

LITERASI MEDIA INTERNET DI KALANGAN MAHASISWA

Gracia Rachmi Adiarso¹; Yolanda Stellarosa²; Martha Warta Silaban³

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, STIKOM, The London School of Public Relations
Sudirman Park, Jln. K. H. Mas Mansyur, Jakarta 10220
¹gracia.ra@lspr.edu; ²yolanda.s@lspr.edu; ³tata_smart@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to find out to what extent the Internet users in line with media literacy. According to Indonesia Internet Service Provider Association (APJII) and BPS Statistic Indonesia, it was found that Internet users in Indonesia have grown since three years ago up to 13% or become 71.19 million people until the end of 2013. According to research survey MarkPlus Insight, "netizen" or Internet users who spend more than three hours per day on Internet. Moreover, they are increasing from 24,2 Million people in 2012 and become 31,7 million people in 2013. This research used qualitative method by gathering the data through Focus Group Discussion (FGD) to private university students who spent for Internet 5 hours per day and less than 5 hours per day. The theory used in this research was media literacy. The result of this research stated that students who accessed the Internet below 5 hours per day were already busy with work and not too intense in using the Internet either via smartphone or a computer. Different findings came up from the students who accessed the Internet over 5 hours per day. Most of the time, they used the Internet for social media and instant messaging (instant messenger) through smartphones. Critical attitude towards the media message depends on the informants' interest toward the information.

Keywords: university students, media, Internet, media literacy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan Internet sehubungan dengan literasi media. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan jumlah pengguna Internet di Indonesia tumbuh 13% atau mencapai 71,19 juta orang hingga akhir 2013 dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu menurut lembaga riset MarkPlus Insight, netizen atau pengguna Internet yang sehari-hari menghabiskan waktu lebih dari tiga jam dalam dunia maya meningkat dari 24,2 juta pada 2012 menjadi 31,7 juta orang pada 2013. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui Focus Group Discussion (FGD) kepada mahasiswa universitas swasta di Jakarta yang mengakses Internet lebih dari 5 jam per hari dan kurang dari 5 jam per hari. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengakses Internet di bawah 5 jam per hari umumnya sudah sibuk dengan pekerjaannya dan tidak terlalu intens menggunakan media Internet baik melalui smartphone maupun komputer. Berbeda dengan mahasiswa yang mengakses Internet di atas 5 jam per hari, hampir setiap saat mereka menggunakan Internet untuk media sosial dan pesan instan (instant messenger) melalui ponsel pintarnya (smartphone). Sikap kritis terhadap pesan media yang dikonsumsi oleh para narasumber tergantung dari informasi yang menarik perhatian mereka.

Kata kunci: mahasiswa, Internet, media, literasi media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi di era kini sangatlah pesat. Teknologi komunikasi yang diiringi dengan kehadiran media massa juga telah memberi banyak perubahan dalam kehidupan bermasyarakat. Para produsen telepon seluler (ponsel) dan gawai (*gadget*) seperti ponsel pintar (*smartphone*), sabak digital (*tablet*) berlomba-lomba menginovasi produk masing-masing. Mereka yang bersaing antara lain vendor asal Amerika seperti iPhone, Blackberry dari Kanada. Merek Asia seperti Samsung dari Korea, Sony dari Jepang, dan ada pula produk Taiwan yaitu HTC. Negeri Tiongkok pun memproduksi ponsel baik *low end* maupun *high end* seperti Oppo dan Lenovo.

Hasil survei yang dilakukan oleh perusahaan digital Tiongkok, Baidu, yang bertajuk *Explore the Mobile World* pada September 2014 terhadap 11.000 responden di Indonesia menunjukkan Samsung menjadi merek yang paling banyak digunakan oleh responden, yakni sebesar 49,7%. BlackBerry menyusul sebesar 16,2%, selanjutnya Smartfren 14,4%. Nokia digunakan oleh 9,2% responden, sedangkan sebanyak 8,5% responden menggunakan merek lokal yakni Advan. Berikutnya, 8% responden menggunakan Sony, kemudian pengguna Evercoss sebesar 7,9%, Lenovo 7,1%, Oppo 6,4%, dan Mito sebesar 3,9%. Produk buatan Amerika Serikat yang terkenal yaitu iPhone menduduki peringkat sebelas karena hanya digunakan oleh 3% responden. Selanjutnya LG sebesar 2,7%, Hisense 1,9%, Huawei 1%, dan Himax 0,7%. (Movementi, 2014c)

Ponsel dan gawai menawarkan fitur yang bervariasi dari yang sederhana seperti hanya dapat melakukan panggilan (*voice call*) dan mengirimkan pesan atau *Short Messaging Service* (SMS) hingga melakukan pesan instan seperti Whatsapp, Blackberry Messenger (BBM), LINE, dan hal yang rumit seperti mengirimkan presentasi, *video call*, serta komunikasi tatap muka melalui Skype. Teknologi yang ditunjang dengan *provider* telepon seluler dirancang untuk memudahkan para pengguna gawai maupun ponsel berkomunikasi maupun mengakses informasi dari media massa yang berbasis *online*. Komputer mengubah teknologi menjadi lebih hidup karena adanya komunikasi secara *online*.

Hal ini tentu berdampak dalam sikap maupun perilaku orang dalam berkomunikasi. Di berbagai kesempatan terlihat para pengguna telepon genggam ataupun sabak digital sibuk memainkan tombol, baik itu di area publik, di kendaraan pribadi, maupun di dalam transportasi umum. Menurut data Menkominfo Tifatul Sembiring di era Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, terdapat 270 juta pengguna ponsel di Indonesia dan rasio kepemilikan ponsel paling banyak di DKI Jakarta yaitu 1,8 ponsel per orang (Grehenson, 2014).

Fenomena tersebut tidak lepas dari mudah dan murah nya orang untuk membeli produk hasil teknologi mutakhir di berbagai gerai ponsel yang berada di berbagai pertokoan maupun pusat perbelanjaan. Dalam era perdagangan bebas atau *free trade* suatu negara bebas melakukan perdagangan dengan negara lain sesuai area yang disepakati bersama. Indonesia masuk *Asean Free Trade Area* dan juga *Asean China Free Trade Agreement* (ACFTA) merupakan sasaran atau *target market* dari produsen pasar ponsel dunia. Pasar ASEAN dengan total penduduk sekitar 500 juta merupakan pasar yang potensial bagi produsen. Target dari para produsen alat komunikasi selain anak muda juga kalangan eksekutif (*ASEAN Free Trade Area* (AFTA), n.d.).

Perkembangan teknologi komunikasi ponsel yang makin canggih ini juga diikuti dengan makin mudahnya seseorang mengakses informasi, baik berita, hiburan, media sosial dan lainnya. Hal ini tidak terlepas dari mudahnya mengakses Internet melalui ponsel cerdas atau *smartphone*. Dalam melakukan aktivitas komunikasi melalui Internet, seseorang memanfaatkan jaringan yang saling terhubung antara satu perangkat dengan perangkat lainnya. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bersama Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna Internet di Indonesia mencapai 71,19 juta orang hingga akhir 2013. Jumlah tersebut berarti tumbuh

13% dibandingkan catatan akhir 2012. Dengan jumlah tersebut, dan bila dibandingkan dengan total populasi jumlah penduduk Indonesia, penetrasi Internet di Indonesia berada sekitar 28% (Pitoyo, 2014).

Selain itu, menurut lembaga riset MarkPlus Insight, mereka yang merupakan *netizen* atau pengguna Internet yang sehari-harinya menghabiskan waktu lebih dari tiga jam dalam dunia maya meningkat dari 24,2 juta pada 2012 menjadi 31,7 juta orang pada 2013 (Marketeers, 2013). Berdasarkan hasil riset MarkPlus Insight tersebut dinyatakan pula bahwa separuh dari *netizen* di Indonesia merupakan pengguna Internet muda berusia di bawah 30 tahun dan bahkan hampir 95% dari *netizen* adalah pengguna Internet melalui perangkat ponsel atau *smartphone* (Marketeers, 2013).

Internet yang saat ini dengan mudahnya diakses melalui ponsel cerdas atau *smartphone* sering kali membuat seseorang menjadi ketagihan sehingga tidak mengenal waktu untuk mengaksesnya. Hal-hal yang tidak menyenangkan dari kemudahan mengakses Internet ini yang menjadikan literasi media menjadi suatu hal yang penting. Karena mau tidak mau, pengakses berita yang harus diedukasi untuk dapat memanfaatkan Internet dengan baik.

Literasi media dapat dikatakan sebagai suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media (Hobbs, 1996). Rubin (1998) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut. Maka dapat dikatakan bahwa adanya Internet atau media baru ini membuat pola komunikasi manusia berubah. Seseorang tidak hanya berada di posisi sebagai konsumen media tetapi juga dapat menjadi sebagai produsennya.

Dengan asumsi bahwa Internet saat ini dapat dengan mudah diakses melalui ponsel pintar atau *smartphone* pada dasarnya adalah media yang netral, maka manusia sebagai pengguna yang dapat menentukan tujuan media tersebut digunakan dan manfaat yang dapat diambil. Berdasarkan asumsi tersebut, maka pendidikan media dan pemahaman akan penggunaannya menjadi suatu hal yang penting bagi semua orang. Terutama, dalam penelitian ini adalah para mahasiswa yang kerap menggunakan Internet untuk mencari beragam informasi untuk menunjang pendidikannya. Pemahaman dan penggunaan media ini disebut literasi media Internet.

Kemampuan literasi media, khususnya media Internet, wajib dimiliki para mahasiswa jika tidak ingin tertinggal dan menjadi asing di antara lingkungan yang sudah diterpa arus informasi digital. Diharapkan, literasi media para mahasiswa akan penggunaan media Internet dapat mengurangi efek buruk dari penggunaan media tersebut dan juga informasi yang tidak dapat dipungkiri merembet pada hal negatif seperti: konsumerisme, budaya kekerasan, budaya *ngintip* pribadi orang, bahkan kematangan seksual lebih cepat terjadi pada usia anak-anak (Rahmi, 2013). Oleh karena itu mahasiswa diharapkan dapat dengan bijak menggunakan media Internet untuk menambah dan memperluas wawasannya, bukan sekadar media hiburan untuk mengakses *online game* dan hal lainnya. Dan Blake dalam Potter (2013) menyebutkan literasi media dibutuhkan pelajar karena (1) hidup di lingkungan bermedia; (2) literasi media menekankan pada pemikiran kritis; (3) menjadi literat terhadap media merupakan bagian dari pembelajaran terhadap warga negara, membuat dapat berperan aktif dalam lingkungan yang dipenuhi dengan media; dan (5) pendidikan media membantu dalam memahami teknologi komunikasi.

Berdasarkan uraian tersebut, gambaran mengenai literasi media Internet di kalangan mahasiswa menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini menggambarkan bagaimana penggunaan Internet, khususnya yang diakses melalui ponsel pintar atau sabak digital, di kalangan mahasiswa sehubungan dengan literasi media Internet dan apakah mahasiswa bersikap kritis dengan konten media yang dibaca atau dikonsumsi. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan para pengelola perguruan tinggi komunikasi agar dapat merancang pendidikan melek media. Rancangan pendidikan

melek media tidak saja ditujukan kepada siswa didik tetapi juga bagi masyarakat umum, khususnya remaja, mengenai pentingnya melek media agar terhindar dari dampak negatif dari diseminasi pesan melalui media massa.

Literasi Media

Pemahaman literasi media secara tradisional diartikan sebagai suatu kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan menciptakan (Silverblatt, 2007). Menurut Brown (1998) literasi media adalah kemampuan untuk menganalisis dan menghargai karya-karya sastra, dan untuk berkomunikasi efektif melalui tulisan yang baik. Ferrington (2006) menjelaskan pemahaman literasi media pada tahun tujuh puluhan diperluas mencakup kemampuan untuk membaca teks film, televisi, dan media visual karena studi tentang pendidikan media dimulai dengan mengikuti pengembangan area media. Sementara menurut Hobbs (1996), literasi media adalah proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media dan menciptakan pesan dengan menggunakan alat media. Rubin (1998) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi dan dampak dari pesan tersebut.

Dua komponen yang paling umum dari definisi literasi media yaitu adanya kesadaran dari banyak pesan media dan kemampuan kritis dalam menganalisis dan mempertanyakan yang dilihat, dibaca, dan ditonton (Hobbs, 2001; Silverblatt, 1995; Singer & Singer, 1998). Lima konsep tentang literasi media menurut *Center of Media Literacy* (Kellner & Sahre, 2005) sebagai berikut: semua pesan media "dikonstruksikan"; pesan media dikonstruksikan dengan bahasa yang kreatif sesuai dengan aturan mereka; individu memaknai pesan tergantung dari pemahamannya atas pesan yang ditangkapnya dari media; media mempunyai sudut pandang dan mengandung nilai tersendiri; hampir semua pesan media memiliki kepentingan keuntungan ataupun kekuasaan.

Penelitian mengenai literasi media yang relevan dengan penelitian penulis antara lain dilakukan oleh Fantin (2010). Fantin (2010) memaparkan mengenai lanskap budaya yang menimbulkan tantangan berbeda bagi para guru. Dalam budaya digital dibutuhkan penguasaan akan kode yang berbeda dari bahasa yang berbeda, jauh dari sekedar keterampilan membaca dan menulis. Dalam hal ini, studi mengenai pendidikan media membahas kemungkinan pendidikan dalam hal menafsirkan, mempertimbangkan suatu masalah dan memproduksi berbagai jenis teks ini secara kritis dan kreatif, melalui penggunaan segala cara, bahasa dan teknologi yang tersedia. Mengingat bahwa media tidak dapat dikecualikan dari program keaksaraan, maka penting saat ini untuk merefleksikan definisi "melek". Refleksi ini memeriksa pemahaman kembali konsep seperti melek huruf, melek media, melek digital, dan melek informasi.

Penelitian lainnya mengenai literasi media dilakukan oleh Rahmi (2013). Rahmi (2013) memaparkan bahwa media massa yang memberikan perubahan kehidupan masyarakat menerpa kehidupan masyarakat tidak terkecuali anak usia sekolah dasar. Kompetisi yang sangat ketat membuat media massa saling berebut pemirsa, sehingga sering kali terjadi pertimbangan profit menjadi nomor satu bila dibandingkan dengan faktor edukasi isi siaran. Penelitian tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai cara-cara pengenalan literasi media pada anak usia sekolah dasar. Dengan asumsi bahwa anak sekolah dasar adalah anak yang tengah tumbuh dengan pesat secara biologis maupun psikis, sehingga mereka suka meniru tanpa berupaya mengkritisinya terlebih dahulu. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa orang tua dan guru merupakan pihak yang paling dekat dengan anak, bahkan sering kali anak seumurannya sekolah dasar lebih sering patuh kepada gurunya. Oleh karena itu, guru sekolah dasar dapat menyisipkan materi literasi media saat mengajar di kelas dengan model penayangan audio visual film kartun yang banyak digemari anak-anak dan dialog kepada murid setelah menyaksikan tayangan tersebut.

Bahasan mengenai literasi media juga dilakukan oleh Triyono (2010). Penelitian melihat televisi sebagai bagian dari perkembangan teknologi telah mampu mengubah cara kehidupan manusia mulai dari cara berbicara, berpakaian, etika kesopanan, dan sebagainya. Dalam hal ini masyarakat sangat jauh dari yang disebut konsep cerdas media dan banyak orang tua yang tidak memerhatikan konsumsi media oleh anak-anak mereka. Oleh karena itu, upaya menghidupkan kembali kesadaran guru TK Gugus Kasunanan Sukoharjo tentang pengaruh negatif televisi dengan konsep literasi media diharapkan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Simpulan dari bahasan ini adalah literasi media akan sangat efektif dalam menangkal efek buruk realitas media jika sebelumnya telah memahami konsep-konsep utama dalam media. Kemudian paradigma pendidikan kritis sangat mendukung pengembangan pendidikan literasi media yang mengharuskan untuk kritis terhadap tayangan media. Lalu pengembangan pendidikan literasi media berbasis sekolah melalui paradigma pendidikan kritis sangat efektif, mengingat sekolah adalah wahana yang paling dekat dengan anak sekaligus menjadi ruang utama dan pertama bagi anak dalam berinteraksi dengan realitas sosialnya. Signifikansi penelitian Triyono (2010) salah satunya adalah penelitian berfokus pada kecenderungan orang menggunakan ponsel pintar dan sabak digital yang kemungkinan tanpa diimbangi dengan pemahaman media. Pengguna sekadar mengikuti tren yang ada, dan lebih banyak memanfaatkan ponsel dan *gadget* mereka untuk berkomunikasi namun tidak menggunakannya untuk mengakses situs informasi.

Internet sebagai Medium Media Massa

Perkembangan teknologi informasi dimulai dengan adanya perangkat komputer. Kemunculan Internet pada akhir 1960 berawal dari usaha yang dilakukan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat untuk membuat jaringan komunikasi yang dapat digunakan dalam konflik nuklir. Penelitian awal dan pengembangan yang dilakukan di bawah naungan *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) yang melibatkan individu yang dipilih beberapa di universitas riset Amerika Serikat. Oleh karena itu, jaringan yang dihasilkan di akhir tahun 1960 dikenal sebagai ARPANET (Kraidy, 2008).

Pada musim gugur 1969 ARPANet pertama kali *online* sebagai suatu jaringan komunikasi. Jaringan ini dioperasikan menggunakan paket *switching*, yaitu metode mentransfer informasi dengan cara membagi pesan menjadi paket kecil yang kemudian dikirim secara terpisah ke seluruh jaringan dan dipasang kembali setelah paket diterima. ARPANet menjadi alat yang digunakan para akademisi untuk berkolaborasi dan berkomunikasi ke seluruh negara bagian melalui e-mail dan berbagi berkas (*file sharing*).

Pada 1970-an Bob Kahn dan Vint Cerf mengembangkan protokol TCP/IP yang memungkinkan jaringan untuk berkomunikasi satu sama lain. Pada awal 1980-an undang-undang mengenai pengembangan jaringan komputer bagi penggunaan warga sipil disahkan oleh Kongres Amerika Serikat. Penanganan pengembangan jaringan dikelola *National Science Foundation* sebuah badan federal pemerintah Amerika Serikat. NSFNET digunakan terutama untuk penelitian dan tujuan akademik dan membuat ketersediaan publik akan Internet.

Sejak 1983 ARPANET mulai menggunakan protokol TCP/IP, inilah awal mula Internet. Internet merupakan suatu hal yang unik diantara media massa. Hal yang dapat dilakukan melalui Internet ialah komunikasi interpersonal baik melalui *e-mail* maupun pesan segera (*instant*). Komunikasi kelompok melalui *listservs*, *newsgroup*, dan papan diskusi juga dapat melakukan komunikasi massa melalui World Wide Web (www).

World Wide Web atau dikenal sebagai www dikembangkan pada tahun 1989 oleh fisikawan Inggris Tim Berners-Lee ketika ia bekerja di Organisasi Riset Nuklir di Swiss. Tujuannya adalah untuk menghasilkan sistem desentralisasi untuk membuat dan berbagi dokumen dimana saja di dunia

ini. Web ini memiliki tiga komponen utama: *Uniform resource locator* (URL), *hypertext transfer protocol* (http) dan *hypertext markup language* (HTML).

Pada 1991 Berners - Lee menerbitkan kode untuk menggunakan World Wide Web di Internet bagi siapa saja di dunia tanpa biaya. Internet pada umumnya dan Web pada khususnya didasarkan pada seperangkat nilai-nilai. Etika ini menyatakan bahwa informasi harus bebas didistribusikan dan individu harus memiliki banyak pengawasan kepada komputer.

World Wide Web telah mengubah Internet menjadi media massa utama yang menyediakan berita, hiburan, dan interaksi masyarakat. Web menawarkan campuran penyedia konten, termasuk perusahaan-perusahaan tradisional media, perusahaan media baru yang menawarkan publikasi yang hanya tersedia di Web, situs aggregator yang menawarkan bantuan dalam menjelajahi Web dan individu yang memiliki sesuatu yang mereka ingin katakan.

Web juga menuai kritik karena mengangkat rumor ke tingkat berita, membuat materi yang tidak pantas dilihat atau dibaca oleh anak-anak, mengumpulkan informasi pribadi tentang pengguna dan menciptakan rasa keintiman palsu dan interaksi di antara pengguna.

Beberapa tahun terakhir, para pengguna Internet atau web telah pindah ke koneksi dengan kecepatan tinggi sehingga mengubah cara orang melihat dan menggunakan Internet. Media yang memanfaatkan koneksi berkecepatan tinggi ini memberikan konten yang mencakup campuran antara audio, visual, foto maupun teks. Fasilitas inilah yang relatif digemari oleh kalangan muda khususnya mahasiswa.

Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Y

Manusia yang dilahirkan pada tahun 1982-2005 adalah tergolong generasi Y menurut William Strauss dan Neil Howe pengarang buku *The History of America's Future, 1584 to 2069* (1991), *The Fourth Turning: An American Prophecy* (1997) dan *Millennials Rising: The Next Great Generation* (2000). Strauss dan Howe menjelaskan penggolongan generasi Amerika dari tahun ke tahun. Generasi X adalah mereka yang lahir antara tahun 1961-1981 sedangkan generasi Y ialah mereka yang lahir tahun 1982–2005 dan dikenal sebagai generasi millennium.

Kaum muda yang tergolong dari generasi Y menurut Howe dan Strauss (2000) mempunyai ciri-ciri spesial, percaya diri, orientasi kelompok, konvensional, terlindung, ingin pencapaian dan tertekan karena banyaknya tugas. Mereka mementingkan hubungan pertemanan sehingga teknologi digunakan untuk mendukung nilai pertemanan tersebut. Mereka terbuka terhadap orang tua, mereka nyaman dengan moral dari orang tua, dan mengenal aturan dan standar yang berlaku agar hidup menjadi lebih mudah. Mereka biasa terlindung karena mereka lahir pada waktu tahun 1990-an yang mengenal perlindungan diri dari memakai helm dan lainnya. Objek penelitian ini adalah mahasiswa generasi Y, yang berusia 20 tahunan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti tidak mencari kebenaran dan moralitas *judgment*, tetapi berupaya memahami fenomena, realitas menurut sudut pandang subjek. Permasalahan dalam penelitian ini diteliti melalui data dari hasil wawancara dan penelitian kepustakaan. Pada penelitian demikian, *reasoning* deduktif atau argumentasi dengan logika sudah cukup untuk membuat laporan penelitian yang berharga (Hadi dalam Azzam, 2010).

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan Focus Group Discussion (FGD) dengan 8 orang mahasiswa dari beberapa perguruan tinggi swasta jurusan komunikasi di Jakarta, dengan kriteria mengakses Internet di atas 5 jam per hari; yaitu: Informan 1 (Universitas Bakrie – Jurnalistik), Informan 2 (Universitas Bakrie – Public Relations), Informan 3 (Universitas Bina Nusantara – Broadcasting), Informan 4 (Universitas Bakrie – Marketing), Informan 5 (Universitas Bakrie – Komunikasi Pemasaran), Informan 6 (Universitas Al Azhar Indonesia – Broadcasting), Informan 7 & Informan 8 (STIKOM LSPR – Komunikasi Massa). FGD juga dilakukan dengan 6 orang mahasiswa yang mengakses Internet di bawah 5 jam per hari, yaitu: Informan 9 (BSI), Informan 10 (BSI), Informan 11 (Mercubuana), Informan 12 (Mercubuana), Informan 13 (BSI), dan Informan 14 (BSI). Focus Group Discussion merupakan situasi *interview* yang khusus, yang dilakukan bersama-sama dalam satu ruangan oleh 6–12 orang (Neuman, 2000).

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan referensi yang tersedia dari perpustakaan, disertai, penelitian sebelumnya, Internet, dan sumber lainnya yang mendukung penelitian. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Analisis data dilakukan secara interaktif yaitu berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Penelitian dilakukan di perguruan tinggi swasta di daerah Jakarta Pusat dan Tangerang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

24 Jam Akses Internet untuk Media Sosial

Hasil penelitian menunjukkan semua informan dengan frekuensi mengakses Internet di atas 5 jam per hari menggunakan Internet untuk media sosial dan pesan instan (*instant messenger*). Hampir setiap saat, mahasiswa mengakses media sosial dan pesan instan lewat ponsel pintarnya (*smartphone*). Hal ini didukung oleh pernyataan seluruh responden yang mengakses Internet di atas 5 jam per hari, salah satunya adalah Informan 3 sebagai berikut:

“Oke saya hp on terus ya 24 jam pasti kalo buat akses kayak detik.com apa segala macam itu 5 jam ada lah. Maksudnya kalo buat cari info info gitu kan. Media sosial yaa paling cuma liat-liat doang kalo gak update juga cuma liat-liat doang.”

Media sosial yang populer diakses adalah Twitter, Path, Instagram, You Tube, Tumbler, dan Facebook. Sedangkan komunikasi pesan instan dilakukan mereka melalui whatsapp (WA), blackberry messenger (BBM), Line, Kakao, Wechat. Rata-rata dari mereka membuka situs berita lewat tautan yang ada di Twitter. Baik tautan lewat teman mereka di dunia maya atau dari *mem-follow* situs berita seperti Detik, BBC, dan Kompas.com. Hal ini didukung pernyataan seluruh responden yang mengakses Internet di atas 5 jam per hari. Salah satunya adalah Informan 1, sebagai berikut:

“Kalo saya gunain Internet lebih buat media sosial, karena itu saya pakatnya kan lebih kayak sebulan jadi otomatis terus setiap hari itu gunain Internet buat kontekan sama temen-temen dan yang lain. Kalo misalnya media sosialnya selain line, bbm, terus whatsapp, yang gitu-gitu aja, path dan instagram meskipun saya gak ngepost, meskipun saya cuman sekedar ngecek, tapi tetep saya gunain itu. Kalo misalnya akses Internet paling cuman baca-baca aja sih, tapi itu pun jarang biasanya.”

Hanya beberapa informan yang secara sengaja membuka situs berita detik.com, kompas.com, vivanews.com, OkeZone, BBC, Daily Post. Bahkan, ada yang membaca berita lewat Yahoo. Adapun Yahoo—sebagai perusahaan Internet—memasok berita dari berbagai media massa. Hal ini didukung oleh pernyataan Informan 6 sebagai berikut:

“Media sosial bisa dibbilang 24 jam kalo matanya gak merem pasti terus. Ini kan orang sudah dipermudah dengan akses handphone yang bisa di mana pun kapan pun dan dengan siapa pun bisa personal messenger, pasti gak pernah mati. Media sosial like twitter, path, instagram, facebook tumbler or anything bisa diakses. Tapi kalo misalnya untuk penggunaan yang lainnya, saya pembaca berita berat sih. Jadi, detik masih saya baca, rubrik-rubrik yang lain juga masih saya baca kayak okezone, dailypost atau apa kayak gitu masih suka akses.”

Peserta FGD yang terdiri dari delapan mahasiswa jurusan Komunikasi dari perguruan tinggi swasta di Jakarta ini menunjukkan bahwa mereka tertarik dengan perkembangan sosial politik. Salah satunya pembahasan hasil hitung cepat (*quick count*) Pemilu Presiden 2014. Hasil hitung cepat antara pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa dan JokoWidodo-Jusuf Kalla. Informan juga gemar mencari tahu peristiwa besar mengenai bencana alam seperti gunung meletus. Ada juga yang tertarik dengan berita kematian artis terkenal, seperti Paul Walker. Hampir semua mahasiswa tidak tertarik untuk ikut forum yang disediakan di media *online*. Salah satu narasumber, yaitu Informan 8 menyatakan jera karena mengalami pengalaman yang kurang menyenangkan seperti makian dari peserta yang ikut forum tersebut.

Hasil penelitian yang berbeda pada informan dengan frekuensi mengakses Internet di bawah 5 jam per hari. Rata-rata para informan mahasiswa ini mengakses Internet per hari maksimal 4 jam namun terdapat kesamaan pada apa yang diakses. Para informan yang terdiri dari 6 mahasiswa menyatakan menggunakan Internet untuk media sosial dan pesan instan (*instant messenger*). Meskipun demikian, tidak setiap saat para informan mengakses sosial media dan pesan instan lewat ponsel pintarnya (*smartphone*). Bagi para informan ini ponsel pintar lebih dilihat pada kegunaannya untuk *selfie*. Hal ini didukung oleh pernyataan Informan 9 sebagai berikut:

“Biasanya sih kalo buka itu utamanya untuk facebook. Hanya ngecek, ngeliat udah. Langsung log out lagi. Paling saya pakenya kayak bbm sama whatsapp gitu doang Seperti itu sih saya biasanya menggunakan Internet. Sedangkan handphone yang dilihat adalah modelnya ngikutin jaman atau tidak dan untuk selfie.”

Media sosial yang populer diakses adalah Facebook, sedangkan komunikasi pesan instan dilakukan mereka melalui WhatsApp (WA) dan Blackberry Messenger (BBM). Rata-rata dari mereka lebih tertarik mengakses berita melalui televisi ataupun media cetak. Beberapa informan menyatakan membuka situs berita karena mendengar dulu dari teman, baru mencarinya melalui berita *online* seperti detik.com. Hal ini didukung pernyataan seluruh responden yang mengakses Internet di bawah 5 jam per hari, salah satunya adalah Informan 14 sebagai berikut:

“Saya kebanyakan ngabisin waktu tuh nonton TV, muter-muter DVD jadi untuk Internet itu jarang kalo dipake pun paling ngecek berita, udah. Dari segi minat pun kurang berminat sih ya maksudnya gak terlalu yang hi-tech yang pengen tau banget gimana.”

Para informan yang rata-rata mengakses Internet di bawah 5 jam per hari umumnya sudah sibuk dengan pekerjaannya dan tidak terlalu intens menggunakan media Internet baik melalui *smartphone* maupun komputer.

Dilihat dari hasil penelitian, Facebook ternyata masih menjadi media sosial favorit di Indonesia meskipun kini produk digital sejenis makin menjamur. Kehadiran Twitter, Instagram, atau Path tidak membuat jejaring pertemanan buatan Mark Zuckerberg ini ditinggalkan begitu saja. Laporan survei lembaga Taylor Nelson Sofres (TNS) bertajuk TNS Insight Report menyebutkan, 98% pengguna platform *online* memilih Facebook sebagai media komunikasi. Sementara itu, Google+ berada di peringkat kedua dengan raihan 54%. Kemudian Twitter 44%, Yahoo! Messenger 42%, dan WhatsApp 21%. Selanjutnya adalah WeChat 16%, LINE 10%, KakaoTalk 6%, Instagram 5%, serta Skype 4%.

Alasan lain Facebook masih disukai adalah fungsinya yang tidak hanya sebagai jejaring pertemanan. Kini Facebook digunakan sebagai sarana berbagi informasi, berjualan, dan berbelanja. Faktor lain adalah budaya masyarakat Indonesia yang senang berbagi hal kepada banyak orang. Misalnya saja, saat berkunjung ke suatu tempat, orang bisa mengunggah foto, menulis status, dan membagi tautan dalam satu *platform* sekaligus. Akan tetapi, minat masyarakat Indonesia terhadap Facebook kemungkinan besar dapat berubah sejalan dengan kemunculan para kompetitor. Ini juga tergantung dari tingkat kepercayaan masyarakat. Sebabnya, kejahatan dunia maya kerap terjadi melalui media sosial. TNS melakukan survei ini pada Juli-Agustus 2013 di Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Medan. Survei dilakukan terhadap 1.002 responden yang berusia 16 tahun ke atas. Responden adalah yang setidaknya mengakses media sosial satu kali dalam sebulan.

Dalam penelitian ini pula disampaikan bahwa sebanyak 65% pengguna Facebook di Indonesia paling suka mengakses media sosial ini di tempat tidur. *“Ini karena orang tidak bisa terlepas dari media sosial, pada saat bangun dan sebelum tidur,”* ucap Astiti. Dia melanjutkan, responden akan makin tertarik mengakses Facebook ketika melihat ada notifikasi yang muncul di *gadget*. Setelah mengecek notifikasi, mereka kemudian akan meneruskan mencari informasi lain, misalnya tautan berita yang muncul di linimasa. Facebook juga sebagai sarana memperoleh referensi dalam membeli produk. Sebabnya, saat ini perusahaan atau penjual menawarkan barang dan jasanya lewat Facebook. Pengguna dapat langsung meng-klik postingan di linimasa, kemudian secara otomatis terhubung ke akun penjual. Adapun 41% responden mengakses Facebook saat menonton televisi, 28% saat liburan, serta 26% saat berkumpul dengan teman. Selanjutnya, sebanyak 20% menjelajah Facebook ketika sedang bekerja, dan 19% ketika sedang dalam perjalanan. Kini pengguna aktif Facebook di Indonesia per bulannya mencapai 69 juta. *“61 juta mengakses dari perangkat bergerak,”* ujar Head of Facebook Indonesia, Anand Tilak, di tempat yang sama. (Movementi, 2014b)

Pendamping Informasi Media Internet

Para informan menyatakan media Internet bukan satu-satunya sarana mereka untuk mengakses informasi. Selain Internet, mereka juga membaca melalui media cetak dan menonton televisi. Hasil temuan menunjukkan mahasiswa yang membaca koran (media cetak) untuk mendapatkan informasi bukan karena sengaja membeli melainkan disebabkan orang tua mereka berlangganan media cetak seperti Kompas. Informan 7 yang merupakan peserta FGD masih membaca majalah atau buku (dalam bentuk cetak) sebagai referensi guna memperluas wawasan. Majalah yang dibacanya antara lain Tempo dan Cosmopolitan (gaya hidup). Sedangkan buku yang dibaca oleh rata-rata peserta FGD adalah novel. Para mahasiswa enggan membaca *e-book* dari media Internet, mereka hanya mengunduhnya saja. Selain itu ada informan yang menyatakan bahwa lebih suka mengakses informasi melalui televisi karena visualisasinya. Dalam hal ini sikap kritis mahasiswa terhadap pemberitaan belum sepenuhnya tertanam pada diri mereka sebagai mahasiswa jurusan Komunikasi. Sikap kritis itu hanya dimiliki beberapa dari mereka.

Internet sebagai Media Informasi dan Hiburan

Peserta FGD menyatakan bahwa media Internet sebagai sarana informasi dan hiburan. Salah satunya didukung oleh pernyataan Informan 8 sebagai berikut:

“Kalo menurut saya mencakup semua di situ ada informasi dan kita bisa mendapatkan hiburan juga. Bahkan kayaknya seiring perkembangan jaman dan juga kecepatan informasi yang makin cepat, jadi sulit kita memilah mana informasi yang betul-betul akurat mana yang tidak. Akan tetapi selain ada sisi informasinya dan juga ada sisi edukasinya. Bahwa kita bisa mengakses informasi-informasi yang juga mungkin kita belum tahu sebelumnya dan juga mencari tips-tips dan lain lain. Juga pastinya ada entertainment-nya. Jadi ibaratnya semua jadi all in one akan tetapi tergantung bagaimana kita bisa memakainya secara efektif.”

Mereka yang saat ini berada di generasi Y ini lebih tertarik untuk membaca berita harian secara *online*. Berita yang mereka baca tidak dibaca secara utuh. Adapun situs berita yang mereka akses ialah situs berita seperti Detik.com dan Kompas.com serta BBC. Mereka membaca informasi itu dari tautan yang terpasang di Twitter. Salah satu alasan mereka kurang berminat membaca surat kabar (cetak) karena fungsinya hanya sebagai pembungkus ketika selesai dibaca, selain itu media *online* lebih menarik dan *colourfull*. Hal ini didukung salah satunya oleh pernyataan Informan 8 bahwa lebih sedikit kata-kata banyak gambar, maka lebih menarik.

Selain itu umumnya para informan mengakses berita baik melalui media *online* maupun cetak untuk mencari tugas kuliah. Para mahasiswa merasa terhibur dengan adanya media Internet karena mereka dapat mengakses game atau Instagram dan YouTube. Selain untuk hiburan, mahasiswa menggunakan Internet untuk berbelanja secara *online*. Ada beberapa peserta FGD yang menggunakan Internet sebagai wadah untuk berbisnis melalui BBM dan Instangram. Ada juga seorang mahasiswa yang menyatakan bahwa Internet untuk edukasi.

Para mahasiswa berharap ke depannya media menyajikan berita yang menggunakan bahasa ringan dan banyak tampilan gambar. Lebih menarik lagi bagi mereka apabila dikemas dengan humor. Kendati demikian mereka menyadari bahwa harapan mereka itu mungkin tidak akan tercapai oleh media massa yang menasar pembaca di atas usia 30 tahun.

Mahasiswa dan Literasi Media Internet

Internet saat ini dapat dengan mudah diakses melalui berbagai perangkat, salah satunya ponsel. Hingga kuartal ketiga 2014, Android masih menguasai pasar telepon pintar secara global. Lembaga riset Strategy Analytics melaporkan, pangsa pasar Android mencapai 84 persen atau naik 2,6 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Sementara itu, total pengapalannya naik dari 206 juta menjadi 268 juta. Adapun pesaingnya, iOS menyusul di posisi kedua dengan pangsa pasar 12,3 persen atau turun 1,1 persen. Dengan jumlah tersebut, total pengapalan produk buatan Apple di kuartal ketiga yakni 39,3 juta. Platform buatan Microsoft, Windows Phone bertegger di posisi ketiga dengan pangsa pasar 3,3 persen atau turun 0,8 persen. Terakhir Blackberry berada di peringkat keempat dengan pangsa pasar hanya 0,7 persen atau turun 0,3 persen. Secara keseluruhan, pengapalan ponsel pintar naik 27 persen, sehingga totalnya ada 320 juta ponsel pintar yang dikapalkan ke seluruh dunia hingga kuartal ketiga tahun ini (Movementi, 2014a).

Setiap individu dapat dengan mudah mengakses apapun informasi yang diinginkannya melalui ponsel ini. Demikian pula mahasiswa yang menjadi narasumber dalam penelitian ini. Kadangkala tidak semua informasi bersifat positif, banyak pula informasi yang berdampak televisi bila pengakses tidak dapat memilah dengan baik informasi yang dikonsumsinya.

Pada penelitian ini, 24 jam mengakses Internet dilakukan oleh mahasiswa peserta FGD yang frekuensi akses Internetnya di atas lima jam, sedangkan mahasiswa peserta FGD dengan frekuensi akses Internet di bawah lima jam rata-rata menggunakan Internet antara setengah sampai empat jam perhari. Sebagian besar yang diakses adalah untuk sosial media dan pesan instant melalui ponsel pintar (*smartphone*), tidak hanya sebagai sarana hiburan tetapi juga untuk mendapatkan informasi ataupun sebagai wadah untuk berbisnis. Akan tetapi berdasarkan hasil penelitian, seluruh narasumber menyatakan bahwa memang akses Internet lebih besar porsi mereka gunakan sebagai media hiburan dan pertemanan. Salah satunya didukung oleh pernyataan Informan 12 sebagai berikut:

“Kalo untuk sekarang Internet sebagai hiburan, main game. Kalo gua yaaa lebih condong ke game mungkin kalo untuk berita-berita udah banyak denger. Tapi kalo game, kan ibaratnya kita udah mumet dengan kerjaan gitu ya, jadi kalo main game refresh aja. Selain itu untuk temenan kayak di Facebook.”

Informan mahasiswa dalam hal ini melakukan proses mengakses, menganalisis media yang dikonsumsi. Hal ini sejalan dengan konsep yang disampaikan oleh Hobbs (1996) bahwa literasi media adalah proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan dengan menggunakan alat media.

Sebagai generasi Y, narasumber mahasiswa tidak ketinggalan teknologi. Informasi dan hiburan diakses melalui Internet seperti Facebook, Instagram, Twitter, Detik.com, dan sebagainya. Sikap kritis pesan media yang dikonsumsi tidak sepenuhnya juga tertanam dalam diri narasumber. Umumnya, para narasumber lebih mengkritisi informasi yang menarik perhatian mereka. Mereka tidak terima begitu saja apa yang disampaikan media namun mencari tahu dan membandingkan berbagai media lainnya. Seperti yang dilakukan beberapa narasumber pada saat melihat berita yang menarik perhatian, mereka tidak akan hanya percaya dari satu sumber media saja namun akan mencari dari berbagai media lainnya tidak hanya yang *online* tetapi juga media cetak. Misalnya saja, informasi yang mereka peroleh di Detik.Com akan dibandingkan juga di Kompas, twitter, televisi, dan sebagainya. Seperti pernyataan Informan 6 berikut ini:

“Kalo saya sih kebetulan kalo di media sosial follow detik.com. Pastilah ya itu bukan hanya news tapi buat sudah kayak culture kali ya, kalo misalnya punya twitter pasti follow detik.com mungkin lho. Saya pasti ketika baca satu rubrik misalnya satu berita, ini saya sih kebetulan orangnya skeptis jadi saya sudah liat satu, eh apa benar. Saya cari lagi apa iya, saya cari lagi, sampai nanya ke orang bener gak sih beritanya kayak gitu. Itu sih jadi gak berhenti di satu portal tapi saya cari terus.”

Mereka akan melakukan secara terus menerus sampai keingintahuan mereka terpuaskan. Hal ini menunjukkan remaja khususnya mahasiswa dapat bersikap kritis akan informasi yang dikonsumsi; tidak menerima begitu saja informasi tersebut. Walaupun begitu, terdapat pula beberapa dari mereka yang belum sepenuhnya memiliki sikap kritis. Dalam hal ini tentunya setiap individu memaknai pesan tergantung dari pemahamannya atas pesan yang ditangkapnya dari media.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan dan analisis yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa informan mahasiswa yang mengakses Internet dengan frekuensi di atas lima jam per hari memperlihatkan perilaku selama 24 jam mengakses Internet untuk media sosial dan pesan instan melalui ponsel pintar (*smartphone*). Media sosial yang populer diakses adalah Twitter, Path, Instagram, You Tube, Tumbler, dan Facebook. Sedangkan komunikasi pesan instan dilakukan mereka melalui WhatsApp, Blackberry Messenger (BBM), Line, Kakao, WeChat. Rata-rata dari mereka membuka situs berita lewat tautan yang ada di Twitter.

Hasil dari narasumber informan mahasiswa yang mengakses Internet dengan frekuensi di bawah 5 jam per hari, rata-rata hanya mengakses Internet antara tiga puluh menit sampai 4 jam per hari. Rata-rata informan mengakses Internet untuk media sosial seperti Facebook dan pesan instan seperti Whatsapp dan Blackberry Messenger melalui ponsel pintar. Informan membuka situs berita terlebih dahulu mendengar informasi dari teman atau keluarga serta untuk keperluan penyelesaian tugas perkuliahan. Informan mahasiswa yang mengakses Internet di bawah 5 jam per hari ini lebih suka mengakses informasi melalui media cetak ataupun media elektronik seperti televisi.

Sikap kritis akan pesan media yang dikonsumsi tidak sepenuhnya juga tertanam dalam diri narasumber. Umumnya para narasumber lebih mengkritisi informasi yang menarik perhatian mereka. Mereka tidak terima begitu saja yang disampaikan oleh media tetapi akan mencari tahu dan membandingkan dengan berbagai media lainnya serta memaknai pesan yang ditangkap dari media

berdasarkan pemahaman individu tersebut. Dengan demikian, dalam hal ini literasi media memang sangat diperlukan untuk dapat menangkal efek negatif dari diseminasi pesan melalui media massa.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pengelola media massa berbasis *online* untuk dapat merancang dan membuat pesan yang kreatif guna menarik minat mahasiswa. Saran penelitian ini adalah untuk menarik para mahasiswa agar mau melihat membaca atau mengakses suatu informasi berita, bukan hanya hiburan. Hendaknya, media menggunakan bahasa yang ringan dan menggunakan banyak gambar. Lebih menarik lagi, suatu berita dikemas dengan humor. Saran akademis dari penelitian ini adalah adanya penelitian lanjutan pada skala yang lebih besar, seperti tingkat literasi media di kalangan remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzam, T. (2010). Peran strategi pers dalam memperkuat ketahanan nasional. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 15(2), 33–47.
- ASEAN Free Trade Area (AFTA). (n.d.). Pusat Kebijakan Pendapatan Negara – Badan Kebijakan Fiskal. Diakses dari <http://www.tarif.depkeu.go.id/Others/?hi=AFTA>
- Brown, J. A. (1998). Media literacy perspectives. *Journal of Communication*, 48(1), 44–57.
- Fantin, M. (2010). Perspectives on Media Literacy, Digital Literacy and Information Literacy. *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence*, 1(4), 10–15. doi: 10.4018/jldlc.2010100102
- Ferrington, G. (2006). *What is media literacy?* Diakses dari <http://interact.uoregon.edu/mediaLit/mlr/readings/articles/whatism.html>
- Grehenson, G. (2014). *Menkominfo: 270 Juta Pengguna Ponsel di Indonesia*. Diakses dari <http://ugm.ac.id/id/berita/8776-menkominfo%3A.270.juta.pengguna.ponsel.di.indonesia>
- Hobbs, R. (1996). Media Literacy, Media Activism. *Telemedium, the Journal of Media Literacy*, 42(3).
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage Books.
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 26(3), 369–386. doi: 10.1080/01596300500200169
- Kraidy, M. M. (2008). The Internet as a Mass Communication Medium. *Journalism and Mass Communication*, 2.
- Marketeers. (2013). *MarkPlus Insight: Pengguna Internet Indonesia 74 Juta di Tahun 2013*. Diakses dari www.the-marketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html
- Movementi, S. (2014a). *Android Masih Rajai Pasar Ponsel Cerdas*. Diakses dari <http://www.tempo.co/read/news/2014/11/04/061619338/Android-Masih-Rajai-Pasar-Ponsel-Pintar>

- Movementi, S. (2014b). *Facebook Masih Terfavorit di Indonesia*. Diakses dari <http://tekno.tempo.co/read/news/2014/09/22/072608871/facebook-masih-terfavorit-di-indonesia>
- Movementi, S. (2014c). *Ponsel Pintar Pemula Paling Diminati*. Diakses dari <http://koran.tempo.co/konten/2014/11/28/358177/Ponsel-Pintar-Pemula-Paling-Diminati>
- Neuman, W. L. (2000). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches* (4th ed). USA: Allyn and Bacon.
- Pitoyo, A. (2014). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Capai 71, 19 Juta pada 2013*. Diakses dari www.merdeka.com/teknologi/jumlah-pengguna-Internet-indonesia-capai-7119-juta-pada-2013.html
- Potter, J.W. (2013). *Media Literacy*. New York: Sage.
- Rahmi, A. (2013). Pengenalan literasi media pada anak usia sekolah dasar. *SAWWA*, 8(2), 261–275. Diakses dari <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/sww/article/view/116>
- Rubin, A. (1998). Media Literacy: Editor's note. *Journal of Communication*, 48(1), 3–4.
- Silverblatt, A. (2007). *Media Literacy, Keys to Interpreting Media Messages*. Westport: Praeger.
- Singer, D. G., & Singer, J. L. (1998). Developing critical viewing skills and media literacy in children. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 557(1), 164–179. doi: 10.1177/0002716298557000013
- Triyono, A. (2010). Pendidikan Literasi Media Pada Guru TK Gugus Kasunanan Sebagai Upaya Menanggulangi Dampak Negatif Televisi. *Warta*, 13(2), 150–159. Diakses dari <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/1258/Agus%20Triyono.pdf?sequence=1&isAllowed=y>