

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam proses membuat penelitian ini, penulis juga membaca dan mencari referensi dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan serupa terutama mengenai literasi media dan Remotivi. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kemungkinan topik sudah pernah dibahas sebelumnya serta menambah khasanah pengetahuan dalam menyusun penelitian ini.

A. Penelitian pertama yang menjadi referensi penulis adalah penelitian berjudul *Konstruksi Literasi Media Dalam Website Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi* oleh Ary Fakhrul Arsyad dan Tia Muthiah Umar, Universitas Islam Bandung Fakultas Ilmu Komunikasi 2015 (Arsyad & Umar, 2015).

Secara garis besar, latar belakang dari penelitian ini adalah mengenai media massa yang menjadi jendela informasi bagi masyarakat secara luas. Fakhrul dan Muthiah menekankan terutama pada media online. Media online dipilih dikarenakan menjadi sumber informasi yang memiliki frekuensi penggunaan yang lebih sering dibandingkan media-media konvensional seperti televisi, radio, maupun media cetak di masa kini.

Yang menjadi permasalahan bagi Fakhrul dan Muthiah adalah informasi yang ditampilkan oleh media online terkadang kurang tepat. Hal ini dikarenakan media tidak menampilkan informasi sebagaimana adanya

melainkan menyematkan beragam ideologi dan gagasan dari masing-masing media. Fenomena ini menurut Fakhrol dan Muthiah tidak terlepas dari konglomerasi media yang marak terjadi di Indonesia. Ini menyebabkan informasi yang disampaikan disesuaikan dengan agenda yang diinginkan oleh pemilik media tersebut.

Untuk menangkal informasi yang sudah mengandung agenda atau tujuan tertentu, Fakhrol menekankan pentingnya literasi media. Literasi media dilakukan agar masyarakat tidak sekedar menelan informasi yang diberikan tetapi juga mengerti dan mengolah informasi tersebut. Untuk meningkatkan tingkat literasi media pada masyarakat, dalam penelitian ini terdapat dua pihak yang memiliki andil yaitu Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dalam hal ini adalah Remotivi yang diteliti dan juga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Remotivi mengajak masyarakat untuk lebih kritis pada media melalui konten berupa kajian terhadap berbagai media. Yang kedua adalah KPI. Sebagai regulator, KPI berperan untuk mengatur segala hal yang berkaitan dengan penyiaran.

Terdapat tiga tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui konstruksi literasi media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi dilihat dari *Frame Central Idea*, mengetahui konstruksi literasi media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan lembaga Remotivi ditinjau dari perangkat *Framing Device* dan juga mengetahui konstruksi literasi media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi dilihat dari perangkat *Reasoning Device*.

Menggunakan metode kualitatif, penelitian karya Fakhrol dan Muthiah ini secara umum membahas mengenai cara bagaimana KPI dan Remotivi menyajikan konten mereka terkait literasi media dilihat melalui *Framing Central Idea*, *Framing Device*, serta *Reasoning Device*. Cara-cara tersebut dilihat melalui pemilihan dan penggunaan kata serta kalimat, konteks, dan lain sebagainya.

Hasilnya, dari segi *frame central idea*, Remotivi memiliki konten yang jelas memiliki gagasan utama untuk mengembangkan literasi media. Dari segi *framing device* seperti penggunaan kata-kata kontras, perumpamaan, serta penggambaran yang bersifat konotatif, Remotivi berani menggunakan kata ataupun kalimat yang menggambarkan maksud dan tujuan ide sentralnya. Terakhir, dari segi *reasoning device* Remotivi mampu menjelaskan tujuan dan maksud dari teks yang disebarkan.

Penelitian Hubungan Terpaan Tayangan Video Youtube Remotivi dan Tingkat Pendidikan dengan Kemampuan Literasi Media Masyarakat Jabodetabek meneliti mengenai literasi media dari sudut pandang yang berbeda. Apabila penelitian karya Fakhrol dan Muthia melihat dari segi cara KPI dan Remotivi menyajikan konten literasi media, penelitian yang dibuat penulis berfokus pada dampak dan hubungan efektivitas menyaksikan konten Remotivi sebagai penyedia konten literasi media terhadap tingkat literasi media masyarakat. Belum adanya data mengenai korelasi antara konten Remotivi dan tingkat literasi media masyarakat dalam penelitian Fakhrol dan Muthia menjadi hal berbeda yang coba disajikan oleh penulis dalam

penelitian ini. Secara akademis, penelitian ini juga memperkenalkan teori tujuh kemampuan literasi media James Potter kepada pembaca

B. Penelitian kedua berjudul *Literasi Media Berbasis Media Baru: Aplikasi Model Literasi Media Berbasis Media baru Oleh Remotivi Tahun 2017* oleh Aditsa Amalia Muthmainnah, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2018 (Muthmainnah, 2018). Secara garis besar penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis isi ini membahas tentang bagaimana media menjadi corong utama dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat secara luas. Amalia mengawali penelitian dengan sajian persentase media yang masih banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Di Indonesia televisi masih menempati posisi pertama dengan penetrasi sebesar 96 persen.

Angka yang besar tersebut dikaitkan Amalia dengan efek pada masyarakat yang termakan oleh konten televisi seperti budaya konsumerisme, tayangan tidak mendidik yang berupa kekerasan, pornografi dan lain sebagainya. Kurangnya kekritisian kepada media akhirnya menyebabkan nilai-nilai yang tersaji diikuti begitu saja dan memiliki dampak buruk terutama terhadap pembentukan perilaku masyarakat yang terpapar informasi. Menanggapi masalah tersebut maka salah satu solusi yang diperlukan adalah literasi media yang perlu dimiliki oleh masyarakat agar dapat melihat media dari persepektif kritis. Yang menjadi subjek penelitian Amalia adalah media semakin berkembang sehingga munculah beragam media baru. Dengan munculnya media baru juga membutuhkan cara dan medium pengkajian yang

berbeda terutama berkaitan dengan teknologi. Salah satu lembaga yang mempraktikkan literasi media berbasis media baru adalah Remotivi.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian Amalia adalah untuk mengetahui dan memaparkan pengaplikasian model literasi media berbasis media baru oleh Remotivi pada tahun 2017. Konsep yang digunakan secara umum berkaitan mengenai segala hal tentang Remotivi mulai dari sejarah, visi dan misi, hingga program.

Hasil penelitian Amalia memaparkan apa-apa saja yang ditemui pada berbagai aspek dalam Remotivi. Yang pertama, model literasi media berbasis media baru oleh remotivi berbasis website dan media sosial. Kedua, literasi media berbasis media baru yang dilakukan oleh Remotivi ditujukan pada masyarakat *well educated* terutama usia anak Sekolah Menengah Atas (SMA), mahasiswa, maupun lulusan kuliah. Ketiga, Remotivi memanfaatkan media baru secara luas untuk membahas isu media yang sedang berkembang. Ketiga, Regenerasi anggota perlu dilakukan, keempat, kemudahan untuk melakukan praktik literasi media berbasis media baru tetap mendapat kesulitan dalam mengukur seberapa besar dampak literasi media yang dilakukan terhadap audiensnya.

Amalia juga memberikan beberapa saran dan rekomendasi kepada beberapa pihak. Untuk Remotivi, Amalia memberi rekomendasi perlunya pengetahuan, pemahaman dan kemampuan literasi media untuk seluruh lapisan masyarakat, tidak hanya untuk mereka yang telah *well educated*. Karena itu, Remotivi perlu untuk menjangkau masyarakat menengah ke

bawah dalam pelaksanaan praktik literasi media. Selain itu, evaluasi program kerja atau pelaksanaan praktik literasi media perlu dilakukan dengan lebih spesifik dan terstruktur sehingga kegiatan literasi media dapat melihat seberapa jauh praktik literasi media memberi pengaruh pada audiens.

Untuk peneliti literasi media berbasis media baru selanjutnya Amalia menyampaikan bahwa praktik literasi media memberikan pengaruh pada audiensnya yang dapat dilihat secara eksplisit dan implisit. Pengaruh ini dapat dilihat secara jelas apabila dilakukan penelitian lanjutan terutama yang bersifat kuantitatif. Hal ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh literasi media yang dilakukan kegiatan literasi media terhadap kesadaran bermedia secara baik dan bijak di masyarakat.

Kaitan penelitian Amalia dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah, dalam tulisan ini Amalia membahas mengenai Remotivi sebagai badan yang menyebarkan literasi media kepada masyarakat. Fokus penelitian Amalia yang mengenal lebih dalam mengenai Remotivi juga memberikan informasi tambahan mengenai lembaga kajian media ini kepada peneliti.

Penelitian *Hubungan Terpaan Tayangan Video Youtube Remotivi dan Tingkat Pendidikan dengan Kemampuan Literasi Media Masyarakat Jabodetabek* menjadi jawaban atas saran yang diberikan oleh Amalia terhadap peneliti selanjutnya. Dalam penelitian Amalia, disebutkan bahwa salah satu kesulitan Remotivi adalah belum dapat melihat seberapa besar dampak dari kegiatan literasi media, dalam hal ini Remotivi, terhadap kesadaran bermedia atau literasi media masyarakat. Jawaban yang belum digali dalam

penelitian Amalia ini akan menjadi fokus penelitian penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat seberapa kuat hubungan antara konten Remotivi terhadap tingkat literasi media masyarakat.

C. Penelitian ketiga yang menjadi referensi penulis adalah penelitian berjudul *Analisis Literasi Media pada Pusat Studi Media dan Komunikasi Remotivi (Studi Kasus Playlist Literasi di YouTube* karya Aminatuz Zuhriyah dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi tahun 2018 (Zuhriyah, 2018). Secara garis besar penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis isi ini membahas tentang bagaimana kualitas penyiaran masih cukup rendah padahal media adalah gerbang utama dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Kualitas yang rendah disertai dengan kemampuan kritis yang kurang dapat menyebabkan dampak negatif pada masyarakat.

Untuk memperbaiki kondisi tersebut maka munculah lembaga kajian media yaitu Remotivi. Melalui *Playlist* Literasi media di YouTube yang menjadi subjek penelitian penulis, Remotivi membuat konten mengenai teori dalam melihat media. Program ini memiliki tujuan agar masyarakat teredukasi dan mengetahui cara kerja media dalam membuat produknya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui literasi media yang dilakukan Remotivi melalui Youtube.

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah konten yang terdapat pada empat jenis *playlist* di YouTube Remotivi mengandung unsur literasi media. Literasi media yang dilakukan oleh Remotivi merupakan gerakan

sosial yang memanfaatkan media digital sebagai medium. Upaya literasi ini dikategorikan sebagai *organizationally-brokered action*. Hal ini berarti anggota YouTube Remotivi merupakan pemegang kendali konten dan YouTube sebagai medium penyebarannya.

Secara umum, Zuhriyah memaparkan mengenai Remotivi itu sendiri mulai dari sejarah, profil pendiri, visi dan misi, pendanaan serta analisis terhadap *playlist* pada kanal YouTube Remotivi. Ia menjelaskan secara rinci mengenai alur pembuatan konten YouTube literasi media Remotivi menggunakan konsep literasi media Silverblatt. Bila Zuhriyah berfokus pada literasi media dalam sudut pandang produsen konten menggunakan konsep literasi media Silverblatt, peneliti mengambil sudut pandang literasi media konsumen konten dalam hal ini masyarakat yang terdampak setelah menyaksikan konten YouTube Remotivi menggunakan kemampuan literasi media James Potter.

D. Penelitian keempat yang menjadi referensi adalah penelitian berjudul *Literasi Media pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste* karya Christiany Juditha dari Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Makassar tahun 2013 (Juditha, 2013). Dalam penelitian Christiany memunculkan sebuah permasalahan yang berakar dari sulitnya wilayah perbatasan untuk mendapatkan aksesibilitas informasi yang memadai. Selain itu, permasalahan lain juga datang dari lebih dekatnya wilayah perbatasan dengan negara tetangga yang menyebabkan

wilayah tersebut bisa lebih banyak mendapatkan informasi mengenai negara lain dibandingkan negara sendiri.

Menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei, Christiany mencoba untuk melihat tingkat literasi media pada populasi anak-anak yang berusia 10 hingga 14 tahun dikarenakan pada masa ini anak-anak dianggap telah mampu berpikir serta menggunakan tanda dan simbol serta membuat kesimpulan yang logis. Namun, di sisi lain anak usia 4-14 tahun masih rentan untuk terdampak konten media dikarenakan masih memiliki sifat meniru yang cukup tinggi.

Sebagai alat pengukur tingkat literasi media, Christiany menggunakan definisi literasi media dari *National Leadership Conference on Media Education* yang terdiri dari empat kategori yaitu akses, analisis, evaluasi, dan komunikasi pesan. Sementara, untuk skala penilaian Christiany menggunakan skala pengukuran respon untuk media dari Chris M. Worsnop yang terdiri dari enam level kemampuan literasi media.

Hasil yang ditemukan adalah media yang paling banyak dimiliki yaitu televisi, diikuti radio, lalu internet. Sementara untuk kemampuan literasi media, responden rata-rata memiliki level 5 untuk televisi, level 3 untuk radio, dan yang paling rendah level 2 untuk internet.

Penelitian Christiany menggunakan kemampuan literasi menurut *National Leadership Conference on Media Education* yang terdiri dari empat kemampuan yaitu mengakses, menganalisa, mengevaluasi dan mengkomunikasikan sementara, penelitian yang dilakukan peneliti

menggunakan tujuh kemampuan literasi dari James Potter yaitu analisis, evaluasi, mengelompokkan, induksi, deduksi, sintesis, abstraksi.

E. Penelitian terakhir yang menjadi referensi penulis adalah penelitian berjudul *Literasi Media pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman* karya Inda Fitryarini dari FISIP Universitas Mulawarman tahun 2016 (Fitryani, 2016). Dalam penelitian ini, Fitryarini mengangkat masalah mengenai dampak konten yang dihasilkan oleh media massa. Konten-konten yang dihasilkan memiliki dampak yang bisa positif dan juga negatif. Terutama, dengan perkembangan media baru di Internet, penyebaran informasi pun semakin cepat dengan jangkauan yang lebih luas. Untuk itu, Fitryarini ingin melihat apakah masyarakat terutama remaja sudah memiliki kemampuan yang baik dalam hal literasi media untuk memfilter konten-konten yang dihasilkan oleh media.

Fitryarini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif pada sembilan mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 204 dari FISIP Universitas Mulawarman Samarinda Provinsi Kalimantan Timur. Pemilihan subyek tersebut dikarenakan mahasiswa Ilmu Komunikasi telah memperoleh materi yang berkaitan dengan media massa sehingga dianggap memiliki kemampuan literasi media yang lebih baik dibanding mahasiswa fakultas lain. Teori yang digunakan adalah definisi literasi media dari *The National Leadership Conference on Media Literacy* yang terdiri dari empat kategori yaitu kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi media untuk tujuan tertentu.

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah subyek penelitian baru memiliki kemampuan literasi media pada tahapan awal. Hal tersebut dikarenakan analisis belum dilakukan secara kritis. Sementara, kemampuan mengevaluasi dan memproduksi pesan belum dilakukan secara rutin dan mendalam.

Penelitian Fitryarini menggunakan kemampuan literasi media dari *The National Leadership Conference on Media Literacy* yang terdiri dari empat kategori yaitu kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi pesan. Sementara, penelitian yang peneliti lakukan menggunakan tujuh kemampuan literasi media dari James Potter yaitu analisis, evaluasi, mengelompokkan, induksi, deduksi, sintesis, abstraksi.

Relevansi kelima penelitian terdahulu di atas terhadap penelitian ini adalah memberi gambaran yang menyeluruh dan detail mengenai Remotivi dari berbagai aspek mulai dari struktur, sejarah, hingga riset yang mengungkapkan bahwa konten yang diangkat oleh Remotivi memang mengandung materi mengenai edukasi literasi media. Lima penelitian terdahulu ini juga membahas mengenai literasi media sehingga memberikan peneliti panduan serta pemahaman mengenai konsep literasi media serta teori yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan literasi media.

Perbedaan dari penelitian *Hubungan Tingkat Konsumsi Channel YouTube Remotivi Terhadap Tingkat Literasi Media Masyarakat Tangerang* adalah penggunaan tujuh kemampuan literasi media oleh James Potter yaitu analisis, evaluasi, pengelompokkan, induksi, deduksi, sintesis dan abstraksi

untuk menganalisis kemampuan literasi media. Konsep ini memiliki lebih banyak indikator dibandingkan dengan empat kategori kemampuan literasi media dari *The National Leadership Conference on Media literacy* yaitu mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi yang digunakan dalam penelitian terdahulu ke-4 dan ke-5. Penelitian ini memiliki pengukuran terukur melalui angka melalui pendekatan kuantitatif untuk mengetahui hubungan konten Remotivi dan tingkat pendidikan dengan kemampuan literasi media masyarakat Jabodetabek yang menjadi pertanyaan yang belum terjawab dari penelitian terdahulu ke-2.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Judul	Hasil	Relevansi
<i>Konstruksi Literasi Media Dalam Website Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi oleh Ary Fakhru Arsyad dan Tia Muthiah Umar</i>	Cara Remotivi menyajikan konten literasi media sudah sesuai dari segi <i>frame central idea, framing device, reasoning device</i> .	Membahas mengenai Remotivi dan memberi gambaran mengenai bagaimana Remotivi menyajikan konten secara berkesinambungan dilihat dari <i>frame central ide, framing device, dan reasoning device</i> .
<i>Literasi Media Berbasis Media Baru: Aplikasi Model Literasi Media Berbasis Media baru Oleh Remotivi Tahun 2017 oleh Aditsa Amalia Muthmainnah</i>	Model literasi media berbasis media baru oleh Remotivi berbasis website dan media sosial, ditujukan pada masyarakat <i>well educated</i> terutama usia anak Sekolah Menengah Atas (SMA), mahasiswa, maupun lulusan kuliah, kemudahan untuk melakukan praktik literasi media berbasis media baru tetap mendapat kesulitan dalam mengukur seberapa besar dampak literasi media yang dilakukan terhadap audiensnya.	Memberikan gambaran umum dan informasi detail seputar remotivi seperti <i>platform</i> yang digunakan, target <i>audience</i> serta evaluasi analisis efektivitas dampak terhadap kemampuan literasi media <i>audience</i> . Saran mengenai perlunya penelitian bermetode kuantitatif untuk melihat pengaruh konten Remotivi terhadap kemampuan literasi media <i>audience</i> juga berkaitan dengan penelitian ini.
<i>Analisis Literasi Media pada Pusat Studi Media dan Komunikasi Remotivi (Studi Kasus Playlist Literasi di YouTube oleh Aminatuz Zuhriyah</i>	Konten yang terdapat pada empat jenis <i>playlist</i> di YouTube Remotivi mengandung unsur literasi media	Memberi penjelasan tentang <i>playlist</i> di YouTube Remotivi. Penjelasan tersebut menjadi informasi yang berguna dalam memahami jenis video yang diunggah oleh Remotivi dalam <i>channel</i> YouTube-nya.
<i>Literasi Media pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste oleh Christiany Juditha</i>	Media yang paling banyak dimiliki yaitu televisi, diikuti radio, lalu internet. Sementara untuk kemampuan literasi media, responden rata-rata memiliki level 5 untuk televisi, level 3 untuk radio, dan yang paling rendah level 2 untuk internet.	Memberi informasi mengenai alternatif pengukuran kemampuan literasi media yaitu menggunakan konsep <i>National Leadership Conference on Media Education</i> yang terdiri dari kemampuan mengakses, menganalisa, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan
<i>Literasi Media pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman oleh Inda Fitriyani</i>	Subyek penelitian baru memiliki kemampuan literasi media pada tahapan awal..	Memberi informasi mengenai alternatif pengukuran kemampuan literasi media yaitu menggunakan konsep <i>National Leadership Conference on Media Education</i> yang terdiri dari kemampuan mengakses, menganalisa, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan

Sumber: Olahan Peneliti

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Terpaan Media

Menurut Shore (Ayuningtias, 2013, p. 17) terpaan media merupakan aktivitas melihat, mendengar, serta membaca pesan media massa maupun memiliki perhatian dan pengalaman terhadap pesan tersebut yang bisa terjadi pada tingkatan kelompok maupun individu. Tidak hanya dekat secara fisik dengan media massa, tetapi juga apakah seseorang benar-benar memahami dan terbuka terhadap pesan-pesan media. Pesan dalam media memiliki berbagai efek, salah satunya efek kognitif yaitu bagaimana media massa dapat membantuk khalayak untuk mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2007, p. 52). Terpaan media berupaya untuk mencari data khalayak mengenai frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, maupun jenis media (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2007, p. 168).

Sementara, menurut Rosengren dalam Rakhmat (2014, p. 66) terpaan media tersusun dari jumlah waktu yang digunakan dalam beragam media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Konsep ini kemudian dapat diukur dalam dimensi-dimensi berikut:

- (1) **Frekuensi**, dilihat dari seberapa sering seseorang mengonsumsi media seperti mendengarkan, melihat dan membaca suatu media. Dimensi ini

digunakan untuk melihat seberapa sering seseorang menyaksikan video di YouTube Remotivi.

(2) **Durasi**, seberapa lama seseorang mengonsumsi sebuah media. Dimensi ini digunakan untuk mengukur berapa lama seseorang menyaksikan video YouTube Remotivi.

(3) **Perhatian (atensi)**, melihat seberapa fokus dan tertariknya seseorang saat sedang mengonsumsi sebuah media. Hal ini terlihat dari apakah seseorang mengonsumsi media tanpa melakukan kegiatan yang lain. Dimensi ini digunakan untuk melihat seberapa tertarik dan fokusnya seseorang saat menyaksikan video YouTube Remotivi.

Frekuensi, durasi, dan atensi menjadi tiga dimensi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar terpaan tayangan video Remotivi mengenai literasi media terhadap masyarakat.

2.2.2 Tingkat Pendidikan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (2003), pendidikan didefinisikan sebagai 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.

Jenis pendidikan sendiri menurut undang-undang terdiri dari beberapa jalur yaitu formal, nonformal, dan informal. Jalur formal merupakan jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang terdiri dari pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Jalur nonformal adalah jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang. Pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan. Penelitian ini berfokus untuk melihat tingkat pendidikan formal dikarenakan memiliki tingkatan atau jenjang yang pasti.

Pendidikan formal terdiri dari tiga jenjang yaitu pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Pendidikan dasar berbentuk sekolah dasar (SD) dan madrasah ibtidaiyah (MI) hingga sekolah menengah pertama (SMP) dan madrasah tsanawiyah (MTs) atau bentuk lain yang sederajat. Pendidikan menengah berbentuk sekolah menengah atas (SMA), madrasah Aliyah (MA), sekolah menengah kejuruan (SMK), dan madrasah Aliyah kejuruan (MAK) atau bentuk lain yang sederajat. Jenjang terakhir adalah pendidikan tinggi yang terdiri dari program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doctor yang diselenggarakan oleh pendidikan tinggi.

Dalam riset yang berjudul *Understanding Educational Impacts: The Role of literacy and Numeracy Skills* (Green & Riddell, 2012) ditemukan hubungan antara tingkat pendidikan dengan kemampuan kognitif yang terdiri dari kemampuan literasi, angka, dan pemecahan masalah. Hasil riset tersebut

menemukan bahwa penambahan tiap tahun pendidikan dapat meningkatkan kemampuan literasi, angka, dan pemecahan masalah hingga 4.5% sampai 6%.

Penelitian ini ingin melihat apakah terdapat hubungan antara tingkat pendidikan masyarakat dengan kemampuan literasi media.

2.2.3 Literasi Media

Menurut James Potter, literasi media adalah sekumpulan sudut pandang yang kita gunakan secara aktif untuk melihat media massa dan mengartikan pesan yang kita temukan (Potter, 2019, p. 63) Kemampuan literasi media memberi sudut pandang lebih jelas mengenai batas antara dunia nyata dengan dunia yang dibentuk oleh media. Menurut Potter (Potter, 2019, p. 53), terdapat tiga pilar utama dalam konsep literasi media yang terdiri dari *personal locus*, *knowledge structures*, serta *skills*.

Personal locus merupakan tujuan dalam mencari informasi. Apabila seseorang memiliki tujuan yang kuat maka informasi akan secara cepat dan tepat dapat dilakukan. Namun, apabila seseorang tidak memiliki tujuan maka informasi yang masuk akan mudah dikontrol oleh media. Hal ini menjadi mungkin dikarenakan tujuan yang tidak jelas dalam mencari informasi akan mengakibatkan media dengan mudah mengambil alih dalam menentukan tujuan pencarian informasi seseorang sesuai kepentingan media tersebut. Kedua adalah *knowledge structures* atau struktur pengetahuan yang merupakan susunan informasi yang tersusun dan terorganisir dalam ingatan seseorang. Struktur pengetahuan yang kuat dapat membuat seseorang lebih

teliti dalam menyaring dan memproses informasi. Terakhir adalah *skill* atau kemampuan. Terdapat tujuh keterampilan terkait literasi media yaitu:

(1) Analisis: Kemampuan untuk mengurai pesan menjadi elemen yang memiliki makna. Dalam membaca pesan, kita dapat menerima pesan tersebut hanya dari permukaan atau mampu untuk menggali lebih dalam pesan tersebut dengan menguraikannya menjadi beberapa komponen dan melakukan pengecekan terhadap elemen yang menyusun pesan tersebut.

(2) Evaluasi: Menilai *value* dari sebuah elemen. Penilaian dibuat melalui perbandingan elemen pesan dengan suatu standar. Saat mendapat sebuah pesan kita dapat menerima pesan tersebut begitu saja atau melihat elemen pesan dan membandingkannya dengan standar yang kita miliki. Jika elemen pesan tersebut sama atau melebihi standar kita maka isi pesan tersebut termasuk baik. Namun, jika pesan tersebut lebih rendah dibanding standar maka kita tidak dapat menerima pesan tersebut.

(3) Pengelompokkan: Menentukan elemen apa yang memiliki kemiripan serta melihat bagaimana sekelompok elemen berbeda dengan kelompok elemen lainnya. Penentuan kategori kelompok menjadi hal yang penting dalam *skill* ini. Apabila kita mendengarkan apa yang media tentukan mengenai kategori kelompok dari pesan atau informasi maka kita akan mengikuti kategorisasi yang diinginkan oleh media. Tetapi jika kita

berupaya untuk menentukan prinsip kategorisasi apa yang paling baik untuk kita dalam memandang dunia maka kita akan memiliki kategorisasi yang lebih memiliki arti

(4) Induksi: Mampu melihat elemen yang spesifik lalu dikaitkan dengan pola umum. Saat kemampuan induksi tidak berada pada tingkatan yang baik maka seseorang rentan untuk menggunakan sedikit elemen yang ditampilkan oleh media untuk melakukan generalisasi bahwa itulah yang terjadi di dunia nyata dan menciptakan realitas yang keliru.

(5) Deduksi: Menggunakan pola umum untuk menjelaskan hal khusus. Saat kemampuan deduksi tidak berada pada tingkatan yang baik, maka saat kita memiliki prinsip umum yang keliru, kita juga akan menjelaskan hal khusus dengan cara yang keliru. Salah satu contohnya adalah prinsip umum bahwa televisi memiliki dampak negatif yang kuat terhadap orang lain. Sehingga, ketika iklan mengenai kondom ditampilkan di televisi maka orang tersebut akan percaya bahwa anak-anak akan berpikir bahwa aktivitas seksual diperbolehkan dan merupakan hal baik baik melakukan seks. Padahal dalam kenyataannya, secara khusus hal tersebut tidak terjadi dan hanya estimasi yang berlebihan.

(6) Sintesis: Mampu merangkai elemen-elemen menjadi struktur yang baru. Kemampuan ini merupakan hal yang penting dalam membangun dan meningkatkan struktur pengetahuan kita. Saat

menerima informasi baru, kita harus menganalisa dan memecahnya menjadi elemen yang berguna. Lalu kita dapat mengevaluasi elemen mana yang bermanfaat, kredibel, dan menarik. Elemen positif ini nantinya akan dikelompokkan ke dalam elemen yang telah ada dalam struktur pengetahuan kita. Proses ini dapat memanfaatkan pesan media untuk memperbaharui struktur pengetahuan

(7) Abstraksi: Mampu mengambil intisari dari pesan dan menciptakan penjelasan yang singkat, jelas, dan akurat. Inti utama dari *skill* ini adalah kemampuan untuk menangkap gambaran besar atau ide utama dari pesan media dan menjelaskannya dengan singkat.

Pengetahuan mengenai literasi media bisa didapatkan melalui berbagai cara seperti mengikuti seminar, membaca buku dan literatur, maupun menyaksikan tayangan video dengan konten edukasi literasi media.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah teori James Potter yang membahas mengenai media konvensional juga dapat digunakan untuk media baru seperti media daring. Meskipun sama-sama media komunikasi, media konvensional dan media daring memiliki perbedaan pada beberapa bagian. Menurut Herlina (Herlina, 2019, p. 124), terdapat sembilan perbedaan antara media konvensional dan media daring

Tabel 2.2 Sembilan Perbedaan Media Konvensional dan Media Daring

Karakteristik	Media Konvensional	Media Daring
Pengirim pesan	Institusi media (satu ke banyak)	Institusi atau perorangan (banyak ke banyak)
Bentuk interaksi	Cenderung satu arah	Dua arah
Khalayak	Tersebar secara geografis dan karakteristik berbeda-beda	Kelompok kecil dengan karakter hampir sama
Waktu menerima pesan	Serempak	Berbeda-beda tergantung waktu akses
Proses produksi pesan	Melibatkan banyak orang dan modal	Membutuhkan relatif sedikit orang dan modal
Proses penyaringan pesan	Dilakukan oleh penyunting khusus secara berjenjang	Proses penyuntingan terkadang ada atau tidak
Tujuan memproduksi konten	Keuntungan finansial (terutama) dan nama baik	Perhatian dan pengakuan sosial, keuntungan finansial, nama baik
Mekanisme kerja media	Pengiklan / sponsor membayar institusi media sehingga media dapat memproduksi konten dan mendapat keuntungan	Pengiklan / sponsor membayar institusi atau perorangan sehingga media dapat memproduksi konten dan mendapat keuntungan
Jenis Sponsor	Produsen barang dan jasa, pemerintah, organisasi politik, media lain	Produsen barang dan jasa, pemerintah, organisasi politik, media lain

Sumber : (Herlina, 2019)

Tujuh kemampuan literasi media oleh James Potter digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat kemampuan literasi media pada masyarakat.

2.2.4 Media Sosial: YouTube Remotivi

Media sosial adalah media berupa situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Media dengan teknologi internet ini memungkinkan para penggunanya untuk saling terhubung dengan siapa saja. (Triastuti, Adrianto, & Nurul, 2017, p. 16). Menurut Manning (2014, p.

1158), media sosial dapat diartikan sebagai bentuk media baru yang melibatkan partisipasi dan interaksi.

Terdapat dua karakteristik utama dalam media sosial (Manning, 2014, p. 1158). Pertama, media sosial menggunakan berbagai bentuk partisipasi. Media sosial tidak sepenuhnya pasif karena penggunanya minimal harus membuat akun untuk dapat bergabung ke media sosial tersebut. Hal ini yang membedakannya dengan media konvensional yang tidak membutuhkan partisipasi. Kedua adalah interaksi. Media sosial memungkinkan para penggunanya untuk saling berinteraksi satu sama lain.

Menurut Manning (2014, p. 1161), media sosial memiliki empat fungsi. Fungsi pertama media sosial memungkinkan penggunanya melakukan refleksi terhadap identitas diri. Kedua, media sosial memiliki fungsi yang memungkinkan penggunanya untuk membangun hubungan dengan cara yang berbeda. Ketiga, media sosial menjadi sarana kerja. Pengguna dapat menggunakan media sosial sebagai sumber pendapatan, berinteraksi dengan rekan kerja maupun sebagai komunikasi pekerjaan. Terakhir, media sosial memungkinkan penggunanya untuk mencari dan berbagi informasi. Fungsi keempat ini yang terkait dengan penelitian. Masyarakat menggunakan media sosial untuk mencari dan menambah pengetahuan mengenai literasi media yang ditayangkan oleh YouTube Remotivi.

Remotivi merupakan lembaga studi dan pemantauan media yang memiliki tujuan utama menumbuhkan literasi media di tengah publik.

Dibentuk di Jakarta pada tahun 2010, area kerja dari Remotivi meliputi advokasi, penelitian dan penerbitan. Remotivi sendiri merupakan bentuk inisiatif masyarakat dalam merespon praktik industri media setelah Orde Baru yang dianggap makin komersil dan mengabaikan tanggung jawab publik.

Tema yang diangkat oleh Remotivi terkait konten media pun beragam. Mulai dari cara media memberitakan isu LGBT, kekerasan seksual, konten Jakartasentris, hingga tips mengonsumsi media bagi masyarakat. Pada tahun 2014, Remotivi sempat mendapatkan penghargaan Tasrif Award 2014 dari Aliansi Jurnalis Independen. Dalam membagikan kontennya, Remotivi menggunakan beberapa saluran seperti *website*, Twitter, Instagram, dan YouTube. Penelitian ini menganalisa salah satu saluran penyebaran konten Remotivi yaitu video pada *channel* YouTube Remotivi.

YouTube merupakan *platform* berbagi video yang pertama kali diciptakan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Dengan pengguna YouTube yang menyentuh sekitar satu miliar pengguna, terdapat beberapa alasan mengapa situs ini menjadi pilihan pengguna internet (Faiqah, Muh, & Amir, 2016, p. 261) seperti tidak adanya batasan durasi video yang diunggah, sistem keamanan yang akurat, kompensasi atas video yang diunggah, sistem pemutaran video, serta fitur editor sederhana.

Channel YouTube Remotivi telah berdiri semenjak 14 Oktober 2011. Per tanggal 23 Desember 2020, Remotivi telah mengunggah 143 video yang

terbagi di beberapa *playlist* yaitu Yang Tidak Media Katakan, Lagi Gabut, #KamiAda, Kampanye, Yang Penonton Katakan, Kenakalan Media di Era Informatika, Kliping Peristiwa Media, dan Literasi. Video yang diunggah memiliki campuran antara konten animasi, rekaman nyata peristiwa, dan narator. Total *view* untuk keseluruhan video pada *channel* YouTube Remotivi per tanggal 23 Desember 2020 telah mencapai angka 12.723.329 kali ditonton.

Remotivi memiliki tujuan utama untuk menumbuhkan literasi media di tengah publik (Remotivi.or.id, n.d.). Karena itu, konten video YouTube Remotivi memiliki pesan edukatif yang juga berkaitan dengan tujuh kemampuan literasi media James Potter yaitu analisis, evaluasi, pengelompokkan, induksi, deduksi, sintesis, dan abstraksi. Edukasi mengenai kemampuan-kemampuan ini ada dalam contoh kasus dan fenomena yang disampaikan oleh Remotivi.

Dari segi kemampuan analisis, Remotivi menayangkan konten yang memberikan informasi mengenai bagaimana cara menganalisis sebuah pesan di media. Seperti dalam video yang berjudul “*Pagar Api*”, Remotivi memberikan edukasi mengenai perbedaan sebuah pesan jurnalistik dan iklan yang seringkali dibuat serupa oleh media untuk mengecoh pembacanya. Remotivi berupaya meningkatkan kewaspadaan dan memberikan pengetahuan mengenai cara menganalisis apakah sebuah berita merupakan pesan jurnalistik atau iklan melalui teknik-teknik tertentu seperti

memperhatikan batas-batas yang dibuat media ataupun deskripsi yang menyebutkan kata *advertorial*.

Gambar 2.1 video YouTube Remotivi “*Pagar Api*”



Sumber: YouTube Remotivi

Dari segi kemampuan evaluasi, Remotivi memberikan edukasi mengenai bagaimana cara mengevaluasi pesan yang disampaikan oleh media. Salah satunya dalam video berjudul “*Bagaimana Memeriksa Kebenaran Sebuah Berita*”. Dalam video tersebut Remotivi menyampaikan perlunya melakukan evaluasi terhadap sebuah pesan yang disampaikan oleh media salah satunya dengan membandingkan pesan yang disampaikan dan pengalaman yang kita alami sendiri. Apabila pesan yang disampaikan oleh media tidak sesuai dengan hal yang kita alami maka pesan media tersebut perlu dipertanyakan dan dikritisi.

Gambar 2.2 video YouTube Remotivi “*Bagaimana Memeriksa Kebenaran Sebuah Berita*”



Sumber: YouTube Remotivi

Dari segi kemampuan pengelompokan, Remotivi memberikan edukasi mengenai bagaimana memperhatikan pengelompokan yang dibuat oleh media mengenai sebuah isu. Seperti dalam video berjudul “*Kesalahan Media Dalam Membahas Reynhard Sinaga*”. Dalam video tersebut Remotivi menyampaikan mengenai *marking* yang diberikan oleh media pada kelompok LGBTQ dan marjinal sebagai kelompok orang yang terkait dengan kejahatan, predator seksual. Pengelompokan ini dapat berakibat buruk terhadap pandangan masyarakat terhadap kelompok tersebut. Padahal tindakan-tindakan kriminal itu tidak terkait dengan orientasi seksual seseorang. Apabila kita mampu untuk menyadari bahwa hal tersebut hanyalah pengelompokan yang dibuat oleh media dan tidak sepenuhnya sesuai dengan kenyataan maka kita tidak akan serta merta menerima hal tersebut.

Gambar 2.3 video YouTube Remotivi “*Kesalahan Media Dalam Membahas Reynhard Sinaga*”



Sumber: YouTube Remotivi

Dari segi kemampuan induksi, Remotivi memberikan edukasi mengenai bagaimana agar tidak serta merta melihat sebuah hal khusus untuk mengambil kesimpulan atau generalisasi terhadap sebuah isu. Seperti pada video berjudul “*Stigma di Media: Janda*”. Dalam video tersebut Remotivi menjelaskan bahwa pesan media yang seringkali mengaitkan sebuah berita negatif dengan status pernikahan dapat menimbulkan efek yang membuat seorang janda dicap penggoda, amoral, tidak berdaya, sensual dan aib. Padahal kenyataannya itu hanyalah sebuah kasus tertentu dan bukan hal yang terjadi secara umum.

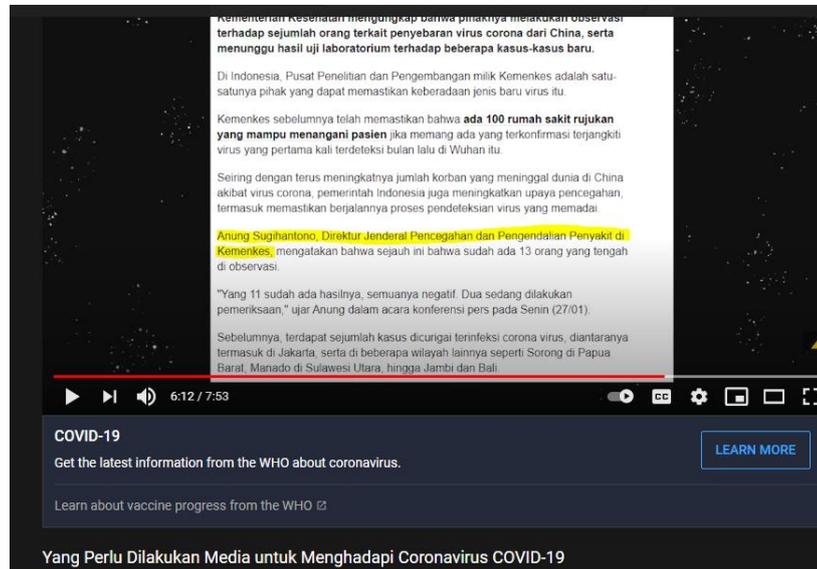
Gambar 2.4 video YouTube Remotivi “*Stigma di Media: Janda*”



Sumber: YouTube Remotivi

Dari segi kemampuan deduksi, Remotivi memberikan edukasi mengenai bagaimana pandangan umum yang keliru dapat membuat pandangan yang keliru juga terhadap hal yang khusus. Salah satunya dalam video yang berjudul “*Disabilitas di Media: Manusia atau Objek Hiburan*”. Dalam video tersebut Remotivi menjelaskan bahwa media seringkali menggambarkan kelompok disabilitas sebagai orang-orang yang perlu dikasihani, objek rasa penasaran, jahat/licik, objek inspirasi, objek tertawaan, atau sebagai makhluk aseksual. Gambaran ini menjadi pandangan umum yang dimiliki masyarakat terhadap kelompok disabilitas. Padahal, secara khusus kelompok disabilitas memiliki sifat dan kemampuan yang unik seperti masyarakat pada umumnya.

Gambar 2.6 video YouTube Remotivi “Yang Perlu Dilakukan Media untuk Menghadapi Coronavirus Covid-19



Sumber: YouTube Remotivi

Dari segi kemampuan abstraksi, Remotivi memberikan edukasi mengenai bagaimana mengambil intisari dari sebuah pesan dan menjelaskannya kembali secara singkat padat dan jelas. Seperti dalam video “*Apa Pengaruh Media Digital pada Cara Kita Berpikir?*”. Dalam video ini Remotivi menjelaskan mengenai pentingnya memahami sebuah pesan secara mendalam agar kita dapat mengambil intisari sebuah pesan dan mengambil kesimpulan yang tepat dan tidak dangkal.

Gambar 2.7 video YouTube Remotivi “*Apa Pengaruh Media Digital pada Cara Kita Berpikir?*”



Sumber: YouTube Remotivi

Dalam penelitian ini video YouTube Remotivi menjadi media yang diukur terpaannya untuk dilihat hubungannya dengan tingkat literasi media masyarakat.

2.3 Hipotesis Penelitian

H₀: Tidak terdapat hubungan antara terpaan video *channel* YouTube Remotivi dan tingkat pendidikan dengan tingkat literasi media masyarakat Jabodetabek yang menjadi responden.

H_a: Terdapat hubungan antara terpaan video *channel* YouTube Remotivi dan tingkat pendidikan dengan tingkat literasi media masyarakat Jabodetabek yang menjadi responden.

2.4 Alur Penelitian

Dalam penelitian ini, terpaan media menjadi variabel X1 dan tingkat pendidikan menjadi variabel X2. Tingkat literasi media masyarakat menjadi variabel Y. Penelitian ini melihat seberapa tinggi terpaan tayangan YouTube Remotivi pada masyarakat, seberapa tinggi tingkat pendidikan masyarakat dan apakah tingkatan terpaan dan tingkat pendidikan yang berbeda memiliki hubungan terhadap kemampuan literasi media masyarakat Jabodetabek dilihat dari tujuh kemampuan literasi media James Potter.

Video remotivi memberikan pesan edukasi mengenai literasi media kepada *audience*-nya. Hal tersebut salah satunya ditunjukkan melalui video-video YouTube Remotivi yang mengandung elemen skill literasi media oleh James Potter yaitu analisis, evaluasi, pengelompokkan, induksi, deduksi, sintesis, dan abstraksi. Karena itu, tayangan video YouTube Remotivi yang dalam penelitian ini merupakan terpaan media memiliki potensi untuk mempengaruhi kemampuan literasi media masyarakat. Hal tersebut dikarenakan pesan yang disampaikan oleh media dapat menimbulkan berbagai efek, salah satunya adalah efek kognitif. Efek kognitif dapat membantu *audience* untuk mempelajari informasi yang bermanfaat dan meningkatkan kemampuan kognitif sehingga ada kemungkinan orang yang menyaksikan video Remotivi memiliki dampak yang lebih besar terhadap pemahaman literasi media dibanding yang tidak menyaksikan.

Sementara itu tingkat pendidikan juga memiliki potensi yang dapat berpengaruh terhadap kemampuan kognitif meliputi kemampuan literasi, numerik, dan pemecahan masalah seperti yang diungkapkan dalam riset *Understanding*

Educational Impacts: The Role of literacy and Numeracy Skills (Green & Riddell, 2012). Dalam riset tersebut tiap penambahan tahun pendidikan dapat menambah kemampuan literasi, angka, dan pemecahan masalah hingga 4.5%-6%. Maka, terdapat kemungkinan semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat akan berhubungan dengan kemampuan literasi media yang semakin tinggi.

Hipotesis penelitian ini adalah semakin tinggi tingkat terpaan video YouTube Remotivi dan tingkat pendidikan masyarakat maka akan semakin tinggi pula kemampuan literasi medianya.