

LITERASI MEDIA DI KALANGAN MAHASISWA DI KOTA BOGOR

Oleh:
Qoute Nuraini C *)

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari semakin banyaknya pengguna media sosial dari waktu ke waktu. Media sosial memungkinkan masyarakat terhubung satu sama lainnya dalam sebuah jejaring di media siber. Pada tahap ini informasi dapat dengan cepat tersebar luas. Tingkat kepercayaan terhadap informasi juga lebih tinggi. Penyampaian informasi melalui orang lain secara langsung atau yang biasa disebut dengan word of mouth seringkali memiliki dampak yang cukup kuat bagi lingkungan di sekitarnya. Facebook merupakan salah satu bentuk media sosial yang paling banyak diakses pengguna internet di Indonesia. Pengguna Facebook merupakan individu yang terterpa informasi sekaligus penghasil informasi. Terpaan informasi kepada individu pengguna Facebook cukup tinggi, termasuk terpaan dari media massa yang saat ini bentuknya sudah tertransformasi ke dalam bentuk yang beragam. Pengetahuan mengenai Literasi Media merupakan salah cara untuk menyaring informasi yang masuk baik dari media massa maupun dari berbagai sumber lain. Informasi yang didapatkan dari media massa tidak selamanya merupakan realitas yang terjadi di dalam masyarakat. Media massa seringkali memiliki agenda lain yang tersembunyi secara halus yang ditujukan kepada khalayaknya. Literasi media bisa memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi khalayak agar bisa lebih baik lagi di dalam menyaring informasi. Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode penelitian survey. Populasi penelitian adalah mahasiswa pengguna Facebook di Kota/Kab.Bogor sebanyak 51.267. Pengambilan sample dengan cara simple random sampling. Responden yang didapatkan sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data memakai cara wawancara, pengamatan dan paling utama adalah membagikan kuesioner. Penelitian ini menjelaskan tingkat kemampuan literasi media pada responden yang terbagi ke dalam level basic, medium, advanced. Analisis data menggunakan tabel frekuensi distribusi dan diubah ke dalam bentuk prosentase setelah penghitungan skor. Peubah yang diamati dalam penelitian ini adalah framework individual competence pada masing-masing responden. Model yang digunakan dalam penelitian ini Individual Competence terdiri dari technical skill (use), critical understanding dan communicative abilities. dengan mengetahui tingkat pengetahuan literasi media akan memudahkan pada upaya penyebaran pendidikan atau penyuluhan tentang literasi media khususnya di Kota/Kab.Bogor. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa mahasiswa memiliki level pemahaman literasi media di tingkat atau level medium.

Kata Kunci: Literasi Media, Individual Competence

LATAR BELAKANG

Media saat ini telah menjadi bagian dalam setiap kehidupan masyarakat. Kehadiran media tidak bisa terelakan lagi di dalam aspek kehidupan. Hampir setiap orang selalu bersentuhan dengan media. Baik itu media massa cetak, elektronik, maupun digital. Media telah masuk ke dalam sendi-sendi kehidupan bermasyarakat. Kehidupan ekonomi, sosial budaya, psikologis serta hal lain dari masyarakat bisa terpengaruh dengan mudah oleh media. Di bidang perekonomian misalnya, media, khususnya melalui periklanan bisa meningkatkan nilai perekonomian bagi pelaku ekonomi yang mengiklankan produknya. Dengan semakin meningkatnya penjualan sebuah produk, menjadikan proses produksi sebuah produk menjadi meningkat, hal ini tentunya akan membutuhkan tenaga kerja yang lebih banyak. Dengan demikian secara tidak langsung akan memberikan peluang kerja bagi masyarakat yang bekerja untuk membuat produk tersebut. Melalui dukungan media, pertumbuhan perekonomian menjadi semakin maju, terlebih lagi dengan adanya perkembangan pada sisi teknologi

informasi dan komunikasi. Media juga bisa mewadahi dan menciptakan peluang-peluang pekerjaan yang berhubungan dengan media itu sendiri. Namun selalu ada dua sisi mata uang apabila berbicara mengenai media, selalu ada nilai positif dan negatif, misalnya budaya konsumerisme yang secara tidak langsung, media memberikan peranan untuk membuat seseorang menjadi juga bisa dikatakan sebagai pengaruh media.

Perkembangan media massa serta pemanfaatannya sangat berkembang pesat. Media berkembang seiring zaman berlalu. Everret M. Rogers mengatakan perkembangan media massa di bagi ke dalam empat era, yaitu era komunikasi lisan, era komunikasi tertulis, era komunikasi elektronik dan era komunikasi interaktif. Saat ini kita sedang berada di era interaktif, era atau masa komunikasi interaktif merupakan saat dimana internet muncul. Dengan adanya internet ini kehidupan manusia banyak berubah. Melalui internet, akses informasi dan komunikasi menjadi tidak terbatas. Internet memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat yang memiliki akses

kepada internet itu sendiri, banyak fasilitas yang terdapat di internet dan orang-orang memanfaatkannya untuk berbagai keperluan, baik hanya untuk sekedar media berkomunikasi, mendapatkan informasi maupun untuk melakukan *e-commerce* atau perdagangan melalui internet dan lainnya.

Para pakar komunikasi menyebutkan bahwa saat ini juga kita tengah berada di era *saturasi* media apabila dilihat dari sisi ketersediaan informasi, atau era jenuh media atau era dimana keberadaan informasi sangat banyak, atau dalam kalimat lain kita tengah mengalami banjir informasi atau *flood of information*. Siapa saja pada saat sekarang ini sepertinya tidak bisa terlepas dari paparan media, sekalipun dia ingin menghindarinya. Meskipun seseorang berusaha untuk menghindari media, akan tetapi lingkungannya belum tentu, ini yang akan agak sulit untuk tidak bersentuhan dengan media. Karena ketersediaan informasi yang banyak maka informasi yang masuk ke dalam pikiran khalayak juga semaikin banyak. Informasi yang masuk tidak semuanya harus diterima. Karena pikiran manusia juga tidak akan menerima semua informasi yang masuk. Apabila semua informasi dari suatu media dilihat atau dibaca, maka akan memerlukan waktu yang sangat lama untuk membaca keseluruhan isi media tersebut. Mungkin akan diperlukan waktu bertahun-tahun hanya untuk membaca atau melihat keseluruhan isi media massa.

Informasi yang masuk ke dalam alam pikiran seseorang menjadi sangat kaya dengan ketersediaan informasi yang ada. Baik secara langsung maupun dengan tidak disadari, setiap detik seorang individu yang memiliki akses yang bagus terhadap media mendapatkan informasi dalam jumlah yang banyak. Dalam keadaan sekarang ini media massa membuat bahkan mengendalikan informasi, khalayak sebagai penikmat konten media yang disajikan oleh media massa yang ada. Namun demikian, khalayak tidak berada di dalam posisi yang lemah yang hanya begitu saja menerima informasi. Khalayak saat ini bisa memilih informasi mana yang dia inginkan. Namun, meskipun saat ini khalayak diberikan kebebasan mencari informasi yang dibutuhkan, namun tetap saja informasi yang masuk lebih banyak dan bisa datang dari berbagai penjuru.

Atas keadaan dimana pilihan informasi sangat banyak beragam lantas bagaimana dengan sikap khalayak, apakah sebaiknya menerima begitu saja informasi yang disediakan media atau memilih informasi mana yang akan lebih diperhatikan atau anda tidak akan memperdulikan informasi tersebut. Bagi khalayak yang memiliki pengetahuan tentang media mungkin tidak akan menjadi masalah apabila diterpa dengan informasi yang banyak. Namun bagi orang awam dengan pengetahuan mengenai media mungkin tidak akan mustahil apabila orang atau khalayak tersebut akan menelan langsung apa yang disuguhkan media.

Fenomena yang saat ini banyak terjadi adalah *hoax* atau informasi yang sudah tersebut tetapi masih diragukan kebenaran informasinya, seringkali orang mempercayai dengan mudah berita yang tidak benar seperti *hoax* tersebut kemudian menyebarkannya. Atau contoh lain seperti budaya korea yang tengah menjamur di kalangan masyarakat kita yang akibatnya berpengaruh kepada kehidupan sehari-hari seperti cara berpakaian, cara berpenampilan, hingga makanan Korea menjadi dikenal di Indonesia. Budaya Korea mulai muncul di Indonesia sejak penayangan drama korea di sebuah televisi swasta di Indonesia. Sejak saat itu drama korea menjadi diminati masyarakat banyak, masyarakat menjadi menyukai budaya korea bahkan meniru gaya berpenampilan atau meniru gaya hidup orang korea yang terwakilkan melalui tayangan drama korea tersebut. Media berdampak besar bagi kehidupan masyarakat luas, dampaknya bisa positif atau negatif tergantung apa yang disampaikan media tersebut kepada masyarakat. Contoh lain misalnya konsep cantik yang dicitrakan di dalam iklan, misalnya perempuan yang cantik itu harus berkulit putih, berbadan proporsional dan berambut panjang misalnya. Apabila pesan iklan tersebut terus diulang, masyarakat menjadi terbiasa dan semakin lama semakin setuju dengan konsep cantik yang digambarkan di dalam iklan.

Masyarakat bisa juga dengan mudah tergiring dengan isu mengenai suatu hal yang dibicarakan di media, misalnya yang sangat terlihat adalah isu politik atau isu yang terkait dengan salah seorang tokoh masyarakat yang bisa menimbulkan demo besar-besaran di seputaran monument nasional tahun 2016 lalu. Masyarakat

Indonesia saat ini sepertinya bisa dengan mudah tersulut oleh media dengan pemberitaannya, terlebih kalau pemberitaannya terkait hal yang sangat mendasar dan sensitive bagi masyarakat itu sendiri. Khalayak media di Indonesia sangat mudah digiring dan dialihkan perhatiannya oleh media massa, mungkin apabila dikaitkan dengan teori komunikasi yang sudah lama ada yaitu Teori Agenda Setting masih berlaku di Indonesia. Padahal dengan ketersediaan informasi yang banyak orang bisa memilih media yang dia sukai, dengan fenomena seperti itu teori tersebut seharusnya sudah kurang relevan, tetapi kenyataannya masih terjadi, media massa bisa memengaruhi khalayaknya dengan agenda media yang bisa dengan mudah mengubah pola pikir masyarakat. Media massa disadari atau tidak akan memiliki agendanya tersendiri, terkadang terselubung atau bisa dilihat secara terang berderang. Masyarakat atau khalayak media yang cerdas akan dengan mudah melihat hal semacam itu. Tetapi mungkin hanya baru beberapa persen dari masyarakat saja yang sudah mengerti, sebagian lain belum terlalu peduli dengan hal tersebut.

Literasi media merupakan salah satu cara untuk membuat masyarakat cerdas dalam menghadapi terpaan media massa dan salah satu cara bagi masyarakat untuk menyaring informasi yang masuk. Literasi terdiri dari dua kata yaitu literasi dan media. *Literate* dalam bahasa Inggris berarti *able to read and write*. Sedangkan *literation* berarti *the representation of sound or words by letters*. Secara sederhana literasi adalah kemampuan seseorang untuk membaca dan menulis. Sedangkan media itu sendiri merujuk kepada media massa. Namun pengertian literasi media tidak bisa disederhanakan seperti yang disebutkan di atas. Literasi media lebih kepada kemampuan seseorang untuk mengerti media secara lebih mendalam lagi. Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengirimkan pesan dalam format cetak dan non cetak (televisi, video, film, iklan dan internet) yang menyajikan berbagai hal. Definisi lainnya, literasi media merupakan seperangkat perspektif aktif yang kita gunakan untuk membuka diri kepada media, untuk menafsirkan makna pesan yang kita hadapi. Kita bangun perspektif kita dari struktur pengetahuan. Untuk membangun struktur pengetahuan tersebut, kita perlu alat dan bahan

baku. Alat-alat adalah keterampilan kita, berarti kita sadar akan pesan dan berinteraksi dengan mereka secara sadar (potter dalam Warnick; 11)

Keberadaan literasi media sangat dibutuhkan untuk membuat khalayak media menjadi lebih cerdas lagi di dalam menerima informasi di tengah era saturasi media ini. Dengan literasi media masyarakat diharapkan bisa lebih bijak di dalam menerima informasi serta lebih bijak di dalam menyebarkan informasi yang dia dapat, serta lebih jauh lagi masyarakat diharapkan bisa memiliki kemampuan untuk memproduksi informasi yang layak dan bermanfaat.

TINJAUAN PUSTAKA

European Commission (2009) mendefinisikan *media literacy is the competence to cope, autonomously and critically, with the communication and media environment established within and as a consequence of the information society. The European commission proposes a definition in which two fundamental dimensions can be clearly distinguished (a). Individual competence (defined as technical use, critical understanding and social skill), (b). Environmental Factors (defined as media availability, media education, policies and regulation and other stakeholder roles, i.e. media industry and civil society). Media literacy is the ability to access, analyze and evaluate the power of images, sounds and messages which we are how confronted with on a daily basic and are an important part of our contemporary culture, as well as to communicate competently in media available on a personal basis. Media literacy relates to all media, including television and film, radio and recorded music, print media, the internet and other new digital communication technologies. The aim of media literacy is to increase awareness of the many forms of media messages encountered in our everyday lives. It should help citizens recognize how the media filter their perceptions and beliefs, shape popular culture and influence personal choices. It should empower them with critical thinking and creative problem solving skills to make them judicious consumers and producers of information. Media education is part of the basic entitlement of every citizen, in every country in the world, to freedom of expression and the right to information and it is instrumental in building and sustaining democracy.*¹

¹

(cf. http://cc.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm (Consulted 2nd May 2009. In study assessment criteria for media literacy levels.brussel

Media literacy is the set of perspective from which we expose ourselves to the media and interpret the meaning of the messages encounter. We build our perspective from knowledge structures. The knowledge structures form the platforms on which we stand to view the multifaceted phenomenon of the media; their business, their content, and their effects on individuals and institutions. The more knowledge structures we have, the more of the media phenomenon we can 'see'. The more develop our knowledge structures, the more context we will hav to help us understand what we see. The more people use these knowledge structures in midndful exposures, the more they will be able to use media exposures to meet their own goals and the more they will be able ti avoid high risks for negative effects. Thus, they will be more media literate. (Potter;58)

Media literacy is defined by most policymakers and academics as the ability to “access, analyse, and evaluate media” in multiple forms and “communicate competently” within these forms (CEC, 2007a & 2007b; Livingstone, et al., 2005; O’Neill & Hagen, 2009). As demonstrated by recent news events, a critical approach to messages constructed by the media is essential for an informed citizenry. Traditionally, education, training and lifelong learning policies have been perceived as critical to developing media literacy. Therefore, any future interventions in this area must take into account that media messages are constructed, have a purpose, may be affected by potential biases, and are subject to regulatory issues that potentially affect access and use (Martens, 2010; Ofcom, 2008)

METODE PENELITIAN

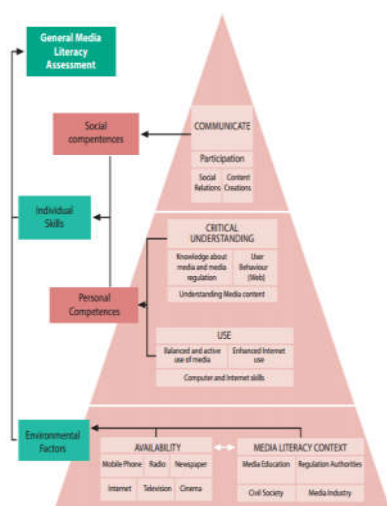
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode penelitian survey kuantitatif deskriptif dengan melakukan penelitian survey. Penelitian survey adalah penelitian yang tidak melakukan perubahan (tidak ada perlakuan khusus) terhadap variable-variabel yang diteliti. (Siregar, 2013:5). Di dalam penelitian survey, peneliti mendeskripsikan secara kuantitatif (angka-angka) kecenderungan kecenderungan perilaku, atau opini-opini dari suatu populasi dengan meneliti sampel populasi tersebut. Dari sampel ini, peneliti melakukan generalisasi atau membuat klaim-klaim tentang populasi tersebut. (Creswell, 2012; 216).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari beberapa universitas di Kota dan Kabupaten Bogor yang menggunakan Facebook. Menurut data dari <http://forlap.dikti.go.id/perguruan tinggi>, jumlah populasi keseluruhan mahasiswa dari kelima Universitas tersebut sebanyak 51.267 mahasiswa/i. Pengambilan sample dengan cara simple random sampling dimana pengambilan sampel tersebar di tempat populasi berada. Penarikan sample menggunakan rumus Slovin yang didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang mahasiswa pengguna Facebook di Kota/Kabupaten Bogor.

Peneliti ingin mengetahui sejauh mana tingkat literasi media di kalangan pengguna media social facebook, dimana pemahaman tentang literasi media diperlukan pada masa dimana arus informasi yang tidak bisa dibatasi. Tahap kedua, peneliti melakukan telaah dan kajian pustaka dari sumber-sumber buku, jurnal, jurnal online, dan lainnya. Tahapan selanjutnya adalah menentukan tujuan penelitian, dimana tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat literasi media di kalangan pengguna media social facebook, bila telah didapatkan data dari hasil penelitian akan dipakai sebagai acuan untuk memulai pelatihan mengenai media literasi. Pengumpulan data diambil melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden mahasiswa pengguna facebook di Kota/kab. Bogor. Analisis dan intepretasi data dilakukan dengan cara memasukan hasil penelitian ke dalam table frekuensi. Kemudian dianalisis level atau tingkat literasi media berdasarkan nilai standar dari European Comission, yaitu level basic, medium dan advanced. Setelah dikelompokkan kemudian dipresentasekan sehingga diketahui tingkat literasi media di kalangan pengguna facebook di Kota/kab. Bogor Lokasi penelitian dilakukan di beberapa Universtas yang berada di Kota/Kab Bogor (Universitas Pakuan, Universitas Ibnu Khaldun, IPB, Univ. Djuanda).

Model yang digunakan dalam penelitian adalah model Literacy Media dari European Commission. Dimensi-dimensi dalam media literasi teridentifikasi sebagai kompetensi individual, yaitu seseorang, kapasitas individu yang terhubung dengan beberapa kemampuan tertentu (akses, analisis, komunikasi). Kompetensi ditemukan di dalam kapasitas luas yang

meningkatkan level keperdulian, analisis kritis adan kapasitas kreatif untuk memecahkan persoalan, dan factor lingkungan (sebuah set faktor-faktor kontekstual yang memengaruhi individu dan menghubungkan ke pendidikan media dengan hak penduduk). Dimensi-dimensi ini dipisahkan lagi melalui kriteria-kriteria seperti Individual competence yang terdiri dari use, critical understanding dan communicative abilities, serta faktor-faktor Enviromental termasuk di dalamnya adalah media policy, media education, media industry dan aksi-aksi masyarakat sipil.



Gambar 1: struktur media literacy assessment criteria (European Comission, 2009);
Sumber: European Comission, 2009

Pada penelitian ini, yang digunakan untuk menilai tingkat literasi media hanyalah pada tingkat kompetensi individu saja. Tingkat kompetensi individu terdiri dari tiga kategori yaitu:

1. Technical Skills, yaitu kemampuan untuk mengakses dan mengoperasikan media. Technical skills ini mencakup beberapa criteria, yaitu: kemampuan menggunakan computer dan internet, kemampuan menggunakan media secara aktif, kemampuan menggunakan internet yang tinggi.
2. Critical Understanding, yaitu kemampuan untuk menganalisis dan mengevaluasi konten media secara komprehensif. Kriteria critical

understanding adalah kemampuan memahami konten dan fungsi media, memiliki pengetahuan tentang media dan regulasi media, perilaku pengguna dalam menggunakan media.

3. Communicative Abilities, merupakan kemampuan untuk bersosialisasi dan berpartisipasi melalui media serta memproduksi konten media.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari beberapa universitas besar di Kota dan Kabupaten Bogor, jumlah mahasiswa tersebut sebanyak 51.267 mahasiswa/i. Pengambilan sample dengan cara simple random sampling dimana pengambilan sampel tersebar di tempat populasi berada. Penarikan sample menggunakan rumus Slovin yang didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang mahasiswa pengguna Facebook di Kota/Kabupaten Bogor.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ukuran sampel N = ukuran populasi e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%.

$$n = \frac{51267}{100 + 51267(0.1)^2} \quad n = 100$$

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara wawancara (kepada responden sebelum melakukan survey untuk mengetahui apakah responden tersebut merupakan pengguna facebook atau bukan), selain itu teknik pengumpulan data juga mempergunakan observasi atau pengamatan langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian), teknik lain dan yang paling utama dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner mengenai tingkat literasi media pada mahasiswa pengguna facebook. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tabel analisis frekuensi yang membantu untuk mengetahui bagaimana disribusi frekuensi dari data penelitian.

PEMBAHASAN

Literasi media terdiri dari dua fondasi yaitu pengetahuan dan informasi, tanpa ada dua hal tersebut orang menjadi tidak memiliki bahan baku awal untuk menjadi terliterasi. Hal paling awal yang diperlukan oleh khalayak adalah akses terhadap media itu sendiri. Dari hasil

penelitian penulis pada responden 100 mahasiswa yang berusia 16 tahun hingga 25 tahun di Kota dan Kabupaten Bogor menunjukkan bahwa 54% dari responden menonton TV setiap hari, 29% menonton televisi seminggu satu kali, sisanya jarang menonton atau tidak tahu. Responden yang mengakses internet melalui handphone sebanyak 93 % dari total keseluruhan.

Dari data penulis tahun 2016 mengenai penggunaan media massa menunjukkan bahwa internet merupakan media yang paling sering diakses, responden yang menggunakan internet melalui handphone sebanyak 93 %. Media televisi menempati urutan kedua setelah internet, sebanyak 54% responden menonton televisi setiap hari, sisanya adalah buku dan video games. Namun responden yang membaca surat kabar dan mendengarkan radio sangat kecil persentasenya, 50 % responden tidak pernah membaca surat kabar cetak dan 48 % responden tidak pernah mendengarkan radio.

Akses khalayak ke media sangatlah aktif, terbukti dari hasil yang didapatkan terutama ke media internet hampir semua responden mengakses internet setiap hari. Namun penggunaan informasi yang aktif ini apabila tidak dibarengi dengan kemampuan memahami media akan berakibat yang kurang baik. Dengan karakteristik media internet yang belum bisa terlihat polanya dan agak sukar diprediksi serta dengan akses ke internet tinggi, memungkinkan pertemuan di akses informasi yang tinggi pula. Dalam kasus di atas repondennya adalah mahasiswa di kota bogor, dan sebanyak 93% terakses internet dan mendapatkan semua informasi sebagian besar dari internet. Di dalam internet informasi yang bisa didapatkan beragam, namun sebagian besar mereka mengakses media

Media sosial merupakan perangkat *micro blogging* atau blog mikro yang kini banyak bentuknya, seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *path*, dan lainnya. Media social juga dengan teknologi di dalamnya memungkinkan setiap orang bisa terkoneksi dengan orang lain, dan apabila semakin besar menjadi jejaring sosial. Orang yang mengakses media social sangat banyak dan setiap orang dapat dengan bebas menyuarkan pendapat atau pemikirannya di dalam media ini. Setiap orang bisa memperoleh atau memproduksi informasi secara bebas. Karena fenomena seperti itu maka seperti media lainnya yang merupakan

tempat pertukaran ide dan informasi, media social pun demikian, menjadi tempat pertukaran ide dan informasi. Informasi yang datang bisa dari perorangan, kelompok atau dari media massa resmi. Karena merupakan tempat bertukarnya informasi, maka terkadang konten yang berada di media sosial dijadikan sumber rujukan atau sumber informasi bagi sebagian media untuk dijadikan berita.

Peran media sosial cukup berpengaruh di dalam kehidupan sehari-hari, karena media ini bisa menyampaikan informasi apa pun, baik dari informasi dan atau berita yang objektif hingga ke pendapat personal, baik informasi dan atau berita yang dapat dipercaya dan sebaliknya. Media social merupakan sebuah bentuk fasilitas yang ada di internet. Bentuk lainnya adalah website dan bentuk lainnya yang juga bisa menyediakan berbagai macam pilihan informasi. Dengan banyaknya informasi yang tersedia, dapat dipastikan pula akan berhubungan dengan perolehan informasi untuk khalayak yang cukup banyak. Khalayak bisa mendapatkan informasi yang beragam. Khalayak yang terterpa informasi yang banyak bukan tidak mungkin kehidupannya akan terpengaruh oleh konten media.

Kekuatan media massa seperti yang dijelaskan di atas bisa memengaruhi kehidupan masyarakat penonton atau khalayak media massa. Khalayak yang kurang bisa memilih dan memilih berita atau informasi bisa dengan mudah terbawa opini atau informasi yang diberikan media massa. Salah satu cara mengatasi hal ini adalah dengan memiliki kemampuan literasi media di dalam diri setiap individu yang terterpa media massa.

Literasi media bisa melindungi khalayak dari tujuan-tujuan tertentu dari media massa. Karena menurut Considine *dalam* Iriantara (2009; 21) media bisa melakukan konstruksi pesan, pesan-pesan media mengandung nilai-nilai dan ideologi-ideologi, Media mempresentasikan realitas yang terkonstruksi, khalayak menegosiasikan makna menurut mereka sendiri, pesan-pesan media memiliki konsekuensi-konsekuensi social dan politik, konstruksi media memiliki tujuan-tujuan komersial, setiap medium memiliki bentuk estetika yang unik.

Media mempresentasikan realitas yang terkonstruksi oleh media itu sendiri, seringkali ideologi media, ekonomi media, factor politik,

dan factor lainnya berpengaruh terhadap informasi yang disampaikan khalayak. Untuk menghindari hal tersebut khalayak harus memiliki kemampuan literasi media. Kemampuan Literasi media tidak didapat begitu saja, melainkan harus dipelajari. Ada dua proses untuk mengkonstruksi literasi media. Proses pertama adalah proses membangun struktur pengetahuan yang kuat untuk menjadi terliterasi. Proses kedua adalah berlaku sesuai dengan cara literasi media pada saat pemaparan pesan media. Kita memerlukan informasi dan keahlian untuk menjadi seorang yang terliterasi. Informasi sebagai baku dalam struktur pengetahuan dan keahlian sebagai perangkatnya. Kemampuan pertama adalah kemampuan untuk menganalisis, mengevaluasi, mengelompokkan, menginduksikan, mendeduksikan, mensintesis dan mengabstraksikan (media atau pesan media). Kemampuan kedua adalah kemampuan untuk memproduksi (media atau konten media), seperti menulis, fotografi, *acting, directing, editing, sound recording*, dll. Kemampuan memproduksi media atau isi media tergantung pada kemampuan yang pertama yaitu kemampuan untuk memproduksi media/isi media.

Kemampuan menganalisis, mengevaluasi, mengelompokkan, menginduksikan, mendeduksikan, mensintesis dan mengabstarksi pesan media adalah kemampuan awal yang diperlukan seseorang untuk memahami media. Setelah seseorang memahami proses tersebut barulah seseorang bisa memproduksi konten media maupun media itu sendiri. Khalayak atau orang yang telah memiliki kemampuan tersebut akan memiliki pijakan atau dasar yang kuat di dalam menghadapi terpaan informasi. Apabila khalayak tidak memiliki proses yang bertahap maka kemampuan literasi media pun tidak akan terlalu kuat atau bagus.

Hal ini terjadi kepada sebagian masyarakat Indonesia, khususnya di kota bogor. Penulis mengamati atau meneliti tingkat literasi media atau kemampuan literasi media kepada seratus orang mahasiswa yang berada di kota bogor. Dari hasil analisis yang didapatkan di lapangan kemudian bisa didapatkan penghitungan skor.

Berikut tabel tingkat kemampuan literasi media

Criteria	Basic Level	Medium Level	Advanced Level
<i>Use Skills</i>	0 – 11	12 – 16	17 – 21
<i>Critical Understanding</i>	0 – 5	6 – 8	9 – 11
<i>Communicative Abilities</i>	0-1	2 – 3	4-5

Sumber: European Commission, 2009.

Keterangan:

Basic: Kemampuan dalam mengoperasikan media tidak terlalu tinggi, kemampuan dalam menganalisa konten media tidak terlalu baik, dan kemampuan berkomunikasi lewat media terbatas.

Medium: kemampuan mengoperasikan media cukup tinggi, kemampuan menganalisa dan mengevaluasi konten media cukup bagus, aktif dalam memproduksi konten media dan berpartisipasi secara social

Advanced: kemampuan mengoperasikan media sangat tinggi, memiliki pengetahuan yang tinggi sehingga mampu menganalisa konten media secara mendalam, serta mampu berkomunikasi secara aktif melalui media.

Tingkat pengukuran literasi media pada mahasiswa/I di Kota dan Kabupaten Bogor pada tingkat *use skills* berada pada level medium, pada *critical understanding* berada pada level medium dan pada *communicative abilities* berada pada level medium. Hal ini berarti kemampuan mengoperasikan media cukup tinggi, kemampuan menganalisa dan mengevaluasi konten media cukup bagus, aktif dalam memproduksi konten media dan berpartisipasi secara sosial.

Dari hasil penelitian yang didapatkan, kemampuan responden secara keseluruhan berada pada level menengah. Penulis menggunakan model dari European Commission yang menyatakan bahwa tingkat kemampuan literasi media terdiri factor lingkungan dan factor individu. faktor lingkungan terdiri dari *media availability* dan *media literacy context* yang terdiri dai *media education, media literacy policy, civil society* dan *media Industry*. Factor lingkungan atau *environmental Factors* ini lebih kepada factor di luar pribadi seseorang. Lebih kepada pembahasan yang lebih luas, seperti bisa melibatkan pemerintah mengenai kebijakan literasi media, system pendidikan yang di dalamnya apakah melibatkan literasi media atau tidak, dan organisasi lain di luar pemerintahhan yang peduli terhadap literasi media. Factor

individu terdiri factor personal dan social. Faktor personal merupakan kemampuan dasar yang dimiliki individu mengenai pengetahuan tentang media dari mulai cara penggunaan media hingga ke daya kritis individu terhadap media. Factor personal merupakan factor penting atau bisa juga dijadikan perangkat di dalam literasi media. Apabila kemampuan seseorang sudah baik di level personal maka dia akan memiliki kemampuan yang cukup untuk menyuarakan pendapatnya kepada masyarakat dalam bentuk karya, atau menjalin relasi social dan ikut berpartisipasi di dalam masyarakat.

Para mahasiswa di Kota Bogor memiliki kemampuan menggunakan media (*use skills*) pada level medium atau menengah, artinya pada penggunaan media mereka telah memiliki kemampuan yang cukup mumpuni dalam memakai media massa atau menggunakan perangkat media massa. Media massa yang paling banyak digunakan adalah internet baik melalui *mobile phone* maupun perangkat lainnya. Media yang paling sering mereka gunakan setiap hari selain internet adalah televisi, kemudian buku dan video games. Surat kabar tercetak dan radio sudah hampir ditinggalkan dan jarang digunakan. Dalam mempergunakan internet lebih kepada penggunaan email, website, dan jejaring sosial, sedikit yang menggunakan *email* dan *sms banking*. Para responden ini dalam kemampuan memanfaatkan media hanya pada sebatas pengguna saja, mereka belum mampu untuk membuat produk di internet, seperti *website*, responden belum mampu membangun atau membuat website, belum mengerti bahasa pemrograman serta mereka juga pasif terhadap pencegahan *spam* atau *hacker*

Tingkat kemampuan literasi media mahasiswa di kota bogor pada tingkat kemampuan kritis (*critical understanding*) berada pada level menengah juga. Meskipun penggunaan internet mendominasi, namun tingkat kepercayaan pada informasi yang dimuat di media online lebih rendah daripada informasi pada media massa tercetak. Meskipun mereka jarang membaca surat kabar cetak, namun tingkat kepercayaan pada surat kabar ini paling tinggi, diikuti dengan tingkat kepercayaan khalayak terhadap informasi yang disampaikan melalui media online, radio, baru televisi.

Menjadi hal yang kurang baik apabila dalam penggunaan media lebih banyak media internet, sedangkan tingkat kepercayaannya lebih sedikit. Lebih jauh daripada itu, tingkat pengetahuan mahasiswa mengenai hukum atau regulasi yang ada di internet rendah. Sebagian besar dari mereka tidak mengetahui Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE No.18 Tahun 2008) secara detail (sebelum UU ITE direvisi pada 2016). Mereka bisa membedakan pesan iklan yang dibuat tidak menyerupai iklan.

Berdasarkan kemampuan menciptakan isi (*content creation*), responden memiliki tingkat kemampuan menciptakan konten di level medium. Hal ini menjelaskan bahwa para mahasiswa telah mampu membuat karya di dalam media, sebagian besar mahasiswa mahir menciptakan konten yang berupa video, atau konten musik atau mengunggah postingan pendapat di media sosial. Membuat konten media termasuk ke dalam wilayah sosial, bukan lagi personal, meskipun masih berada pada tatanan kompetensi individual. Berdasarkan model literasi media dari European Commission yang berbentuk piramida, membuat konten merupakan level yang paling tinggi di dalam literasi media selain dengan berpartisipasi di masyarakat serta membina relasi social.

Berdasarkan piramida dari model European commission, secara ideal konsep yang kuat apabila dasarnya juga kuat, seperti halnya piramida yang bagian bawah tampak lebih lebar daripada bagian puncak. Kemampuan literasi yang kuat karena bagian dasarnya juga kuat. Namun apabila bagian bawahnya tidak kuat berarti dasarnya belum terlalu kuat. Sama halnya dengan apa yang terjadi di Indonesia, meskipun pada bagian *critical understanding* berada pada level medium, namun hal-hal yang penting dan krusial yaitu mengenai regulasi di media belum terlalu dipahami oleh khalayak. Mereka baru memahami secara kritis dari kontennya saja, seperti kepentingan atau keberpihakan media, para responden sudah bisa mengamatinya, mereka juga sudah bisa membedakan konten atau isi media yang layak disiarkan atau tidak, juga bisa membedakan pesan iklan yang terselubung.

Tidak seperti di sebagian besar Negara Eropa atau Negara lain yang sudah memberikan perhatian terhadap literasi media, di Indonesia

sendiri elemen dasar penopang literasi media sepertinya belum cukup kuat, lembaga penggiat literasi media masih bisa dihitung dengan tangan, perhatian dari pemerintah pun tidak terlalu banyak. Karena hal tersebut wajar saja apabila tingkat literasi media di kalangan mahasiswa di Kota Bogor termasuk ke dalam level medium. Di kalangan mahasiswa saja yang notabene sebagai kaum terpelajar masih berada pada level medium, bagaimana halnya dengan masyarakat umum yang

tidak memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk menjadi terliterasi, sedangkan akses mereka terhadap media tinggi, termasuk akses ke internet terutama media social cukup tinggi. Atas hal ini penulis memakai istilah *euphoria teknologi* yang terjadi di masyarakat Indonesia, karena kemampuan mengakses bahkan membuat konten media sudah ada atau sudah bisa dilakukan sedangkan pengetahuan mengenai media sendiri belum terlalu kuat.

*) Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan, Bogor

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John, W. 2012. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta; Pustaka Pelajar
- KPI. 2012. *Meretas Jalan Sosialisasi Literasi Media di Indonesia*. Jakarta: KPI Pusat Bidang Kelembagaan.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta; Prenadamedia Kencana
- Potter, James. 2013. *Media Literacy*. California: Sage Publication.Inc
- Rogers, Everett, M. 1986. *Communication Technology*. New York; Free Press
- Siregar, Sofyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Warnick, Barbara. 2002. *Critical Literacy in a Digital Era*. London; Lawrence Erlbaum Associates.
- Sumber Online:
- European Commission. 2009. *In study assessment criteria for media literacy levels*. cf.http://cc.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm. Diakses pada 23/10/2016
- Nestanto, Reska, K. 2014. Facebook ungkap jumlah penggunaannya di Indonesia. tekno.kompas.com. Diakses pada 23/03/2015.