

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehadiran media massa terutama televisi di tengah masyarakat telah memberikan warna dalam dunia pertelevisian Indonesia. Berbagai program yang bersifat edukasi hingga hiburan terus ditawarkan media kepada masyarakat. Tidak dapat dihindari lagi, bahwa kehadiran televisi menjadi salah satu media yang digunakan untuk menjadi tolok ukur dalam berperilaku. Terlebih lagi pada remaja, pada usia yang memasuki usia transisi, remaja akan mencoba hal-hal baru yang ada disekeliling mereka. Salah satu media yang saat ini banyak digunakan adalah televisi.

Menurut McLuhan, dalam menggunakan media orang cenderung mementingkan isi pesannya saja dan seringkali orang tidak menyadari bahwa media yang menyampaikan pesan itu juga mempengaruhi kehidupannya (Morrisan, 2012:494).

Dalam hal ini, masyarakat akan secara tidak sadar terus menerima pesan yang diberikan media. Tanpa disadari, pesan-pesan yang diterima perlahan mempengaruhi kehidupan mereka. Hal ini terjadi karena masyarakat tidak memproses pesan yang diterima secara baik.

Sikap aktif dari masyarakat, khususnya remaja dalam memilih program yang layak untuk ditonton sangat penting. Keterbukaan masyarakat dalam

menerima semua yang disuguhkan oleh media menunjukkan betapa rendahnya pemahaman masyarakat akan fungsi media, sehingga hal ini semakin membuka peluang besar bagi para pemilik media untuk meraup keuntungan. Dimana, fungsi utama media massa sebagai sarana informasi dan digantikan dengan masuknya kepetingan pribadi, seperti bisnis, ideologi hingga pada ranah politik. Sehingga, apa yang ditampilkan di televisi hanya sebatas sebagai komoditas yang dikemas dalam bentuk hiburan.

Efek media massa terutama televisi tidak hanya menyerang orang dewasa, namun juga remaja. Remaja merupakan yang paling rentan untuk terpengaruh oleh terpaan media massa. Dalam masa remaja ini merupakan masa dimana remaja mulai mencari identitas mereka dan salah satu bagian yang berperan dalam kehidupan mereka adalah televisi. Dapat dilihat, kehadiran berbagai program televisi seperti sinetron, *reality show*, hingga *infotainment* kini telah mengajarkan perilaku yang miskin akan pesan moral dan nilai-nilai edukasi. Hal ini dilihat dari konten yang ditampilkan dalam media massa seperti kekerasan, *mem-bully*, pornografi, hingga pada perubahan gaya hidup masyarakat terutama remaja. Selain itu, efek dari media massa juga tidak dapat dihindari lagi mampu mengubah pola pikir dan nilai-nilai yang sudah tertanam dalam masyarakat.

Persoalan yang muncul akibat dari keterlibatan media massa dalam kehidupan remaja yaitu timbulnya ketergantungan bagi remaja akan apa yang ditampilkan oleh konten yang ada di televisi antara lain: timbulnya kesenjangan sosial dalam pergaulan, kurangnya disiplin dalam kehidupan sehari-hari, hingga mengajarkan pada paham kebebasan, seksisme, dan kekerasan. Seolah-olah

pendidikan perilaku remaja saat ini diserahkan sepenuhnya kepada program televisi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Purwadi yang dimuat dalam Jurnal *MediaTor*, Vol. 6 No. 1 tahun 2005 yang berjudul *Potret Penggunaan Media Televisi pada Kalangan Remaja menuju Dewasa Awal di Yogyakarta* memperoleh hasil bahwa dilihat dari jumlah waktu menonton menunjukkan sebanyak 48,40% responden menghabiskan waktunya untuk menonton televisi selama 180-239 menit dan 31,33% menghabiskan waktunya antara 120-179 menit sehari. Responden dengan golongan kelas berat sebanyak 11,73%, hanya sebagian kecil (8,53%) yang menonton 60-119 menit sehari. Jika dilihat dari jam menontonnya, data penelitian menunjukkan 83,87% responden menonton televisi antara pukul 17.00-22.30, hanya sebagian kecil yang menonton di atas pukul 22.30. Dengan melihat dari aspek yang ditonton menunjukkan khususnya dalam menonton film dalam hal ini termasuk sinetron, telenovela, dan sejenisnya yang mengandung unsur seks sebanyak 72% responden memiliki frekuensi menonton adegan seks tergolong tinggi (sering). Sementara, 4,13% tergolong frekuensi sangat tinggi (sangat sering) menonton hal-hal yang mengandung unsur seks. Hanya sebagian kecil (23,87%) saja yang mengatakan jarang menonton hal-hal yang mengandung unsur seks.

Jika dilihat lebih jauh, masih berdasarkan penelitian Purwadi. Penggunaan media televisi juga memiliki dampak yaitu: *pertama*, terhadap penyimpangan nilai dimana sebanyak 16,27% responden benar-benar telah menyimpang sikapnya terhadap nilai-nilai yang berlaku baik menurut agama maupun masyarakat. Sebanyak 83,37% responden dikategorikan menunjukkan kecenderungan sikap

agak menyimpang dari nilai-nilai yang berlaku. Hal ini didasarkan karena responden cenderung menyetujui hal-hal seperti ciuman (*kissing*) karena telah dianggap biasa di era modern seperti sekarang. *Kedua*, penyimpangan perilaku dari 750 responden menunjukkan 0,94% saja yang perilakunya tidak menyimpang sama sekali. 74,93% tergolong agak menyimpang dan 24,13% tergolong menyimpang. Menyimpang dalam hal ini yaitu antara lain melakukan *kissing* disertai meraba-raba bagian sensual, berhubungan intim sebelum menikah, (pernah) mengambil milik orang lain, berkata kasar, melawan orangtua dan guru, berhubungan intim dengan pacar atau orang lain dengan imbalan uang, mengkonsumsi minuman keras, minum obat terlarang dan berjudi. *Ketiga*, gaya hidup konsumtif dimana 47,60% responden tergolong kelompok yang memiliki gaya hidup konsumtif, sedangkan 52,40% responden tergolong kelompok agak konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari gaya hidup yang dilakukan dikalangan responden yang ditunjukkan dari mengonsumsi barang-barang yang digunakan atau makanan seperti pakaian, aksesoris, kendaraan yang mengikuti trend mode tertentu.

Menurut Greg Phillo, media dapat digunakan untuk menyebarkan ide, pemikiran dan doktrin yang baru, bahkan pada tataran yang ekstrem media dapat melahirkan revolusi dan sekaligus menimbulkan imperialisme modern seperti: perubahan sistem demokrasi, budaya dan gaya hidup bahkan cara berpikir dengan konsep dan perspektif yang mendukung ideologi dominan dari kelompok dominan (Mulyana dkk, 2011: 243).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Purwadi yang dimuat dalam *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol. 7 No. 1 tahun 2005 yang berjudul *Pengaruh Penggunaan*

Media Televisi terhadap Penyimpangan Nilai dan Perilaku Remaja (Kekerasan, Seks dan Konsumtif) di Kota Yogyakarta menghasilkan bahwa hipotesis pertama penggunaan media mengakibatkan remaja di Yogyakarta cenderung lebih permisif, berani dan tidak sungkan dalam melakukan hal yang dianggap tabu di dalam masyarakat sedangkan pada hasil pengujian hipotesis kedua yaitu faktor pendidikan, gaya hidup konsumtif, lingkungan keluarga, dan ketaatan beragama menentukan besarnya pengaruh penggunaan televisi terhadap penyimpangan nilai dan perilaku yang signifikan.

Yogyakarta dengan tingkat pelajar yang tinggi maka diperlukan sebuah kesadaran lebih terhadap penggunaan media yang bijak. Berdasarkan penelitian tersebut juga memperlihatkan bagaimana remaja khususnya belum sepenuhnya menyadari akan pentingnya literasi media, terlebih lagi perkembangan media saat ini begitu cepat akan mendukung cepat terpengaruhnya remaja terhadap tayangan media yang negatif. Disamping itu, Yogyakarta dengan luas wilayah yang tidak begitu luas dengan jumlah penduduk yang padat juga menjadi pendorong penggunaan media televisi yang semakin tinggi.

Kehadiran media massa ditengah remaja tentunya secara tidak langsung ikut membentuk sebagian dari kepribadian mereka. Semakin sering remaja menyaksikan tayangan yang ada di televisi, maka hal ini menjadi awal remaja dalam proses peniruan. Kurangnya kontrol terhadap isi siaran yang ada, mendorong remaja semakin aktif dalam meniru apa yang mereka lihat dalam tayangan televisi.

Berawal dari kerihatinan terhadap dampak negatif yang ditimbulkan oleh media massa, utamanya pada remaja, maka muncullah inisiatif dari berbagai pihak untuk melakukan gerakan literasi media. Literasi media menuntut masyarakat untuk sadar dan cerdas dalam menggunakan media. Masyarakat diarahkan untuk kritis terhadap konten-konten yang dihadirkan pada program televisi, dapat memilah program-program yang baik dan buruk.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) muncul sebagai lembaga Negara yang independen yang berfungsi sebagai pengawas dalam menindaklanjuti program-program yang melanggar Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Dimana berdasarkan Undang-undang No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dengan tujuan mengatur segala hal mengenai penyiaran Indonesia. Salah satu tanggungjawab dari Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP) maupun Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) adalah bidang pengawasan isi siaran. Dimana, berkaitan dengan bagaimana menciptakan tayangan yang berkualitas. Literasi media merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh KPID dalam memberikan kesadaran kepada remaja dalam cerdas memilih tayangan yang sesuai untuk ditonton. Berdasarkan Undang-undang tersebut baik KPIP maupun KPID memiliki tanggung jawab utama dalam memfilter dan mengawasi berbagai tayangan-tayangan yang ada di media massa salah satunya televisi agar mampu menayangkan program-program yang baik untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

Berbicara mengenai literasi media memang tidak hanya menjadi tanggungjawab dari KPID DIY saja, namun juga menjadi tanggungjawab dari berbagai pihak salah satunya adalah Rumah Sinema Yogyakarta. Peneliti memilih

Rumah Sinema Yogyakarta sebagai subjek penelitian karena merupakan lembaga non komersial yang berbasis sukarelawan dan telah melakukan gerakan literasi media keberbagai lapisan masyarakat khususnya remaja. Selain itu juga Rumah Sinema Yogyakarta telah melakukan literasi media cukup lama dan memiliki pengaruh terhadap perkembangan literasi media di Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, selain peneliti merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan Purwadi, peneliti juga merujuk hasil penelitian berupa artikel jurnal dari Israwati Suryadi, dengan judul penelitian “Kajian Perilaku Menonton Tayangan Televisi dan Pendidikan Literasi Media Pada Remaja (*Studi Di SMP Madani, Kota Palu*)” yang dimuat pada *Jurnal Academica Fisip Untad* Vol. 05 No. 01 Februari 2013. Pada penelitian ini, literasi media menjadi bagian yang penting untuk terus dikembangkan baik melalui pelatihan, sosialisasi dan sebuah kurikulum yang dapat diterapkan pada dunia pendidikan. Penelitian pada siswa SMP Madani yang menjadi informan menemukan bahwa siswa sudah cukup kritis dalam memahami isi media. Namun disisi lain, berdasarkan hasil temuan peneliti pengaruh buruk dari televisi masih terlihat pada siswa dimana siswa masih akrab dengan kekerasan, pergaulan bebas, konsumerisme, malas belajar, kurangnya etika dalam hubungan dengan orang lain terutama orang tua dan gangguan saraf.

Adapun penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Latifah yang dirangkum dalam *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 4 tahun 2014 dengan judul Analisis Literasi Media Televisi dalam Keluarga (*Studi Kasus Pendampingan Anak Menonton Televisi di Kelurahan Sempaja Selatan Kota Samarinda*). Pada penelitian ditemukan bahwa bentuk literasi media keluarga

terhadap anak menggunakan dua cara, yaitu: pembatasan jam menonton dan pemilihan isi tayangan serta menggunakan diskusi dan bertukar pikiran ketika menonton televisi. Dari hasil penelitian ini, peneliti mendapatkan bahwa tingkat literasi media pada keluarga belum sepenuhnya berjalan baik, hal ini dikarenakan pengetahuan dan keterampilan masih berada pada tahap klasifikasi jenis, kategori, fungsi, dan pengaruh media televisi.

Dari kedua penelitian di atas, kesamaan antara penelitian Israwati dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu: pertama, sama-sama menggunakan metode kualitatif dalam penelitian. Kedua, sama-sama berfokus pada literasi media. Ketiga, sama-sama fokus objek kepada remaja.

Adapun penelitian ini lebih memfokuskan pada peran literasi media bagi pendidikan untuk remaja. Sedangkan peneliti lebih fokus kepada bagaimana model literasi media yang dilakukan oleh KPID Yogyakarta dan Rumah Sinema Yogyakarta kepada remaja.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: “Bagaimana model literasi media televisi bagi remaja oleh KPID DIY dan Rumah Sinema Yogyakarta?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui model literasi media televisi bagi remaja yang dilakukan oleh KPID DIY dan Rumah Sinema Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini mampu memberikan kontribusi dalam dunia Ilmu Komunikasi khususnya dalam masalah literasi media.

b. Manfaat Praktis

- 1) Mengetahui lebih jauh mengenai perkembangan media dan dampak yang terjadi di masyarakat.
- 2) Menjadi rujukan untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam yang kaitannya dengan model literasi media.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi KPID DIY dan Rumah Sinema Yogyakarta dalam menciptakan model literasi media bagi masyarakat, khususnya generasi muda.

E. Kerangka Teori

1. Literasi Media

Literasi media bertujuan untuk menyadarkan masyarakat akan berbagai terpaan media. Literasi media secara umum dikenal oleh masyarakat dengan sebutan melek media. Literasi media atau melek media merupakan kemampuan dalam memahami pesan yang disampaikan oleh media. Literasi media juga berhubungan dengan bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Literasi media merupakan *skill* untuk menilai makna dalam setiap jenis

pesan, mengorganisasikan makna itu hingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain (PKMBP,2013:16).

Adams dan Hamm (2001) mendefinisikan literasi media sebagai kemampuan membaca, menulis, berbicara, mendengar, berpikir, dan mengamati (Potter, 2004:30). Mengamati utamanya merupakan bagian paling penting dan termasuk kemampuan mengkritisi informasi visual yang diproduksi oleh televisi, film, permainan, internet, atau simulasi yang dibuat oleh komputer.

Baran dan Dennis (2010) (dalam Tamburaka, 2013:8) memandang literasi media sebagai suatu gerakan literasi media, yaitu: gerakan melek media dirancang untuk meningkatkan kontrol individu terhadap media yang digunakan untuk mengirim dan menerima pesan. Gerakan literasi media merupakan kegiatan dalam membangun kesadaran seseorang terhadap sebuah pesan dalam media massa.

Messaris (dalam Potter, 2004: 29) menjelaskan komponen dari literasi media yaitu: *a central component of media literacy should be an understanding of the representational conventions through which the users of media create and share meaning* (Komponen utama literasi media harus memiliki pemahaman terhadap gambaran konvensi yang diciptakan oleh media dan pembagian makna).

Lebih lanjut James W. Potter menjelaskan tentang literasi media yaitu: *a set of perspectives that we actively use to expose ourselves to the media to interpret the meaning of the messages we encounter*". (Seperangkat perspektif dimana kita secara aktif memberdayakan diri kita sendiri dalam menafsirkan pesan-pesan yang diterima dan cara mengantisipasinya) (Potter, 200:19).

Potter juga menjelaskan bahwa literasi media tidak hanya sebatas pemahaman seseorang dalam menerima gambaran-gambaran yang disampaikan oleh sebuah pesan, namun lebih kepada bagaimana literasi media sebagai sebuah kontrol.

Adapun menurut Potter terdapat beberapa konsep dasar dalam literasi. *Pertama*, literasi media merupakan sebuah kontinum, bukan kategori. Artinya setiap orang memiliki pemahaman tentang media, meskipun berbeda tingkatan. Dimana, kekuatan dalam memahami media ditentukan dari kualitas struktur pengetahuannya.

Kedua, literasi media bersifat multi-dimensional. Artinya, struktur pengetahuan seseorang berasal dari empat dimensi, yaitu kognitif kaitannya dengan fakta yang terdapat dalam sebuah informasi. Dimensi Emosional yakni kaitannya dengan perasaan. Dimensi estetika kaitannya dengan apresiasi terhadap pesan dan dimensi moral berkaitan dengan nilai.

Ketiga, tujuan dari literasi media merupakan memberikan kontrol akan pemaknaan sebuah pesan. Dalam hal ini, berhubungan

dengan tingkat literasi media seseorang. Dimana, semakin tinggi tingkatan literasi media seseorang, maka makna yang diperoleh dari sebuah pesan akan semakin banyak. Namun sebaliknya, seseorang yang memiliki tingkat literasi media yang rendah akan kesulitan dalam mengenali ketidakteraturan, memahami kontroversi, mengapresiasi ironi dan satire atau membangun padangan yang luas.

Menurut pakar ilmu komunikasi, Art Silverblatt (2001) dalam Baran (2011:32-35) mengidentifikasi tujuh elemen literasi media, yang selanjutnya ditambahkan satu elemen oleh Stanley J. Baran sehingga terdapat delapan elemen literasi media, yakni:

1. Sebuah keterampilan berpikir kritis yang memungkinkan anggota 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. Memahami isi media sebagai teks yang memberikan wawasan kita tentang budaya dan hidup.
6. Kemampuan untuk menikmati, memahami, dan menghargai isi media.

7. Pembangunan dari keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab.
8. Pemahaman tentang kewajiban etika dan moral dan praktisi media.

Sedangkan menurut Potter (dalam Rahardjo, 2013:18-20) menjelaskan sembilan karakteristik dari literasi media atau deskripsi tentang apa yang dibutuhkan seseorang untuk berpikir dan bertindak agar dinilai melek media, yaitu:

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

Dalam hal ini banyaknya informasi yang dimiliki akan berpengaruh 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 di mana kita mengekspose diri kita sendiri terhadap media dan menginterpretasikan makna dari pesan-pesan yang kita temukan.* Perspektif dibangun didasarkan pada struktur pengetahuan media yang dimiliki. Struktur pengetahuan ini berkaitan dengan multi aspek diantaranya: organisasi, isi, dan efek terhadap individu dan institusi. Dimana, ketika 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 yaitu, emosional, estetika, dan moral.
5. *Literasi media tidak dibatasi pada satu medium.* Literasi media tidak hanya sebatas membaca dan lambang-lambang komunikasi saja, namun lebih luas lagi yaitu mengkonstruksikan makna dari pengalaman dan konteks ekonomi, politik, budaya, dan lainnya.
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 meningkat terpaan mindfulnya.*

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 dalam 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 melek media. Literasi media setidaknya dipahami sebagai sebuah kontinum, seperti thermometer di mana 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.

Dengan demikian, adanya literasi media akan memberikan kontrol terhadap berbagai pandangan yang diberikan oleh media. Literasi media sebagai gerakan melek media dilakukan untuk membangun kesadaran masyarakat dalam memproses dan menganalisa pesan yang ada di media massa.

2. Media Massa

Media massa merupakan alat yang digunakan dalam menyampaikan informasi. Kini media massa menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Salah satu jenis media massa yaitu media massa televisi. Kelebihan dari media massa televisi yaitu audio visual, dimana terdapat gambar bergerak yang memungkinkan penonton dapat melihat langsung peristiwa dari tempat kejadian.

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan dari media massa dibandingkan dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2004: 8).

Dennis McQuail (1987) menjelaskan beberapa asumsi pokok terkait arti penting dari media massa antara lain:

1. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya. Dipihak lain, institusi media diatur oleh masyarakat.
2. Media massa merupakan sumber kekuatan - alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.
3. Media merupakan lokasi (atau norma) yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media seringkali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan hanya sebagai pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma.
5. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra

realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Dimana media juga mempunyai peran dalam menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan (Nurudin, 2004:31-32).

Bungin (2013, 85-86) menjelaskan media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agen of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Dimana dalam menjalankan paradigmanya media massa memiliki peran yaitu: (1) sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Artinya media massa bisa menjadi media untuk mendidik masyarakat menjadi cerdas dan memiliki keterbukaan pikiran dalam informasi. (2) media massa menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Artinya, media mampu menjadikan masyarakat menjadi masyarakat informatif ketika media juga ikut dalam menyampaikan informasi secara benar, jujur, dan berkualitas bagi masyarakat. (3) terakhir, media massa sebagai media hiburan. Artinya, sebagai *agent of change*, media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Dimana *agent of change* yang dimaksud adalah sebagai

pendorong berkembangnya budaya yang bermanfaat bagi masyarakat.

Media massa kaitannya dengan literasi media memiliki beberapa arti. *Pertama*, sebagai alat dan materi untuk mentransmisikan informasi. *Kedua*, medium untuk merekam dan melindungi informasi. *Ketiga*, informasi atau pesan-pesan yang didistribusikan di media.

Adapun karakteristik media massa seperti:

1. Komunikasi berlangsung satu arah.
2. Komunikator bertindak atas nama lembaga dan pesan-pesan yang disampaikan merupakan hasil kerja sama.
3. Pesan-pesan bersifat umum (untuk orang banyak).
4. Menciptakan keserempakan.
5. Komunikasi bersifat heterogen.
6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.
7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*.

Menurut Cangara (dalam Tamburaka, 2013:41) terdapat beberapa karakteristik media massa, antara lain:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengolahan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima.

Kalaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa menegenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Keberadaan media massa dalam kehidupan masyarakat pada akhirnya mampu membuat pengaruh besar. Ketika media massa telah mengambil ruang dalam kehidupan masyarakat, maka kemungkinan besar hal yang terjadi adalah ketergantungan bagi masyarakat akan media massa, dalam hal ini adalah televisi. Ketergantungan yang tinggi akan media massa tentunya membawa masyarakat pada perubahan gaya hidup dan budaya.

Seperti yang dijelaskan Bungin bahwa media massa memiliki peran sebagai edukasi, media informasi, maupun hiburan. Namun, disisi lain dapat dilihat bahwa media massa tidak dapat terlepas dari masalah keuntungan. Media massa cenderung menampilkan tayangan-tayangan yang lebih disukai oleh *audience* daripada memperhatikan informasi yang

disajikan. Oleh karena keuntungan menjadi prioritas utama, maka media massa lebih cenderung membangun sebuah realitas berdasarkan ideologi mereka.

3. Remaja

Dalam dunia komunikasi massa, kita akan mengenal beragam *audience*, salah satu *audience* dalam hal ini adalah remaja. Dimana remaja sebagai bagian yang menerima pesan yang disampaikan melalui media. *Audience* dalam proses menerima pesan akan memiliki cara yang berbeda begitu juga dengan remaja. Dalam hal literasi media, cara pandang *audience* sangat dibutuhkan untuk menyikapi berbagai konten yang ada di media massa. Ketika kita mampu menyikapi dengan baik konten media, maka akan mempengaruhi cara pandang kita terhadap konten tersebut.

Menurut Hiebert dan kawan-kawan (Nurudin, 2004:96-98) menjelaskan *audience* dalam komunikasi massa setidaknya memiliki 5 (lima) karakteristik sebagai berikut:

1. *Audience* cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka. Dimana individu-individu akan memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran.
2. *Audience* cenderung besar. Artinya, *audience* tersebar ke berbagai wilayah jangkauan komunikasi massa. Ukuran

luas ini bersifat relatif. Sebab, terdapat media yang memiliki jumlah *audience* ribuan bahkan jutaan. Meskipun jumlah yang berbeda, tetap disebut *audience*. Tetapi, perbedaan ini bukan sesuatu yang prinsip. Jadi, tidak ada ukuran pasti tentang luasnya *audience*.

3. *Audience* cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial. Beberapa media tertentu mempunyai sasaran, tetapi heterogenitasnya juga tetap ada. Majalah yang dikhususkan untuk dokter, memang sama secara profesi, tetapi status sosial ekonomi, agama, umur tetap berbeda satu sama lain.
4. *Audience* cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lain. Bagaimana mungkin *audience* bisa mengenal khalayak televisi yang jumlahnya jutaan? Tidak mengenal ini tidak ditekankan satu kasus per kasus tetapi meliputi semua *audience*. Sebab bisa saja sesama *audience* TV 7, antar anggota saling mengenal. Tetapi mengenai ini bukan seperti itu maksudnya.
5. *Audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator. Anda berada di Yogyakarta yang sedang menikmati acara stasiun televisi yang disiarkan dari Jakarta. Bukankan dia dipisahkan dengan jarak ratusan kilometer? Dapat

dikatakan juga *audience* dipisahkan oleh ruang dan waktu.

Jika dikaji lebih jauh, Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach dalam Nurudin (2004:98-100), mengkaji *audience* berdasarkan interaksi *audience* dan bagaimana tindakan *audience* terhadap isi media yang dijelaskan melalui tiga teori yakni: (1) *Individual Differences perspective*, proses ini menjelaskan bahwa setiap individu memiliki perspektif yang berbeda dalam menanggapi pesan yang disampaikan oleh media, dimana hal ini dipengaruhi oleh kondisi psikologi individu itu yang berasal dari pengalaman masa lalunya. (2) *Social Categories Perspective*, dalam perspektif ini menjelaskan bahwa masyarakat terbagi kedalam karakteristik umum seperti jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan, kesempatan, dan seterusnya. Dengan ini, individu-individu anggota suatu kelompok akan mempunyai kecenderungan merespon sama seperti yang dilakukan oleh anggota kelompok dalam satu perkumpulan sosial tadi. (3) *Social Relationship Perspective*, dalam perspektif ini menjelaskan bahwa hubungan informal mempengaruhi *audience*. Dimana dampak komunikasi massa yang diberikan diubah dengan sangat hebat oleh individu yang mempunyai kekuatan hubungan sosial dengan

anggota *audience*. Artinya, individu akan saling mempengaruhi satu sama lain dan menghasilkan respon yang hampir sama.

McQuail (1987) dalam Mulyana (2013:239) menyebutkan beberapa konsep alternatif tentang *audience* sebagai berikut:

1. *Audience* sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar, pemirsa. Konsep *audience* diartikan sebagai penerima pesan dalam komunikasi massa, yang keberadaannya tersebar, heterogen, dan berjumlah banyak.
2. *Audience* sebagai massa. *Audience* sebagai kumpulan orang yang berukuran besar, heterogen, penyebaran, dan anomitasnya serta lemahnya organisasi sosial dan komposisinya yang berubah dengan cepat dan tidak konsisten.
3. *Audience* sebagai kelompok sosial atau publik. Konsep *audience* diartikan sebagai suatu kumpulan orang yang terbentuk atas suatu isu, minat, atau bidang keahlian. *Audience* ini aktif untuk memperoleh informasi dan mendiskusikannya dengan sesama anggota *audience*.
4. *Audience* sebagai pasar. Konsep *audience* disartikan sebagai konsumen media dan *audience* (penonton, pembaca, pendengar, atau pemirsa) iklan tertentu.

5. Model Literasi

Model literasi media memerlukan lebih kesadaran dalam proses pengolahan informasi. Menurut Potter dalam model literasi media menekankan pada empat faktor utama yaitu:

1. *Knowledge Structure*

Struktur pengetahuan merupakan dasar dalam membangun literasi media. Dimana dasar struktur pengetahuan ini terdiri dari: efek media, isi media, industri, dunia nyata, dan dirinya sendiri. Melalui stuktur pengetahuan yang dimiliki seseorang, maka akan sadar dan akan lebih baik dalam mengolah terhadap informasi yang diperoleh.

2. *Personal Locus*

Merupakan salah satu energi yang digunakan dalam proses perolehan informasi. Dimana semakin seseorang secara sadar dalam memproses suatu pesan, maka semakin tinggi tingkat literasi yang dimiliki. Ini artinya seseorang akan lebih peduli dalam mencari fakta-fakta dari pesan yang diperoleh.

3. *Competence and Skill*

Dalam literasi media, kompetensi dan keahlian ini akan bekerja bersama secara terus-menerus. Tentunya kompetensi maupun keahlian bagian yang lebih penting dalam

memproses informasi. Contohnya, keahlian ini menjadi penting karena akan membantu dalam menganalisis dan mengevaluasi pesan yang telah disaring, dimana akan membentuk makna dengan keahlian tersebut baik secara induktif, deduktif, pengelompokan, dan perpaduan antara semuanya. Intinya, pesan yang dihasilkan secara berbeda-beda melalui fakta-fakta yang ada dihasilkan dari kompetensi dan keahlian yang dimiliki oleh masing-masing individu.

4. *Information – Processing Tasks*

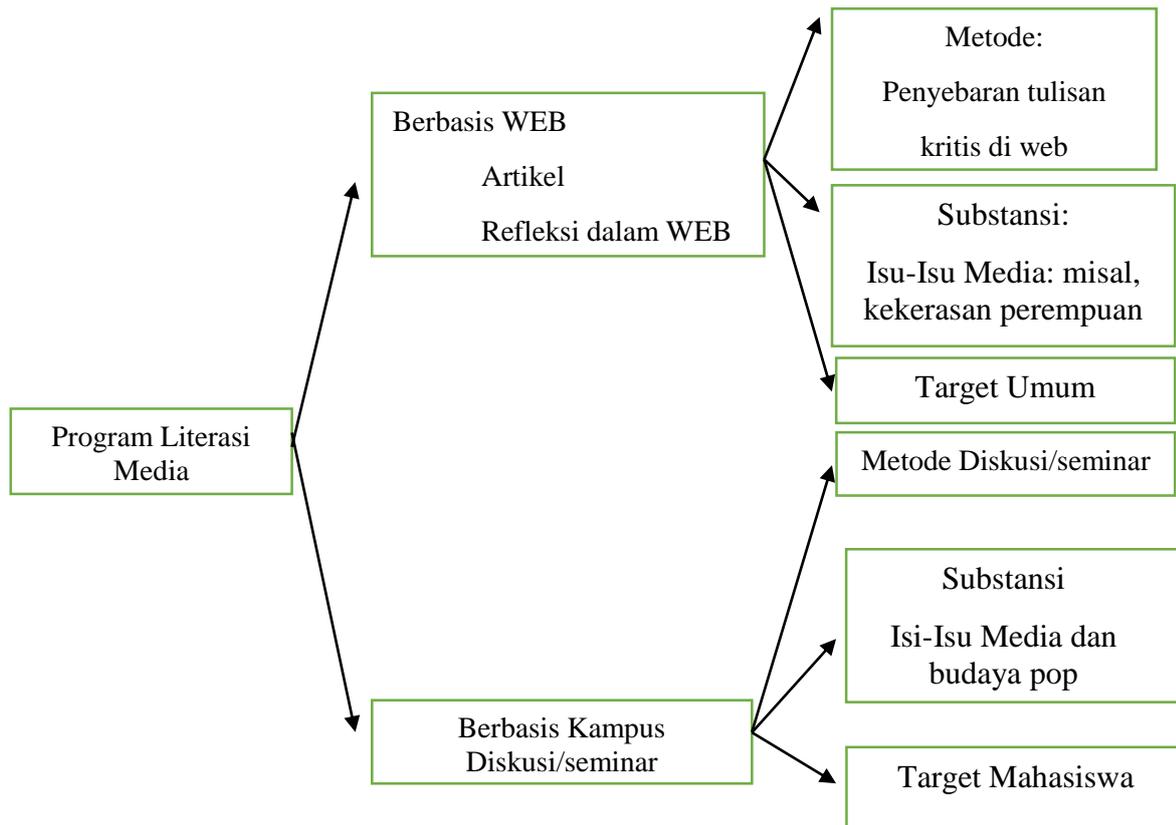
Adapun tahapan dalam memproses informasi. antara lain: (1) *Filtering*. membuat keputusan mana pesan yang harus dibuang dan diterima. (2) *Meaning matching*, dasar penggunaan dalam mengenali penempatan makna simbol-simbol. (3) *Meaning construction*, dimana pembentukan pesan setelah melewati tahap pengenalan terhadap simbol-simbol pesan, maka kita akan menafsirkan pesan tidak hanya melalui berbagai perspektif (Potter, 2004:69-72).

Literasi media tidak dapat dilakukan secara instan. Dalam mewujudkan literasi media, terdapat beberapa proses model literasi media yaitu: (1) proses *need assessment* merupakan proses pertama yang dilakukan oleh para penggerak literasi media. Proses ini dilalui untuk memberi konteks bagi program yang akan dikerjakan, dimana

terdapat beberapa hal yang diperoleh melalui *need assessment* antara lain: siapa sasaran program dan bagaimana kriterianya, sejauh mana tingkat literasi media yang sudah dimiliki oleh sasaran, sejauh mana kebutuhan sasaran akan literasi media. Beberapa komponen tersebut akan menjadi bagian penting dalam proses literasi media. (2) *Pasca-need assessment*, tujuannya untuk penentuan tujuan pendidikan literasi media yang bergerak untuk mencapai kemampuan kognisi, kemampuan afeksi, hingga kemampuan psikomotor. Untuk mencapai ketiga komponen tersebut, maka dibutuhkan metode yang berbeda-beda. Salah satu metode yang dilakukan adalah metode *top-down* seperti ceramah, seminar, diskusi, pelatihan, dan dongeng yang cocok diterapkan untuk menempuh tujuan kognisi. Selain itu, metode *bottom-up* dapat dilakukan untuk membawa khalayak dalam memahami literasi media dan pemantauan media dengan cara memberikan konteks terhadap program literasi media, dalam hal ini adalah terkait dengan kebutuhan sasaran media, yang dibuktikan oleh keberhasilan program yang dijalankan yang sesuai dengan kebutuhan sasaran.

Sebagaimana model literasi yang dilakukan oleh Remotivi yang mengembangkan model literasi melalui dua jalur yaitu literasi media yang berbasis media baru, dalam hal ini internet dan literasi media berbasis dunia nyata yang dalam hal ini sekolah dan kampus.

Berikut model literasi Remotivi yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan untuk meneliti model literasi KPID DIY dan Rumah Sinema Yogyakarta:



Sumber: 2013, TIM Peneliti PKMBP, Model-model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia, Pusat Kajian Media dan Budaya Populer dan Yayasan Tifa, 2013, hal. 61

Berdasarkan bagan diatas, dapat dijelaskan literasi media yang dilakukan oleh Remotivi yaitu melalui website atau media baru dilakukan dengan melalui berbagai tulisan kritis yang dipublikasikan melalui website remotivi.or.id. Berbagai tulisan yang dipublikasikan tersebut diharapkan akan

memberikan suatu perspektif kepada khalayak pembacanya. Melalui tulisan (kritis) itu, termuat juga upaya merasionalisasi kritik atas tayangan televisi. Sedangkam model literasi yang kedua adalah meyelenggarakan diskusi di kampus. Ada sesi diskusi yang pernah dilakukan, yakni di Atma Jaya Jakarta dan Paramadina Jakarta. Topik yang didiskusikan adalah kekerasan media (berita teror menjadi teror itu sendiri), realitas televisi (realitas hasil konstruksi), dan K-POP (PKMBP, 2013: 59).

6. Televisi

Perkembangan zaman tidak lepas mendorong munculnya berbagai teknologi lainnya seperti televisi. Televisi saat ini menjadi salah satu media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat. Kelebihan yang dimiliki televisi dibandingkan dengan media massa lainnya seperti radio adalah televisi memiliki model audio visual. Munculnya televisi ditengah masyarakat tentunya guna membantu dalam menyeimbangi perkembangan arus globalisasi, sebagai sarana transfer informasi agar masyarakat dapat mengetahui banyak informasi diseluruh belahan dunia.

Televisi adalah media pandang sekaligus media dengan (audio-visual). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang. Orang memandang gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut (Badjuri, 2010:5). Televisi sebagai media penyiaran memang bisa diandalkan, sebab televisi mempunyai daya tarik yang kuat karena memiliki unsur kata-kata, musik juga memiliki unsur visual berupa gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan mendalam pada penonton (Effendi, 1993:176).

Televisipun memiliki fungsi dasar sebagai media massa yaitu diantaranya sebagai sarana informasi bagi masyarakat, sebagai sarana pendidikan dimana televisi juga perlu menyediakan tayangan-tayangan yang mengandung nilai-nilai pendidikan serta mendidik bagi masyarakat sehingga mampu menambah pengetahuan masyarakat dari berbagai usia, memberikan dorongan kepada masyarakat untuk melakukan hal-hal positif, terakhir yaitu sebagai sarana hiburan atau *entertainment* dimana televisi juga memiliki fungsi memberikan hiburan kepada masyarakat yang tentunya hiburan ini tetap mampu memberikan informasi yang juga mendidik, memperkenalkan kepada masyarakat nilai-nilai baru yang dapat diterapkan kepada di masyarakat.

Kata televisi berasal dari 2 kata yaitu *tele* yang artinya jarak dalam bahasa Yunani dan *visi* berarti citra/gambar dalam bahasa Latin. Jadi dapat diartikan bahwa televisi merupakan suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari tempat yang memiliki jarak jauh (Sutisno, 1993:1). Menurut Effendy (1993:21) televisi adalah siaran (*television broadcast*) yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yakni berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikannya heterogen. Selain itu Skomis menjelaskan bahwa dibandingkan media massa lain seperti radio, surat kabar, majalah, buku dan sebagainya, televisi mempunyai sifat istimewa. Hal ini dapat bersifat informatif, hiburan maupun pendidikan, bahkan gabungan dari ketiganya (Kuswandi, 1996:v).

Setiap media massa yang ada akan memiliki karakteristik yang berbeda, begitu juga dengan televisi. Adapun karakteristik media televisi yang dikutip dalam (Sutisno, 1993:3) adalah sebagai berikut:

1. Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.
2. Dapat menghadirkan objek yang sangat kecil/besar , berbahaya, atau yang langka.
3. Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton
4. Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.
5. Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
6. Dapat mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto, dan gambar dengan baik.
7. Dapat menyimpan berbagai data, informasi, dan serentak menyebarkanluaskannya dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
8. Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
9. Membangkitkan perasaan intim atau *media personal*.

Selain itu, menurut Elvinaro dalam buku Komunikasi Massa Sebagai Pengantar menulis beberapa karakteristik televisi sebagai berikut: *Pertama*, televisi sebagai audio visual yaitu televisi memiliki kelebihan dimana mampu menampilkan tidak hanya suara namun juga gambar (audio visual). Karena televisi menampilkan audio visual maka ketika menampilkan siaran berita harus dilengkapi dengan gambar yang baik seperti foto, gambar peta, maupun film berita. *Kedua*, berpikir dalam

gambar dimana terdapat dua tahapan dalam proses berfikir yaitu proses visualisasi yang mengarah pada merangkai kata-kata hingga mengandung sebuah makna dan proses penggambaran dimana merangkai gambar-gambar hingga mempunyai kontinuitas dan memiliki makna tertentu. *Ketiga*, pengoprasian lebih kompleks yaitu dalam pengoprasian televisi harus melibatkan banyak orang dan peralatan dalam pengoprasianya yang dilakukan oleh orang yang terampil dan terlatih. Pengoprasian kompleks ini terdiri dari produser, pengarah acara, pengarah teknik, pengarah studio, pemadu gambar, dua atau tiga juru kamera, juru video, audio, juru suara, rias dan lain-lain.

Masuknya media televisi tentunya memberikan banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat. Perubahan-perubahan yang dirasakan tentunya merupakan bagian dari bagaimana televisi mampu menghipnotis masyarakat hingga televisi menjadi pusat dari segala kemewahan yang ditawarkan melalui tayangan-tayangan yang disajikan didalamnya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2015: 1).

Rumusan lain mengenai penelitian kualitatif adalah dari McMillan & Schumacher dalam Sugiyono (2001:4) yang menyebut penelitian kualitatif sebagai *inquiry in which researchers collect data in face-to-face situation by interacting with selected person in their settings (field research)* (peneliti menyelidiki data-data situasi secara bertatap muka melalui interaksi langsung dengan orang yang telah diatur- dasar penelitian).

Penelitian kualitatif digunakan untuk mempermudah peneliti dalam menganalisa yang terjadi di lapangan. Strategi penelitian kualitatif dapat digolongkan menjadi dua cara yaitu metode interaktif (wawancara) dan non interaktif (dokumentatif). Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh data mendalam yang mengandung makna.

Denzin dan Lincoln (dalam Salim, 2002:34) penelitian kualitatif melibatkan penggunaan dan pengumpulan berbagai bahan empiris-

seperti studi kasus, pengalaman pribadi, introspeksi, riwayat hidup, wawancara, pengamatan, teks sejarah, interaksional dan visual – yang menggambarkan momen rutin dan problematis, serta maknanya dalam kehidupan individual dan kolektif.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID DIY).

b. Objek Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini adalah model literasi media.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi data diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2015:83). Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara (*in depth interview*), dimana peneliti mengajukan pertanyaan berdasarkan pada pedoman wawancara (*guide interview*) kepada informan guna menggali informasi yang berkaitan dengan model literasi media bagi remaja.

Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi secara detail perihal masalah dan subjek yang dikaji.

Dari struktur, wawancara dapat dibedakan menjadi empat model, yakni: (1) wawancara alamiah-informal, pertanyaan dikembangkan secara spontan selama terjadinya percakapan antara periset dan responden. (2) wawancara dengan pedoman umum, periset hanya menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) yang telah disiapkan sesuai materi penelitian, yakni tema-tema yang harus diwawancarakan, dimana pemilihan tema didasarkan atas tujuan studi dan teori-teori yang digunakan. (3) wawancara dengan pedoman terstandar terbuka terbuka, biasa digunakan bila wawancara melibatkan banyak pengumpul data. Model ini ditempuh guna membatasi jumlah variasi temuan yang mungkin muncul. (4) wawancara tidak langsung, adalah teknik wawancara seperti model ketiga, yaitu dilakukan oleh beberapa orang pengambil data (*enumerator*), yang karena sesuatu hal tidak dapat dilakukan sendiri oleh periset.

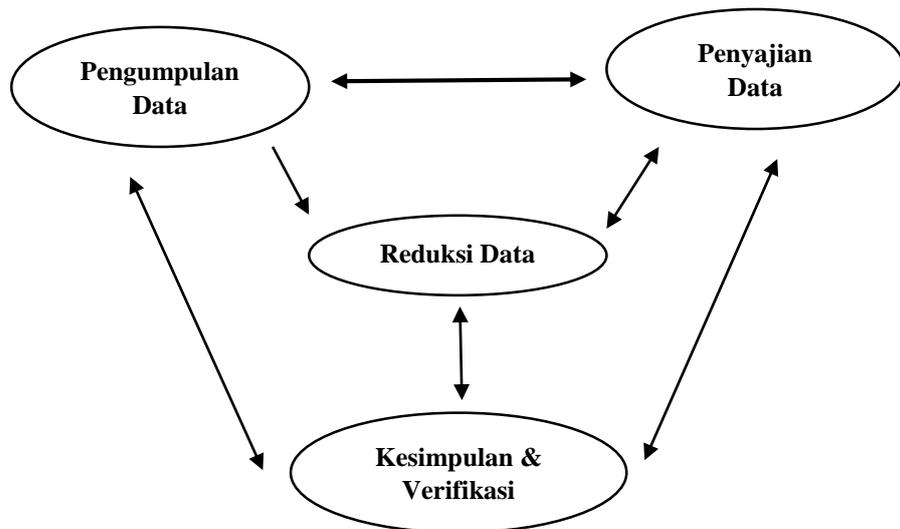
Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer diperoleh peneliti melalui data wawancara kepada KPID DIY sedangkan data sekunder diperoleh melalui hasil dokumentasi dari model literasi remaja yang dilakukan oleh KPID DIY.

4. Teknik Analisis Data

Tujuan utama dalam analisis data kualitatif adalah mencari makna dibalik data yang telah diperoleh. Analisis data kualitatif disebut pula sebagai model interaktif. Dimana komponen – komponen analisis data (yang mencakup reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan) secara interaktif saling berhubungan selama dan sesudah pengumpulan data (Salim, 2006:22).

Bagan 1.2

Proses-proses Analisis Data Penelitian Kualitatif



Sumber: Salim, 2006 : 22

Adapun proses-proses analisis kualitatif tersebut dapat dijelaskan dalam tiga langkah sebagai berikut:

1. Reduksi data (*data reduction*), yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh di lapangan studi.
2. Penyajian data (*data display*), yaitu deskripsi kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif yang lazim digunakan adalah bentuk teks naratif.
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Berdasarkan data yang diperoleh, peneliti mulai mencari makna dari setiap gejala yang diperoleh di lapangan.

G. Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penulisan dari penelitian ini adalah:

BAB I, berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II, berisi tentang objek penelitian. Pada bagian ini penulis menuliskan profil dari objek yang akan diteliti oleh peneliti yang mana dalam hal ini adalah KPID DIY dan Rumah Sinema Yogyakarta serta penjelasan mengenai penelitian terdahulu.

BAB III, berisi tentang pemaparan temuan data dari hasil observasi dan wawancara kemudian diolah dan dianalisis.

BAB IV, berisi tentang penutup yang berupa paparan kesimpulan dan saran sebagai hasil analisis data.