

# **BABI**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan terkini dalam aspek teknologi informasi dan komunikasi memudahkan individu untuk mengakses informasi. Dampak dari adanya internet dan sumber elektronik lain memungkinkan masyarakat untuk mencari lebih banyak sumber untuk memuaskan kebutuhan informasi mereka (Correia, 2002, p. 5). Kecanggihan media sebagai teknologi, tentunya diikuti juga dengan fungsi-fungsi media. Fungsi media antara lain yaitu memberi informasi, mendidik dan menghibur.

Data Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) di pertengahan tahun 2014 menunjukkan bahwa 67% isi siaran adalah hiburan (yang belum tentu positif bagi masyarakat) sedangkan fungsi informasi, pendidikan dan kontrol sosial masing-masing hanya sekitar 10% saja (KOMINFO, 2014, para. 5). Dalam beberapa kasus ketiga fungsi tersebut, terdapat ideologi-ideologi kaum dominan. Tidak semuanya buruk, namun juga tidak semuanya baik. Seperti berita di televisi yang terlihat sebagai lembaga penyampai berita, di baliknya banyak berita yang dikomodifikasi untuk kepentingan ideologi. Menurut Eriyanto (2002, p. 130) selain beberapa hasil penelitian yang meneliti dampak buruk dari perkembangan dan pengaruh buruk media ternyata realitas yang disampaikan media oleh media seringkali tidak objektif.

Setelah media massa konvensional (radio, majalah dan televisi), internet khususnya media sosial juga memiliki efek yang cukup mengkhawatirkan. Penggunaan media sosial dan digital menjadi bagian yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari remaja Indonesia. Studi yang dilakukan Kementerian Kominfo pada tahun 2014 dan artikel berjudul "98 Persen Anak dan Remaja Tahu Internet" menemukan bahwa 98 persen dari anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan bahwa 79,5 persen di antaranya adalah pengguna internet (KOMINFO, 2014, para. 9). Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) juga mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut 95% menggunakan internet untuk jejaring sosial. Sebanyak 83% pengguna internet di Indonesia mengunjungi *social networking site* saat *online* (KOMINFO, 2014, para. 1).

Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), tahun 2018 hasil survei mengungkapkan pengguna *smartphone*/tablet sekitar 64% dari jumlah populasi penduduk Indonesia yaitu 264 juta jiwa (APJII, 2018). Dewasa ini penetrasi berbagai jenis media tersebut telah merambah ke berbagai kalangan dan komunitas di masyarakat, tanpa membedakan strata sosial dan ekonomi.

Pada 2014, Studi "Keamanan Penggunaan Media Digital pada Anak dan Remaja di Indonesia" dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI bersama UNICEF menyatakan 69% responden menggunakan komputer untuk mengakses internet. Ada 34% yang berselancar di internet melalui

laptop dan 2% lewat *videogame*. Meski masih didominasi penggunaan komputer, jumlah anak dan remaja Indonesia yang memakai ponsel untuk mengakses internet pun tidak kalah jumlahnya, yaitu 52% (KOMINFO, 2014, para. 6).

Masalah faktual yang terjadi seperti adalah kasus tentang narkoba China di dalam tiang pancang proyek infrastruktur. Berbagai kabar marak di media sosial. Salah satunya adalah soal kabar narkoba yang dikirim dari China. Foto dan kabar tersebut diunggah oleh akun Facebook bernama Okto Humala Siahaan pada 8 Maret 2019. Dalam foto yang diunggah, (lihat gambar 1.1) terlihat seperti banyaknya narkoba yang disebut didatangkan dari China. Ditulis juga jika narkoba disembunyikan dalam tiang-tiang pancang infrastruktur (liputan6.com, 2019, para 1-3).

Gambar 1.1 Kasus Narkoba Tiang Pancang



Sumber : Liputan6.com

Tetapi faktanya adalah foto yang diunggah merupakan foto lama sejak 2016 lalu. Hal itu juga diketahui melalui artikel yang diunggah

Liputan6.com pada 18 November 2016. Artikel tersebut berjudul BNN klarifikasi sabu dalam tiang pancang tidak terkait reklamasi.

Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo) juga sudah menulis artikel tersebut melalui laman resminya [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id), artikel dengan judul “[DISINFORMASI] narkoba dikirim dari China melalui tiang pancang proyek infrastruktur” itu diunggah pada 9 Maret 2019. Akhirnya mendapatkan konfirmasi bahwa Kabar yang diunggah oleh akun Facebook bernama Okto Humala Siahaan tidak benar. Selain itu, aparat penegak hukum tidak pernah menemukan adanya kasus penyelundupan narkoba melalui pipa-pipa proyek infrastruktur (Liputan6.com, 2019, para. 5-8).

Kasus lain adalah mengutip dari Vice.com dengan judul artikel “Simpang Siur Karir Livi Zheng adalah Bencana Jurnalisme Hiburan di Indonesia” menjelaskan kasus Livi Zheng. Kabar berlebihan bahwa sutradara muda itu berhasil "menembus" Hollywood, sampai di-*endorse* pejabat publik, tidak akan jadi kontroversi andai redaksi media telaten menjalankan prinsip verifikasi. Untuk masyarakat awam penyuka film di negara ini, penyematan kata “Hollywood” dan “Piala Oscar” pada sebuah karya sinema adalah dua kunci penarik perhatian paling mujarab. Livi Notohardjo, lebih dikenal sebagai Livi Zheng, memanfaatkan sentimen positif itu sampai titik maksimal (Vice.com, 2019, para.1).

Gambar 1.2 Gambaran Kasus Livi Zheng



Sumber : tirtoid

Sejak menjalani debut sebagai sutradara pada 2015 lewat film laga *Brush with Danger*, Livi digadang-gadang banyak media Tanah Air sebagai sineas muda berbakat pengharum nama bangsa. Lebih-lebih berkat klaim keberhasilannya “menembus pasar Hollywood” dan “masuk seleksi” nominasi Oscar. Wakil Presiden Jusuf Kalla, Kapolri Jenderal Tito Karnavian, hingga Menteri Pariwisata Arief Yahya turut memberi *endorsement* khusus buat film dokumenter *Livi Bali: Beats of Paradise* yang tayang Agustus lalu dan mendapat ulasan buruk. Belakangan, kredibilitas Livi jadi gunjingan di jagat internet. Muncul kritik atas sorotan berlebihan media massa terhadap kiprah perempuan 30 tahun itu. Terutama berkat seri opini pseudonym di situs *Geotimes*. Rangkaian opini di *GeoTimes* mempertanyakan latahnya media massa lokal menyebut sosok sutradara muda itu berhasil “menembus” industri perfilman di Hollywood.

Livi sempat menuding deretan opini negatif tersebut sekedar hoaks (Vice.com, 2019, para. 3-5).

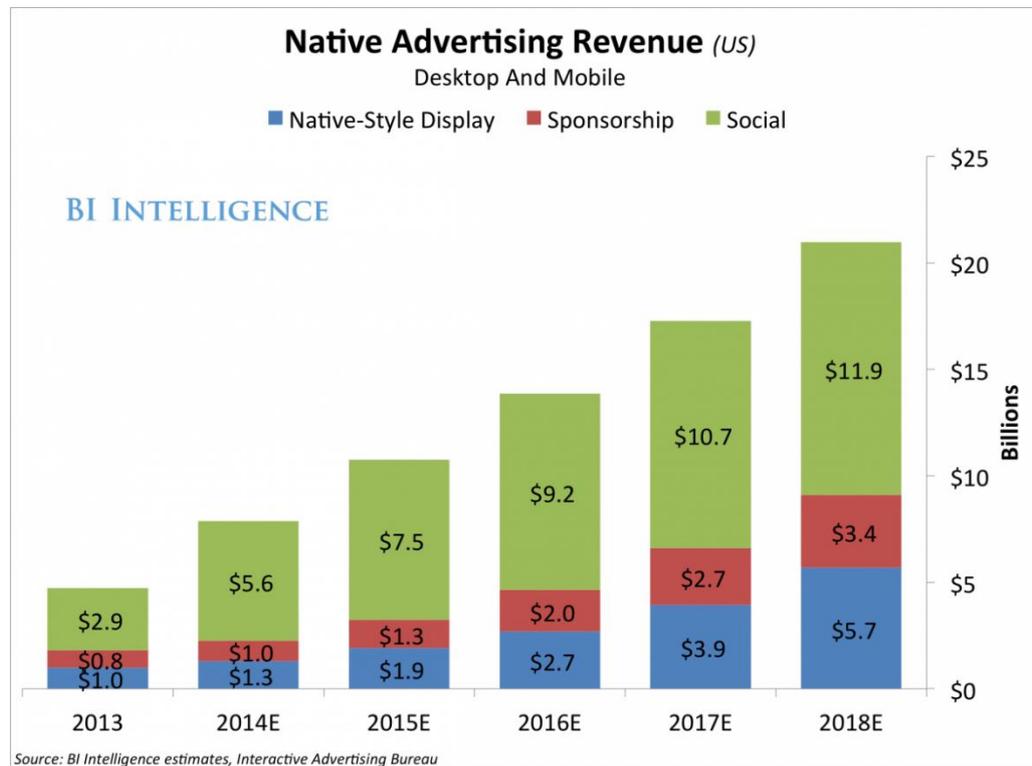
Sorotan makin memburuk seiring waktu, setelah sekian artikel kolaborasi tayang di Tirto.id dan Asumsi.co menguliti rekam jejak Livi dan jaringan bisnis keluarganya (serta perangkat kehumasan yang dipakai untuk menciptakan hype menembus Hollywood, pengetahuan film Livi juga terbatas, untuk sineas yang konon berhasil punya karir mentereng di Amerika Serikat. Belakangan, Livi mulai melunak mempersilakan publik menilai sendiri seberapa akurat klaim tentang kemonceran karirnya di luar negeri. Stasiun televisi Metro TV lantas mengundang Livi, untuk mengonfirmasi berbagai tuduhan tersebut. Dalam forum tersebut, sutradara lain seperti Joko Anwar dan John De Rantau menganggap berbagai klaim seputar kesuksesan Livi Zheng amat prematur, kalau bukan tak berdasar sama sekali (Vice.com, 2019, para 6-9).

Maka dari itu, masyarakat perlu berpikir kritis dalam mendapatkan sebuah berita. Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo), Rosarita Niken mengharapkan masyarakat semakin menyadari pentingnya menerima informasi dengan lebih selektif. Kemkominfo juga mengatakan terus memberikan literasi digital dan edukasi kepada masyarakat mengenai informasi dalam media, misalnya seperti menggandeng Lembaga keagamaan untuk memberi edukasi terkait dengan hoaks dan berita palsu (Kompas, 2018, para. 18).

Melihat fenomena faktual di atas bahwa banyak iklan yang dapat di *block* dengan *adblock*, penerbit konten tentu tak bisa diam saja, terutama karena mereka masih mengandalkan iklan sebagai pendapatan utama untuk membuat konten yang disukai pembaca. Salah satu solusi yang dipakai banyak media massa untuk menyiasatinya adalah *Native Advertising*, yang mulai populer sejak tahun 2013. Istilah *Native Advertising* merujuk pada iklan yang tampil seperti berita. Masing-masing media biasanya memiliki istilah sendiri untuk konten semacam ini. Antara lain, *Sponsored Content*, *Paid Post*, *Branded Content*, *Partner Content* dan lain-lain. *Native Advertising* berbeda dengan *Advertorial* atau *Infomercial*, *Webtorial* atau bentuk konten iklan yang lain. *Advertorial* berisi promosi terhadap suatu produk atau layanan dengan cara menonjolkan keunggulannya. Pembaca yang jeli pada umumnya langsung bisa menangkap unsur-unsur jualan ketika membaca *Advertorial* (Medcom.com, 2015, para 1-6).

Sementara *Native Advertising* tampil seperti berita. Tujuannya, untuk memberikan informasi berguna atau pengetahuan untuk pembaca. Ia tak ditulis sedemikian rupa sehingga pembaca merasa perlu membeli produk tertentu. Alih-alih berupaya menjual produk atau layanan, *Native Advertising* lebih fokus untuk membantu pembaca, setidaknya memberikan pengetahuan baru kepada mereka. Ia tampil dalam semua format yang dipakai jurnalistik, seperti teks, narasi, video, foto dan infografis (Medcom.com, 2015, para 8).

Gambar 1.3 Grafik Popularitas Native Advertising



sumber : medcom.id

Neil Postman (1992) dalam Santo (2019, para. 5) mengatakan bahwa informasi yang semakin mudah diperoleh membantu proses belajar. Namun, hal ini juga menimbulkan masalah baru. Teknologi digital tidak hanya menyediakan informasi yang baik, tetapi juga memberikan akses kepada informasi buruk, tidak akurat, bahkan hoaks. Eka (2018, para. 1) melakukan penelitian terhadap 2.032 pengguna *smartphone* di berbagai penjuru Indonesia mengenai sebaran hoaks dan apa yang mereka lakukan saat menerima hoaks.

Dapat terlihat masalah empirik yang ada bahwa hasil penelitian menemukan 44,2% responden mengatakan mereka tidak yakin memiliki

kemampuan untuk mendeteksi berita hoaks. Hal ini menandakan bahwa tingkat literasi media di Indonesia masih cukup rendah karena sebagian masyarakatnya belum memiliki kemampuan untuk mengolah informasi yang diterima (Eka, 2018, para 2).

Sedangkan untuk permasalahan teoritis, penelitian yang dilakukan Tascia Sanistia menyatakan bahwa tingkat literasi media guru berada dalam kategori tinggi, namun masih bisa ditingkatkan hingga kategori sangat tinggi. Hal ini berguna agar guru mampu memberikan edukasi LMI yang lebih baik kepada siswanya, dan secara berkelanjutan akan memberikan pengaruh terhadap partisipasi dalam demokrasi (Sanistia, 2019, p. 102).

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Levana menyatakan, hasil adaptasi alat ukur LMI menunjukkan bahwa kriteria penguasaan literasi media dan informasi yang disusun UNESCO sudah sesuai dengan perkembangan teknologi dan kondisi masyarakat saat ini. Beberapa modifikasi perlu dilakukan untuk memastikan item pertanyaan tidak terlalu banyak, yaitu dengan cara menggabungkan kriteria-kriteria yang berhubungan dan menghapuskan kriteria yang terlalu mirip satu dengan lain. Penyesuaian kriteria LMI dengan kemampuan yang masuk akal untuk dimiliki responden penelitian juga perlu dilakukan (Florentina, 2019, p.114).

Di sini peran dari literasi media penting dilakukan, agar lebih menyadari aktivitas bermedia yang sedang dijalani, di dalam literasi media juga dikenal beragam kecakapan yang menjadi perangkat untuk membangun struktur pengetahuan (Kurnia, 2017, p. 54).

Konsep literasi media berubah seiring perkembangan jaman. Konsep gabungan dari literasi dan aspek-aspek baru dari literasi berkembang sebagai respons dari perubahan pola sosio-politik, ekonomi, dan teknologi, beserta tuntutan dan tantangan dari waktu, terutama dalam lingkungan kerja dan masyarakat (UNESCO, 2013, p. 25).

Literasi media dan informasi (LMI) didefinisikan sebagai seperangkat kompetensi yang memperkuat masyarakat untuk mengakses, mendapatkan, mengevaluasi, dan menggunakan, serta membuat dan membagikan informasi dan konten media dalam seluruh format, menggunakan berbagai alat, dan dalam cara yang kritis, etis, dan efektif, dalam rangka untuk berpartisipasi dan ikut serta dalam aktivitas personal, profesional, dan masyarakat (UNESCO, 2013, p. 29).

Di era digital ini, lebih sukar membedakan informasi yang benar daripada informasi yang menyesatkan (Nugroho, 2017, p. 34). Beberapa masalah yang marak terjadi di internet yakni pelanggaran privasi, *microtargetting*, informasi yang menyesatkan, kampanye negatif, dan ujaran kebencian (Nugroho, 2017, p. 11). Pengguna internet harus dapat memilah berita yang telah terverifikasi sumbernya.

Melihat penetrasi dan akses media media yang semakin tinggi, masyarakat perlu dibekali dengan pendidikan literasi media dan informasi. *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* atau biasa disingkat UNESCO (UNESCO, 2013, p. 27) menjelaskan literasi media dan

informasi atau biasa disingkat LMI sebagai integrasi antara literasi media, literasi informasi, dan literasi ICT atau digital.

Di Indonesia sendiri, kegiatan pendidikan literasi media dan informasi belum terlalu populer digalangkan. Kebanyakan kalangan, mulai dari lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, lembaga pendidikan, kelompok komunitas, hingga lembaga negara lebih berfokus pada kegiatan literasi media (Guntarto, 2016, p. 11). Hal ini dapat dilihat dari jumlah kegiatan pendidikan literasi media pada 2002 sampai 2014 di Indonesia yang mencapai 285 kegiatan, dengan 97 di antaranya secara tegas memuat istilah literasi media dalam penamaan kegiatannya (Guntarto, 2016, p. 13). Kegiatan literasi media bertujuan untuk memberdayakan masyarakat agar mampu bersikap kritis terhadap konten media tersebut (Guntarto, 2016, p. 11).

Kegiatan literasi digital juga tidak kalah banyak dilakukan di Indonesia. Dari 2010 sampai Juni 2017, ditemukan ada 342 kegiatan literasi digital di sembilan kota di Indonesia, yaitu Yogyakarta, Bandung, Salatiga, Semarang, Surakarta, Malang, Bali, Banjarmasin, dan Jakarta (Kurnia & Astuti, 2017, p. 158). Kegiatan ini dilakukan dalam berbagai bentuk, di antaranya adalah sosialisasi atau ceramah, seminar, diskusi, dan advokasi (Kurnia & Astuti, 2017, p. 160). Secara umum, kegiatan literasi digital bertujuan untuk menciptakan manusia digital dengan segala kapasitas dan kompetensi yang dibutuhkannya (Kurnia & Astuti, 2017, p. 155).

Sementara itu, kegiatan pendidikan literasi informasi lebih banyak dilakukan oleh pustakawan dalam lingkup dunia pendidikan. Hal ini

dikarenakan pustakawan memiliki keahlian dalam bidang informasi, seperti manajemen informasi, keterampilan penelusuran informasi, metadata, dan pengetahuan menilai kebenaran sumber informasi (Setiawan, 2017, p. 16).

Beberapa perpustakaan perguruan tinggi yang membuka kelas pelatihan literasi informasi adalah Universitas Sebelas Maret (<https://library.uns.ac.id/workshop-literasi-informasi/>), Universitas Multimedia Nusantara (<https://library.umn.ac.id/umnlibrary/umnlibrary/classoil>), Universitas Sumatera Utara ([http://library.usu.ac.id/newsite/?page\\_id=4844](http://library.usu.ac.id/newsite/?page_id=4844)), dan Universitas Gadjah Mada (<http://lib.ugm.ac.id/ind/?p=2414>).

Meski ketiga literasi ini telah lama bergerak masing-masing, UNESCO menyebutkan bahwa perlu adanya penggabungan literasi media, digital, dan informasi untuk mendukung terciptanya kompetensi yang dibutuhkan masyarakat di abad 21 dalam mengakses dan mengevaluasi informasi dari berbagai platform media menggunakan teknologi digital (UNESCO, 2013, p. 29).

Adapun tujuan dari literasi media menurut Hobbs (1998) dalam Iriantara (2009, p. 24) diantaranya adalah untuk penguatan akses terhadap informasi, mendukung dan menumbuh kembangkan dunia pendidikan, menginspirasi untuk mengembangkan akses terhadap berbagai sumber informasi.

Hasil survey APJII pada tahun 2018, mahasiswa pengguna internet mencapai 92,1% dan berdasarkan berdasarkan wilayah, pulau jawa menjadi

wilayah yang menggunakan internet terbanyak yaitu 55,7% diantara kelima pulau lainnya yaitu Sulawesi, Kalimantan, Sumatera, Bali, serta Papua (APJII, 2018). Menurut data dari Badan Pusat Statistik, terdapat lebih dari 110 perguruan tinggi di wilayah Banten dengan jumlah mahasiswa lebih dari 150 ribu, dimana salahsatunya mencakup wilayah Tangerang (BPS, 2017).

Maka dari itu, mahasiswa terkhusus di wilayah Tangerang dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini. Karena mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi (Siswoyo, 2007, p.121).

Dikarenakan latar belakang mahasiswa yang berbeda-beda, maka pendapat yang mereka berikan pun berbeda. Tugas mahasiswa yang berada di penelitian ini adalah sebagai acuan peneliti dalam melihat literasi media yang ada dalam diri mahasiswa tersebut dengan memberikan informasi sesuai dengan pertanyaan yang diajukan peneliti. Dengan mereka memberikan informasinya dalam cara berpikir yang kritis, mahasiswa merupakan sebagian besar dari pengawas kehidupan atau tanggung jawab sosial. Dengan cara berpikir kritis tersebut, mereka dapat membantu melengkapi penelitian penulis.

Untuk melakukan penelitian lebih lanjut, penulis menetapkan bahwa audiens yang merupakan mahasiswa adalah informan dalam melengkapi data penelitian. Audiens yang berada dalam penelitian ini merupakan peran yang

penting, dan tentunya penulis memilih kategori audiens yang tepat dalam melengkapinya. Atas dasar pemikiran tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti literasi media yang ada dalam mahasiswa dengan meneliti secara mendalam mengenai khalayak (mahasiswa) dalam memandang tahapan literasi media.

Maka dari itu, penulis menjadikan 5 informan dari universitas yang berbeda dan bervariasi dalam segi status sosial, jenis kelamin, serta jurusan. Hal ini diharapkan dapat menggambarkan kondisi mahasiswa di Tangerang untuk dijadikan informan dalam penelitian “Literasi Media Pada Mahasiswa Dalam Memanfaatkan Media Berita Online Sebagai Sumber Berita” dapat sebagai perubahan dan diharapkan mampu menjadikan mahasiswa bijak dan kritis menggunakan media.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berbagai berita di media online yang bias, tidak akurat atau berpihak tersebut, mengharuskan pembaca berita (terutama mahasiswa) untuk lebih bersikap kritis agar tidak menimbulkan dampak yang tidak dikehendaki. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana praktik literasi media dan informasi mahasiswa dalam memanfaatkan media berita online sebagai sumber berita?

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana mahasiswa dalam mencari dan memperoleh sumber berita dari media *online*?
2. Bagaimana kemampuan mahasiswa dalam memahami, mengevaluasi dan memanfaatkan isi berita dari media *online*?
3. Bagaimana praktik mahasiswa dalam memproduksi dan membagikan isi berita dari media *online*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui cara mahasiswa dalam mencari dan memperoleh sumber berita dari media *online*
2. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami, mengevaluasi dan memanfaatkan isi berita dari media *online*
3. Mengetahui praktik mahasiswa dalam memproduksi dan membagikan isi berita dari media *online*

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **Kegunaan Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang dalam penerapan konsep Literasi Media dan Informasi dalam pemanfaatan media online sebagai sumber berita oleh mahasiswa dalam hal ini konteksnya melihat bagaimana praktik perilaku mahasiswa di Kawasan Tangerang.

### **Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan akan kesadaran dalam menggunakan media dan menumbuhkan sikap kritis kepada mahasiswa di Kawasan Tangerang.

### **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Peneliti masih dalam kategori peneliti pemula, dikatakan masih belum dapat secara optimal menggali dan mendapatkan informasi secara rinci dan lengkap. Sehingga informasi, menjadi kurang mendalam.