

Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman

Inda Fitryarini

FISIP Universitas Mulawarman
inda.unmul@gmail.com

Abstract

Teen relations with the mass media has become a problematic issue. On side of the media is a means of transforming the ideas, values, norms and mental transformation towards awake, enlightenment, and progress of life. On the other hand the mass media transmit a bad influencethat degrades humanity format and the ability to think of teenagers. The adverse effect of the mass media, gave to be idea of the so called media literacy. The purpose of the study is to describe and analyze the step of media literacy among the students of Mulawarman University, Communication studies in Faculty Social and Politic Science. To achieve these objectives the researcher used descriptive qualitative method. The primary data obtained from semi structured interview and observations. And secondary data obtained through documentation and literature.the sampling technique used is purposive sampling. The result of discussion, it can be conclude that media literacy among 9 adolescents in communication studies program 2014 was at early step. At this step, the audience has the ability tobe the introduction of media. Especially the positive and negative effects of potential given by the media.

Keywords: Literacy, Media, Adolescent, Student

Abstrak

Relasi remaja dengan media massa telah menjadi persoalan yang problematik. Di satu sisi media adalah sarana transformasi ide, nilai, norma, dan transformasi mental ke arah penyadaran, pencerahan, dan kemajuan kehidupan. Namun disisi lain media massa menularkan pengaruh buruk yang mendegradasi format kemanusiaan dan kemampuan berpikir remaja. Dampak buruk media massa tersebut, melahirkan gagasan yang disebut media literasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis tahapan literasi media di kalangan 9 remaja Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Mulawarman. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara semistruktur dan observasi sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi dan literatur. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa literasi media di kalangan 9 remaja Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 adalah berada pada tahapan awal. Pada tahap ini audiens memiliki kemampuan berupa pengenalan media, terutama efek positif dan negatif yang potensial diberikan oleh media.

Kata Kunci: Literasi, Media, Remaja, Mahasiswa

Pendahuluan

Indonesia mengalami pengglobalan dalam bidang komunikasi dan informasi, sejak kemunculan internet pada pertengahan 90-an. Teknologi informasi yang berbentuk media massa (media cetak, media elektronik dan media baru) merupakan media yang mampu membangun interaksi sosial dan terjadinya perubahan sosial. Perkembangan media dan teknologi yang sangat pesat memberikan pengaruh yang besar dan mendominasi seluruh sektor kehidupan masyarakat. Termasuk di dalamnya anak-anak dan remaja sebagai elemen masyarakat. Perhatian ini menjadi penting karena media bisa seperti dua ujung pedang yang memberikan efek positif juga negatif kepada masyarakat.

Kenyataannya saat ini khalayak remaja terus diterpa oleh ribuan pesan melalui media baik dalam bentuk-bentuk yang standar seperti poster, radio, televisi hingga *games*. Didunia, produksi media terus meningkat baik dalam bentuk buku hingga media *online*.

Kecanggihan media sebagai teknologi, tentunya diikuti juga dengan fungsi-fungsi media. Fungsi media antara lain yaitu memberi informasi, mendidik dan menghibur. Data Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) dipertengahan tahun 2014 menunjukkan bahwa 67% isi siaran adalah hiburan (yang belum tentu positif bagi masyarakat) sedangkan fungsi informasi, pendidikan dan kontrol sosial masing-masing hanya sekitar 10% saja. (Sumber: Tabloid Pulsa Dwi Mingguan, 2015)

Dalam beberapa kasus ketiga fungsi tersebut, terdapat ideologi - ideologi kaum dominan. Tidak semuanya buruk, namun juga tidak semuanya baik. Seperti berita di televisi yang terlihat sebagai lembaga penyampai berita, dibalikinya banyak berita yang dikomodifikasi untuk kepentingan ideologi. Menurut Eriyanto (2002) selain beberapa hasil penelitian yang meneliti dampak buruk dari perkembangan dan pengaruh buruk media ternyata realitas yang disampaikan media oleh media seringkali tidak obyektif. Sangat memprihatinkan dan mengkhawatirkan karena saat tidak banyak penikmat media yang sadar akan hal tersebut sehingga termakan oleh hegemoni media.

Efek media massa akibat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi bisa positif maupun negatif. Pada masa kini banyak sekali beredar majalah-majalah, tabloid maupun surat kabar yang dengan bebas menampilkan gambar-gambar seronok, porno atau semi porno contohnya majalah play boy. Dengan bebasnya majalah-majalah tersebut memasang gambar atau *cover* yang semi porno atau setengah bugil khususnya gambar-gambar tubuh wanita bikini, bergaun transparan, atau tubuh polos tanpa sehelai benangpun. Gambar-gambar tersebut akan merangsang para remaja untuk dapat mencoba bagaimana jika itu nyata dan dapat mereka rasakan.

Sebelum media sosial lekat dengan remaja khususnya di daerah perkotaan, televisi telah menguasai kalangan remaja diberbagai wilayah. Mengutip tulisan Rini Darmastuti (2012) bahwa hasil penelitian yang diadakan Kompas pada tanggal 20-21 Agustus 2003 dengan responden sebanyak 950 orang dengan usia minimal 17 tahun dan dilakukan di Jakarta, Manado, Yogyakarta, Surabaya, Ujung Pandang, Banjarmasin, Pontianak, Makasar dan Jayapura menyatakan bahwa dalam sehari jumlah responden yang menonton televisi adalah 1-2 jam (25,5%), 3-4 jam (38,4%); 5-6 jam (22,5%) dan 7 jam atau lebih (13,6%). Data ini menunjukkan bahwa televisi

memiliki peranan yang sangat besar dan mengambil porsi waktu yang banyak dalam kehidupan masyarakat.

Setelah media masa konvensional (radio, majalah dan televisi), internet khususnya media sosial juga memiliki efek yang cukup mengkhawatirkan. Penggunaan media sosial dan digital menjadi bagian yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari remaja Indonesia. Studi yang dilakukan Kementerian Kominfo pada tahun 2014 menemukan bahwa 98 persen dari anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan bahwa 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet. (<http://kominfo.go.id/index.php/>).

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) juga mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut 95% menggunakan internet untuk jejaring sosial. Sebanyak 83% pengguna internet di Indonesia mengunjungi *social networking site* saat *online* (Republika, 2012). Menurut Wijaya (Retnowati, 2015) menyatakan bahwa di awal tahun 2015 facebook masih menjadi media sosial paling banyak digunakan.

Beberapa kasus akibat penggunaan facebook mewarnai pemberitaan media massa. Kasus penculikan melalui media facebook dan juga modus yang jarang terjadi, yaitu facebook menjadi media yang efektif untuk mencuri motor. Kedua kasus tersebut di atas menunjukkan bahwa beberapa khalayak media khususnya remaja masih belum memiliki filter dalam mencegah dan melindungi diri dari efek tayangan media massa dan media sosial.

Dalam bidang Komunikasi dan Informatika ada 2 (dua) Undang-undang yang bisa menyelamatkan anak bangsa dari berbagai pengaruh negatif tayangan televisi dan berbagai konten yang mengandung kekerasan. Kedua Undang-undang tersebut adalah UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Suatu fakta yang menarik bahwa di Samarinda ditemukan beberapa spanduk dipasang oleh Pemerintah Kota untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat agar “menjauhi” televisi pada saat-saat tertentu. Misalnya, spanduk di depan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur bertuliskan “Matikan Televisi, Baca Buku”, serta “Matikan Televisi Jam 19.00-22.00”. Spanduk tersebut merupakan salah satu gerakan literasi media oleh Pemerintah Kota Samarinda dalam mengurangi dampak terpaan media massa.

Literasi media merupakan sebuah konsep baru di Indonesia akan tetapi kajian di negara-negara lain di dunia sudah banyak dilakukan (Livingstone, 2004). Untuk menghadapi terpaan media massa, maka aktifitas literasi media menjadi suatu yang strategis untuk melindungi khalayak dari serbuan tayangan media massa. Di Indonesia, kegiatan literasi media lebih didorong oleh kekhawatiran bahwa media dapat menimbulkan dampak negatif. Anak dan remaja menjadi kelompok penerima manfaat dalam kegiatan literasi media karena kelompok usia ini dianggap sebagai kelompok yang paling rentan terhadap dampak media sehingga perlu dilindungi.

Remaja merupakan aset negara yang akan menentukan kesinambungan kepemimpinan. Maka dari itu kajian tahapan literasi media dikalangan remaja sebagai agen perubahan diharapkan mampu menjadikan remaja bijak dan kritis menggunakan media. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana tahapan literasi media dikalangan 9 mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Mulawarman. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tahapan literasi media dikalangan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Mulawarman.

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai pengembangan keilmuan khususnya bidang kajian Sosiologi Komunikasi. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi panduan masyarakat untuk lebih cerdas dalam bermedia.

Remaja Sebagai *Audiens Media*

Kata “remaja” digunakan secara luas untuk menunjukkan suatu tahap perkembangan masa anak-anak menuju masa dewasa yang ditandai oleh perubahan-perubahan fisik umum serta perkembangan kognitif dan sosial. Masa remaja merupakan periode transisi dari anak-anak menuju dewasa yang dimulai pada usia 12-13 tahun dan berakhir pada usia belasan tahun atau awal dua puluh tahunan (Papalia dan Olds dalam Retnowati, 2015).

Menurut psikologi, remaja adalah suatu periode transisi dari masa awal anak-anak hingga masa awal dewasa, yang dimasuki pada usia kira-kira 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 tahun hingga 22 tahun. (Sumber: <http://www.eurekapedidikan.com>). Diyakini, perkembangan masa remaja berbanding lurus dengan kehidupan dewasa. (Yusuf dalam ASPIKOM, 2015). Melalui media, remaja belajar mengenali kehidupan luar sekaligus mendapatkan sosialisasi nilai-nilai yang berdaulat di tengah masyarakat-sesuai realitas yang dipotret media.

Ketika remaja berhadapan dengan media, remaja menampakan karakternya yang dinamis. Remaja pada dasarnya selalu ingin tahu, mudah terpengaruh, cenderung menerima begitu saja isi media (The Habibie Center, 2010:7). Disisi lain, remaja akrab dengan teknologi, tidak takut berhadapan dengan hal-hal baru dan cenderung idealis (Zimic, 2009)

Remaja merupakan kelompok budaya yang berbeda dan signifikan, sebagai sebuah segmen pasar, sebagai sub-kultur dan yang memimpin jalan dalam penggunaan media baru. Remaja adalah titik dimana seorang individu berusaha untuk membangun identitas, untuk membentuk kelompok sosial dan untuk menegosiasikan makna budaya yang mereka miliki. Diantara semuanya, media menjadi bagian pusatnya (Osgerby, 2004). Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa remaja menjadi obyek komodifikasi yang potensial untuk produser media yang memiliki tujuan pemasaran antar generasi.

Perkembangan Media Baru

Everett M. Rogers dalam bukunya *Communication Technology; The New Media in Society* (dalam Mulyana, 1999) mengatakan bahwa dalam hubungan komunikasi di masyarakat, dikenal 4 (empat) era komunikasi yaitu era tulis, era media cetak, era media telekomunikasi dan era media komunikasi interaktif. Dalam era terakhir media komunikasi interaktif dikenal media komputer, videotext dan teletext, *teleconferencing*, TV kabel dan sebagainya. (Mulyana, 2004)

Era komunikasi interaktif disebut juga dengan era media baru. Kata media baru muncul untuk mengungkapkan cepatnya perkembangan media dan komunikasi media dunia pada akhir 1980. Media yang dimaksud selalu berada dalam tataran perubahan teknologi, institusi dan budaya tidak pernah berhenti. Berikut adalah keadaan perubahan sosial, ekonomi dan budaya dimana media baru diasosiasikan (Lister, 2009):

- a. Perubahan dari modernitas ke postmodernitas. Berusaha untuk mengkarakterisasikan kedalaman dan perubahan sosial di masyarakat dan

- perekonomian dari tahun 1960 ke depan, dikorelasikan dengan perubahan budaya. Dalam term estetis dan ekonomi, media baru biasanya dilihat sebagai sebuah penanda terhadap perubahan jenis itu.
- b. Mengintensifkan proses globalisasi. Menggabungkan Negara dan batas-batasnya dalam tataran perdagangan, organisasi, kebiasaan dan budaya, identitas dan kepercayaan dimana media baru dilihat sebagai elemen yang berkontribusi.
 - c. Sebuah pengganti di dunia Barat, era industri dan post industri era informasi. Sebuah pergantian pegawai, keahlian, investasi dan keuntungan dalam produksi material untuk pelayanan dan informasi industri dimana penggunaan media baru dilihat menjanjikan.

New media digunakan untuk mengarah ke hal-hal sebagai berikut (Lister, 2009):

- a. Pengalaman tekstual yang baru: genre dan bentuk teks yang baru, hiburan dan pola konsumsi media (*computer games*, simulasi, *special effect cinema*)
- b. Cara baru untuk merepresentasikan dunia: media yang selalu tidak bisa di definisikan dengan jelas, menawarkan kemungkinan representasi dan pengalaman yang baru (lingkungan virtual, multimedia interaktif)
- c. Hubungan baru antara subyek (pengguna dan konsumen) dengan teknologi media: perubahan dalam penggunaan dan penerimaan *image* dan media komunikasi didalam keseharian dan dalam pemaknaan yang ditaruh dalam teknologi media.
- d. Pengalaman yang baru dalam hubungannya dengan personifikasi, identitas dan komunitas: perubahan dalam pengalaman sosial dan personal dalam waktu, ruang dan tempat (dalam skala global dan lokal) yang memiliki implikasi terhadap cara manusia mengalami diri sendiri dan tempat manusia di dunia.
- e. Konsepsi baru terhadap hubungan tubuh biologis dengan teknologi media: tantangan untuk menerima perbedaan antara manusia dan bukan, alami dan teknologi, tubuh (dan media) sebagai pengganti secara teknologi, asli dan virtual.

Segala bentuk media baru sudah terbukti dapat memudahkan banyak orang, terutama dalam bidang komunikasi dan informasi. Tetapi tidak banyak yang mengetahui ciri-ciri media baru yang saat ini hampir semua orang menggunakannya. Berikut adalah ciri-ciri media baru menurut Dennis McQuail (2011):

1. Saling terhubung (*interkonektivitas*)
2. Individu sekaligus sebagai penerima maupun pengirim pesan
3. Bersifat interaktif
4. Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka
5. Sifatnya yang ada dimana-mana

Literasi Media Sebagai Filter Terpaan Media Massa

Sejarah literasi media dimulai tahun 1964 saat UNESCO mengembangkan model program pendidikan media yang akan dijalankan di seluruh dunia (Hobbs: 1999 dalam Lutviah; 2010). Sejak saat itu berbagai Negara mulai menaruh perhatian terhadap literasi media, salah satunya adalah dengan melakukan literasi media atau pendidikan media melalui jalur pendidikan formal dan non formal. Di Indonesia, kegiatan literasi media dikenal sejak tahun 2000-an setelah maraknya berbagai fenomena dampak media massa. Media massa sejak saat itu merupakan suatu hal yang akrab di kalangan masyarakat umumnya dan para remaja khususnya.

Pertumbuhan dan perkembangan masyarakat dikatakan sempurna apabila sehat fisik dan mental. Untuk memenuhi sehat fisik diperlukan makanan yang bergizi pada menu makanan sehari-hari. Sementara itu, untuk memenuhi sehat mental pun diperlukan “makanan yang bergizi” pula. Tetapi, fenomena yang saat ini terjadi di tengah-tengah masyarakat kita, mental masyarakat sering disugahi “makanan yang kurang bergizi” dalam hal ini informasi dari media massa bahkan sering disugahi “racun informasi”.

Beberapa tayangan yang sering muncul di media massa antara lain yaitu perilaku kekerasan, pencurian, kasus korupsi, pornografi yang jelas-jelas tidak bernilai pendidikan dan kemanusiaan selalu diberitakan media masa dan menjadi santapan mental masyarakat setiap saat. Tayangan media massa yang menarik bagi masyarakat pun kurang bahkan tidak mencerminkan budaya mereka. Padahal, idealnya, mental dan pikiran masyarakat dalam keseharian mesti disugahi “makanan bergizi” dalam hal ini adalah informasi.

Dalam konteks ini adalah isi media massa yang bernilai pendidikan dan kemanusiaan yang diangkat dari budaya sendiri yang penuh nilai-nilai kearifan. Untuk memahami isi pesan media massa maka diperlukan sebuah kecakapan yaitu literasi media. Dengan kata lain, literasi media merupakan payung untuk melindungi masyarakat dari “guyuran” informasi media massa. Literasi media dapat dijadikan sebagai kunci bagi terbentuknya masyarakat yang cerdas dan kritis sehingga tidak mudah tergerus arus informasi dari media massa.

Literasi media baik yang konvensional maupun yang baru mengajak *audience* sebagai audiens maupun sebagai komunikator untuk memiliki kemampuan membaca ketika dihadapkan dengan media. Teknologi media, khususnya media baru mampu mengubah cara orang belajar, bermain dan bermasyarakat di dunia nyata. Berhubungan dengan sesuatu yang baru diperlukan keahlian yang baru pula apalagi subyek yang berhadapan adalah remaja.

Melek media atau lebih dikenal literasi media merupakan satu di antara sekian banyak istilah yang sering dikemukakan dalam beragam kesempatan, baik dalam pembicaraan yang tidak formal hingga diskusi-diskusi akademis. Istilah tersebut diartikan cukup bervariasi. Definisi literasi media yang ditawarkan oleh *New Media Consortium (2005)* adalah sebagai berikut:

“The set of abilities and skills where aural, visual and digital literacy overlap. These include the ability to understand the power of images and sounds, to recognize and use that power, to manipulate and transform digital media, to distribute them pervasively and to easily adapt them to new form” (Jefkins, 2009)

Dari kutipan di atas dapat dimaknai bahwa media baru merupakan media yang akrab dengan remaja saat ini. Melarang bukan lagi menjadi sebuah pilihan. Menumbuhkan kesadaran untuk bisa melakukan dialog kritis dapat membantu remaja untuk lebih memahami makna dari pengalaman bermediannya. (Kusuma R, 2010).

Sedangkan salah satu definisi yang dipakai secara luas adalah definisi dari *The National Leadership Conference on Media Literacy* yang merumuskan literasi media sebagai “kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi media untuk tujuan tertentu” (Aufderheide, 1993:v). Definisi tersebut diperkuat oleh Sonia Livingstone dalam tulisan berjudul *What is Media Literacy?*

Mendefinisikan literasi media sebagai ”kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi *dan* membuat pesan dalam berbagai konteks”.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan kemampuan literasi media dalam menghadapi terpaan media massa dan media baru di kalangan 9 mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 FISIP Universitas Mulawarman Samarinda Provinsi Kalimantan Timur.

Alasan pemilihan subyek penelitian adalah dengan pertimbangan bahwa Universitas Mulawarman merupakan Universitas Negeri terbesar di Kalimantan Timur yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak. Sedangkan pemilihan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 adalah dengan alasan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi semester 3 dipandang sebagai mahasiswa yang telah memperoleh materi yang berkaitan dengan media massa. Diasumsikan bahwa mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 memiliki kemampuan literasi media lebih baik jika dibandingkan dengan mahasiswa dari Program studi lain di tingkatan yang sama. Selain itu, mahasiswa angkatan 2014 Prodi Ilmu Komunikasi dikategorikan sebagai remaja tahap akhir yang diharapkan mampu menggunakan media dengan bijak.

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu dengan menggunakan karakteristik tertentu untuk menentukan *key informan* maupun *informan*. Karakteristik tersebut adalah:

- a. Pengajar dan pengamat media
- b. Telah mengikuti Mata Kuliah Komunikasi Massa
- c. Diterpa media massa konvensional maupun media baru minimal 2 jam/hari.
- d. Aktif dalam proses belajar mengajar di kelas
- e. Minat pada kajian media dan,
- f. Memiliki IPK minimal 3.00

Berdasarkan kriteria tersebut maka *key informan* dalam penelitian ini adalah bapak Gufron, M. Si (Dosen MK Komunikasi Massa) dan Bu Annisa Arsyad Wahyuni, MM (pengamat media sosial). Informan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa angkatan 2014 berjumlah 9 (sembilan) orang yang memiliki minat pada kajian media.

Pendekatan analisis dengan menggunakan beberapa metode analisis yaitu analisis data interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, analisis data, verifikasi data dan kesimpulan dari Milles Huberman serta perumusan hasil. Milles and Huberman (1994:10-12) menyatakan bahwa analisis penelitian kualitatif terdiri dari tiga tahapan yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), gambaran kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*).

Hasil Penemuan dan Diskusi

Profil Informan

Berikut disajikan profil subyek penelitian dalam tabel di bawah:

Tabel 1. Profil Subyek Penelitian

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan/Semester
1.	Gufron, M. Si	45 Tahun	Laki-Laki	S2
2.	Annisa Arsyad, MM	34 Tahun	Perempuan	S2
3.	Adnan Rico Saputra	19 Tahun	Laki-laki	Semester 3
4.	Raysyahdan Pramana Atmojo	19 Tahun	Laki-laki	Semester 3
5.	Febri Dwi Atmojo	19 Tahun	Laki-laki	Semester 3
6.	Onel Ramadani	19 Tahun	Laki-laki	Semester 3
7.	Nindiyah Lamiatul Lutfah	19 Tahun	Perempuan	Semester 3
8.	Nanda Melyawati Aisyiyah	19 Tahun	Perempuan	Semester 3
9.	Sabiqi Muhammad	20 Tahun	Laki-laki	Semester 3
10.	Nindi Rochmadiana	19 Tahun	Perempuan	Semester 3
11.	Nanda	19 tahun	Laki-laki	Semester 3

Sumber; Data Primer diolah, 2015

Tahapan Literasi Media di Kalangan Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Mulawarman

Salah satu definisi literasi media yang dipakai secara luas adalah definisi dari *The National Leadership Conference on Media Literacy* yang merumuskan literasi media sebagai "kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi media untuk tujuan tertentu" (Aufderheide, 1993:v). Definisi tersebut diperkuat oleh Sonia Livingstone dalam tulisan berjudul *What is Media Literacy?* Mendefinisikan literasi media sebagai "kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan membuat pesan dalam berbagai konteks".

Literasi media merupakan kemampuan dasar yang harus dimiliki seseorang termasuk remaja ketika terpaan media massa begitu kuat dan terkadang sulit untuk dikendalikan. Kemampuan tersebut bukan kemampuan untuk menolak apalagi menggugat media untuk tidak lagi melakukan aktivitasnya sebagai media penyampai informasi. Namun literasi media adalah kemampuan dasar dalam memahami media dari aspek penggunaannya hingga pesan yang disajikan. Dengan kemampuan tersebut, harapan minimalnya adalah khalayak termasuk remaja tidak mengalami apa yang dikatakan Alwi Dahlan yaitu penyakit disorientasi informasi.

Disorientasi informasi adalah suatu keadaan yang membuat khalayak media kehilangan kesadarannya dalam menikmati media. Begitu nikmatnya, hingga khalayak tidak tahu harus berbuat apa dan bagaimana seharusnya. Lebih khusus lagi, khalayak tidak tahu kebutuhan esensinya terhadap informasi yang disajikan media massa (Choirul, 2013). Akibatnya, hari-harinya akan "menyantap" informasi sajian media yang tidak jelas, apakah informasi (*tentunya dalam segala bentuknya mulai informasi berita hingga hiburan*) itu berguna bagi khalayak tersebut atau informasi tersebut telah sesuai dengan kebutuhannya atau tidak.

Kajian literasi media penting untuk dilakukan mengingat media konvensional seperti televisi dan media baru memiliki efek cukup besar bagi masyarakat. Hal ini disebabkan pesan yang ditampilkan secara audio visual membawa dampak terhadap khalayak penonton maupun pengguna media. Dampak tersebut meliputi dampak kognitif, afektif dan konatif.

Beberapa teori membenarkan perspektif tersebut. Salah satu yang mendukung perspektif tersebut adalah teori masyarakat massa (*Mass Society Theory*) yang diusung oleh Kornhouser (1959), Bromson (1961), Giner (1979) (Dennis Mc Quail; 1991). Dalam teori ini dijelaskan bahwa, rata-rata orang merupakan korban media massa (Richard West and Lynn H Turner 2007). Hasil penelitian dan pengamatan

mereka menuding media yang menyebabkan rusaknya moral individu bahkan kelompok dari suatu komunitas.

Literasi media sebagai filter atas dampak yang ditimbulkan media kiranya diperlukan remaja yang saat ini dikelilingi oleh media massa. Dari hasil wawancara dan observasi maka dapat dianalisis tahapan literasi media yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Kemampuan Mengakses Media Massa Konvensional dan Media Baru

Mengakses yang digunakan bisa dimaknai sebagai kemampuan khalayak dalam mencari, mendapatkan, dan mengumpulkan informasi. Akses didefinisikan baik sebagai akses secara fisik maupun pada kemampuan untuk menggunakan berbagai macam bentuk media, Akses media saat ini bukan lagi hambatan, apalagi untuk khalayak yang tinggal di perkotaan. Akses terhadap media dapat di temukan kapan saja dan dimana saja. Namun itu berarti juga bahwa paham yang menghegemoni lebih mudah dan cepat tersebar.

Dari hasil wawancara dengan 9 informan ditemukan bahwa mereka tidak mengalami hambatan dalam hal akses ke media, baik media konvensional maupun media baru. Bahwa semua informan memiliki kemampuan mengakses sangat baik. Para informan sudah menjadi bagian khalayak media karena beberapa media cetak, elektronik bahkan layanan internet *wifi* gratis sudah tersedia dan terjangkau. *Wifi* gratis tersebut sudah mereka dapatkan di kampus Universitas Mulawarman dan di lokasi informan yaitu kampung tenun di Samarinda Seberang. Kampung ini dikenal dengan kampung digital.

Mereka memiliki kemampuan untuk mengakses media konvensional maupun media baru tanpa terbatas ruang dan waktu. Media yang paling banyak dikonsumsi adalah televisi. Para informan menonton televisi sendirian tanpa didampingi orang tua maupun keluarga lain. Mereka menyatakan lebih suka menonton tayangan televisi sendirian daripada dengan adik-adik maupun saudara lainnya.

Selain televisi media yang sering diakses adalah media sosial khususnya Facebook dan Twitter. Melalui situs jejaring sosial ini para *informan* mengaku sering melakukan aktivitas seperti: update status (*tweeting*), *re-tweet*, *mention*, *direct message*, dan *follow*. Akan tetapi, untuk mengakses koran Kompas mereka mengaku mendapat kendala sehingga mereka membaca Kompas melalui kompas.com.

Berkaitan dengan media konvensional, televisi yang paling dominan dikonsumsi oleh para remaja tersebut dapat dipahami bahwa televisi dianggap sebagai sarana yang relatif murah dan mudah diakses untuk mendapatkan hiburan dan informasi. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan media massa di Indonesia cukup menakjubkan. Menurut Dewan Pers yang pernah melakukan pendataan jumlah stasiun televisi di Indonesia, jumlah stasiun televisi yang beroperasi sampai 2014 mencapai 394 stasiun televisi. (Sumber: <http://selingan.klikbekasi.co>)

Namun, di balik kuatnya posisi tersebut, televisi atau tepatnya industri televisi, menghadirkan sederet permasalahan. Ini terutama disebabkan oleh *content* televisi yang seringkali mengabaikan fungsi pendidikan atau pencerdasan khalayak. Sebagian besar produk televisi adalah program yang bertema kekerasan, pornografi, dan hal-hal yang tidak rasional. (Guntarto, 2006)

Kemudahan akses ke media *online* menjadikan frekuensi penggunaannya mempengaruhi dalam arti keberadaan media online saat ini terlebih fasilitas *wifi* sudah dipenuhi pihak Universitas Mulawarman besar. Aktivitas dengan media baru terkait mencari informasi yang terkait dengan pencarian berita dan pemenuhan tugas-tugas kampus begitu dominan. Hal ini didukung penuturan Sabiqi (19 tahun) berikut:

“Lebih sering internetan, dan yang sering diakses adalah Mirajnews.com. Berita tentang Timur Tengah, konflik-konflik di Timur Tengah. Kalau media sosialnya lebih ke Facebook, karena Facebook mencakup semua kalangan. Kalangan bawah sampai teratas memakai. Dosen-dosen pun banyak memakai facebook untuk memberikan informasi kepada mahasiswa...”(Hasil wawancara 12 November 2015)

Informan dalam penelitian ini adalah kategori remaja dimana remaja sebagai sebuah segmen pasar, sebagai subkultur dan yang memimpin jalan dalam penggunaan media baru. Diantara semuanya, media menjadi bagian pusatnya (Osgerby, 2004). Hampir semua media dapat diakses oleh para informan, dari mulai media cetak hingga media *online*. Waktu yang digunakan oleh para informan untuk mengakses media juga bervariasi. Rata-rata mereka mengakses media minimal 5 jam/hari. Tempat untuk mengakses internet atau menonton tayangan televisi adalah di rumah dan di kampus.

Fungsi media massa setidaknya ada 4 (empat) yaitu menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), membentuk opini atau pendapat (*to persuade*), dan menghibur (*to entertain*). Literasi media muncul didorong kenyataan bahwa fungsi media massa lebih dominan dalam hal menghibur dan mengabaikan fungsi mendidik.

Dalam hal mengakses media mereka memilih tayangan yang mereka butuhkan dan memberikan kepuasan. Secara umum informan menyukai acara yang bergenre informasi dan hiburan seperti *National Geographic*, Mata Najwa dan Hitam Putih. Temuan ini sesuai dengan teori kegunaan dan gratifikasi (*Uses and Gratification Theory*). Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan isi (*content*) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu.

Dalam pengembangan teori ini dikatakan orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media. Seseorang akan menonton suatu acara dari sebuah lembaga penyiaran disebabkan adanya kegunaan (*use*) bagi mereka dan penghargaan (*gratifikasi*) dari upaya yang dilakukannya. Mereka akan menonton berita, apabila mereka membutuhkan informasi baik daerah nasional maupun mancanegara untuk mencapai tujuan tertentu.

Di tengah peradaban yang sudah bertransformasi menjadi *The Age of Media Society*, tak seorang pun meragukan kedigjayaan media massa. Media massa bukan saja menjadi ikon zaman, tapi juga penanda dari setiap perikehidupan yang berlangsung dalam abad ini. Tak sedetik pun momen terlewatkan dari media massa. Tak secelah pun informasi terabaikan.

Seiring perkembangan teknologi komunikasi kemampuan mengakses media massa merupakan sebuah keharusan. Hal ini dikarenakan jika tidak mampu

mengakses media massa maka akan ketinggalan informasi. Remaja sebagai agen perubahan menyadari hal ini dan dengan karakteristiknya yang serba ingin tahu, media massa digunakan untuk selalu *update* informasi.

Kondisi penggunaan media televisi dan media baru dikalangan remaja mahasiswa angkatan 2014 cukup menggembarakan. Karena mahasiswa setidaknya memiliki referensi lain dalam mencari informasi dan hiburan. Disatu sisi walaupun kemampuan mahasiswa mengakses media massa terbilang tinggi, hal yang memprihatinkan adalah kebutuhan untuk membaca media cetak sangat minim. Kalaupun mereka membaca informasi, hal tersebut dilakukan melalui media *online*. Dimana kelemahan media *online* adalah perhatian audiens menjadi tidak focus karena banyaknya tampilan lain yang siap di “klik”.

Data yang dapat dihimpun selama penelitian, baik berupa data maupun informasi hasil wawancara dengan 9 informan dan 2 *key informan* berkaitan dengan masalah model serta kemampuan menggunakan maupun mengakses dan ketersediaan media massa, memperkuat hasil penelitian bahwa masyarakat remaja sekaligus mahasiswa tingkat awal Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Mulawarman merupakan remaja pengguna media massa yang aktif.

Media massa baru khususnya media sosial dimanfaatkan secara maksimal untuk keperluan sehari-hari seperti mencari informasi seputar perkuliahan, untuk mendukung perekonomian mereka dalam perkuliahan misalnya bisnis *online* dan sebagainya. Media massa digunakan sebagai media informasi dan hiburan.

2. Kemampuan Menganalisis Media Massa Konvensional dan Media Baru

Analisis merupakan kemampuan yang dapat membantu seseorang dalam menjelaskan bentuk pesan, struktur, segmen, dampak pesan, dan lain sebagainya. Analisis berkaitan dengan kemampuan untuk mencari, mengubah, dan memilih informasi disesuaikan dengan kebutuhan individu. Analisis merupakan aspek kompetensi personal lainnya selain kemampuan mengakses. Kemampuan ini lebih kepada melihat dari pemahaman kritis pengguna media. Sisi ini lebih melihat dan menekankan kemampuan pemahaman dan interpretasi mahasiswa dalam melihat, membaca dan mendengarkan produk media yang tersaji.

Dalam hal kemampuan menganalisis isi pesan media, para informan menyatakan bahwa mereka terutama belum banyak menyadari efek negatif tayangan media massa maupun konten media baru. Mereka belum mengetahui bahwa realitas di media massa dikonstruksikan sedemikian rupa berdasarkan ekonomi politik media massa tersebut.

Para informan juga belum mengembangkan berbagai kemampuan untuk memanfaatkan berbagai kesempatan yang ditawarkan media *online* misalnya untuk melakukan komunikasi interaktif dengan pembuat pesan. akan tetapi beberapa informan seringkali melakukan kroscek antara media satu dengan media lainnya. Kondisi ini dapat dimaklumi karena informan dalam penelitian ini merupakan remaja tingkat akhir yang masih dalam tahap awal mempelajari media massa. Mata kuliah Komunikasi Massa yang mereka pelajari belum meruncing kearah kajian media secara khusus seperti *media culture*, *politic ekonomi media* dan *agenda setting media*.

Untuk mengidentifikasi literasi media khalayak media, ahli media Art Silverblatt (2001) mengelompokkan 7 (tujuh) karakteristik, salah satu diantaranya yaitu sebuah kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat.

Menurut Silverblatt, jika kita mengabaikan dampak media terhadap hidup kita, kita akan menanggung resiko terperangkap dan terbawa oleh arus perubahan daripada mengendalikan atau memimpinya. Hal ini sesuai pernyataan Annisa Wahyuni (34 tahun) berikut:

"Penting sekali untuk membekali remaja dalam menggunakan media sosial, untuk itu diperlukan literasi media sosial. Hasil penelitian Kemkominfo tahun 2014 menyimpulkan bahwa pengguna media sosial terbesar adalah remaja. Saya melihat mahasiswa di sini rata-rata sudah memegang gadget, jangan sampai timbul korban-korban kejahatan di dunia maya...Biasanya literasi media sosial saya selipkan di mata kuliah Kapita Selekta.". (Hasil wawancara, 11 Nopember 2015)

Karakteristik khalayak literasi media lainnya yaitu kemampuan untuk menikmati, memahami dan menghargai isi media. Hal ini bukan berarti hidup seperti seorang pemaarah, tidak berhubungan dengan media atau selalu curiga pada efek berbahaya dan degradasi budaya.

Dalam hal ini, Gufron berpendapat bahwa para remaja saat ini dapat menerima kehadiran berbagai media massa dan tidak mencurigai efek negatif media massa tersebut. Key informan yang juga sebagai dosen tetap di Universitas 17 Agustus Samarinda ini yakin bahwa remaja khususnya mahasiswa semester 3 prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Mulawarman sudah dibekali dengan materi literasi media saat mengajar mata kuliah Komunikasi Massa.

Dari gambaran tersebut dapat dikatakan bahwa *key informan*, Gufron (dosen Kommas) sebagai orang pendidik merasa berkewajiban untuk meningkatkan kemampuan literasi media bagi remaja yang memadai, mendorong remaja untuk bersikap terbuka terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan menjadikan pengetahuan sebagai filter dalam mencegah dampak negatif media massa.

Lain halnya dengan 9 informan, mereka mengatakan ketidaktahuan mereka bahwa ternyata terjadi sebuah *agenda setting* media dengan menghadirkan "penonton bayaran" dalam acara *reality show* maupun acara musik. Para informan menganggap tayangan tersebut adalah fakta tanpa rekayasa sang produser.

Hal ini sejalan dengan pendapat Ahmad Riza Faisal (67:2012) yang mengungkapkan bahwa bangunan literasi media terdiri dari 2 (dua) bagian: *Pertama*, perhatian pribadi (*Personal Locus*), yaitu apa yang kita konsentrasikan. Jika pondasi pada lokus pribadi sudah baik maka kita mampu membangun tiang-tiang bangunan literasi media yang disebut dengan struktur pengetahuan.

Struktur pengetahuan literasi media dapat dibangun melalui proses filterisasi. Maka untuk membangun struktur pengetahuan diperlukan pemahaman mengenai segmentasi media, kepemilikan media dan dunia nyata. Melihat gambar kartun tentang agenda media dalam tayangan *reality show* maupun acara musik secara langsung merupakan struktur pengetahuan yang diperoleh dari dunia nyata.

Sisi lain pemahaman kritis untuk menganalisis media selain diperlukan pemahaman terkait kepemilikan media, tidak kalah pentingnya adalah pemahaman remaja tentang regulasi media. Pada level regulasi, perjuangan dilakukan dengan melakukan upaya-upaya untuk melahirkan perundang-undangan yang menjamin hak-hak publik ketika berhadapan dengan media.

Di Indonesia, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan salah satu wujud perjuangan untuk mengembalikan frekuensi penyiaran pada ranah publik, yang mesti dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Pada level produksi, advokasi dilakukan dengan sasaran para pekerja media. Sedangkan pada level masyarakat, digarap upaya untuk membekali khalayak dengan kemampuan dan kesadaran media literasi.

Pemahaman regulasi media yang baik sebenarnya akan mengantarkan seseorang untuk lebih peka dan kritis terhadap setiap tindakan yang dilakukan media, apakah bertentangan, menyimpang atau bahkan menjadikan khalayak semakin tidak tercerahkan. Untuk itu kompetensi personal dari aspek pemahaman tentang regulasi ini menjadi dasar ukuran tingkat kekritisannya seseorang.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemahaman remaja mahasiswa semester 3 tentang regulasi media cenderung kurang. Kondisi ini diperkuat dengan kurangnya pemahaman terhadap regulasi isi media termasuk kurangnya pahami mereka terhadap regulasi media *online*. Kondisi ini disebabkan beberapa faktor yaitu informan kurang aktif mencari informasi terkait regulasi pemerintah terhadap media. Padahal dengan pemahaman regulasi yang baik akan bermanfaat bagi dirinya dalam meningkatkan pemahaman kritis mereka serta rambu-rambu ketika suatu saat mereka akan memproduksi pesan.

Meskipun pemahaman regulasi media kurang baik, akan tetapi hanya 3 informan yang memahami lembaga mana yang berhak mengawasi dan memberi sanksi jika sebuah tayangan melakukan pelanggaran. Sedangkan 5 informan mengaku tidak mengetahui sama sekali lembaga yang berhak memberikan sanksi kepada media tersebut. Berikut cuplikan wawancara dengan Nindiyah Lamiatul (19 tahun):

"...lembaga yang memberikan sanksi setahu saya KPI sih, cuma tau namanya cuma ga tau kinerjanya..."(Hasil wawancara, 20 Nopember 2015)

Di lain kesempatan, Azimah Subagijo (Komisioner KPI Pusat/Koordinator Program Literasi Media KPI) menyampaikan bahwa saat ini dunia penyiaran masih terlalu prematur memasuki era reformasi kebebasan berpendapat. Pengelola media terutama televisi yang seharusnya menyediakan informasi dan pendidikan yang sehat pada khalayak masih teragap-gagap menggunakan media dengan bijaksana. Sementara khalayak konsumen media masih belum punya keterampilan yang cukup untuk mengkonsumsi media dengan kritis.

KPI sebagai regulator pun tidak memiliki wewenang yang cukup untuk mengintervensi media dan melindungi khalayak dari efek negatif media. Untuk itu KPI berinisiatif membuat program literasi media. Menyadari pentingnya partisipasi dan peran khalayak dalam dunia penyiaran, KPI kemudian memberikan fasilitas untuk program Literasi Media. Mulai 2011, KPI mulai membuat sebuah Grand Desain untuk Literasi Media Televisi. KPI memulainya dengan menyelenggarakan workshop untuk pembuatan modul panduan Literasi Media Televisi. Panduan ditujukan agar KPI memiliki standar sosialisasi literasi media televisi kepada khalayak. Modul tersebut kemudian diluncurkan pada 1 April 2011 sebagai panduan sosialisasi literasi media televisi. Kemudian program

ini berlanjut dengan pelatihan untuk penggunaan panduan sosialisasi literasi media televisi.

Selain itu KPI juga mengajak khalayak untuk turut serta dalam mengawasi dunia penyiaran dengan menginisiasi forum masyarakat peduli penyiaran. KPI berharap dengan adanya forum masyarakat ini, khalayak semakin peduli dengan guna, dampak, dan konten penyiaran. Selain itu melalui forum ini, khalayak semakin berdaya mempengaruhi dunia penyiaran sehingga demokratisasi penyiaran bisa berjalan dengan baik (Sumber: kpi.go.id)

3. Kemampuan Mengevaluasi Media Massa Konvensional dan Media Baru

Evaluasi adalah kemampuan untuk menghubungkan antar pesan media yang diterima dengan pengalaman. Mengevaluasi informasi berdasarkan parameter, seperti kebenaran, kejujuran, dan kepentingan dari produsen pesan. Jadi, dengan mengevaluasi menyadarkan bahwa khalayak tetap memiliki hak *prerogatif* dalam memaknai pesan media untuk dirinya sendiri.

Dari kesembilan informan yang diwawancarai, 8 informan belum mampu melakukan evaluasi berdasarkan parameter tersebut. Hal ini disebabkan media massa difungsikan sebagai media hiburan dan informasi yang didapatkan tidak di kroscek dengan sumber lain.

Berdasarkan perilaku para informan tersebut ditahap evaluasi maka mereka termasuk kedalam khalayak pasif. Seperti dikutip dalam tulisan Ahmad Riza Faisal (67:2012) bahwa khalayak terbagi 2 (dua) yaitu khalayak pasif dan khalayak aktif. Jumlah khalayak pasif jauh lebih besar dibandingkan yang aktif. Mereka itu seperti diam saja, menerima mentah-mentah ketika menerima informasi dari media massa bahkan tidak jarang tampak seperti tak berdaya.

Pandangan ini mungkin sesuai dengan perspektif sebagian kalangan yang mengatakan bahwa masyarakat tidak berdaya ketika mengonsumsi (diterpa) oleh media massa. Beberapa teori bahkan membenarkan perspektif tersebut. Salah satu yang mendukung perspektif tersebut adalah teori masyarakat massa (*Mass Society Theory*) yang diusung oleh Kornhouser (1959), Bromson (1961), Giner (1979). (dalam Dennis Mc Quail; 1991). Teori ini menjelaskan bahwa, rata-rata orang merupakan korban media massa. (Richard West and Lynn H Turner 2007).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa remaja semester 3 prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman belum memiliki kemampuan mengevaluasi tayangan media massa dengan baik. Seorang informan mengaku menjadi korban media massa dan *media online* ketika melakukan transaksi jual beli *online*.

4. Content Creation

Memproduksi pesan sebagai bagian dari kreativitas pesan adalah kemampuan seseorang menyusun pesan atau ide dengan kata-kata, suara, atau imej secara efektif sesuai dengan kaidah-kaidah ilmu komunikasi. Menciptakan media berkaitan dengan produksi dan distribusi isi media, juga berkaitan dengan kompetensi komunikatif.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa bila mengacu pada batasan literasi media Livingstone yang meliputi akses, analisis, evaluasi dan mencipta konten, tentunya 9 remaja semester 3 Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Mulawarman tentu belum mencapai taraf tersebut. Bahkan bisa

dikatakan belum mencapai harapan. Kesembilan informan tersebut bisa dikatakan merupakan khalayak tak peduli media. Hal tersebut disebabkan mereka terlalu mengacuhkan dampak konten media.

Simpulan

Berdasarkan penyajian data dan pembahasan dari penelitian ini maka dapat ditarik simpulan bahwa 9 (sembilan) mahasiswa semester 3 Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 memiliki kemampuan mengakses media massa konvensional maupun media baru. Kemampuan dalam hal menganalisis belum dilakukan secara kritis sedangkan kemampuan mengevaluasi dan memproduksi pesan belum dilakukan secara mendalam dan rutin. Maka kemampuan literasi media 9 (sembilan) mahasiswa sebagai informan dalam penelitian ini berada pada tahapan awal. Pada tahap ini audiens memiliki kemampuan berupa pengenalan media, terutama efek positif dan negatif yang potensial diberikan oleh media.

Saran

1. Diharapkan pihak Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik secara kotinu memajang 1-3 koran lokal dan nasional yang dapat dibaca mahasiswa setiap pagi atau ketika jam istirahat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan minat membaca dikalangan mahasiswa.
2. Perlu dilakukan upaya pendampingan kepada mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Mulawarman dalam mengkonsumsi media dalam bentuk pelatihan literasi media yang dilakukan secara konsisten.
3. Perlunya dirumuskan kebijakan yang melibatkan mahasiswa dalam gerakan literasi media dalam bentuk pembentukan satuan pembelajaran dalam perkuliahan mahasiswa. Dengan harapan gerakan literasi media tidak sekedar event temporer tetapi sebuah kegiatan terpola dan terstruktur dalam sebuah kurikulum khusus yang menjadikan mahasiswa lebih peka dan antisipatif terhadap dampak produk media.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas pendanaan yang telah diberikan dalam penelitian ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dekan FISIP Universitas Mulawarman atas fasilitas dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis hingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Juga kepada pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas partisipasinya.

Daftar Pustaka

- Aufderheide, P. (1993). *Media Literacy: A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen: Aspen Institute.
- Baran, Stanley J. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Birowo, Mario Antonius. (2012). *Perspektif Budaya Dalam Literasi Media*. Artikel dalam Buku *Literasi Media dan Kearifan Lokal*. Yogyakarta: Buku Literasi.

- Choirul, Afif. (2013). *Tingkat Literasi Media Berbasis Kompetensi Individual Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya*. Prosiding.
- Darmastuti, Rini dkk. (2012). *Literasi Media dan Kearifan Lokal: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Devito, Joseph A. (2008). *Essentials of Human Communication*, 6th Edition. Boston: Pearson Education, Inc.
- Effendy, Onong Uchjana. (1984). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Jakarta: PT. Remaja Karya.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Faizal, Ahmad Riza. (2012). *Apa Makna Literasi Media Sesungguhnya?*. Artikel dalam Buku Meretas Jalan Sosialisasi Literasi Media di Indonesia. KPI Pusat.
- Griffin, EM. (2003). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw Hill.
- Guntarto. (2006). *An Assesment of Children's Television Programmes in Indonesia*. YPMA.
- Indraastusti, Santi. <http://communicare-santi.blogspot.com/2007/08/media-literacy-memerdekakan-khalayak.html>. Diakses 10 Oktober 2015
- Ira. 2012. *Pendidikan Bermedia Melalui Literasi Media*. www.kpi.go.id. Diakses 20 Oktober 2015.
- Jefkins, Henry. (2009). *Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Education for The 21st Century*. Illinois: MacArthur Foundation.
- Kellner, Douglas. (2010). *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas dan Politik: Antara Modern dan Postmodern*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kellner, Douglas. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between The Modern and The Postmodern*. London and New Yorks: Routledge.
- Kementerian Kesehatan. (2012). *Ristoja; Pedoman Pengumpulan Data dan Pengisian Dokumen*. Kementerian Kesehatan RI. Balitbangkes.
- KPI. (2012). *Buku Profil dan Dinamika Penyiaran di daerah Perbatasan NKRI*. Jakarta
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada.
- Kusuma R. (2010). eprints.ums.ac.id/33191/1/Remaja_Digital_Literasi_dan_Etika.pdf. Diakses 03 Desember 2015
- Lembaga Bina Desa Sejahtera (LBDS). (2002). *Modul Pelatihan Perencanaan Pembangunan Desa dengan Metode ZOPP*. Jakarta: LBDS.
- Livingstone, S. (2004). *What is Media Literacy?*. Intermedia.
- Lutviah. (2010). *Citizen Jurnalisme Berbasis Blog Group dan Penerapannya Untuk Literasi Media: Studi Kasus Kompasiana.com*. www.pustaka.ut.ac.id/dev25/pdfprosiding2/fisip201018.pdf. Diakses 5 Desember 2015
- Mulyana, Deddy. (1999). *Nuansa-Nuansa Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba. UI Press.
- Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.
- Potter, James. W. (2004). *Theory of Media Literacy: a Cognitive Approach*. California: Sage Publications.

- Potter, James. (2008). *Media Literacy*, 4th edition. California: Sage Publications Inc.
- Rahardjo, Turnomo. (2012). *Memahami Literasi Media*. Artikel dalam Buku Literasi Media dan Kearifan Lokal. Yogyakarta: Buku Litera.
- Republika. (2012). *Pengguna Internet Indonesia di Media Sosial Nomor Satu*. 28 Maret 2012. http://forum.republika.co.id/forum/trentek/internet-networking_dan_aplikasi/5205. diakses 1 Desember 2015
- Retnowati, Yuni. (2015). Urgensi Literasi Media Untuk Remaja Sebagai Panduan Mengkritisi Media Sosial. *Jurnal Perlindungan Anak dan Remaja*. AKINDO. Yogyakarta.
- Rosenbaum, J.E., Beentjes, J.W, J., & Koenig, R.P. (2008). *Mapping Media Literacy: Key Concepts and Future Directions*. Communication Year Books.
- Saifuddin, Achmad Fedyani. (2005). *Antropologi Kontemporer; Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. (1999). *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Tabloid Pulsa. (2015). *Kemkominfo Bisa Punya Andil Besar Cegah Kekerasan*. Edisi 306 TH XII. 11-24 Maret.
- The Habibie Center. (2010). *Cerdas Bermedia Untuk Toleransi: Modul dan Laporan Kegiatan*. Jakarta: The Habibie Center.
- Zimic, Sheila. (2009). Not So Techno Savvy: Challenging The Sterotypical Image of Net Generations. *Jurnal Digital dan Education*, Volume I (2), 2009. URL: <http://www.digitalcultureeducation.com/cms/>. Diakses 30 Nopember 2015.
- <http://www.eurekapedidikan.com/2015/02/pengertian-dan-definisi-remaja-dalam.html>
- <http://selingan.klikbekasi.co/2015/02/26/jumlah-stasiun-televisi-di-indonesia-capai-394>