



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Seiring dengan perkembangan jaman teknologi komunikasi dan informasi, saat ini perkembangan yang sangat pesat ternyata dapat mempengaruhi macam-macam kalangan masyarakat. Berbagai macam bentuk informasi dan hiburan sangat mudah didapat melalui media online. Kecepatan dan kemudahan yang diberikan media online menjadikan media tersebut digemari oleh khalayak banyak.

Mendengar kata media online tidak bisa terlepas dari internet, setelah ditemukannya internet yang sampai saat ini masih terus berkembang dan sangat digemari oleh khalayak. Melansir melalui *website* lembaga riset *We Are Social* pengguna internet pada tahun 2018 mencapai angka 132.7 juta pengguna. Lembaga riset ini juga meneliti masyarakat Indonesia yang mengakses internet melalui perangkat *mobile*, dan perangkat lainnya. Selain naiknya jumlah pengguna internet, ternyata perkembangan pengguna aktif media sosial ikut naik pesat dalam perangkat *mobile* dari angka 92 juta menjadi 130 juta pengguna.

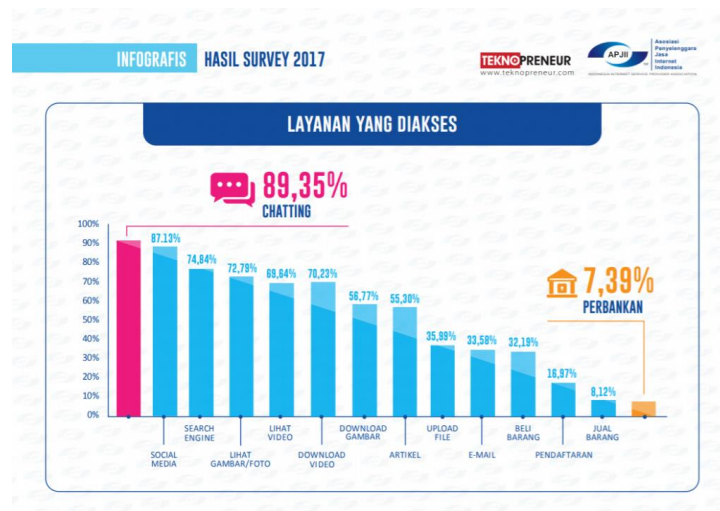
Gambar 1.1 Survei Pengguna Internet Indonesia



Sumber : Website We Are Social

Selain perkembangan penggunaan internet yang naik pesat, tidak bisa kita pungkiri menurut survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada 2016 menyatakan pengguna internet di Indonesia naik pesat dan sebanyak 97,4% atau setara dengan 129,2 juta pengguna internet ternyata memilih konten media sosial sebagai konten yang sering di akses. Hal tersebut menunjukkan bahwa disamping kemajuan pengguna internet ternyata ada konten dalam internet juga yang disukai banyak penggunanya. Selain itu apabila ditelusuri kembali, dalam survei APJII 2017 juga menyampaikan layanan apa yang diakses oleh masyarakat pengguna. Hasil survei yang dipaparkan, ternyata selain internet yang dimanfaatkan sebagai alat untuk berkomunikasi jarak jauh seperti *chatting*, survei tertinggi juga menghasilkan angka bahwa layanan yang sering di akses oleh masyarakat pengguna adalah media sosial.

Gambar 1.2 Layanan yang Diakses



Sumber : Website APJII 2017

Keunggulan sifat digital yang dapat diakses melalui teknologi seperti *gadget* saat ini, tentu sangat dianggap lebih praktis, mudah, dan cepat khususnya dalam hal

pencarian apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Di era web 1.0 masyarakat hanya dapat mengakses informasi (berita) apa yang sudah disediakan perusahaan media, tanpa berkontribusi. Sedangkan pada era web 2.0 berbagai sumber informasi bermunculan diluar kendali perusahaan media yang mengubah dan membentuk perilaku dalam membagikan sebuah informasi berita (Naik & Shivalingaiyah, 2009, p. 7). Perkembangan jaman ke konsep penyebaran (*sharing*) melalui *platform* digital membuat masyarakat yang tadinya membaca berita melalui media cetak koran kini berubah, di era digital saat ini masyarakat disuguhkan dengan adanya informasi berita yang dikemas dalam bentuk video, audio, dan tulisan sehingga membuat pembaca lebih cenderung tertarik dan tidak membosankan. Melihat perkembangan era digital yang membuat akses media-media semakin tinggi, tentu pola konsumsi informasi (berita) juga semakin meningkat dengan hal tersebut masyarakatpun perlu dibekali kemampuan literasi media dan *critical thinking*.

Meskipun penggunaan situs media sosial untuk berbagi informasi dapat menarik target *audiens*, telah terbukti bahwa hal tersebut memiliki hasil yang positif. Namun disamping itu ternyata tidak semua berita yang dibagikan atau beredar dalam dunia digital merupakan berita yang akurat. Semangat tinggi dalam konsep penyebaran informasi berita pada jaman ini ternyata tidak diikuti dengan kemampuan literasi media yang baik. Mengapa demikian, dikarenakan berdasarkan informasi yang diberikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), selama tahun 2018 mereka telah menerima 773 aduan tentang konten hoaks (Haryanto, 2019, para 2).

Hoaks merupakan salah satu penyebab permasalahan dari informasi, hoaks adalah informasi yang direkayasa dari informasi yang benar lalu dibuat menjadi sebuah informasi yang salah sehingga membuat kesalahan persepsi terhadap penerima informasi tersebut. Perkembangan hoaks di media sosial cukup signifikan, di indentifikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika sepanjang Agustus 2018 hingga Maret 2019 temuan isu hoaks mencapai 1.224 informasi hoax dari berbagai jenis informasi. informasi juga semakin meningkat dengan hal tersebut masyarakatpun perlu dibekali kemampuan literasi media dan *critical thinking*.

Gambar 1.3 Indentifikasi Kominfo Terhadap Isu Hoaks



Sumber: Website KOMINFO

Peneliti dari New York dan Princeton University membuktikan bahwa berita-berita hoaks yang beredar di Amerika Serikat lebih sering disebar oleh orang-orang tua daripada kaum muda. Riset terjadi pada tahun 2016 dengan 3.500 responden, yang mengeluarkan hasil bahwa 11% penyebar berita hoaks berusia di atas 65 tahun yang dimana lebih tinggi dua kali lipat dari pada hasil orang-orang yang berusia 45-65 tahun. Sedangkan usia 18-29 tahun hanya mengeluarkan hasil sebanyak 3% dalam penyerbaran berita hoaks. Hal tersebut membuat peneliti mengasumsikan bahwa kemungkinan tinggi para orang tua menyebarkan berita

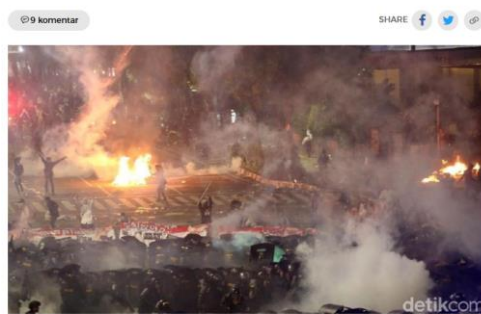
hoaks di karenakan terlambatnya mereka dalam mengenal dunia internet sehingga mereka memiliki tingkat kemampuan literasi yang rendah. Selain itu kemampuan kognitif juga menjadi salah satu faktor di pertambahan usia yang memungkinkan mudahnya tertipu oleh berita hoaks, dikutip melalui (National Geographic Indonesia, 2019).

Media sosial saat ini semakin *popular* sebagai media sumber informasi (berita), namun tidak dipungkiri akurasi informasi yang dibagikan sering kali tidak jelas, sehingga membuatnya penting untuk dipelajari lebih lanjut terutama penilaian dari isi informasi yang kredibel. Selama 21-22 Mei 2019, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) merilis bahwa terdapat 30 berita hoax yang disebarakan melalui media sosial, seperti Facebook dan Instagram.

Gambar 1.4 Kominfo Temukan Isu Hoax di Media Sosial

Kominfo Temukan 30 Berita Hoax Selama 21-22 Mei

Faiq Hidayat - detikNews
Sabtu, 25 Mei 2019 16:37 WIB



Jakarta - Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menemukan 30 berita bohong atau hoax selama 21-22 Mei 2019. Hoax tersebut disebarakan melalui media sosial, seperti Facebook dan Instagram.

"Temuan kami dalam pemantauan ada 30 hoax yang dibuat, bisa dilihat di website Kominfo. Hoax ini disebarakan lewat 1.932 URL ada di FB, Instagram, Twitter. Di FB ada 450 URL, di Instagram ada 581, di Twitter 784, dan 1 lewat LinkedIn, kami tetap pantau setelah kami buka," kata Dirjen Aplikasi Informatika Kominfo Samuel Abriani saat jumpa pers di



Sumber: Website Detik.com

Melihat penetrasi dan kemudahan dalam mengakses sebuah media saat ini, masyarakat harus dibekali kemampuan literasi media. Seiring dengan

perkembangan jaman, konsep literasi media pun ikut berubah mengikuti arus perkembangan, literasi media dan informasi (LMI) didefinisikan sebagai perangkat kompetensi yang mampu memperkuat masyarakat dalam hal mengakses, mendapatkan, mengevaluasi, dan menggunakan, serta membuat sebuah informasi dan membagikan dalam bentuk sebuah konten dalam berbagai format, menggunakan berbagai alat dengan cara yang kritis, etis, dan efektif (Global Media and Information Literacy Assesment Framework, 2013, p. 29).

Literasi media memungkinkan setiap generasi khususnya generasi muda mencari sebuah informasi atau isu publik, setelah itu melakukan evaluasi perihal informasi tersebut, dan selanjutnya melakukan diskusi dengan pemikiran-pemikiran kritis yang bertujuan untuk menjadi partisipasi (Marten & Hobbs, 2013, p. 6). Berpikir kritis (*critical thinking*) merupakan proses disiplin intelektual dalam kemahiran dalam mengkonsepkan, menerapkan, mensintesa, dan mengevaluasi informasi dari sebuah pengamatan yang diharapkan menghasilkan sebuah tindakan atau simpulan (Ivone, 2010, p. 1-2). Untuk itu, diperlukan kemampuan berpikir kritis dan tingkat literasi media yang tinggi, sehingga dalam proses pencarian, pengumpulan, dan penyebaran informasi selalu tepat sasaran tidak menjadi informasi hoaks.

Dari latar belakang tersebut peneliti terdorong untuk melakukan penelitian terhadap generasi milenial, dengan alasan berdasarkan data APJII 2017 yang menyatakan komposisi pengguna internet terbesar Indonesia berada pada usia muda yaitu 19-34 tahun. Selain itu, fenomena penyebaran berita yang cepat tanpa diikuti kemampuan literasi media yang baik juga membuat peneliti tertarik untuk meneliti

hal tersebut. Sehingga peneliti memilih generasi milenial sebagai populasi yang paling mendekati dari data tersebut, dengan pembahasan hubungan dari tingkat literasi media dengan *critical thinking* dalam pola konsumsi berita generasi muda (Milenial).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti ingin meneliti apakah terdapat hubungan antara literasi media dengan *critical thinking* dalam pola konsumsi berita terhadap generasi milenial DKI Jakarta.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka timbul pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Seberapa tinggi tingkat literasi media generasi milenial di DKI Jakarta dalam mengkonsumsi berita?
2. Seberapa tinggi tingkat kemampuan *critical thinking* generasi milenial di DKI Jakarta dalam pola mengkonsumsi berita?
3. Apakah terdapat hubungan antara literasi media dan *critical thinking* dalam pola mengkonsumsi berita?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui tingkat literasi media generasi milenial di DKI Jakarta dalam mengkonsumsi berita.

2. Mengetahui tingkat kemampuan *critical thinking* generasi milenial di DKI Jakarta dalam mengkonsumsi berita.
3. Mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat literasi media dan *critical thinking* generasi milenial di DKI Jakarta dalam mengkonsumsi berita.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kegunaan yang terdiri dari:

1.5.1 Kegunaan Akademis:

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat menjelaskan pengetahuan pada bidang Ilmu Komunikasi khususnya di bidang jurnalistik, tentang tingkat kemampuan literasi media dan *critical thinking* generasi milenial DKI Jakarta terhadap pola konsumsi berita dan hubungan dari kemampuan literasi dan *critical thinking*.

1.5.2 Kegunaan Praktis:

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi baru terhadap pentingnya tingkat literasi media dan kemampuan *critical thinking* generasi milenial dalam mengkonsumsi berita.

1.5.3 Kegunaan Sosial:

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat berguna dan menjadi informasi kepada masyarakat, untuk lebih belajar tentang literasi media dan *critical thinking* terhadap suatu berita atau informasi.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah disusun berdasarkan prosedur ilmiah yang ada, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online, sehingga pengawasan terhadap pengisian kuesioner lebih lemah. Hal tersebut membuat celah kebebasan untuk setiap responden yang mengisi item pertanyaan dengan tidak sepenuh hati.
2. Keterbatasan pemilihan responden yang hanya dilakukan terhadap generasi milenial di DKI Jakarta. Hal tersebut sesuai dengan data yang peneliti dapat tentang lokasi generasi muda yang berada diperkotaan seperti DKI Jakarta.
3. Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan operasionalisasi dari penelitian terdahulu. Dari variabel literasi media, *critical thinking*, dan konsumsi berita.