



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu tersebut peneliti manfaatkan sebagai rujukan dan bimbingan dalam menyusun penelitian ini.

Penelitian terdahulu pertama berjudul “Pengaruh Literasi Media Digital Terhadap Tingkat Pengetahuan Mengenai Hoaks Pada *Digital Natives* dan *Digital Immigrants* Di Kota Bandung” oleh Ignatia Mariae Adeline dari Universitas Multimedia Nusantara. Penelitian yang dilaksanakan pada 2018 tersebut memiliki tujuan yakni, melihat adakah pengaruh dari literasi media digital terhadap tingkat pengetahuan terkait isu *HOAX* bagi *digital natives* dan *digital immigrants*. Serta penelitian tersebut, membandingkan hasil penelitian antara *digital natives* dan *digital immigrants*.

Dalam memaparkan konsep dari literasi media digital, Ignatia menggunakan teori David Buckingham mengenai literasi digital. Teori David Buckingham tersebut menjelaskan literasi digital yang terurai menjadi: representasi, bahasa, produksi, dan audiens.

Penelitian kuantitatif dan bersifat ekplanatif ini menggunakan teknik penelitian survei untuk menyasar 60 individu yang merupakan *digital natives* dan 60 individu yang merupakan *digital imigrants*.

Adapun hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut ialah, literasi media digital memiliki pengaruh terhadap penyebaran *HOAX* baik pada *digital natives* maupun *digital imigrants*. Kemudian, terdapat perbedaan literasi media digital antara *digital natives* dan *digital imigrants*. Pada *digital natives* literasi media digital memiliki pengaruh sebesar 19,9% terhadap penyebaran *HOAX*, sedangkan pada *digital imigrants* literasi media digital memiliki pengaruh sebesar 85,9% terhadap penyebaran *HOAX*.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Ignatia ini memiliki keterbatasan yakni pada penggunaan alat ukur. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur literasi media digital dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang dikembangkan sendiri oleh Ignatia dari teori Buckingham. Sehingga belum banyak penelitian yang menggunakan alat ukur tersebut.

Adapun relevansi antara penelitian Ignatia dengan penelitian ini ialah pada konsep untuk mengukur literasi digital individu. Sehingga peneliti menggunakan penelitian Ignatia sebagai acuan dalam mengukur tingkat literasi digital.

Penelitian terdahulu kedua berjudul “Peningkatan Keterampilan Berpikir Kritis melalui Model Pembelajaran Discovery Learning” oleh Devi Qurniati, Yayuk Andayani, dan Muntari dari Universitas Mataram.

Penelitian yang dilaksanakan pada 2015 ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari model pembelajaran *discovery learning* terhadap keterampilan berpikir kritis.

Dalam penelitian tersebut, Devi, dkk memaparkan konsep berpikir kritis menggunakan teori dari Ennis yang diuraikan menjadi 5 aspek, yakni klarifikasi elementer, dukungan dasar, penarikan kesimpulan, klarifikasi selanjutnya, serta startegi dan taktik.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah metode *quasi eksperimen* yang menyasar dua kelompok yang dibedakan kelasnya menjadi kelas kontrol dan kelas eksperimen sebagai sampel penelitian.

Adapun hasil dari penelitian tersebut ialah tidak terdapat pengaruh dari model belajar *discovery learning* terhadap keterampilan berpikir kritis. Hal ini dapat disebabkan akibat kurang memperhatikan latar belakang sampel seperti karakteristik sampel sebelum melaksanakan uji coba.

Relevansi antara penelitian ini dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Devi, dkk ialah pada penggunaan konsep berpikir kritis. Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan teori Ennis terkait 5 aspek keterampilan berpikir kritis.

Penelitian terdahulu berikutnya berasal dari jurnal mengenai khalayak digital. Artikel jurnal tersebut berjudul “Riset Khalayak Digital: Prespektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial” yang dibuat oleh Rulli Nasrullah pada 2018 pada jurnal sosioteknologi.

Riset ini menggunakan anilisis media siber yang merupakan hasil perkembangan dari penelitian etnografi, untuk menganalisis dua hal.

Pertama, apakah interaksi dalam internet dapat dikategorikan sebagai budaya atau hanya sebatas kebiasaan belaka.

Kemudian, penelitian etnografi tersebut juga menargetkan kelompok atau komunitas tertentu untuk melihat konsekuensi realitas apa yang tercipta dari kelompok atau komunitas internet tersebut. Untuk melihat konsekuensi realitas, dibutuhkannya konsep pengalaman yang menjadi jembatan antara realitas virtual dan konsekuensi realitas atau dalam kasus ini disebut juga kegiatan atau dunia *offline*.

Selanjutnya berasal dari artikel jurnal yang berjudul “Khalayak Media Baru” yang ditulis oleh Ruth Mei Ulina Malau dalam *THE MESSENGER*, Volume II, Nomor 2, Edisi Januari 2011.

Dalam artikel jurnal ini, Ruth menjelaskan pengertian khalayak menurut Wilbur Lang dalam Schramm (1955) bahwa khalayak merupakan kumpulan dari *receiver* yang merupakan bagian dari proses komunikasi massa.

Lebih selanjutnya Ruth juga menggunakan empat pembagian tipologi khalayak menurut Nightingale (2003) yakni, khalayak sebagai penonton, khalayak sebagai sasaran yang diimiginasikan oleh media, pengalaman interaktif khalayak, dan khalayak yang berpartisipasi pada program acara media.

Sebelum masuk pada penjelasan mengenai media dan *postmodernisme*, Ruth menjelaskan pemikiran Herbert Blummer (1939) dalam McQuail (2010), terkait perbedaan khalayak dengan kelompok, kerumunan, dan

publik. Khalayak disebut sebagai massa yang sangat besar, heterogen, dan tersebar luas, sehingga masing-masing dari anggotanya kemungkinan tidak saling mengenal satu sama lain. Kemudian Ruth menggunakan konsep media *modernisme* dan *postmodernisme* dari Ang (1996) dalam membedakan media konvensional dan media digital. Pembahasan dalam jurnal tersebut lebih condong ke arah khalayak *new media* atau khalayak digital yang muncul sebagai sebuah identitas baru yang muncul karena terdapat *new media*.

New media tersebut menggeser atau menggantikan posisi media konvensional dan menciptakan karakteristik media dan khalayak yang lebih baru, yakni lebih interaktif dan akses yang cepat. Peneliti menggunakan jurnal dari Rulli Nasrullah sebagai acuan dari konsep terkait khalayak digital. Sedangkan untuk jurnal dari Ruth Mei Ulina Malau, peneliti menggunakannya sebagai acuan akan karakteristik media baru atau *new media*.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Keterampilan Berpikir Kritis

Keterampilan dalam berpikir kritis tidak lepas dari konsep berpikir kritis itu sendiri. Menurut Ennis dan C.F Norris, berpikir secara kritis adalah berpikir secara masuk akal, seperti merefleksikan pemikiran yang berfokuskan untuk memutuskan apa yang harus dipercaya atau dilakukan (Fisher, 2011, p. 4).

Dalam penjelasan konsep di atas, Ennis memperlihatkan fokusnya pada pengambilan keputusan. Secara lebih lanjut, Ennis dan Norris, membagi komponen keterampilan berpikir kritis menjadi 5 aspek dan 12 indikator, yakni *elementary clarification*, *basic support*, *inference*, *advanced clarification*, *strategies and tactics* (Herdianto, Setyarsih. 2014).

Gambar 2.1: Dimensi dan indikator Keterampilan Berpikir Kritis

Kompetensi Berpikir Kritis	Indikator-Indikator
Merumuskan masalah	1. Memformulasikan pertanyaan yang mengarahkan investigasi.
Memberikan argumentasi	2. Argumen sesuai dengan kebutuhan.
Melakukan deduksi	3. Menunjukkan persamaan dan perbedaan.
Melakukan induksi	4. Mendeduksi secara logis.
	5. Menginterpretasi secara tepat.
Melakukan evaluasi	6. Menganalisis data.
	7. Membuat generalisasi.
	8. Menarik kesimpulan.
Mengambil keputusan dan tindakan	9. Mengevaluasi berdasarkan fakta.
	10. Memberikan alternatif lain.
	11. Menentukan jalan keluar.
	12. Memilih kemungkinan yang akan dilaksanakan.

Sumber: Herdianto, Setyarsih. (2014, p.2)

a. Klarifikasi elementer (Merumuskan Masalah) atau *elementary clarification*:

Memformulasikan pertanyaan yang mengarah pada investigasi. Contohnya setelah membaca suatu informasi dengan teliti, timbul pertanyaan-pertanyaan mendasar yang mempertanyakan kebenaran dari informasi atau berita tersebut.

- b. Dukungan dasar (memberikan argumentasi) atau *basic support*:

Memberikan argumentasi yang sesuai dengan kebutuhan, dan dapat menunjukkan perbedaan dan persamaan. Pada dimensi dukungan dasar ini, khalayak memberikan argumentasi akan sumber dari informasi atau berita itu sendiri, dengan menunjukkan perbedaan dan persamaan dari informasi tersebut yang diakses melalui sumber lainnya.

- c. Penarikan kesimpulan (melakukan deduksi dan induksi) atau *inference*:

Melakukan deduksi dengan cara mendeduksi secara logis dan menginterpretasi secara tepat. Sedangkan untuk melakukan induksi, lewat menganalisis data, membuat generalisasi, dan menarik kesimpulan. Hal ini berarti di balik sebuah keputusan seperti mau mempercayai suatu informasi atau tidak, pastinya sudah melewati proses pemikiran yang logis dan tepat. Kemudian dilanjutkan dengan menganalisis data,

melakukan generalisasi, dan menarik sebuah kesimpulan

- d. Klarifikasi selanjutnya (melakukan evaluasi) atau *advanced clarification*:

Mengevaluasi berdasarkan fakta dan memberikan alternatif lainnya. Contohnya khalayak dapat mengevaluasi istilah yang digunakan dalam sebuah informasi atau berita berdasarkan fakta yang didapatkan. Secara lebih lanjut dimensi ini berfokus pada bagaimana khalayak mengevaluasi istilah-istilah asing dan asumsi di balik sebuah berita atau informasi.

Sehingga tidak langsung mempercayai sebuah informasi yang beredar.

- e. Strategi dan taktik (Mengambil keputusan dan tindakan) atau *strategies and tactics*:

Menentukan jalan keluar, dan memilih kemungkinan yang akan dilaksanakan. Pada dimensi ini, berfokus pada proses pemilihan itu sendiri, dan hasil dari proses tersebut. Apakah hasil dari proses dari pemilihan tersebut

membantu menambah keyakinan dalam proses menarik kesimpulan, atau justru sebaliknya.

Lima aspek tersebut dalam penelitian ini, di rumuskan menjadi apakah generasi milenial mempertanyakan kebenaran informasi dari sebuah ujaran kebencian; apakah generasi milenial mengecek sumber dari informasi yang beredar tersebut, apakah sumber tersebut dapat dipercaya atau tidak; apakah generasi milenial menelaah sumber informasi tersebut, pertimbangkan secara logis apakah benar sumber informasi tersebut dapat dipercaya atau tidak; apakah generasi milenial menelaah isu dari topik yang beredar tersebut misalnya mengetahui isu tersebut dapat diasumsikan sebagai sebuah ujaran kebencian atau tidak; dan apakah generasi milenial diskusikan kepastian dari informasi yang beredar tersebut misalnya, bertanya kepada orang lain.

Untuk itu, penelitian ini akan menggunakan lima aspek keterampilan berpikir kritis sebagaimana yang dijelaskan oleh Ennis, sebagai acuan dalam merumuskan konsep keterampilan berpikir kritis.

2.2.2 Tingkat Pendidikan

Dijelaskan dalam UU no 20 tahun 2003 pasal 1 ayat 1 tentang Sistem pendidikan Nasional:

“Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.”

Berdasarkan definisi dalam UU no 20 tahun 2003 pasal 1 ayat 1 tentang sistem pendidikan Nasional tersebut, pendidikan tidak luput dari suasana belajar dan proses pembelajaran peserta didik. Peserta didik biasa disebut murid, siswa/i, ataupun mahasiswa/i, tergantung pada jenjang pendidikan yang ditempuh.

Lebih selanjutnya dalam UU no 20 tahun 2003 pasal 1 ayat 8 tentang sistem pendidikan Nasional menjelaskan terkait jenjang pendidikan sebagai:

“Tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan.”

Menurut UU no 20 tahun 2003 pasal 14 tentang sistem pendidikan Nasional bahwa jenjang pendidikan secara formal dibagi menjadi tiga jenjang, yakni dasar, menengah, dan tinggi. Secara lebih detail dijelaskan pada UU no 20 tahun 2003 pasal 17, 18, dan 19 bahwa jenjang pendidikan dasar berwujud Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) ataupun bentuk lain yang sama derajatnya, dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Madrasah Tsanawiyah (MTs), ataupun wujud lain yang sama derajatnya. Sedangkan jenjang pendidikan menengah yang merupakan selanjutnya dari pendidikan dasar, berwujud Sekolah Menengah

Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dan Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK), ataupun bentuk lain yang sama derajatnya.

Terakhir, jenjang pendidikan tinggi, selanjutnya dari jenjang pendidikan menengah yang meliputi program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Jenjang pendidikan tinggi wajib diselenggarakan dengan sistem terbuka.

Tingkat pendidikan dianggap relevan dengan kemampuan literasi digital karena jenjang atau tingkat pendidikan mampu mempengaruhi prespektif. Krech dan Crutchfield dalam Sari (2013) menjelaskan terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi prespektif individu, yakni faktor fungsional dan faktor struktural.

Faktor fungsional merupakan faktor personal seperti kebutuhan, pengalaman, tingkat pendidikan individu, dan sebagainya. Sedangkan faktor struktural lebih condong pada efek stimulus fisik seperti sistem syaraf tubuh.

Dalam menjelaskan tingkat atau jenjang pendidikan, peneliti menggunakan UU no 20 tahun 2003 pasal 17, 18, dan 19 tentang Sistem Pendidikan Nasional menjadi acuan dalam mengukur tingkat pendidikan responden.

Untuk sistem skoring dalam perhitungan tingkat pendidikan, peneliti mengikuti sistem skoring pada penelitian (Chintia, 2018, p.

62), di mana tingkat pendidikan dikonversi menjadi empat klasifikasi:

Tabel 2.1 Perhitungan Skor Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Skor
SD	6
SMP	9
SMA	12
Dipolma	15
S1	16
S2	18
S3	21

Tabel 2.2 Konversi Perhitungan Tingkat Pendidikan

Skor	Konversi Skor
6 – 9,75	1
> 9,75 – 13,5	2
>13,5 – 17,25	3
>17,25 – 21	4

Klasifikasikan konversi skor di atas menggunakan rumus jarak interval, melalui data lamanya masa responden menuntut ilmu dalam jalur pendidikan formal.

2.2.3 Kemampuan Literasi Digital

Perubahan era menuju era digital tentunya memberikan dampak bagi penyebaran informasi. Kini, muncul media digital yang karakternya berbeda dengan media-media konvensional seperti koran, majalah, radio, dan sebagainya. Munculnya media digital juga berdampak pada proses penyebaran informasi. Sehingga dalam proses penyebarannya, informasi dapat tersampaikan lebih cepat, mudah instan, dan global.

Setiap hal memiliki dua sisi, kelebihan serta kekurangan, begitu pula dengan media digital. Cepat dan luas dalam proses penyebaran informasi menjadi kelebihan atau sisi positif dari media digital.

Namun, di balik kecepatan dibutuhkan keakuratan. Kurang akuratnya informasi yang menyebar di media digital menjadi titik kekurangan atau negatif dari media digital. Hal inilah yang menjadi penyebab menyebarnya informasi palsu atau *HOAX* dan ujaran kebencian yang beredar di media digital.

Untuk itu, dalam menjelajahi dunia digital dibutuhkan literasi digital, agar tidak tersesat dalam informasi palsu atau *HOAX* dan ujaran kebencian. Paul Gilster (1997) dalam Kementerian Pendidikan dan

Kebudayaan (2017) mengartikan literasi digital sebagai kemampuan khalayak dalam memahami dan menggunakan berbagai bentuk informasi dari berbagai sumber yang diakses lewat komputer, atau dalam konteks ini disebut dengan media digital.

Sedangkan menurut Bawden (2001) pemahaman akan literasi digital merupakan gabungan dari literasi komputer dan literasi informasi. Pada konsep ini, Bawden berfokus pada keterampilan teknis seperti bagaimana mengakses, menyusun, menafsirkan, dan menyebarkan informasi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2017).

Selama ini literasi digital sendiri tidak dijabarkan atau digambarkan secara keseluruhan, hanya berdasarkan literasi komputer atau bagaimana kemampuan menjalankan komputer tersebut (Buckingham, 2015, p. 23).

Lebih lanjut Buckingham (2015), menjelaskan konsep literasi digital menurut Livingstone (2005), di mana literasi digital dibagi dalam tingkat level. Level 1 terkait pengetahuan terminologi TIK pada umumnya, meliputi bagaimana mengelola data, menyimpan data, dan sebagainya. Dapat dikatakan level 1 ini berkaitan dengan kemampuan dalam menggunakan fitur-fitur perangkat lunak (*software*).

Sedangkan level 2 terkait pada kemampuan dalam menggunakan mesin pencarian atau *search engine*, bagaimana generasi milenial memaksimalkan pencarian pada mesin pencarian lewat penggunaan kata kunci.

Penelitian ini lebih fokus pada konten dibandingkan perangkat lunak. Untuk itu peneliti memilih menggunakan konsep yang dikembangkan oleh Buckingham.

Buckingham (2015, p.25), literasi digital lebih dari sekedar masalah instrumental atau fungsional, namun lebih pada mengevaluasi informasi dan menggunakan informasi tersebut secara kritis sebelum diubah menjadi sebuah pengetahuan.

Konsep ini dapat diartikan sebagai proses mencerna sebuah informasi yang didapatkan sebelum memutuskan untuk mencerna informasi tersebut menjadi sebuah pengetahuan, seperti mempertanyakan sumber informasi, kepentingan produsen, bagaimana informasi tersebut mewakili dunia, dan paham bagaimana hubungan perkembangan teknologi dengan kekuatan sosial, politik, dan ekonomi.

Secara lebih lanjut, Buckingham (2015) menguraikan empat aspek konseptual yang menjadi

komponen penting dalam literasi digital. Keempat aspek tersebut dijabarkan sebagai berikut:

a. Representasi

Semua media, baik media konvensional maupun media digital tidak hanya merefleksikan dunia, tetapi juga merepresentasikan dunia. Media memberikan interpretasi sekaligus pilihan atas realitas tertentu bagi khalayak digital terutama generasi milenial, yang memiliki nilai-nilai dan ideologi tersirat tertentu.

Generasi milenial yang memiliki atau mendapatkan informasi perlu mengevaluasi informasi tersebut terlebih dahulu. Seperti mempertanyakan motivasi atau motif dari para produsen informasi, apa yang ingin dicapai melalui informasi tersebut; dalam langkah ini generasi milenial dapat membandingkan baik dengan sumber lain maupun pengalaman pribadi.

Dalam kasus informasi berbentuk teks, ini berarti menjawab pertanyaan mengenai otoritas, reliabilitas, dan juga bias, sehingga akan terlihat sudut pandang siapa yang diwakili dalam informasi tersebut, dan sudut pandang siapa yang tidak terwakili.

b. Bahasa

Generasi milenial yang terpelajar memiliki kemampuan untuk menggunakan memahami cara kerja bahasa, dan tidak sembarangan dalam menggunakannya.

Sehingga pemahaman dari bahasa tidak hanya sebagai alat bantu komunikasi sehari-hari, tetapi juga sebagai kemampuan menganalisis fungsi bahasa.

Untuk itu dalam literasi digital dibutuhkan kesadaran sistematis terkait bagaimana media digital tersebut dibangun, dan dalam komunikasi interaktif yang unik. Dalam kasus ini, terkait ujaran kebencian pada kolom komentar, *caption* atau keterangan pada postingan Instagram, dan fitur Instagram *story*.

c. Produksi

Literasi melibatkan pemahaman seperti siapa berkomunikasi dengan siapa, lalu mengapa. Dalam aspek produksi di media digital, khalayak digital perlu menyadari bahwa semakin penting pengaruh dari sebuah komersial atau iklan, terutama cuplikan komersial atau iklan yang tidak disadari sebagai komersial atau iklan oleh khalayak digital terutama generasi milenial.

Untuk itu khalayak digital tersebut perlu tahu kapan saatnya mereka menjadi sasaran dari sebuah komersial atau

iklan, dan bagaimana informasi yang khalayak berikan dapat digunakan oleh perusahaan untuk komersial.

Literasi digital juga melibatkan kesadaran yang lebih luas lagi mengenai peran global periklanan, promosi, dan sponsor, serta bagaimana khalayak secara emosi terpengaruhi informasi yang tersedia tersebut.

Tidak hanya terhadap sumber komersial atau iklan, khalayak juga harus memiliki kesadaran yang sama terhadap sumber-sumber non-komersial dan kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan, seperti menggunakan media sebagai sarana persuasi dan mempengaruhi.

Dalam kasus ini Saracen merupakan salah satu contohnya. Saracen dengan kedoknya sebagai media dari salah satu agama, berusaha mempengaruhi pandangan khalayak seputar politik.

Sebagai sumber informasi, kelompok Saracen memiliki kepentingan ekonomi dalam mempengaruhi pandangan politik khalayak, kelompok Saracen menarik keuntungan secara materi (uang) dari pelanggannya.

d. Audiens

Masih berhubungan dengan kesadaran, dalam poin ini audiens atau khalayak harus sadar akan posisinya sebagai audiens atau khalayak.

Hal ini berhubungan dengan kesadaran audiens atau khalayak terkait situs-situs yang diakses, bagaimana data audiens yang berkunjung ke situs tersebut dikumpulkan, dan algoritma memberikan motivasi sesuai situs-situs yang sering diakses.

Kegiatan berbelanja online menjadi salah satu contohnya. Misalnya saat audiens membuka situs belanja online menggunakan situs tokopedia untuk mencari barang berupa helm. Maka saat audiens sedang membuka situs lainnya, akan keluar iklan dari tokopedia dan memberikan tawaran-tawaran helm.

Selain itu, algoritma juga memberikan refleksi terkait bagaimana audiens menggunakan media dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam kasus penggunaan media sosial seperti Instagram.

Dalam Instagram, terdapat fitur “*explore*” atau jelajah. Dalam fitur tersebut khalayak dapat menemukan postingan terkait hal yang sering dibuka, disukai, atau bahkan ditonton. Lebih luas dari itu, fitur ini juga dipengaruhi oleh teman atau kelompok lingkungan khalayak itu sendiri, meski dampaknya tidak terlalu besar.

Contohnya, apabila khalayak *follow* atau sering mengikuti informasi seputar ujaran kebencian maka tidak

heran jika dalam halaman *explore* ditemukan 80% postingan seputar ujaran kebencian.

Gambar 2.2: Halaman Explore dalam Instagram



Sumber: Data Pribadi Peneliti

Dalam gambar di atas, terlihat perbedaan halaman jelajah tersebut. Jika di sebelah gambar pada halaman *explore* didominasi oleh hal-hal yang berhubungan dengan otomotif atau motor, di sisi sebelah kiri halaman *explore* tersebut didominasi oleh hal-hal yang lebih feminis seperti kartun dari *manga* atau *anime*, *makeup*, *fashion*, dan *food photography*.

Hal ini dapat diartikan bagaimana audiens paham, media menargetkan mereka dan bagaimana audiens lainnya dari kelompok yang berbeda meresponnya.

Konsep literasi digital dari Buckingham (2015) yang mengedepankan konten dan pemikiran kritis tersebut akan menjadi dasar dalam atau acuan dalam penelitian mengenai literasi digital ini.

2.2.4 Audiens (Khalayak Digital)

Menurut Cangara (2007), konsep khalayak disebut sebagai pihak penerima pesan yang menjadi sasaran oleh sumber. Sumber pesan tersebut dapat berwujud individu, kelompok, partai, hingga negara.

Lebih selanjutnya Cangara (2007, p.25) menjelaskan pentingnya peran penerima sebagai sasaran komunikasi dalam proses komunikasi. Hal ini berhubungan dengan bagaimana khalayak menerima, memahami, menafsirkan, hingga meneruskan pesan yang diterima.

Karakteristik khalayak sendiri terbagi berdasarkan kategori media, baik media konvensional maupun media digital. Media konvensional dikenal sebagai media massa bentuk lama seperti televisi, koran, majalah, dan sebagainya.

Sedangkan media digital atau yang sering disebut sebagai media baru merupakan media yang berhubungan dengan internet. Menurut Rogers (1986), media baru dapat diuraikan dalam tiga ciri utama yakni *interactivity*, *demassification*, dan *asynchronous*.

Interactivity atau interaktivitas di sini ialah kemampuan untuk berinteraksi atau berbicara balik dalam proses komunikasi. Dalam media sosial contohnya seperti

Instagram, berkomentar melalui kolom komentar, menyapa melalui pesan langsung, dan membalas cerita lewat fitur *story*. Dalam media *online* contohnya seperti IDNTimes.com, khalayak dapat langsung berkomentar usai membaca berita melalui portal berita tersebut. Sedangkan dalam media *chatting* contohnya WhatsApp, khalayak dapat langsung mengirimkan informasi atau berita kepada khalayak lainnya, baik secara individual maupun kelompok, dan dapat saling bertukar pendapat mengenai informasi atau berita tersebut.

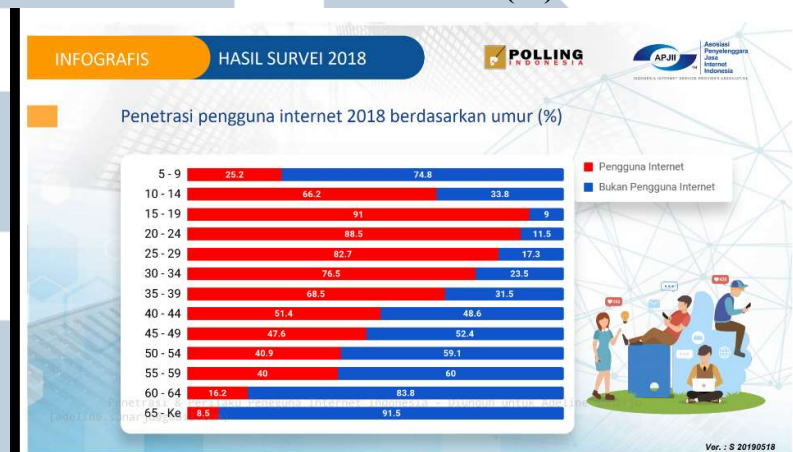
Demassification dapat bermakna pada kenaikan jumlah massa yang sebelumnya pesan tersebut dikhususkan kepada satu penerima pesan, namun berganti menjadi satu kelompok penerima pesan. Bertambahnya jumlah massa juga menimbulkan perpindahan kendali. Contoh kongkretnya berita atau informasi pada media digital, baik *online*, sosial, maupun *chatting*, produsen berita atau informasi tersebut akan menanyakan “bagaimana pendapatmu” kepada khalayak. Hal ini menunjukkan adanya perpindahan kendali dalam sebuah informasi atau berita. Kendali tidak lagi berada pada produsen berita, namun pada khalayak. Dalam media digital, hal ini dapat diartikan sebagai kemampuan literasi digital dari khalayak digital.

Asynchronous dimaknai sebagai kemampuan baru dari teknologi komunikasi. Kemampuan tersebut meliputi kemampuan untuk menerima dan mengirimkan pesan kapanpun dan di manapun, saat dikehendaki khalayak. Dalam konteks relevansi dengan penelitian ini ialah, khalayak dapat kapanpun dan di manapun menentukan apakah ingin mengakses informasi atau tidak. Bahkan fleksibilitas tersebut tidak hanya terbatas pada kapan, dan di mana, namun khalayak juga dapat menentukan bentuk akses (lewat media *online*, atau sosial, atau *chatting*), serta menentukan sumber informasi atau berita tersebut (pemilihan sumber yang terpercaya atau kredibilitas sumber).

Karakteristik media digital tersebut, secara tidak langsung memberikan keunggulan seperti ruang dan kecepatan bagi khalayak digital. Berdasarkan hasil survei penetrasi pengguna internet atau khalayak digital berdasarkan umur yang dilaksanakan APJII pada 2018, menyebutkan bahwa generasi milenial berada pada posisi kedua terbesar.

Gambar 2.3: Penetrasi Pengguna Internet 2018

Berdasarkan Umur(%)



Sumber: APJII 2018

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa khalayak digital didominasi oleh generasi Y atau generasi Milenial. Menurut dari kominfo.go.id (2016), generasi milenial atau generasi Y adalah individu yang lahir pada 1980-2000.

Hal ini berarti generasi Y atau Milenial adalah masyarakat yang berusia 19 tahun hingga 39 tahun. Namun dalam survei data pengguna internet tersebut, APJII mengelompokkan menjadi beberapa kelompok usia. Penelitian ini menggunakan survei APJII sebagai acuan sehingga dalam pengelompokkan usia generasi milenial, penelitian ini mengikuti angka usia sesuai APJII.

Namun, dikarenakan generasi milenial yang menyebar secara luas se-Indonesia, peneliti berfokuskan

pada generasi milenial yang berada di Jabodetabek. Jabodetabek merupakan singkatan dari Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi. Menurut UU no 26 tahun 2007, Jabodetabek merupakan kawasan megapolitan strategis Nasional (Detik Finance, 2014), sehingga peneliti menggunakan Jabodetabek untuk dijadikan perwakilan dari kota-kota besar di Indonesia.

Untuk media digital yang tengah populer di kalangan khalayak digital saat ini terbagi atas dua yakni media sosial dan *messenger* atau media *chatting*. Secara lebih lanjut Wicaksono (2019) menjelaskan bahwa saat ini sumber utama informasi pada generasi milenial bukanlah media *online*, melainkan akun selebgram pada media sosial Instagram.

Meski begitu, bukan berarti media online seperti portal berita tidak diminati oleh khalayak digital. Wicaksono (2019) juga menuturkan sedikitnya lima portal berita yang paling menonjol di kalangan generasi milenial yakni: Kompas.com, DetikNews.com, IDNTimes, TribunNews.com, dan Liputan6.

Melihat fenomena ini, maka tidak heran jika sebuah akun selebgram dalam Instagram mampu menggerakkan massa dan membangun opini khalayak digital. Sehingga

untuk menghindari penyebaran informasi negatif seperti ujaran kebencian maka kemampuan literasi digital dibutuhkan terutama pada kalangan generasi milenial.

2.2.5 Media Sosial

Menurut Chris Bogan (2010) dalam Suardi (2016, p.83) media sosial didefinisikan sebagai satu perangkat baru dalam komunikasi sekaligus alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang tidak tersedia sebelumnya untuk khalayak.

Dalam definisi Chris Bogan (2010) tersebut, media sosial dilihat sebagai sebuah terobosan dalam bidang komunikasi yang memberikan pengalaman baru bagi khalayak. Contohnya seperti aplikasi TIKTOK yang memberikan pengalaman bernyanyi sembari membuat video, atau WHATSAPP yang memberikan pengalaman mengobrol dengan tatap wajah menjadi lebih mudah dengan fitur *'video call'*.

Media sosial memang memiliki berbagai jenis. Menurut Nasrullah (2015) dalam Setiadi (2016) setidaknya ada enam kategori media sosial:

A. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*):

Media ini merupakan sarana di mana pengguna dapat melakukan hubungan sosial di dunia virtual. Tidak hanya dapat berhubungan tetapi juga, termasuk konsumsi dari hubungan sosial tersebut. Hubungan sosial tersebut tidak hanya berlaku dalam dunia virtual, tetapi ada kemungkinan untuk berlanjut secara *offline* di dunia nyata. Contoh dari media jejaring sosial ini adalah facebook dan linkedIn.

B. Jurnal Online (*Blog*)

Lewat *blog*, pengguna dapat mengunggah aktivitas yang kemudian dijadikan konten yang menarik, sehingga dapat saling mengomentari dan berbagi informasi, alamat link, website, atau sebagainya. Contohnya seperti wordpress dan blogspot yang memiliki akhiran domain .com atau .net.

C. Jurnal Online Sederhana (*Microblog*)

Microblog tidak jauh berbeda dibandingkan dengan *blog*, perbedaannya terletak pada batasan karakter maksimalnya. Pada *blog* pengguna dapat menulis dengan

karakter yang panjang, dalam *microblog* pengguna dibatasi penggunaan karakternya. Pada *microblog* ini digunakan untuk menceritakan aktifitas harian pengguna dan opini pengguna tentang suatu hal. Contoh dari *microblog* ini adalah twitter.

D. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Media sosial ini memberikan fasilitas atau fitur bagi penggunanya untuk saling berbagi dokumen lewat media sosial tersebut. Bentuk dokumennya dapat beragam mulai dari gambar, video, audio, dan sebagainya. Contoh untuk media berbagi ini seperti youtube, Instagram, dan sebagainya.

E. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Media sosial ini memiliki tugas seperti mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari suatu informasi atau berita secara online. Contoh untuk penanda sosial ini di Indonesia seperti LintasMe.

F. Media Konten Bersama atau Wiki

Media konten Bersama merupakan sebuah situs, di mana dalam kontennya merupakan hasil dari kolaborasi antara

pengguna dan pengunjung. Wiki layaknya ensiklopedia yang menyaikan pengertian, sejarah, dan rujukan atau tautan terkait satu kata. Contohnya seperti Wikipedia dan Wikihow.

Penelitian ini berfokus pada media sosial dengan kategori media berbagi yakni Instagram dan Whatsapp. Meski jenisnya sama-sama sebagai media berbagi atau media *sharing* tapi kedua aplikasi yang berada dibawah bendera Facebook ini penggunaannya memiliki nilai jual yang berbeda.

Instagram lebih menonjol dalam bidang media sosial dalam berbagi informasi dan konten, sedangkan Whatsapp lebih menonjol dengan fungsinya sebagai media “*chatting*”. Whatsapp mendefinisikan aplikasinya sebagai aplikasi pesan dan panggilan yang cepat, sederhana, dan aman secara gratis, serta tersedia untuk telepon di seluruh dunia (Whatsapp.com, 2019).

Fitur dalam aplikasi Whatsapp meliputi mengirim pesan secara teks, audio/suara, video, gambar, menelepon secara suara dan video; melihat kapan terakhir kali teman online, dan melihat status yang baru saja diunggah oleh teman.

Instagram fiturnya lebih menyerupai Facebook namun lebih fokus pada penyebaran gambar dan video. Mengenai jejaring sosial berbasis foto dan video yang telah berusia 8 tahun tersebut, berawal dari pemikiran dua orang lulusan Stanford University, Amerika Serikat. Mereka adalah Kevin Systrom dan Mike Krieger (Pratama, 2018).

Systrom dan Krieger merupakan CEO dari Burbn, Inc, sebuah perusahaan *startup* yang mereka bangun. Fokus Burbn,inc ialah pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam.

Saat itu, burbn,inc mengerjakan proyek pertama yakni mengembangkan aplikasi berbasis lokasi yang dipadukan dengan fotografi *mobile*. Konsepnya serupa dengan aplikasi foursquare yang telah lebih dulu ada.

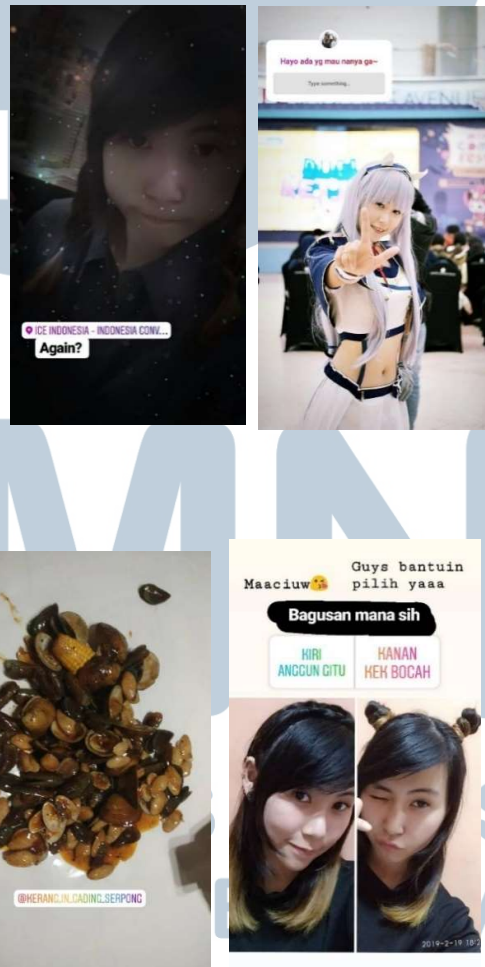
Perbedaannya, aplikasi ini memiliki fitur “likes atau suka” dan “comments atau komentar”. Dalam pemberian nama, Instagram berasal dari kata “instant” dan “gram” yang diambil dari kata “telegram”. Instagram diharapkan menjadi aplikasi yang menyajikan informasi secara cepat dan instan layaknya telegram.

Hingga akhirnya pada 6 Oktober 2010, instaram secara resmi dapat di *download* pada *app store* dan *play store*. Tingginya perkembangan angka pengguna Instagram

rupanya menarik minat Facebook, inc. Pada 2012, Instagram dibeli oleh Facebook, inc seharga 1 Miliar Dollar Amerika Serikat.

Instagram terus mengalami perkembangan, terutama dalam fitur-fiturnya. Pengguna Instagram kini dapat menggunakan fitur *story* yakni membagikan foto atau video yang akan menghilang setelah 1x24 jam.

Gambar 2.4: Fitur Instagram Story



Sumber: Data Pribadi Peneliti

Dalam fitur *story* tersebut, pengguna dapat menggunakan fitur tambahan lainnya seperti lokasi, menyebutkan teman, voting, bertanya kepada audiens, dan sebagainya.

Kepopuleran Instagram terus berkembang hingga Instagram menjadi salah satu media sosial yang digemari khalayak. Pada 2019, Instagram masuk posisi keenam dari media sosial yang paling diakses seluruh dunia. Salah satu negara penyumbang pengguna bagi Instagram adalah Indonesia. Indonesia menjadi pasar terbaik bagi Instagram karena telah menjadi negara penyumbang pengguna terbesar se-Asia Pasifik.

Menurut Parikesit (2016), pengguna Instagram di Indonesia memiliki beberapa kebiasaan, seperti 97% pengguna Instagram di Indonesia menggunakan fitur “*search*” untuk menemukan konten tertentu; 97% pengguna Instagram di Indonesia berkomentar dan menyebut atau *tag* temannya dalam kolom komentar; dan 85% pengguna Instagram di Indonesia mempublikasikan konten Instagram ke media sosial lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, tiga kebiasaan tersebut menjadi patokan atau acuan dalam penelitian ini

dalam menjelaskan Instagram. Ujaran kebencian merupakan salah satu contoh konten yang beredar di Instagram.

Ujaran kebencian (*Hate speech*) dalam Cambridge Dictionary didefinisikan sebagai sebuah pidato publik. Di mana pidato tersebut mengungkapkan kebencian atau bahkan mendorong aksi kekerasan terhadap, baik seseorang atau kelompok tertentu. Topik yang dibahas dalam ujaran kebencian atau *hate speech*, tak lepas dari isu ras, agama, jenis kelamin, atau orientasi seksual (Cambridge Dictionary, 2019).

Tidak semua informasi yang beredar di media sosial merupakan ujaran kebencian, untuk itu khalayak perlu mengidentifikasi informasi tersebut terlebih dahulu, apakah informasi tersebut merupakan ujaran kebencian atau tidak.

Gambar 2.5: Identifikasi Hasutan Kebencian



Sumber: Ali-Fauzi, I., Rafsadi, dkk (2019)

Menurut penjelasan Ali-Fauzi, et al (2019, p.13), ujaran kebencian disebut sebagai hasutan kebencian. Dalam perbedaan penyebutan tersebut tidak terdapat perbedaan makna, hanya perbedaan penyebutan.

Lebih selanjutnya Ali-Fauzi, et al (2019) menjelaskan bagaimana cara mengidentifikasi suatu informasi tergolong dalam sebuah ujaran kebencian atau tidak.

Pertama, muatan dan nada hasutan kebencian. Hal ini dilihat dari Bahasa yang digunakan, semakin ekstrem ujaran kebencian tersebut maka bahasa yang digunakan juga semakin kasar.

Kedua, maksud atau tujuan hasutan. Hal ini berhubungan dengan niatan seseorang dalam menyebarkan ujaran kebencian, apakah penyebaran tersebut disengaja atau tidak; serta apakah ujaran tersebut dimaksudkan untuk menghasut atau menyerang baik seseorang ataupun suatu kelompok.

Selanjutnya, sasaran hasutan kelompok rentan. Dalam hal ini perhatikan sasaran yang dituju dari ujaran kebencian tersebut. Di mana sasaran yang dituju merupakan seseorang atau kelompok yang lebih rentan karena tidak dapat membela diri sendiri.

Keempat, konteks hasutan kebencian. Hal ini berhubungan dengan sejarah di sekitar dan otoritas dari pelaku pembuat ujaran kebencian. Seperti apakah kebudayaan di lingkungan tersebut memang *bully* kelompok tertentu atau tidak, dan siapakah pelaku penyebaran ujaran kebencian tersebut. Semakin tinggi posisi atau jabatan yang dipegang, semakin banyak khalayak yang terpengaruhi oleh ujaran kebencian tersebut.

Terakhir, dampak dan dampak potensial. Hal ini terkait dengan efek apa yang tercipta setelah terdapat penyebaran ujaran kebencian tersebut, mulai dari emosional khalayak (turut serta membenci), tindakan khalayak (ikut serta menyebarkan), hingga berujung pada tindakan kekerasan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini menggunakan penjelasan Ali-Fauzi, et al (2019) dalam mengidentifikasi sebuah hasutan atau ujaran kebencian.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan di atas, peneliti merumuskan hipotesis penelitian dan hipotesis statistik:

2.3.1 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara yang belum tentu benar terjadi. Hipotesis penelitian dalam penelitian ini ialah adanya pengaruh dari keterampilan berpikir kritis dan tingkat pendidikan terhadap kemampuan literasi digital generasi milenial di Jabodetabek

2.3.2 Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik yakni dugaan sementara yang belum kuat kebenarannya dan harus diuji kebenarannya untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antar variabel penelitian.

A. H_{01} : Keterampilan berpikir kritis tidak memiliki pengaruh terhadap kemampuan literasi digital generasi milenial di Jabodetabek

H_{A1} : Keterampilan berpikir kritis berpengaruh terhadap kemampuan literasi digital generasi milenial di Jabodetabek

B. H_{02} : Tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh terhadap literasi digital generasi milenial di Jabodetabek

H_{A2} : Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap literasi digital generasi milenial di Jabodetabek

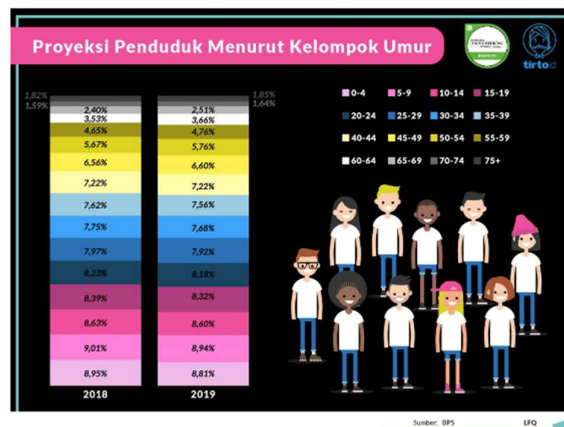
C. H_{03} : Keterampilan berpikir kritis dan tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh terhadap kemampuan literasi digital generasi milenial di Jabodetabek

H_{A3} : Keterampilan berpikir kritis dan tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kemampuan literasi digital generasi milenial di Jabodetabek

2.4 Alur Penelitian

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) populasi generasi milenial dalam 2019 diproyeksikan mencapai 268 juta jiwa atau setara dengan seperlima populasi Indonesia (Garnesia, 2018).

Gambar 2.5: Proyeksi Penduduk Menurut Kelompok Umur

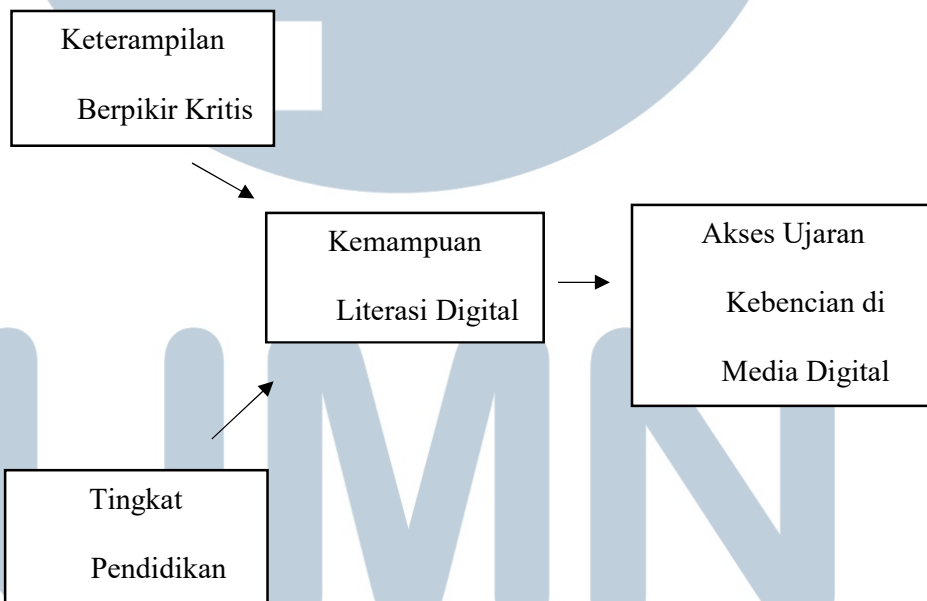


Sumber: Garnesia, 2018

Dalam kesehariannya, generasi milenial sudah tidak asing lagi dengan media sosial. Salah satu media sosial yang sering diakses ialah Instagram. Namun, baik dalam Instagram maupun media sosial lainnya beredar informasi berupa ujaran kebencian.

Untuk itu diperlukan keterampilan dalam berpikir kritis dan tingkat pendidikan bagi generasi milenial. Sehingga, dalam proses pencarian, pengumpulan, dan penyebaran informasi generasi milenial tidak mudah tertipu oleh ujaran kebencian.

Dengan kata lain, keterampilan berpikir kritis dan tingkat pendidikan mempengaruhi kemampuan literasi digital generasi milenial. Dalam menjelaskan kemampuan literasi digital tersebut, peneliti menggunakan konsep literasi digital dari Buckingham (2015) sebagai acuan dalam penelitian ini



U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A