



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 II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengacu pada penelitian sebelumnya atau terdahulu untuk memperkaya pengetahuan terkait literasi media, skeptisisme, dan hubungan antara kedua variabel. Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang menjelaskan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dikerjakan (Creswell, 2014, p. 28). Berikut ini adalah beberapa penelitian yang digunakan dan berkontribusi pada perumusan penelitian ini.

Penelitian yang pertama adalah artikel ilmiah berjudul “Digital Media Literacy Education and Online Civic and Political Participation”. Sebuah studi tahun 2012 yang diterbitkan dalam *International Journal of Communication* 6 oleh J. Kahne dari University of Mills, N. J. Lee dari University of Charleston, dan J. T. Feezell dari University of California. Fokus penelitian ini adalah mendigitalkan dampak literasi media pada keterlibatan politik online. Dalam riset ini, penelitian dilakukan dengan metode survei sebanyak dua kali di sekolah yang sama yakni di California.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 1.203 siswa SMA di California yang diambil pada tahun 2006 dan 502 siswa SMA di California yang diambil pada tahun 2007. Indikator yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas tiga yakni keterlibatan sipil dan politik online, aktivitas literasi media digital, demografis.

Kahne, Lee, & Feezell (2012, p. 2) memaparkan bahwa keterlibatan dengan media baru mempunyai potensi untuk dapat memperkuat partisipasi pemuda dalam kehidupan bermasyarakat dan berpolitik. Studi ini bertujuan untuk menilai dan memahami apakah tingkat literasi media digital terkait dengan mendukung generasi muda dan keterlibatan sipil dan politik. Partisipasi politik generasi muda masih rendah dengan distribusi yang tidak merata. Pada saat yang sama, generasi muda terpelajar cenderung lebih terlibat. Namun menariknya, beberapa orang yang telah lulus dan kuliah tidak berbeda secara signifikan dengan mereka yang tidak kuliah dalam hal keterlibatan online, seperti diskusi di media sosial, blog, dan platform lainnya (Kahne, Lee, & Feezell, 2012, p. 3).

Banyak cara agar dapat memperluas peluang partisipasi melalui media digital seperti menjembatani antara keterlibatan masyarakat dengan media. Hal itu juga membantu meningkatkan digital literasi media (Kahne, Lee, & Feezell, 2012, p. 4).

Walaupun banyak hal positif mengenai dampak literasi media, ada juga beberapa *point* penting yang menjadi perhatian. Seperti halnya dari beberapa akademisi mengatakan tentang kekhawatiran mereka perihal sifat media baru yang bisa saja bagi penggunanya memilah dan memilih apa yang ingin di baca. Pengguna media juga dapat memilih dengan siapa mereka harus berhubungan di media. Dikhawatirkan juga bahwa pengguna media hanya akan terpapar informasi dari perspektif yang berbeda (Kehne, Lee, & Fezell, 2012, p. 4).

Melek media mungkin dapat memajukan prioritas dengan meningkatkan kemampuan dan keinginan generasi muda untuk mencari orang lain yang memiliki dan tidak berbagi pandangan dari berbagai masalah kemasyarakatan. Serta pemahaman yang lebih dalam dan seringkali lebih koheren secara konseptual dari perspektif seseorang (Jamieson & Cappella, 2008) dan (Mutz, 2006) dalam (Kahee, Lee, & Fezzell, 2012, p.4).

Tingkat literasi di kalangan generasi muda lumayan rendah. Selain itu, kemampuan untuk menggunakan teknologi media digital juga cukup tidak merata dengan orang-orang yang memiliki latar belakang berbeda. Namun, dengan adanya pendidikan literasi media digital dapat mengatasi kurangnya literasi tersebut pada generasi muda (Hargittai, 2010) dalam (Kane, Lee, & Fezzell, 2013, p. 4). Jenkins (2007) dalam (Kanne,

Lre & Fezzell, 2012, p. 5) berpendapat dalam meningkatkan literasi mdia digitl bisa menjembatani kesenjangan literasi media digital di antara anak muda. Menurut Buckingham (2003) dari Kahne, Lee & Feezell (2012, p. 5), memberi kaum muda kesempatan untuk membuat dan membandingkan literasi media digital dan berbagai informasi politik melalui online.

Studi ini mengeksplorasi hubungan antara pendidikan literasi media dan partisipasi politik online, dan juga apakah pendidikan literasi media dapat mendukung individu dalam memperoleh berbagai informasi dari perspektif yang berbeda serta mencari tahu apakah pendidikan literasi ini dapat mendukung individu untuk menerima berbagai informasi dari berbagai perspektif (Kanne, Lee, & Fezzell, 2012, p.5).

Hasil dari penelitian kedua yang dilakukan, sebanyak 41,7% adalah jawaban dari orang-orang yang sama dengan penelitian pertama. Kondisi ini disebabkan ketidakhadiran ssiwa pada saat penelitian, tetapi karena kurangnya kesempatan juga tidak mungkin dapat menyelidiki semua siswa SMA (Kahne, Lee, & Feezel, 2012, p.6).

Artikel ilmiah ini juga secara khusus dilakukan upaya untuk menilai peluang yang dimiliki generasi muda untuk mengembangkan literasi media digital melalui mengajukan empat pertanyaan di kelas selama tahun ajaran. Data yang didapat

memberikan gambaran tentang seberapa sering generasi muda menggunakan media digital pada saat sedang di sekolah (Kanne, Lee, & Fezzel, 2012, p.8).

Pada artikel ilmiah ini menemukan bahwa terdapat pembelajaran tingkat sekolah menengah terkait dengan literasi media digital. Namun, banyak dari studi ini diproduksi di industri tersier (Kanne, Llee & Fezzell, 2012, p.11).

Penelitian ini menggunakan analisis uji regresi yang menjelaskan bahwa pendidikan literasi digital mendukung keterlibatan politik online di tingkat sekolah menengah dan perguruan tinggi. Di sisi lain, pembentukan literasi media digital berhubungan positif dengan informasi dari berbagai perspektif (Kanne, Lee, & Fezzell, 2012, p.14).

Hasil dari penelitian terdahulu ini menyatakan bahwa hasil uji regresi dari aktivitas literasi media digital yakni sebesar 0,18 dan 0,26. Kemudian, hasil uji regresi untuk partisipasi media baru yang didorong secara politik 0,23 dan 0,32. Dapat disimpulkan bahwa literasi media digital memberikan dukungan yang kuat terhadap partisipasi politik online.

Penelitian kedua juga merupakan artikel ilmiah berjudul *News Literacy, Social Media Behaviors, and Skepticism Toward Information on Social Media* tahun 2019. Jurnal ilmiah ini merupakan karya Emily K. Vraga dan Melissa Tully dari

University Minnesota yang diterbitkan dalam Taylor & Francis Group pada 19 Juni 2019. Penelitian ini hendak mengkaji tentang meningkatkan literasi berita dan skeptisisme terhadap berita dan informasi yang dibagikan di media sosial (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 1).

Penelitian ini menggunakan metode survei dari responden yang sudah dewasa yakni sekitar umur 21 – 35 tahun di Amerika dan jumlah yang diambil bersifat kuota dan hanya pengguna media sosial saja yang digunakan. Platform media sosial yang digunakan adalah Facebook, Twitter, dan YouTube.

Meningkatkan sikap skeptisisme terhadap berita dan informasi sambil menghindari sinisme adalah tujuan dan tantangan lama dari edukasi literasi media (Craft et al, 2017), (Maksl dkk, 2015), dan (Mihailidis, 2008) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 2). Melek berita penting bagi pengguna media sosial, di mana berita yang kredibel akan berdampingan dengan hiburan, kisah pribadi, dan informasi yang salah (Garrett, 2017) dan (Sydell, 2016) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 2).

Untuk menjadi pengguna yang melek berita membutuhkan pemahaman tentang konten dan konteks konsumsi berita, termasuk peran platform media sosial dalam ekosistem berita dan cara konsumen menginterpretasikan berita mereka (Klurfeld & Schneider, 2014) dan (Maksl dkk, 2015) dalam (Emily K. Vraga &

Melissa Tully, 2019, p. 2).

Edukasi literasi media berita merupakan prediktor paling konsisten dari beberapa hasil yang relevan, termasuk skeptisisme terhadap teori konspirasi politik, mengonsumsi berita dari berbagai sumber, pengetahuan peristiwa terkini, dan aktivitas politik (Ashley & Craft, 2017) dan (Maksl, 2015) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 2). Menghubungkan literasi media dengan pendidikan dan politik sebuah langkah yang diperlukan untuk menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan demokratis (Ashley et al, 2017) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 3). Mengingat kekuatan norma sosial untuk memprediksi perilaku, nilai untuk literasi media dapat berfungsi sebagai motivasi eksternal dan keterlibatannya dalam konsumsi berita kritis (Ajzen, 1985) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 3).

Saat memeriksa keterlibatan berita dan konten politik di media sosial, sebagai pengguna media sosial harus dapat mempertimbangkan kualitas konten tersebut. Terdapat beberapa ketidakpastian yang berfokus pada misinformasi sebagai masalah yang menantang landasan demokrasi. Penyebaran dan konsumsi informasi yang salah dapat menimbulkan skeptisisme terhadap media (Bode & Vraga, 2015, p. 621) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 4).

Emily K. Vraga & Melissa Tully (2019, p. 4) telah menunjukkan bahwa masyarakat cenderung menerima informasi baru daripada skeptisisme, yang dapat merugikan jika informasi baru itu salah atau menyesatkan, seperti halnya mengklaim bahwa skeptisisme bukanlah norma. Skeptisisme yang melibatkan keraguan dan mempertanyakan kepastian, terhadap politik dan media dianggap baik untuk demokrasi karena mendorong partisipasi. Sedangkan sinisme, melibatkan ketidakpercayaan dan penolakan media dan sistem politik, menciptakan pelepasan dan kekecewaan (Pinkleton, Austin, Zhou, Willoughby & Reiser, 2012 ; Yamamoto & Kushin, 2014) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 4).

Skeptisisme yang sehat dapat berubah menjadi sinisme jika pengguna media memiliki rasa ketidakpercayaan terhadap berita dan informasi yang disajikan (Mihailidis, 2008 ; Tully & Vraga 2018) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 5). Edukasi literasi media telah terbukti dapat membantu generasi muda dalam mengidentifikasi misinformasi partisipan dan bersikap skeptis terhadap berita yang mereka temui (Kahne & Bowyer, 2017) dan (Maksl et al, 2015) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 5).

Mengembangkan sikap skeptisisme terhadap berita dan informasi sangat penting untuk membedakan konten berkualitas

tinggi dari informasi berkualitas rendah atau palsu. Tantangan untuk mengembangkan skeptisisme dan menghindari sikap sinisme tetap menjadi inti dalam literasi berita, sangat penting juga ketika ingin mempertimbangkan penyebaran informasi yang salah secara online dan tingkat ketidakpercayaan yang tinggi terhadap organisasi berita (Anderson & Rainie, 2017 ; Barthel & Mitchell, 2017) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 5).

Pengguna media sosial yang memposting berita dan informasi di media sosial mungkin lebih mempercayai sumber informasi online lainnya. Oleh karena itu, edukasi literasi berita terhadap media sosial sebagai faktor potensial yang menjelaskan sikap skeptisisme terhadap informasi di media sosial (Johnson & Kaye, 2015) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 5).

Penelitian ini mempertimbangkan masyarakat dalam upaya memilah penggunaan media sosial dan untuk mengeksplorasi bagaimana perilaku ini terkait dengan skeptisisme tentang informasi di media sosial (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 6). Orang-orang yang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial mungkin mengenali prevalensi informasi palsu, yang mengarah ke skeptisisme yang lebih besar terhadap konten online secara keseluruhan, terutama mengingat iklim saat ini di mana berita palsu telah menjadi bahasa umum (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 6).

Uji korelasi dalam penelitian ini menyatakan bahwa hubungan antara perilaku pengguna media sosial dan persepsi kualitas informasi bersifat timbal balik namun memiliki korelasi yang kuat. Paparan edukasi literasi berita sangat penting untuk membangun wawasan, sikap, dan keyakinan (Kahne & Bowyer, 2017) dalam (Emily K. Vraga & Melissa Tully, 2019, p. 13).

Dari penelitian ini, menunjukkan bahwa hubungan antara literasi skeptisisme tentang berita, informasi, konten politik, dan informasi yang dibagikan di media sosial perlu ditingkatkan lagi untuk menghindari tumbuhnya sinisme. Generasi muda kurang memiliki literasi berita dan skeptisisme tentang konten berita politik di media sosial dan informasi lainnya. Survei tersebut juga menyatakan bahwa lebih banyak perhatian harus diberikan pada survei berita tentang bagaimana menangani penyebaran informasi di internet. Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya bersikap skeptis terhadap informasi dan berita yang ada di media sosial.

Penelitian ketiga merupakan karya Tascia Sanistia yang berjudul Hubungan Literasi Media dan Informasi dengan Kompetensi sebagai Warga Negara Aktif pada Guru SMA di Tangerang. Penelitian ini dipublikasikan oleh Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2019. Topik yg dibahas yaitu terkait hubungan antara kedua variabel. Tujuan dari riset

terdahulu ini yaitu ingin mengetahui persoalan tingkat literasi media dan informasi guru SMA Tangerang, mengetahui tingkat kompetensi dari warga negara aktif yakni pengajar Sekolah Menengah Atas di Tangerang, dan hubungan kedua variabel.

Penelitian ini bersifat deskriptif yakni menjelaskan atau menggambarkan detail maupun isu secara spesifik. Populasi yang digunakan yaitu guru SMA di Tangerang tahun ajaran 2018-2019 sebanyak 5.756. Namun, sampel yang digunakan hanya sebesar 99 guru.

Teknik Sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah non-probability sampling, teknik ini digunakan agar sampel yang ditarik tidak memberikan peluang yang sama bagi populasi yang telah diambil. Selain itu, jenis teknik sampling menggunakan insidental (Tascia Sanistia, 2019, p. 42).

Konsep literasi media telah mulai berubah dari waktu ke waktu. Konsep literasi dan kombinasi aspek-aspek tersebut telah berkembang sebagai respons terhadap perubahan ekonomi, sosial-politik, teknologi, dunia kerja dan masyarakat, serta tuntutan dan tantangan zaman (Tascia Sanistia, 2019, p.15).

LMI dapat didefinisikan sebagai kemampuan yang membolehkan orang agar dapat menggunakan berbagai alat untuk memperoleh, mengakses, menilai, menggunakan, berbagi, dan membuat informasi dan konten media. Terlibat dan berpartisipasi

secara pribadi, berpengalaman, dan komunitas (Tascia Sanistia, 2019, p.16).

Kerangka pengukuran LMI diperlukan untuk dapat mengukur LMI. Kerangka Pengukuran Literasi Media dan Informasi merupakan alat ukur menarik yang dapat digunakan untuk mengukur kapabilitas yang ada dalam LMI (2013, p. 37) (Tascia Sanistia, 2019, p. 35). Kompetensi LMI digambarkan dalam tiga dimensi, aspek-aspek tersebut meliputi akses, evaluasi dan kereasi (Global Media and Infrmation Litracy Asessment Framework, 2012, p. 55-57) dalam (Tascia Sanistia, 2019, p. 35).

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif. Penelitian kuantitatif mengacu pada proses menganalisis, mengumpulkan, menafsirkan, dan menulis temuan (Creswell, 2014, p. 14) dari (Tascia Sanistia, 2019, p. 50). Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menggunakan kelompok sampel dari sebagian populasi, metode ini dapat memberikan penjelasan numerik untuk tren, opini, dan sikap. Dari sampel yang diteliti, penelitian ini dapat diterapkan pada populasi dengan menyamaratakan (Creswell, 2014, p. 155) dalam (Tascia Sanistia, 2019, p. 51).

Berdasarkan penelitian ini, guru SMA di Tangerang memiliki tingkat literasi media dan informasi (LMI) yang tinggi,

dengan skor rata-rata 7,42. Sedangkan, pengukuran kompetensi kewarganegaraan guru sekolah memiliki kategori tinggi sebesar 6,98 (Tascia Sanistia, 2019, p. 103). Uji korelasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara tingkat LMI dengan kemampuan kewarganegaraan untuk guru SMA di Tangerang. Hal tersebut dikatakan bahwa meskipun hubungan antara variabel LMI dan kapasitas sipil adalah positif, kekuatannya terletak pada kategori sedang (Tascia Sanistia, 2019, p. 103).

Penelitian keempat merupakan artikel ilmiah berjudul *Online News Exposure and Trust in The Mainstream Media: Exploring Possible Associations* tahun 2010. Jurnal ilmiah ini merupakan karya Yariv Tsfati dari University of Haifa yang diterbitkan dalam Sage Publications pada 2010. Fokus utama dari penelitian ini adalah antara ketidakpercayaan pada media arus utama dan konsumsi berita online.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna media online sejumlah 2.222 yang berusia 16 – 88 tahun di Amerika yang dilakukan pada tahun 2004 dan 2005. Kemudian, untuk jenis penelitian ini yaitu analisis kuantitatif. Jenis dari penelitian ini yakni analisis kuantitatif (Yariv Tsafati, 2010, p. 13).

Penelitian ini berawal dari adanya premis yang menyatakan

bahwa jurnalisme online memberikan beberapa fitur bagi para pembaca sebagai alternatif dari media konvensional. Jenis dari riset ini adalah kuantitatif dengan metode *telephone survey* dan *online survey*. Dalam mengukur ketidakpercayaan khalayak padamedia mainstream, penelitian ini menggunakan lima indikator kredibilitas berita yang berasal dari Gaziano dan McGrath (1986).

Seligman (1997, p. 21) dalam Yariv Tsfati (2010, p. 4) mengatakan bahwa ketika kepercayaan terjadi, tidak ada cara empiris bagi wali amanat untuk memverifikasi niat. Kepercayaan merupakan harapan bahwa interaksi dengan wali amanat akan menghasilkan keuntungan, bukan keuntungan bagi wali amanat (Coleman, 1990) dalam (Yariv Tsfati, 2010, p. 4).

Mengingat ketidakpastian yang tertanam dalam situasi tersebut, kredibilitas merupakan elemen utama dalam kepercayaan. Dengan demikian, kepercayaan sebagai harapan yang dianut oleh individu bahwa perkataan individu lain dapat diandalkan (Rotter, 1967) dalam (Yariv Tsfati, 2010, p. 4). Konsep kepercayaan adalah kunci pemahaman kita tentang berbagai perilaku manusia dan bahwa kepercayaan campur tangan di hampir setiap aspek kehidupan sosial (Tsfati & Cappella, 2003) dalam (Yariv Tsfati, 2010, p. 4).

Konsep ketidakpercayaan dalam media menerapkan

pengertian kepercayaan umum, pada konteks khusus hubungan khalayak dengan media berita. Perasaan bahwa media arus utama tidak kredibel atau dapat diandalkan, hal tersebut dapat dikatakan bahwa media berita lebih menghalangi masyarakat daripada membantu masyarakat. Skeptisisme media adalah persepsi bahwa jurnalis tidak hidup dengan standar profesional mereka (Kohring & Matthes, 2007) dalam (Yariv Tsfati, 2010, p. 4). Kepercayaan media dikaitkan dengan eksposur media berita yang dapat dijelaskan sebagai proses kognitif dan rasional dan lebih sebagai hasil dari proses eksposur selektif (Sears & Freedman, 1967, p.194) dalam (Yariv Tsfati, 2010, p. 4).

Sejauh ini, peran kepercayaan media arus utama dalam keputusan pemaparan audiens hanya mendapat perhatian terbatas. Penelitian awal tentang konstruk kredibilitas terkait secara umum menunjukkan bahwa orang cenderung mengonsumsi berita dari media yang mereka anggap paling kredibel (Rimmer & Weaver, 1987 ; Westley & Servin, 1964) dalam (Yariv Tsfati, 2010, p. 7). Rimmer dan Weaver (1987) dalam (Yariv Tsfati, 2010, p. 8) menyatakan bahwa frekuensi pemaparan media tidak berhubungan dengan persepsi khalayak tentang kredibilitas media.

Hasil dari riset ini menjelaskan bahwa korelasi antara ketidakpercayaan pada media arus utama dan terpaan berita

online adalah negatif. Skeptisisme media arus utama secara positif terkait dengan konsumsi situs web non- mainstream. Semakin banyak orang yang tidak mempercayai media, semakin mereka beralih ke sumber non- utama (Yariv Tsfati, 2010, p. 18). Semakin banyak orang mempercayai media arus utama, semakin mereka mengonsumsi berita dari outlet berita arus utama online (Yariv Tsfati, 2010, p. 18).

Hubungan antara skeptisisme dan paparan berita online secara umum adalah negatif. Semakin banyak orang mempercayai media, semakin mereka menggunakan berita online (Yariv Tsfati, 2010, p. 19). Khalayak menjadi lebih skeptis bagi mereka yang mengonsumsi lebih sedikit berita Internet. Kepercayaan Internet berperilaku serupa dengan skala skeptisisme media secara umum, dapat ditafsirkan bahwa khalayak tidak memperlakukan sebagai berita alternatif (Yariv Tsfati, 2010, p. 19).

Hubungan negatif antara skeptisisme media dan eksposur berita online mirip dengan hubungan negatif antar skeptisisme media dan eksposur berita tradisional ini mengisyaratkan bahwa daripada alternatif, khalayak memperlakukan berita online sebagai perpanjangan dari media berita tradisional (Tsfati & Cappella, 2003) dalam (Yariv Tsfati, 2010, p. 19).

Terakhir, penelitian kelima merupakan artikel ilmiah

berjudul *Do People Watch what they Do Not Trust? Exploring the Association between News Media Skepticism and Exposure* karya Yariv Tsfati dan Joseph N. Capella tahun 2003. Artikel ilmiah ini berfokus untuk dapat menemukan hubungan antara skeptisisme terhadap media dan konsumsi media. Konsep kepercayaan digunakan dalam ilmu-ilmu sosial untuk dapat menggambarkan hubungan dari waktu ke waktu antara dua pihak yakni pihak yang menaruh kepercayaan dan pihak yang dipercaya (Coleman, 1990, p. 96) dalam (Tsfati & Capella, 2003, p. 3). Konsep kepercayaan merupakan kunci pemahaman masyarakat tentang berbagai perilaku manusia (Tsfati & Capella, 2003, p. 3).

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 dari populasinya yakni sebesar 150 responden yang berada di Amerika. Responden diambil secara acak dan tidak memiliki ciri khusus seperti usia, pendidikan, maupun gender. Jenis dari penelitian ini yaitu analisis kuantitatif dengan teknik pengumpulan data secara survei (Tsfati & Capella, 2003. P. 15).

Skeptisisme media dapat didefinisikan sebagai perasaan ketidakpercayaan secara subjektif terhadap media arus utama. Misalnya, skeptisisme media merupakan perasaan bahwa media arus utama tidak kredibel dan tidak dapat diandalkan, bahwa jurnalis tidak hidup dengan standar profesional mereka, dan bahwa media berita menghalangi masyarakat daripada membantu masyarakat. Skeptisisme media adalah persepsi

bahwa jurnalis tidak adil dan objektif dalam informasi yang disampaikan, bahwa mereka tidak selalu menceritakan keseluruhan cerita, dan bahwa mereka akan mengorbankan akurasi dan presisi untuk keuntungan pribadi dan komersial (Tsfati & Capella, 2003, p. 3).

Pada artikel ilmiah ini, responden diajukan beberapa pertanyaan dari serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan berbagai komponen skeptisisme media. Item tersebut meliputi empat item skala kredibilitas berita dari Gaziano dan McGrath (1986) yang terdiri dari (*fair, accurate, tell the whole story, dan can be trusted*). Sedangkan, untuk beberapa item pertanyaan yang terdiri dari apakah media lebih peduli untuk menjadi yang pertama dalam melaporkan sebuah cerita atau menjadi akurat dalam melaporkan cerita, dan item menanyakan apakah media membantu masyarakat atau menghalangi masyarakat dalam memecahkan masalah digunakan oleh Cappella & Jamieson pada tahun 1997. Selain itu, responden juga ditanyakan tentang sejauh mana mereka mempercayai media untuk melaporkan berita secara “adil” (Tsfati & Capella, 2003, p. 9).

Olahan data dalam artikel ilmiah ini menghasilkan bahwa kepentingan politik secara positif dan signifikan terkait dengan paparan berita baik mainstream dan nonmainstream. Ekstremisme politik dan pengetahuan politik secara signifikan

terkait dengan paparan nonmainstream. Ideologi juga memiliki hubungan yang signifikan dengan eksposur nonmainstream, dengan konservatif melaporkan eksposur nonmainstream lebih dari liberal (Tsfati & Capella, 2003, p. 15).

Singkatnya, pada analisis yang dihasilkan dari artikel ilmiah ini skeptisisme memiliki hubungan secara negatif dengan paparan arus utama dan secara positif memiliki hubungan dengan non-arus utama. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor termasuk konteks yang berbeda, perbedaan dalam pengukuran, desain studi, ukuran sampel, dan bentuk pengumpulan data (tatap muka, telepon, atau online) (Tsfati & Capella, 2003, p. 15).

Temuan yang dilaporkan dalam artikel ilmiah ini menunjukkan bahwa skeptis media arus utama cenderung mengonsumsi lebih banyak berita online di Internet. Diperlukan studi yang jauh lebih spesifik tentang konsumsi berita sebelum dapat sepenuhnya memahami hubungan ini. Beberapa penelitian tersebut misalnya (Johnson & Kaye, 1998) dalam (Tsfati & Capella, 2003, p. 18) khalayak menilai internet sebagai penyedia informasi berita yang lebih kredibel daripada media yang lebih tradisional.

Selain itu, penelitian pada artikel ilmiah ini juga berpendapat bahwa konsumen berita atau khalayak

nonmainstream cenderung menjadi lebih skeptis terhadap berita mainstream sebagai akibat dari paparan berita nonmainstream. Misalnya, karena sumber-sumber berita non-mainstream cenderung lebih banyak menyajikan banyak argumendan diskusi titik balik dan tantangan yang lebih kuat terhadap interpretasi yang lazim daripada karakteristik berita arus utama, audiens mereka mungkin belajar bahwa peristiwa yang sama dapat disajikan, dibingkai, dan dimiringkan secara berbeda.

Kelima penelitian yang digunakan memberikan representasi penting terhadap hubungan antara kedua variabel. Beberapa riset ini juga memaparkan bagaimana skeptisisme penting dalam meningkatkan literasi media. Terdapat beberapa riset yang memiliki kesamaan yakni menggunakan alat ukur dari (LMI) meliputi akses, evaluasi, dan kreasi. Selain itu, terdapat dua penelitian terdahulu yang juga menggunakan skala kredibilitas hasil pengembangan Gaziano dan McGrath (1986) yakni dari Tsfati& Capella (2003).

Berdasarkan kelima penelitian terdahulu tersebut ada beberapa perbedaan yakni seperti dari kelimanya tak ada yang memakai populasi mahasiswa melainkan menggunakan populasi warga dan berfokus pada konten politik, sedangkan penelitian yang penulis lakukan menggunakan populasi mahasiswa dan fokus pada pemberitaan media online.

Dengan menggunakan alat pengukuran untuk menghitung

tingkat literasi media atau skeptisisme, penelitian ini akan menunjukkan hasil yang konkret dan lebih menggambarkan kondisi mahasiswa saat ini. Pembahasan dari hasil dimensi kedua variabel dapat menyempurnakan penelitian ini serta memperjelas dimensi mana yang perlu diperbaiki.

2.2 Landasan Teori dan Konsep

2.2.1 Literasi Media

Literasi media adalah cara pandang yang digunakan dimana masyarakat mengakses atau berperan aktif dalam mengakses media sehingga dapat menginterpretasikan informasi yang disampaikan. Pasal 52 Undang-undang No.32/2003 yakni tentang penyiaran literasi media diartikan sebagai kegiatan edukasi untuk meningkatkan sikap kritis pada masyarakat (Iriantara, 2017, p. 25).

Berdasarkan jurnal *Centre for Media Literacy* (2003, p. 22) literasi media didefinisikan sebagai suatu bentuk “kemampuan berkomunikasi secara kompeten antara semua media, baik elektronik maupun cetak”. *Centre for Media Literacy* juga menyatakan bahwa literasi media memiliki keterampilan ganda. (CML, 2003, p. 22) yang meliputi Kemampuan untuk memproduksi media, mengkritik media, mempelajari sistem pembuatan media, mengajar tentang media, mengeksplorasi posisi yang berbeda, berpikir kritis tentang isi konten media.

Sedangkan, menurut Potter (2014, p. 39) literasi media dapat dibagi

dalam tiga kategori, yakni *the umbrella definition, the purpose definition, and the process definition*. Pengertian payung dalam literasi media berkaitan dengan perlindungan individu ketika terpapar informasi dalam jumlah besar ketika berhadapan dengan media. Definisi tujuan literasi media pada akhirnya adalah struktur yang dibangun ke dalam pikiran individu, memberikan individu lebih banyak kontrol atas pesan media. Definisi tujuan dalam literasi media sebagai keterampilan yang bekerja ketika khalayak mengakses media massa.

Kemudian definisi lain dari literasi media juga dikembangkan oleh *The National Leadership Conference of Media Literacy* (Aufderheide, 1993, p. 33) yang berisi “*Media literacy is the ability to analyze, augment and influence active reading of media in order to be a more effective citizen*”, definisi tersebut memiliki tiga hal penting yaitu seperti *user skills (augment)* merupakan individu yang melek media dapat menemukan sumber daya tambahan yang sesuai agar bisa mempelajari lebih lanjut terkait topik yang diminati, *consumer skills (analyze)* adalah individu melek media secara aktif dapat mendiskusikan definisi “pesan” media.

Selain itu, terdapat faktor yang memengaruhi, termasuk faktor personal seperti keterampilan, ras, dan jenis kelamin. Faktor-faktor yang berhubungan pada pesan, ideologinya mendasari para pihak yang memproduksi pesan, terakhir

producer skills (influence) merupakan individu yang melek media dapat dengan sengaja mengubah makna atau dampak pesan.

Literasi media berkaitan dengan berbagai komunikasi khusus yang terkait dengan akses masyarakat terhadap pesan media. Keterampilan literasi media meliputi evaluasi, analisis, klasifikasi, induksi, penalaran, abstraksi, dan sintesis (Potter, 2014, p. 20). Pada dasarnya literasi media merupakan sebuah upaya pembelajaran bagi audiens agar dapat menjadi audiens yang kuat hidup di tengah dunia atau dapat dikatakan sesak media (*media saturated*) (Iriantara, 2017, p. 13). Tujuan utama dikembangkannya literasi media sebagai upaya mempersiapkan generasi berikutnya agar dapat hidup di dunia sesak media (Iriantara, 2017, p. 15).

2.2.2 Literasi Media dan Informasi

Literasi media dan informasi atau LMI adalah gabungan dari tiga jenis literasi yang terdiri dari literasi media, digital, dan informasi. (Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013, p.27). Interpretasi antara literasi media, digital, dan informasi menjadi kabur dengan segala risiko, peluang, dan ancaman akibat terciptanya dunia maya dan kemajuan teknologi.

Oleh karena itu, masyarakat butuh adanya LMI agar dapat meminimalisir risiko terkait privasi, reliabilitas sumber

informasi, keamanan, dan isu etik. Selain itu, masyarakat perlu memahami bagaimana konten media dan informasi dibuat, bagaimana konten tersebut dievaluasi dan dibagikan hingga dapat diakses oleh khalayak, serta siapa yang membiayainya (Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013, p. 26).

Istilah LMI digunakan agar dapat memfokuskan pentingnya akses terhadap informasi, pembuatan, evaluasi, pembagian informasi dan pengetahuan. (Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013, p. 29).

LMI adalah kumpulan kompetensi yang menegaskan khalayak untuk memahami dan membagikan informasi dalam beragam format. Semua kemampuan ini dilakukan dengan cara efektif agar khalayak bisa berpartisipasi dalam kehidupan sosial maupun pribadi (Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013, p. 29).

LMI terbentuk dari perkembangan literasi media. Literasi media sendiri diciptakan berawal dari *The National Leadership Conference on Media Literacy* yakni sebagai kemampuan agar dapat mengevaluasi dan memproduksi informasi (Auferheide, 1992, p. 6).

Gabungan dari ketiga literasi yang meliputi literasi media, informasi, dan digital memiliki kemiripan pada tujuan yang

ingin yakni bagaimana informasi dapat dikelola di tengah banyaknya arus informasi yang berasal dari media dan teknologi.

UNESCO memfokuskan LMI membantu khalayak agar memiliki kemampuan dalam kompetensi, meningkatkan dan mendukung untuk kemajuan LMI dengan jasa, konten, dan produk baru (Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013, p. 36).

Kemampuan dimensi akses dapat dikembangkan dalam beberapa indikator, yakni pemahaman atas informasi yang dibutuhkan; akses dari informasi yang dibutuhkan oleh penyedia; pencarian maupun penemuan atas data yang disampaikan oleh media; serta pengambilan maupun penyimpanan informasi (Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013, p. 58).

Dimensi Pemahaman dan Evaluasi didefinisikan dari kapabilitas dalam mengkaji secara kritis, memahami, ataupun mengelola isi media, tanggung jawab terhadap prinsip-prinsip kebebasan dan hak asasi manusia. Kompetensi pada dimensi ini ditujukan untuk membandingkan fakta, memahami nilai dan ideologi yang mendasari informasi, membedakan fakta dan opini, serta memahami faktor ekonomi, sosial, politik, profesional, dan teknis dalam konten media dan informasi.

Dimensi pemahaman dan evaluasi tersusun dalam beberapa indikator, yakni pengukuran atas informasi dan konten media, pemahaman atas evaluasi terhadap informasi (Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013, p. 58).

Dimensi ketiga dari LMI merupakan dimensi kreasi yakni kemampuan dalam mengerti isi dari informasi, serta kemampuan yang dapat mengkomunikasikan secara efektif. Dimensi ini tentang pemanfaatan media dan informasi dengan cara yang etis (Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013, p. 57).

Indikator juga dimiliki pada dimensi ini diantaranya yakni produksi informasi, ekspresi kreatif, penyampaian konten media dengan cara, dan pengetahuan isi dari pesan media (Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2012, p. 58).

UNESCO mengembangkan kerangka penilaian LMI ini untuk menghasilkan nilai dari tingkat LMI itu sendiri dalam membangun masyarakat pengetahuan untuk perubahan masa depan melalui pendampingan, pengajaran dan pelatihan.

UNESCO juga menekankan bahwa penggunaan kerangka kerja untuk mengukur LMI tak terhitung dari satu kelompok saja tetapi dapat juga diperlukan untuk kelompok sosial lainnya.

2.2.3 Skeptisisme Media

Sebelum membahas tentang konsep skeptisisme media,

baiknya terlebih dahulu membahas mengenai kepercayaan. Konsep kepercayaan dapat digunakan dalam sebuah penelitian ilmu sosial yang menggambarkan tentang hubungan antara trustee sebagai pihak yang dipercaya dan pihak yang menempatkan kepercayaan. Kepercayaan sendiri dipakai untuk dapat menggambarkan hubungan pengaruh dari waktu ke waktu (Tsfati, 2003, p. 67).

Menurut Rotter dalam (Tsfati & Capella, 2003, p. 505) kepercayaan memiliki definisi sebagai harapan yang diinginkan oleh masyarakat bahwa kata-kata, pernyataan lisan atau tertulis, dan janji dari seseorang harus dapat diandalkan. Kepercayaan memiliki peran sangat penting dalam interaksi sosial. Di samping itu, kepercayaan juga mempunyai aspek yang seringkali digunakan pada penelitian ilmu sosial, tetapi riset tentang ketidakpercayaan pada media ini belum banyak yang meneliti.

Menurut Coleman dalam (Tsfati & Capella, 2003, p.505) kepercayaan dapat diartikan berasal dari adanya sebuah ekspektasi yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh keuntungan dari individu yang dipercaya, dari pada mendapatkan kerugian terhadap orang yang mempunyai kepercayaan. Ketidakpastian dalam keadaan tersebut, kredibilitas menjadi tujuan utama dalam sebuah kepercayaan. Konsep kepercayaan dapat dibidang sebagai kunci untuk

mengerti berbagai perilaku manusia.

Kepercayaan media memiliki kaitan dengan harapan khalayak agar bisa mendapatkan manfaat dari usaha para jurnalis. Beberapa orang mengartikan kepercayaan sebagai ekspektasi dari tindakan kooperatif dan kejujuran yang berlandaskan pada ketentuan yang mencakup standar profesionalisme (Tsfati & Capella, 2003, p. 506). Liebes dalam (Tsfati & Capella, 2003, p. 506) menjelaskan bahwa masyarakat memegang kepercayaan bahwa jurnalis melakukan tugas jurnalistik berdasarkan profesionalitas.

Skeptisisme media dapat didefinisikan sebagai pandangan subjektif yang mengarah terhadap ketidakpercayaan pada media arus utama dan juga profesionalisme praktik jurnalistik (Tsfati & Capella, 2003, p. 506). Selain itu, beberapa individu memiliki alasan pribadi yang meragukan terhadap suatu media. ketika sedang menonton, membaca, bahkan mendengarkan berita terkadang sebagian orang timbul pertanyaan yang ditujukan pada kebenaran suatu berita yang disampaikan oleh media. Skeptisisme media memiliki persepsi yang mengatakan bahwa jurnalis tidak adil dan objektif dalam membagikan hasil liputannya, jurnalis tidak mengutamakan keakuratan, mereka tidak memberitakan informasi secara keseluruhan, bahkan jurnalis dianggap lebih mementingkan kepentingan komersial

atau pribadi (Tsfati, 2003, p. 67).

Skeptisisme media dapat dikatakan dari sejauh mana masyarakat memiliki rasa ketidakpercayaan atau ragu pada kenyataan yang dipublikasikan dalam media pemberitaan. Setiap individu dapat mengabaikan, menerima, atau tidak mempercayai fakta, gambaran realitas media, dan gambaran (Cozzens & Contractor, 1987, p. 438).

Sebagian individu menganggap pemberitaan tidak bisa diandalkan, tidak kredibel, persepsi bahwa jurnalis tak menjalankan tugasnya sesuai dengan standar profesional, media memberi batasan kepada khalayak, tidak memberitakan seluruh fakta yang terjadi di lapangan, media tidak objektif dan tak adil dalam memberitakan (Tsfati, 2010, p. 23).

Skeptisisme media dapat dilihat dari penilaian khalayak terhadap objektivitas dan keadilan terutama pada tugas jurnalisisme dalam media arus utama (Tsfati & Capella, 2003, p. 506). Penelitian Tsfati (2010), bertujuan untuk mengetahui skeptisisme, yakni melalui responden yang diberikan berbagai pertanyaan terkait News Credibility Scale Gaziano dan McGrath (1986).

Skala kredibilitas berita tersebut memiliki 12 indikator yang disederhanakan menjadi lima indikator yakni meliputi *fair*, *accurate*, *unbiased*, *tell the whole story*, dan *can be trusted*. Skala

kredibilitas berita itu digunakan dalam mengukur surat kabar dan televisi.

2.2.4 Perilaku Generasi Muda Dalam Konsumsi Berita

Perkembangan media baru memegang peranan penting di era komunikasi modern, demikian pula dengan banyaknya pengguna teknologi media baru yang sering melakukan keterbaruan data tentang kemajuan suatu peristiwa atau informasi.

Munculnya media baru tidak meninggalkan media tradisional, bahkan saat ini banyak yang berkumpul menjadi media baru seperti e-book, majalah, dan surat kabar online. Selain itu, dengan adanya media baru dan tradisional bagi masyarakat khususnya generasi muda untuk memperoleh dan mencari informasi, kebiasaan menggunakan media sebagai sumber informasi juga telah terbentuk (Ester Krisnawati, 2016, p. 3).

Pada dasarnya dalam semua perilaku manusia terdapat motif atau dorongan tertentu dari dalam diri yang membuat orang melakukan sesuatu (Ardiyanto, 2005, p. 87) dalam (Ester Krisnawati, 2016, p. 5).

Definisi motif yang dimaksud dan jika dihubungkan dengan konsumsi media dapat diartikan sebagai sebuah dorongan yang menyebabkan seseorang menggunakan media (Ester Krisnawati,

2016, p. 5). Maka dari itu, dapat dikatakan mengonsumsi media atau berita didorong oleh motif- motif tertentu melalui media tertentu pula.

Morissan (2010, p. 270) dalam (Ester Krisnawati, 2016, p. 6) memaparkan bahwa alasan atau motivasi khalayak mengonsumsi berita dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori yakni menghabiskan waktu, sebagai teman (*companionship*), memenuhi ketertarikan (*excitement*), kesenangan, pelarian, interaksi sosial, memperoleh konten media tertentu dan memperoleh informasi..

Salah satu dari beberapa alasan mendasar dari khalayak yang mengonsumsi berita yaitu untuk dapat memperoleh sebuah informasi. Sedangkan dalam Lee (2013, p. 303) konsumsi berita didasari dan termotivasi pada penggunaan berita untuk pengawasan, memahami apa yang sedang terjadi di dunia, memenuhi kebutuhan untuk dapat mengetahui, dan untuk mengikuti cara pemerintah dalam menjalankan fungsinya.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumsi berita. Pertama, ketersediaan informasi yang disajikan tanpa melalui proses checks and balances, dan dalam hal berita itu sendiri adalah informasi yang telah diverifikasi keaslian dan keakuratannya melalui prosedur jurnalistik.

Kedua yakni variasi media, pada akhir 2014 di Indonesia

terdapat sebanyak 312 harian, 174 mingguan, 82 bulanan, 1.116 radio, 349 televisi, dan 211 media online. Jumlahnya terdapat sekitar 2.339 media massa di Indonesia (Himawan, 2015, para. 3). Variasi konten media didapatkan ketika masyarakat mengakses media sosial atau blog yang bersifat individual (Widiasari, 2017, pp. 123-124).

Faktor ketiga adalah ketersediaan dan biaya. Bagi sebagian besar khalayak, faktor biaya menjadi penghalang untuk mengakses konten media. Dalam hal media penyiaran itu sendiri, hambatan dapat diatasi dengan memperoleh keterampilan radio dan televisi.

Selain itu, dengan adanya teknologi semua akses akan mudah didapatkan. Sedangkan, dalam kasus media cetak, biaya perolehan untuk konsumsi berkelanjutan menjadi suatu kepentingan, dan biaya yang dibutuhkan berupa biaya harian. Faktor keempat adalah kebutuhan dan keinginan. Individu menilai konten media berdasarkan berbagai hasil evaluasi (Widiasari, 2017, pp. 124-126).

Faktor kelima adalah konsumsi, yang merupakan bagian dari produksi. Seseorang akan berperan dalam masyarakat berdasarkan konsumsi media dan berperan aktif dalam penciptaan pengetahuan. Di samping itu, konten yang dikonsumsi pemirsa pada prinsipnya adalah konten yang sesuai

dengan individu. Ketika seorang individu memiliki ketidaksesuaian, ia akan mencoba beradaptasi untuk menerima atau menolak informasi baru (Widiasari, 2017. 127).

Menurut laporan Reuters perihal *Digital News* pada 2015, terdapat sembilan cara pengguna media dalam mengonsumsi berita yakni membaca keseluruhan berita, menonton berita dalam bentuk video (baik secara langsung maupun cuplikan), melihat daftar *headline* berita, melihat rangkaian (*slideshow*) gambar dalam berita, melihat *list* berita, mengikuti siaran langsung berita dalam situs web tertentu, membaca blog, mendengarkan berita dalam bentuk audio, melihat berita dalam bentuk infografis (Andriani, 2017, p. 13-14).

Mengonsumsi berita melalui media dengan platform konvensional (surat kabar, televisi, radio) memiliki beberapa perbedaan dengan mengonsumsi media menggunakan platform berbasis internet. Perkembangan media khususnya bagi pengguna media baru, tidak akan menghilangkan media dengan *platform* konvensional, namun mengalami proses integrasi yakni dengan melihatkan model bisnis baru, seperti halnya portal berita, media digital, dan bisnis surat kabar cetak yaitu *e-paper* (Rusadi, 2014, p. 175).

Berdasarkan riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

Indonesia (APJII, 2017), data persebaran pengguna internet Indonesia didominasi oleh pengguna generasi muda yang lahir dan tumbuh besar dalam kuatnya arus perkembangan teknologi.

Perilaku dan sikap mereka cenderung banyak dipengaruhi oleh gadget dan internet. Selain itu, generasi muda lebih tertarik pada penggunaan teknologi, selera musik, dan gaya hidup. Beberapa pilihan didasarkan pada informasi dari internet, terutama media sosial. Oleh karena itu, tidak heran jika penduduk Indonesia yang berumur milenial berada di pulau Jawa. (Budiati, et al. 2018, p. 25).

Sedangkan menurut Survei yang dilakukan oleh BPS dalam Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas, 2017), generasi muda di Indonesia menggunakan telepon selular (HP) atau Nirkabel mencapai 91,62% (Budiati, et al., 2018, p. 61). Di Indonesia sendiri, pemanfaatan seluler yang digunakan oleh generasi muda menunjukkan bahwa selama 2015-2017 mengalami peningkatan.

Di Indonesia, hal ini terlihat pada perilaku generasi muda saat menggunakan dan mengakses internet pada tahun 2017. 83,23% generasi muda mengaku lebih banyak menggunakan jejaring sosial.

Sementara sebanyak 68.01% menggunakannya untuk mendapatkan sebuah informasi ataupun berita melalui media

online dan 46,81% untuk hiburan (Budiati, et al., 2018, p. 72). Namun, di samping itu menurut data dari *Indonesia Millennial Report 2019*, generasi muda menggunakan maupun mengakses internet sebanyak 24,4% untuk mencari dan mendapatkan informasi dari berita (Utomo, 2019, p. 60).

Berdasarkan survei dari *Indonesia Millennial Report 2019* oleh IDN *Research Institute* terdapat beberapa urutan topik-topik terkait berita yang paling banyak dikonsumsi bagi para generasi muda melalui media digital. Sebanyak 70,4% milenial mengakses informasi dari berita terkini.

Topik *lifestyle* kian banyak dicari yakni tercatat sebanyak 31,5%, berita terkait olahraga sebesar 24,9%, berita politik sebanyak 8,9%, dan berita ekonomi 7,6%. Jika dilihat dari hasil survei tersebut dapat dilihat bahwa minat dari generasi muda yang mengakses berita di bidang politik maupun ekonomi terbilang cukup rendah yakni dibawah 10%, sedangkan topik *lifestyle* dan olahraga dapat dikatakan cukup tinggi (Wicaksono, 2019, p. 13).

2.3 Hipotesis Penelitian

Hubungan antara tingkat literasi media dengan skeptisisme media pada mahasiswa di Tangerang.

H₀ : Tidak terdapat hubungan antara tingkat literasi media dengan skeptisisme media pada mahasiswa di Tangerang.

H_a : Terdapat hubungan antara tingkat literasi media dengan skeptisisme media pada mahasiswa di Tangerang.

2.4 Alur Penelitian

Umumnya mahasiswa dituntut untuk dapat menggunakan dan mengakses informasi dari berbagai media massa, sedangkan untuk dapat lebih kritis terhadap informasi dan juga konten-konten yang ada di media, mahasiswa juga harus mampu mengolah, mengakses, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi.

Perangkat keterampilan ini disebut literasi media dan informasi. Melalui keterampilan LMI, mahasiswa memperoleh banyak pemahaman, memungkinkan mereka untuk lebih berpartisipasi dalam pengambilan keputusan serta dalam pengembangan kebijakan yang informatif. Oleh karena itu, pendidikan atau pendidikan di bidang literasi media sangat diperlukan.

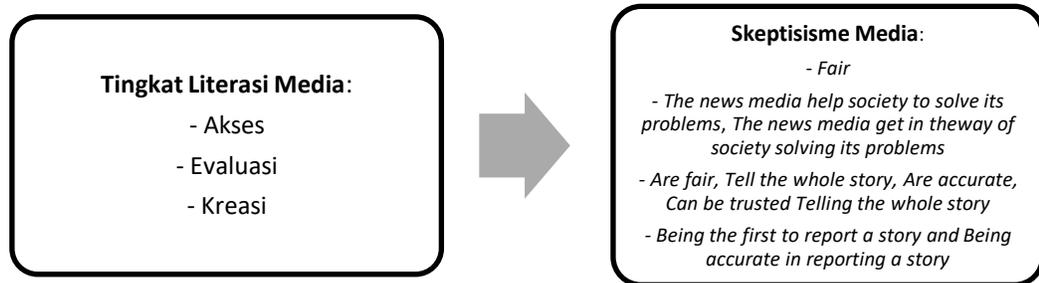
Di samping edukasi literasi media khususnya media online yang diberikan kepada mahasiswa, perlu adanya sikap skeptisisme terhadap media. Pasalnya, tidak semua informasi dapat dipercaya begitu saja, baik dari segi konten maupun sumbernya. Dalam dunia digital, khalayak khususnya mahasiswa berperan aktif dalam menilai informasi yang mereka dapatkan.

Mahasiswa berhak memiliki kepercayaan atau

meragukan informasi yang didapatkannya. Salah satu faktor yang menentukan skeptisisme atau keraguan adalah kredibilitas.

Penelitian ini ingin mengetahui tingkat literasi media online pada mahasiswa berdasarkan alat ukur LMI yang dikembangkan oleh UNESCO serta untuk mengetahui sikap skeptis pada mahasiswa menggunakan skala pengukuran (Yariv Tsfati, 2003) dari (Gaziano dan McGrath, 1986).

Bagan 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti