

<http://dx.doi.org/10.31800/jtp.kw.v6n1.p60--73>

MEDIA LITERASI BAGI *DIGITAL NATIVES*: PERSPEKTIF GENERASI Z DI JAKARTA

Media Literacy for Digital Natives: Perspective on Generation Z in Jakarta

Ranny Rastati

Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan LIPI,
Widya Graha LIPI Jalan Gatot Subroto No 10 Jakarta Selatan

Pos-el: ranny.rastati@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRACT:**Riwayat Artikel:**

Diterima : 24 Januari 2018

Direvisi : 08 Maret 2018

Disetujui : 23 Juni 2018

Keywords:

*Media literacy, Generation Z,
digital natives*

Kata kunci:

*Media literasi, Generasi Z,
digital natives*

In 2017 the majority of internet users are 19-34 years old or 49.52% (APJI, 2017). Almost half of the internet users in Indonesia are digital natives who were born after 1980: Generation Y (1980-1995) and Generation Z (1996-2009). This research will be focused on Generation Z as the true generation of the internet. Generation Z was born when the internet is available, a contrast to Generation Y who is still experiencing the transition of the internet. The purpose of this research is to find an effective way of providing information about media literacy to Generation Z. Through descriptive qualitative, the study was conducted with in-depth interview and observation toward 12 university students in Jakarta. The results showed that there are four effective ways of providing information about media literacy which is i) videos distributed to social media such as Youtube and Instagram, ii) interesting memes in communicative style, iii) through selebgram or micro-celebrity in Instagram who is consider as a role model and have a positive image, and iv) roadside billboards. Another interesting finding is that male informants tend to like media literacy information through videos and memes, while female informants prefer campaigns conducted by positive image selebgram and billboard.

ABSTRAK:

Pada tahun 2017 pengguna internet di Indonesia mayoritas berusia 19-34 tahun yaitu sebanyak 49,52% (APJI, 2017). Dari data tersebut terlihat bahwa hampir sebagian pengguna internet di Indonesia adalah *digital natives* atau penutur asli teknologi digital yaitu orang-orang yang lahir setelah tahun 1980: Generasi Y (1980-1995) dan Generasi Z (1996-2009). Penelitian ini akan difokuskan kepada Generasi Z karena mereka dianggap sebagai sebenar-benarnya generasi internet. Generasi Z lahir saat teknologi tersebut sudah tersedia, berbeda dengan Generasi Y yang masih mengalami transisi teknologi hingga menuju internet. Tujuan penelitian ini adalah mencari tahu cara yang efektif dalam memberikan informasi mengenai media literasi kepada generasi Z. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan observasi dan wawancara mendalam. Informan berjumlah 12 orang mahasiswa di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat cara yang efektif dalam memberikan informasi mengenai media literasi yaitu i) video yang disebar ke media sosial seperti Youtube dan Instagram, ii) meme menarik dengan bahasa yang mudah dimengerti, iii) melalui selebgram yang menjadi panutan dan berimage positif, dan iv) baliho di pinggir jalan. Temuan menarik lainnya adalah informan laki-laki cenderung menyukai informasi media literasi melalui video dan meme yang disebar ke media sosial, sementara perempuan lebih menyukai kampanye yang dilakukan oleh selebgram berimage positif dan baliho.

PENDAHULUAN

Sejak diperkenalkan pada tahun 1960an dan masuk ke Indonesia pada tahun 1990an, teknologi internet mengalami perkembangan yang signifikan. Teknologi jaringan yang awalnya dari 1G kini sudah berkembang ke 4G. Bahkan saat ini

jaringan 5G, yang disebut-sebut sebagai teknologi yang tidak hanya menghubungkan manusia dengan manusia tapi juga mesin dengan mesin, akan rilis pada tahun 2020.

Bank Dunia menyatakan bahwa hanya 40% penduduk dunia yang

memiliki akses internet (Chakhoyan, 2016). Negara-negara berkembang dianggap mendapatkan manfaat dari akses internet. Menurut temuan riset World Economic Forum, akses terhadap teknologi membantu meningkatkan kualitas hidup dan percepatan pembangunan di semua *level* seperti kesehatan (*mHealth*), pembelajaran (*e-learning*), dan keuangan (*mobile financial service*) (Chakhoyan, 2016).

Hasil penelitian yang dilakukan Asosiasi Jasa Internet Indonesia (APJI) bekerjasama dengan Teknopreneur Indonesia pada tahun 2017 menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia meningkat. Jika tahun 2016 penetrasi pengguna internet di Indonesia sebesar 132,7 juta jiwa, pada tahun 2017 meningkat menjadi 143,26 juta jiwa yang berarti 54,68% dari 262 juta penduduk Indonesia (APJI, 2017). Dengan jumlah sampel sebanyak 1.250, riset dilakukan di daerah urban, rural-urban, dan rural. Lebih lanjut, riset menunjukkan mayoritas pengguna internet berusia 19-34 tahun atau sebanyak 49,52%. Dari data tersebut terlihat bahwa hampir sebagian pengguna internet di Indonesia adalah *digital natives* atau orang-orang yang lahir setelah

tahun 1980. Lebih lanjut, hasil riset menunjukkan jenis layanan yang paling banyak diakses adalah aplikasi obrol (89,35%), media sosial (87,13%), mesin pencari (74,84%), lihat gambar atau foto (72,79%), dan unduh video (70,23%). Untuk pemanfaatan bidang edukasi, sebanyak 55,30% pengguna internet membaca artikel, 49,87% melihat video tutorial, dan 21,73% membagikan artikel atau video edukasi.

Sebelum berangkat pada model edukasi publik, perlu diketahui siapa pengguna internet di Indonesia. Secara garis besar, Prensky (2001) membagi pengguna internet ke dalam dua kelompok besar yaitu *digital natives* dan *digital immigrants*. *Digital natives* adalah generasi atau orang-orang yang lahir sebelum teknologi ditemukan. Mereka adalah penutur asli teknologi yang mampu menggunakan teknologi sama alaminya dengan bernapas (Tapscott, 2013). Sementara itu, *digital immigrants* adalah generasi atau orang-orang yang lahir setelah teknologi ditemukan. Mereka adalah generasi yang terpesona oleh internet sekaligus mengadopsinya dalam berbagai aspek (Prensky, 2001). Inilah yang dikatakan oleh Alan Kay, seorang visioner komputer, bahwa teknologi adalah teknologi hanya bagi orang-

orang yang dilahirkan sebelum teknologi itu ditemukan (Tapscott, 2013).

Sebagai contoh, jika *digital natives* membeli gawai baru, mereka langsung menggunakannya. Berbeda dengan *digital immigrants* yang perlu membuka buku petunjuk atau bertanya pada orang lain sebelum mengoperasikan gawai tersebut. Selain itu, ada “aksen” tertentu yang dimiliki *digital immigrants* yang tidak ditemukan pada *digital natives*. *Digital immigrants* lebih menyukai membaca dalam bentuk cetak daripada digital dan lebih menyukai pertemuan tatap muka daripada melalui aplikasi seperti *Skype*.

Tapscott (2013) menyatakan bahwa, “Jika Anda memahami generasi internet, maka Anda akan memahami masa mendatang”. Untuk itu, dalam tulisan ini saya akan fokus pada model edukasi publik bagi para *digital natives* atau generasi internet. Generasi yang disebut juga sebagai generasi internet ini terbagi menjadi dua yaitu Generasi Y (disebut juga Millenials) dan Generasi Z. Sebenarnya ada satu generasi lagi setelah Generasi Z yaitu Generasi Alpha. Namun karena usia mereka masih

sangat muda, yaitu kelahiran tahun 2010 sehingga belum banyak yang bisa dieksplorasi dari mereka.

Tabel 1. Pembagian Pengguna Internet

<i>Digital natives</i>	-	-	-	Generasi Y (1980-1994)	Generasi Z (1995-2009)	Generasi Alpha (2010-...)
<i>Digital immigrants</i>	Tradisional (sebelum 1945)	<i>Baby Boomer</i> (1946-1964)	Generasi X (1965-1979)	-	-	-

(Sumber: Diolah dari hasil lapangan)

Karakteristik generasi Z, menurut Grail Research (2011), adalah generasi pertama yang sebenarnya generasi internet. Jika generasi sebelumnya yaitu Y masih mengalami transisi teknologi hingga menuju internet, maka generasi Z lahir saat teknologi tersebut sudah tersedia. Hal itulah yang membuat generasi ini memiliki karakter yang menggemari teknologi, fleksibel, lebih cerdas, dan toleran pada perbedaan budaya. Mereka juga terhubung secara global dan berjejaring di dunia virtual. Meskipun demikian, generasi ini adalah generasi yang menyukai budaya instan dan kurang peka terhadap esensi privat karena secara konstan mengunggah hidupnya di media sosial.

Dibandingkan generasi lain, generasi Z adalah generasi yang berpengaruh di komunitasnya. Ini

adalah akibat dari terpaan berbagai hal yang ada di internet. Jika memiliki pengalaman baik atau buruk terhadap sesuatu, generasi ini tidak akan diam saja; mereka akan mengungkapkannya di media sosial (Sladek dan Grabinger, 2014). Selain itu, generasi Z dikenal sebagai generasi yang berpikiran global. Mereka menggunakan media sosial untuk berhubungan dengan orang-orang di seluruh dunia. Menurut survey yang dilakukan Parent Survey (Sladek dan Grabinger, 2014), 34% generasi Z berhubungan dengan berbagai kenalan di kota lain dan 13% di negara yang berbeda. Mereka saling berbagi foto, video, pesan. Menyampaikan berbagai situasi yang sedang terjadi di sekitarnya ke seluruh dunia. Inilah kemudian yang menjadi kekhawatiran berbagai pihak karena generasi ini dianggap rentan terhadap kejahatan *cyber*.

Penelitian yang dilakukan oleh Tulgan (2013), menemukan lima kunci yang membentuk generasi Z. Pertama, media sosial adalah masa depan. Untuk itu perlu kemampuan media sosial yang mumpuni dari orangtua untuk agar dapat mengontrol apa yang dilakukan para generasi z di dunia virtual. Kedua, koneksi dengan orang lain adalah hal yang penting. Ketiga, kesenjangan keterampilan. Diperlukan usaha yang

besar untuk mentrasfer keterampilan seperti komunikasi interpersonal, budaya kerja, berpikir kritis, dan keterampilan teknis. Keempat, pola pikir global, realitas lokal. Mudahnya berkomunikasi dengan berbagai orang melalui dunia virtual, generasi z disebut-sebut sebagai generasi tidak banyak menjelajah secara geografis. Kelima, keragaman yang tak terbatas. Pola pikir generasi Z yang terbuka dan menerima perbedaan di sisi lain membuat mereka kesulitan mendefinisikan dirinya sendiri. Jika generasi sebelumnya mendefinisikan dirinya berdasarkan gender, ras, agama, dan orientasi seksual, generasi Z tidak menjadikan hal tersebut sebagai indikator. Mereka bahkan menggunakan selebgram sebagai pembelajaran bagaimana cara mendefinisikan dirinya. Generasi ini kemudian lebih suka menggabungkan banyak hal seperti komponen identitas dan pandangan yang dianggap menarik. Dari hal itu kemudian mereka membuat identitasnya sendiri.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya mengenai media literasi seperti budaya literasi dengan menciptakan generasi literat melalui perpustakaan (Naibaho, 2007), hubungan antara penggunaan internet dengan media literasi (Adiarsi dkk, 2015), dan *digital native*, literasi

informasi dan media digital (Pendit, Tt). Namun demikian, belum banyak tulisan yang mengangkat mengenai generasi Z khususnya di Jakarta. Generasi Z yang mengakses media sosial dan internet melalui gawai tentu harus mendapatkan pemahaman tentang media literasi yang baik. Yang kadang dilupakan oleh para generasi internet ini adalah hal-hal yang diunggah di media sosial dan internet tidak akan terhapus. Meskipun dapat dihapus, itu memerlukan waktu dan usaha yang besar. Sebab semua data memiliki rekam jejak di jaringan internet. Selain itu, selain memiliki banyak manfaat, internet juga memiliki banyak hal yang perlu diwaspadai seperti kejahatan *cyber* dan pencurian informasi. Untuk itu yang menjadi permasalahan dalam kajian ini adalah bagaimana cara yang efektif dalam memberikan informasi mengenai media literasi kepada generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai media literasi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan observasi dan wawancara mendalam. Informan berjumlah 12 orang mahasiswa Jakarta dengan komposisi enam orang laki-laki dan enam orang perempuan. Usia responden berkisar antara 20 sampai 22 yang masuk dalam kategori Generasi

Z. Berbagai data dan sumber yang berhubungan dengan topik diperoleh dari buku, jurnal, internet, dan pustaka. Berbagai data yang diperoleh lalu dianalisis untuk mendapatkan jawaban atas masalah penelitian yang diajukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Arus informasi digital yang bergerak tanpa henti dan kemudahan mengakses data membuat seseorang perlu memiliki kecakapan dalam memilah informasi yang ada di internet. Kemampuan dalam media literasi membuat pengguna internet dapat mengantisipasi hal-hal yang menjadi efek terpaan internet. Kemajuan teknologi internet bagaikan dua sisi mata uang yang memiliki dampak baik positif maupun negatif. Tanpa adanya kemampuan memahami media literasi, dapat memunculkan perilaku yang tidak mengedepankan moral, menghina, mencaci, dan menyakiti orang lain seperti *cyberbullying* (Rastati, 2016).

Akhir-akhir ini marak kejadian memviralkan orang lain di media sosial. Berbekal *smartphone* atau telepon pintar, seseorang dapat merekam tanpa izin sebuah tindakan orang lain yang dianggap tidak sesuai norma. Tanpa melakukan kroscek, video diunggah disertai bumbu penyedap berupa komentar yang

menggiring opini. Seperti video yang diunggah oleh SM di akun Facebook pada Desember 2017. Dalam video yang menjadi viral itu terlihat dua laki-laki berboncengan motor dan berhenti di pintu lintasan kereta. Kedua laki-laki berperawakan Timur Tengah itu terlihat berpelukan. SM pun merekam aksi keduanya sambil menegur dalam bahasa Inggris, *“Hey, sir. Don’t do that. Please. Please don’t do that. Ok, please. Thank you.”* Yang berarti *“Hei, Tuan. Jangan lakukan itu. Tolong. Tolong jangan lakukan itu. Oke, tolong. Terima kasih.”* Saat salah satu laki-laki di motor menjawab, *“He is just kidding”* atau *“Dia hanya bercanda”* dan *“My brother”* atau *“(Ini) saudara saya”*, SM berkata, *“Yes, I know. Respect my people. Thank you”* yang berarti *“Ya, saya tahu. Hormati orang-orang saya. Terima kasih.”* Akibat video tersebut, kedua laki-laki mendapat stigma sebagai pasangan sejenis dan mendapatkan sanksi sosial. Namun, belakangan diketahui bahwa keduanya adalah dua kakak beradik yang sudah lama tidak bertemu. Akibatnya, sang adik dikabarkan trauma dan sang ibu menjadi sakit (BBC News, 26 Desember 2017). Dua hari berselang, SM pun membuat postingan permintaan maaf yang diunggah di Facebook.



Gambar 1. SM mengunggah video kedua laki-laki yang sedang berpelukan di motor
(Sumber: Facebook SM)

Selain kasus di atas, ada pula tindakan yang meresahkan netizen seperti membuat postingan yang merendahkan orang lain. Seperti kasus penghinaan kepada anak autisme yang dilakukan oleh akun DW pada Januari 2018. DW menulis status di Facebook yang berbunyi, *“Masih terbayang dikira itu org 1 pesawat sama kita, alhamdulillah ternyata ngga... Karna klo 1 pesawat pasti terganggu banget penumpang yang lainnya jg (terutama dgn anak sy)!!.#Nauzubillah-minzaliq #AnakidiyotBerisikGaJelas #AnakAutisBikinSakitKepala #NGOCEH2GAJE-LAS!!*AstaghfirullahHalAdzim(Khilaf)”*. Postingan yang dilakukan perempuan itu lalu viral dan banyak dikecam. Setelah menerima kecaman di media sosial, DW membuat video permintaan maaf yang diunggah di Facebook atas postingannya yang

dianggap menghina anak berkebutuhan khusus.

Sejak pertama diluncurkan, Facebook sebagai salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak di dunia dibuat untuk saling menghubungkan satu orang dengan orang lain. Namun, ketika manfaat media sosial tidak digunakan dengan bijak, maka akan menjadi bumerang bagi penggunanya. Hal ini kemudian menimbulkan fenomena “viral dahulu, minta maaf kemudian”. Pentingnya pemahaman media literasi dapat membantu pengguna media sosial agar bijak dalam menyebarkan dan membagikan informasi tanpa melanggar wilayah privasi orang lain. Selain itu, perlu juga melakukan pengecekan apakah informasi yang akan dibagikan adalah fakta atau hanya *hoax* agar tidak merugikan orang lain.

Menurut Rubin (1998) literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut. Dengan demikian, pola komunikasi manusia berubah karena adanya internet. Pengguna tidak hanya menjadi konsumen, tapi dapat berperan sebagai produsen. Diharapkan melalui media literasi, seseorang menjadi sadar bahwa internet memiliki dampak bagi dirinya, individu lain, masyarakat, dan

negara. Sebuah kesadaran ini kemudian digunakan untuk menganalisis pesan media sehingga memberikan pemahaman terhadap isinya.

Kehadiran media literasi umumnya dikaitkan dengan efek negatif yang diberikan oleh internet. Generasi Z yang memiliki penetrasi tinggi terhadap teknologi mulai dianggap sebagai generasi yang terlalu lekat dengan gawai. Keprihatinan akan kegiatan dunia maya yang dianggap tidak aman, membuat orangtua berupaya menerapkan pembatasan penggunaan gawai dan pendampingan dalam berselancar di dunia virtual. Meskipun demikian, tetap saja ada hal-hal yang lepas dari kontrol orangtua.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh *American Psychological Association*, kemampuan mengelola stress dan meraih gaya hidup sehat semakin menurun di setiap generasi. Jika fenomena ini berlanjut maka beberapa tahun ke depan generasi Z akan menjadi generasi yang paling stres sepanjang sejarah. Hal ini tidak mengejutkan karena generasi Z dikelilingi oleh iklim kompetisi sejak mereka bayi. Sebagai contoh, saat bayi generasi Z dibawa oleh orang-tuanya ke berbagai les seperti les merangkak, les berhitung, dan les bahasa Inggris. Lalu ketika remaja, mereka dituntut untuk masuk ke sekolah bergengsi,

berprestasi, dan memiliki banyak keterampilan. Kemudian setelah dewasa, mereka diharapkan mendapatkan pekerjaan yang stabil dengan pemasukan yang menjanjikan.

Sejak kecil, ide-ide generasi Z pun sejak kecil dipengaruhi oleh berbagai pihak seperti keluarga, teman, selebritas, bahkan orang asing yang ditemui secara *online*. Banyaknya terpapar ini membuat generasi Z menganggap bahwa opini semua orang perlu dipertimbangkan dan semua orang adalah sama. Tak jarang mereka lari ke internet untuk menemukan jawaban dari kegundahannya melalui artikel, blog, dan video. Mereka bahkan aktif mengecek media sosial resmi pemerintahan dan polisi untuk mendapatkan informasi terkini seputar kemacetan jalan, banjir, dan kecelakaan.

Menurut McQuail (2010) ada empat motif penggunaan media. Pertama, informasi yaitu dorongan dalam diri seseorang untuk mencari dan mengetahui hal-hal baru yang terjadi dalam hidupnya. Informasi dapat berupa berita, keterampilan, dan informasi terbaru mengenai teman, keluarga, selebritas, lingkungan sekitar, dan dunia. Kedua, identitas pribadi yaitu dorongan untuk mengenal dirinya sebagai pribadi dan tidak tenggelam dalam peran yang dimainkan. Untuk itu perlu dukungan

media, sebuah tempat yang dapat memperlihatkan identitas diri secara virtual dan menunjukkan siapa dirinya kepada komunitasnya. Ketiga, intergrasi dan interaksi sosial yaitu motif menyesuaikan diri dengan lingkungan dengan cara tetap terhubung dengan teman baik di dunia nyata dan virtual dan mengikuti apa yang sedang terjadi di lingkungannya. Keempat, hiburan yaitu motif untuk bersantai, mengisi waktu, menyalurkan emosi, bersenang-senang, dan melepaskan kepenatan untuk mendapatkan kenikmatan jiwa.

Informan 11 yang menyatakan menggunakan media sosial sesuai kadarnya dalam artian membagi informasi dirinya dan aktivitas sehari-hari sesuai dengan motif kedua yaitu identitas pribadi. Bagi informan 11, hal itu adalah wajar karena media sosial digunakan untuk merekam aktivitas harian. Ia pun tidak terlalu mempertimbangkan soal pencurian identitas jika terlalu banyak unggah informasi dirinya di media sosial. Sebab, baginya segala yang ia bagikan adalah hal yang umum dan tidak perlu dirisaukan.

“Pakai media sosial sesuai kadarnya aja. Seringnya *share* informasi aktivitas sehari-hari, *toh* media sosial fungsinya begitu.” (Informan 11)

Sementara itu informan 7 menggunakan media sosial lebih ke

motif hiburan seperti mengakses video komedi, tingkah laku binatang yang lucu, dan meme. Di lain pihak, informan 7 tidak melakukan motif informasi seperti mengecek berita yang sedang terjadi, politik, dan sosial karena kurangnya rasa tertarik. “Yang di-*share* juga hal yang lucu-lucu seperti *video gags*, binatang lucu, meme. Kalau berita politik, berita demo, dan lain-lain *gak* terlalu suka, jadi malas *share*.” (Informan 7)

Mengenai pengecekan informasi sebelum membagikannya di media sosial, mayoritas responden menjawab bahwa mereka sebenarnya telah mengetahui perlunya melakukan konfirmasi terhadap berita yang didapat. Informan 2 bahkan menjelaskan bahwa ia hanya membagikan hal yang wajar dan tidak menyinggung siapapun. Sebab ia tahu jika media diawasi oleh polisi *cyber* dan ada konsekuensi yang diterima jika membagikan hal yang belum jelas kebenarannya. Informan 2 pada akhirnya lebih banyak mengakses informasi tanpa membagikannya ke orang lain.

“Saya kalau *share* hal yang wajar dan *gak* menyinggung siapapun karena saya tahu kalau semua media telah diawasi oleh pihak berwajib. Kalau *share* sembarangan saya takut masuk penjara. Jadi lebih sering *scroll aja*,

lihat-lihat. Jadi *silent reader*.” (Informan 2),

Senada dengan informan 2, informan 9 pun mengaku bahwa ia sangat berhati-hati dalam menggunakan media sosial. Sebab, ia telah mendapat informasi mengenai media literasi melalui mata kuliah di universitas. Informan 9 pun kerap melihat video viral mengenai media literasi yang disebar di media sosial dan Youtube sehingga memiliki pemahaman yang komprehensif dan lebih cerdas dalam bermedia sosial.

“Saya tipenya sangat berhati-hati. Sebelum belajar media literasi di kampus pun saya sudah hati-hati, *gak* langsung *share* sesuatu di media sosial” (informan 9)

Untuk cara efektif dalam edukasi media literasi, informan 1 menyatakan lebih suka jika dibuat dalam bentuk visual yang menarik dan bahasa yang mudah dimengerti. Informan 5 menambahkan karena anak muda lebih mudah mencerna dan mengingat pesan yang disampaikan melalui video. Menurut informan 4, video tersebut pun lebih baik jika disebar secara viral melalui media sosial seperti Instagram dan grup Line. Selain video viral, bagi informan 6, meme memberikan banyak efisiensi karena lebih mudah untuk disebar dan tidak

menghabiskan banyak kuota jika akan diakses.

Berikut disajikan contoh meme yang viral di media sosial *facebook*, yang bernada peringatan bagi para pengguna media sosial.



Gambar 2. Contoh meme yang viral di media sosial

(Sumber: Facebook MRCl)

Perbedaan cukup signifikan terlihat dari informan perempuan yang mayoritas lebih memilih selebgram sebagai diseminator media literasi. Sebab mereka banyak menghabiskan waktu menonton dan mendengarkan ide-ide yang dimiliki para selebgram di Instagram. Para selebgram yang disebut juga sebagai *influencer* ini dianggap sebagai panutan dalam bertingkah laku. Informan 12 misalnya, menyatakan media literasi baiknya disampaikan oleh para selebgram berimage positif karena mereka mampu menyampaikan sesuatu yang rumit ke dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh anak muda. Pemi-

lian bahasa para selebgram umumnya dianggap tidak menggurui, tidak memerintah, dan tidak mengadili. Informan merasa sedang mendengarkan temannya berbicara sehingga mem-buatnya merasa lebih nyaman dan mau menyimak dengan seksama.

Lebih lanjut, informan 8 dan 10 menambahkan perlu mensosialisasikan media literasi melalui *billboard* atau papan iklan yang berada di sepanjang jalan strategis. Sebab kemacetan jalanan membuat seseorang menjadi cenderung memperhatikan pemandangan sekitar jalan untuk menghilangkan rasa bosan. Bentuk yang dianggap paling sesuai adalah yang menampilkan foto dan keterangan kecil di bawahnya berupa sebuah pesan yang sederhana namun memiliki kesan yang mendalam. Pengguna jalan yang membacanya pun tidak merasa terganggu karena masih dapat membaca sekilas tanpa mengurangi konsentrasi mereka dalam berkendara. Selain itu, yang menggunakan kata-kata menggelitik dengan kalimat yang tidak terlalu

panjang pun dianggap dapat menarik perhatian.



Gambar 3. Baliho stop penggunaan ponsel saat berkendara

(Sumber: <http://banjarmasin.tribunnews.com>)

Secara garis besar, rangkuman jawaban informan dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 2. Simpulan Informan

	Yang diketahui tentang media literasi	Cara edukasi literasi	efektif media
Laki-Laki			
Informan 1	Cara menggunakan media sosial dengan baik dan benar	Dalam bentuk visual yang menarik dan bahasa yang mudah dimengerti	
Informan 2	Cara agar berhati-hati di media sosial	Video Youtube	
Informan 3	Mengelola media sosial dengan benar dan berhati-hati dalam mem-posting sesuatu	Video dan meme dengan konten menarik dan asyik	
Informan 4	Mengecek ulang apa yang dibagikan di media sosial	Melalui media social	
Informan 5	Kesadaran individu terhadap media sosial	Video yang audio visualnya mudah	

		dimengerti anak muda
Informan 6	Kemampuan menerima dan mengolah pesan yang ada di media sosial	Meme dan video dengan konten menarik
Perempuan		
Informan 7	Menggunakan media digital dengan benar, tidak menyebarkan hal yang belum tentu benar, dan yang berdampak kurang baik	Campaign dari selebgram terkenal berimage positif yang disebarkan melalui media sosial (Youtube dan Instagram)
Informan 8	Sadar tentang media	Video Youtube yang dibagikan di media sosial, baliho atau billboard
Informan 9	Cara menggunakan media digital yang benar	Selebgram berpengaruh
Informan 10	Kemampuan seseorang dalam menggunakan media dengan baik agar dapat berdampak baik	Selebgram terkenal, billboard pengingat
Informan 11	Melek media, cara mengakses media	Youtube, video animasi
Informan 12	Filterisasi apa yang akan dibagikan di media sosial	Billboard di pinggir jalan, selebgram berpengaruh dan positif

(Sumber: data diolah dari hasil lapangan)

SIMPULAN

Sosialisasi media literasi merupakan salah satu cara yang dapat membantu pemahaman *digital natives* dalam bermedia sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat cara yang efektif dalam memberikan informasi mengenai media literasi yaitu: (i) video yang disebarkan ke media

sosial seperti Youtube dan Instagram, (ii) meme menarik dengan bahasa yang mudah dimengerti, iii) melalui selebgram yang menjadi panutan dan berimage positif, dan (iv) papan iklan di pinggir jalan. Selain itu temuan yang menarik adalah informan laki-laki cenderung menyukai informasi media literasi melalui video dan meme yang disebar ke media sosial, sementara perempuan lebih menyukai kampanye yang dilakukan oleh selebgram berimage positif dan papan iklan. Hal ini sepertinya dipengaruhi oleh kecenderungan perempuan yang lebih banyak menggunakan media sosial seperti Instagram daripada laki-laki

Pustaka Acuan

- Adiarsi, Gracia Rachmi, dkk. 2015. *Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa*. Humaniora Vol 6 No 4, Oktober 2015, hal 470-482. Available <http://researchdashboard.binus.ac.id/uploads/paper/document/publication/Proceeding/Humaniora/Vol.2No.4Oktober2015>
- APJII. 2017. *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
- BBC News. 26 Desember 2017. *Video viral 'disangka gay' ternyata kakak-adik, pengunggah 'tak perhatikan privasi'*. Diakses pada 6 Januari 2018. Tersedia pada <http://www.bbc.com/indonesia/tren-sosial-42482776>
- Chakhoyan, Andrew. 2016. *How will 5G internet change the world?*. <https://www.weforum.org/agenda/2016/03/how-will-5g-internet-change-the-world>
- Grail Research. 2011. *Consumers of Tomorrow Insights and Observations About Generation Z*. http://www.integreon.com/pdf/Blog/Consumers_of_Tomorrow_Insights_and_Observations_About_Generation_Z_246.pdf diakses pada 10 Agustus 2016 Pk. 11.52 WIB
- McQuail, Denis. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga
- Naibaho, Kalarensi. 2007. *Menciptakan Generasi Literat Melalui Perpustakaan*. http://eprints.rclis.org/12549/1/Menciptakan_Generasi_Literat_Melalui_Perpustakaan.pdf diakses pada 9 Mei 2018 Pk. 10.00 WIB
- Pendit, Putu Laxman. Tt. *Digital Native, Literasi Informasi dan Media Digital-Sisi Pandang Kepustakaan*. http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/4721/1/Putu%20Laxman%20P_Digital%20Native,%20Literasi_Full%20text.pdf diakses pada 20 Oktober 2016
- Prezky, Mark. 2001. *Digital Natives, Digital Immigrants*. MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001
- Rastati, Ranny. 2016. *Bentuk Perundungan Siber dan Pencegahannya Bagi Korban dan Pelaku*. Jurnal Sosiotekn

- nologi, Vol 15, No 2, Agustus 2016, hal 169-186
- Rubin, A. 1998. *Media Literacy: Editor's note*. Journal of Communication, 48(1), 3-4
- Sladek, Sarah dan Alyx Grabinger. 2014. *Gen Z: The first generation of the 21st Century has arrived*, http://xyzuniversity.com/wpcontent/uploads/2014/02/GenZ_Final.pdf diakses pada 9 Agustus 2016 Pk. 10.44 WIB
- Tapscott, Don. 2013. *Grown Up Digital: Yang Muda Yang Mengubah Dunia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Tulgan, Bruce. 2013. *Meet Generation Z: The second generation within the giant "Millennial" cohort*. <http://rainmakerthinking.com/assets/uploads/2013/10/Gen-Z-Whitepaper.pdf> diakses pada 11 Agustus 2016 Pk.09.48 WIB.