksi Remotivi melalui kolom komentar, *viewer*, *like* dan *dislike*, dan sebagainya.

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*).

Peneliti menganggap model literasi media berbasis media baru dengan fokus produksi pengetahuan menjadi relevan untuk terus dilakukan Remotivi. Kemampuan analisis Remotivi dalam mengolah kembali isu dari media menjadi konten media menawarkan perspektif atau sudut pandang yang lebih luas mengenai media di masyarakat. Seperti upaya Remotivi dalam menghasilkan tulisan-tulisan kritis dan konten audio visual dengan kemasan yang menarik.

Sehingga masyarakat utamanya audiens Remotivi memberi perhatian lebih pada investasi afeksi mereka ketika mengonsumsi pesan media. Audiens kemudian mampu menciptakan tulisan yang bersebrangan dengan isi media atau audiens mampu menciptakan pesannya sendiri terhadap apa yang didapat dari media.

Kendala maupun tantangan yang dihadapi Remotivi dalam praktik literasi media berbasis media baru tidak sepenuhnya dapat diatasi. Namun, peneliti melihat upaya Remotivi dalam memanfaatkan media baru sebagai basis literasi medianya telah sesuai dengan paparan Konert (2004: 88-89) dalam tulisannya yang berjudul *Broadcasters' Internet Engagement: From Being Present to Becoming Successful* dalam kumpulan tulisan *Internet*

Television mengenai faktor-faktor keberhasilan internet untuk mencapai kesuksesan secara *online*, di antaranya:

1. Up-to-date.

Informasi yang tersebar di internet berpotensi lebih cepat dan lebih up-to-date. Sangat penting bagi sebuah situs web selalu diperbarui untuk memberikan insentif (hasil tambahan) kepada pengguna internet agar lebih sering mengunjungi situs.

Media *daring* dan media sosial Remotivi sudah dapat dikatakan up-to-date dalam memproduksi pengetahuan sebagai fokus praktik literasi medianya. Hal ini ditunjukkan melalui *website* Remotivi yang terus up-date membahas isu media di setiap rubriknya, *Youtube* yang juga up-date memproduksi video dalam dua minggu satu kali, media sosial mereka seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, juga up-date untuk membuat status dalam merespon suatu isu, memposting dan mempublikasikan tulisan, gambar ataupun video terbaru setiap harinya di tahun 2017.

2. Konten yang disajikan.

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.

Peneliti menganggap konten berupa tulisan-tulisan kritis yang diproduksi Remotivi mampu memberi penjelasan dan beragam perspektif tentang isu media kepada masyarakat. Selain itu, konten video Remotivi telah mampu memvisualisasikan bagaimana isu media yang sedang berkembang. Sehingga masyarakat atau audiens Remotivi akan bersedia kembali mengakses Remotivi untuk mendapatkan konten kritis pada isu media yang mereka ingin ketahui.

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, keberhasilan dan kualitas layanan ini bergantung pada tingkat interaksi antara produsen dan pengguna atau audiensnya.

Peneliti melihat media sosial Remotivi telah dimanfaatkan Remotivi menjadi media interaktif. Seperti *Twitter* yang digunakan untuk menghimpun interaksi dan untuk mendapatkan *fast response* dengan *follower*, membuat *statement* singkat dalam menanggapi suatu isu, dan sebagainya.

4. Presentasi atau penyajian.

Secara fungsional teknik antarmuka telah disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Klarifikasi, konsistensi, transparansi, dan kemudahan akses adalah persyaratan utama untuk halaman web yang diatur dengan jelas dan ramah pengguna.

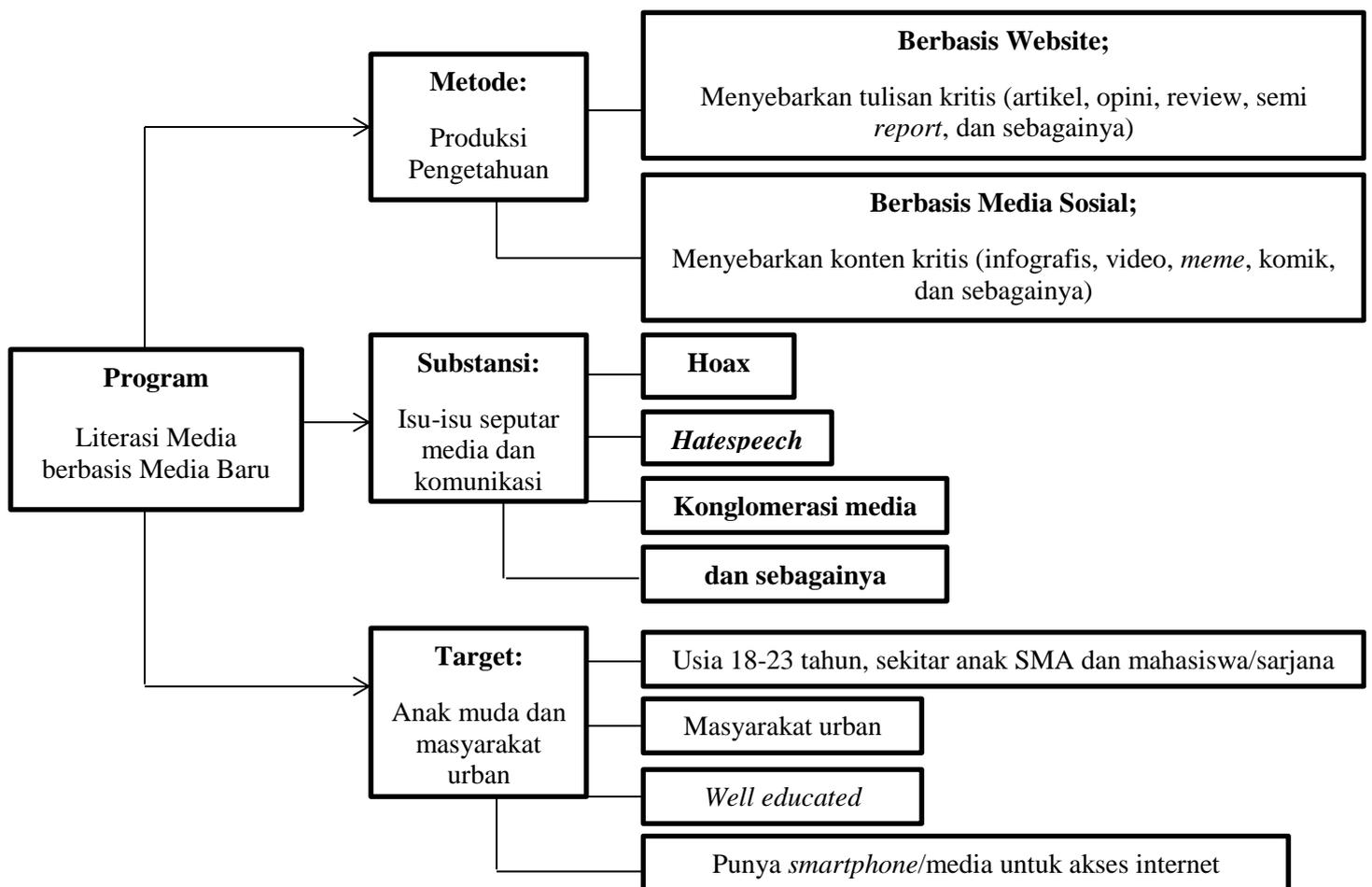
Hasil analisis peneliti terhadap praktik literasi media yang Remotivi lakukan adalah Remotivi terus melakukan perbaikan terhadap media daring dan seluruh media sosial yang dimiliki agar semakin menarik minat masyarakat dalam membaca, menganalisis pesan media, mengkritik isu dan informasi media, serta menciptakan pesan yang bersebrangan dengan apa yang ada di media. Peneliti menilai, upaya yang dilakukan dapat dikatakan berhasil. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengikut maupun *feedback* berupa *like*, *dislike* dan *comment* untuk Remotivi di setiap *platform* media sosial yang semakin meningkat.

5. Multimedia.

Penggunaan teknologi multimedia baru memperluas kemampuan produsen untuk membentuk dan menyajikan layanan pelengkap atau baru. Remotivi telah menggunakan perangkat multimedia untuk mencapai tujuan literasi media yang mereka lakukan.

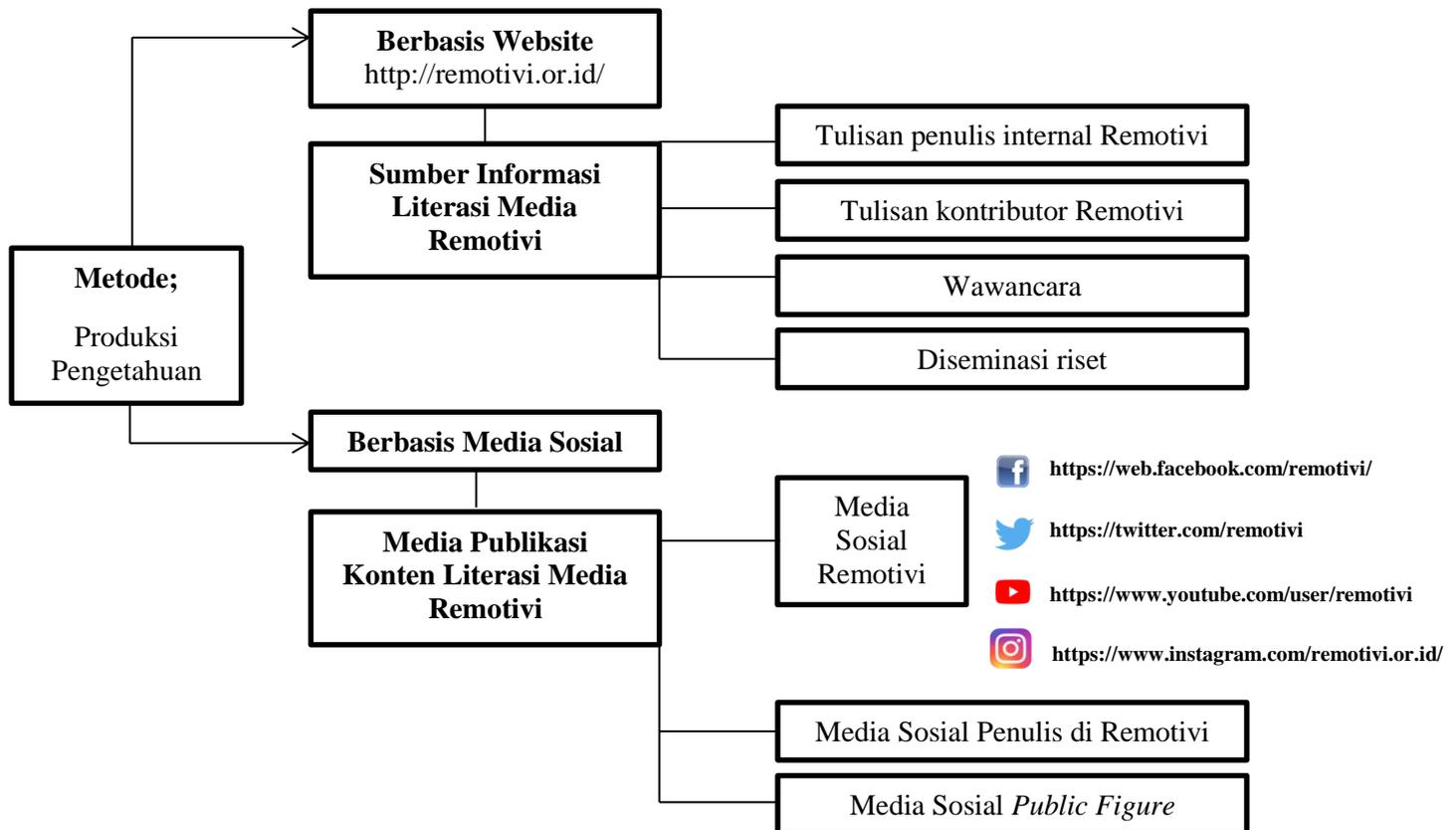
Adapun hasil analisis peneliti terhadap data yang diperoleh dan pembahasan di atas menghasilkan pengembangan model literasi media berbasis media baru Remotivi sebagai berikut:

Gambar 16
Pengembangan Model Literasi Media Berbasis Media Baru Remotivi



Keterangan: bagan tersebut berdasarkan hasil analisis peneliti mengenai pengembangan model literasi media berbasis media baru Remotivi.

Gambar 17
Metode Literasi Media Berbasis Media Baru Remotivi



Keterangan: bagan tersebut berdasarkan hasil analisis peneliti mengenai pengembangan model literasi media berbasis media baru Remotivi.