

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media internet seringkali menjadi topik perbincangan yang menarik bagi masyarakat informasi. Perkembangannya pun selalu membawa pengaruh serta kemajuan bagi kehidupan manusia, baik dalam hal teknologi maupun informasi yang terkandung di dalamnya. Kini internet telah melekat pada setiap kegiatan manusia. Internet seakan menjadi simbol kemajuan di masyarakat. Agar dinilai canggih dan mengikuti perkembangan zaman, pola hidup masyarakat banyak bermigrasi ke dunia internet.

Di Indonesia, internet bisa jadi dapat dimasukkan ke dalam salah satu kategori kebutuhan pokok masyarakat. Sebab menurut hasil survei, menyatakan bahwa durasi penggunaan internet per minggu masyarakat Indonesia ialah 65,98% responden memilih ‘Setiap Hari’. Angka ini begitu tinggi bila dibandingkan dengan pilihan ‘4-6 Hari’ per minggu yang hanya dipilih sebesar 9,66% (Survei APJII, 2017). Sehingga dari data ini dapat dikatakan bahwa bagi masyarakat Indonesia, tiada hari tanpa internet.

Internet telah banyak dilibatkan dalam setiap kegiatan manusia. Tidak hanya kegiatan penting mencakup pekerjaan, tetapi juga dalam hal gaya hidup dan bersosialisasi. Kini seseorang yang ingin bersosialisasi dengan orang lain tidak harus bertemu dengan bertatap muka secara langsung. Melalui media internet, ia dapat berkomunikasi maupun berbagi informasi (dengan berbagai format), bahkan dengan orang asing sekalipun, tanpa harus bertemu di suatu tempat yang sama.

Internet menyediakan wadah yang dapat menampung atau memfasilitasi seseorang untuk dapat berhubungan dengan orang lain dengan mudah, bahkan dengan orang yang tidak dikenal sekalipun. Dengan kata lain, melalui internet seseorang dapat menemukan teman baru dan bersosialisasi di sana. Kegiatan bersosialisasi pun menjadi lebih mudah dan menyenangkan, terlebih untuk saling berbagi informasi. Hal ini sesuai

dengan hasil survei yang menyebutkan bahwa alasan utama seseorang dalam mengakses internet adalah untuk *up date* informasi (Survei APJII, 2016). Dengan bantuan media digital dan didukung dengan koneksi internet, semakin memudahkan seseorang untuk membuat, menyalin, dan memodifikasi, serta menyebarkan informasi secara luas dan cepat serta lebih kreatif.

Berkembangnya internet yang membawa pengaruh besar serta kemajuan bagi kehidupan manusia, tentunya juga membawa dampak negatif. Sehingga sebaiknya sejalan atau diiringi pula dengan perkembangan kemampuan manusia itu sendiri. Dalam mengakses sekian banyaknya informasi yang dihasilkan media internet, manusia dirasa perlu untuk memiliki kemampuan literasi yang baik dalam mencernanya.

Literasi informasi yang menurut pengertian sederhananya biasa disebut dengan kemelekan informasi, sangat dibutuhkan oleh setiap manusia saat ini. Tidak sebatas literasi informasi saja, namun juga literasi media dan internet. Karena dengan segala kegiatan dan pola hidup manusia yang kini telah bermigrasi ke arah hal-hal yang berhubungan dengan internet, menyebabkan mudahnya membuat dan menyebarkan informasi melalui media. Sehingga terjadi derasnya informasi yang mengalir di tengah-tengah masyarakat, yang terkadang tak terkendali dan tak tersaring kebenarannya.

Namun dengan memiliki kemampuan literasi informasi dan media yang baik, seseorang akan dapat meminimalisir resiko akibat derasnya informasi tersebut. Seseorang akan dapat memilah informasi sebelum dapat dikonsumsi dan disebar-ulangkan secara luas kepada orang lainnya lagi, sebab kini media informasi seringkali dianggap sebagai sumber kebenaran.

Kendati demikian, tidak banyak yang mengetahui bahwa media dapat memiliki kepentingan untuk memonopoli makna yang terkandung dalam informasi yang akan dilempar ke publik. Seperti yang dikatakan oleh hasil survei, setidaknya lebih dari 15% masyarakat Indonesia belum menyadari akan keamanan media internet. Mereka belum sadar adanya penipuan melalui media internet (Survei APJII, 2017). Maka dari itu, kesadaran

masyarakat Indonesia mengenai Penipuan di Internet masih perlu ditingkatkan. Salah satunya yaitu dengan meningkatkan kemampuan literasi informasi dan medianya.

Terus meningkatnya pamor media digital di masyarakat, memicu munculnya berbagai penelitian dan survei yang berkaitan dengan media digital dan internet, baik dilakukan oleh lembaga yang berwenang, maupun individu guna tujuan akademis dan sebagainya. Beberapa diantaranya membahas tentang kondisi dan perilaku internet di masyarakat, pengaruh dan baik buruknya media sosial, manfaat dari adanya kemajuan teknologi digital tersebut, maupun gambaran penggunaan media sosial pada masyarakat.

Di Indonesia, sebuah Asosiasi bernama Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau biasa disingkat dengan APJII, telah melakukan survei tentang 'Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia'. Survei yang dilakukan pada tahun 2017 ini mengungkapkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet, yakni 143,26 juta jiwa (Survei Internet APJII, 2017). Jumlah ini tentunya terus mengalami pertumbuhan jika dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, yang pada tahun 2016 berada pada jumlah 132,7 juta jiwa.

APJII sendiri merupakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang mulai berdiri pada 15 Mei 1996. APJII mewadahi seluruh penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi yang menggunakan Protokol Internet dalam penyelenggaraannya serta mewadahi seluruh institusi dan korporasi yang menggunakan Nomor Protokol Internet secara independen, juga menaungi berbagai korporasi penyedia teknologi nasional dan internasional yang terkait dengan industri Internet Indonesia sehingga menjadikan APJII sebagai salah satu asosiasi terbesar dengan ribuan anggota. APJII ditunjuk oleh Pemerintah Indonesia dan Tata Kelola Internet Internasional (APNIC) sebagai satu-satunya Pengelola Penomoran Protokol Internet untuk seluruh wilayah Indonesia (APJII-IDNIC) (APJII, 2017).

Tidak hanya sekali itu saja, sebelumnya di tahun 2016 APJII juga telah melakukan penelitian serupa, namun terdapat poin-poin pembahasan yang berbeda. Di tahun itu APJII mengungkap tentang perilaku pengguna internet Indonesia, bahwa jenis konten internet yang banyak diakses masyarakat Indonesia adalah Media Sosial (Survei APJII, 2016). Media Sosial adalah media *online* yang memungkinkan bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi (Herlanti, 2014). Media sosial cukup membantu dalam hal fleksibilitas informasi.

Barkan menyatakan bahwa penggunaan media sosial cenderung digunakan untuk berjejaring (komunikasi), berbagi informasi, dan pengumpulan berita dan informasi (Barkan, 2011). Walaupun media sosial juga dapat bermanfaat untuk aktifitas lain seperti berdagang, berdakwah agama ataupun politik, namun berbagi informasi merupakan aktifitas utama bagi pengguna di Indonesia. Hal ini dibuktikan pada penelitian APJII, yang menyatakan bahwa media sosial bagi aktifitas masyarakat Indonesia adalah untuk berbagi informasi (Survei APJII, 2016).

Terdapat banyak media sosial yang populer di Dunia, diantaranya : Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, Pinterest, dan beberapa lainnya lagi. Namun menurut survei, konten media sosial yang sering dikunjungi masyarakat Indonesia adalah Facebook, yakni sebanyak 71,6 juta (APJII, 2016). Facebook merupakan salah satu media sosial paling populer di dunia. Dibuat oleh seseorang bernama Mark Zuckerberg dan diluncurkan pada tahun 2004 silam. Pada 1 Februari 2013 situs *socialbakers* mencatat jumlah pengguna facebook sebanyak 48.777.600 (Herlanti, 2014).

Sejak diluncurkan, Facebook telah dilengkapi dengan fitur menarik yang ramah digunakan oleh segala usia. Mulai dari seseorang yang sudah ahli teknologi hingga yang awam internet sekalipun tidak akan mengalami kesulitan menggunakan Facebook untuk berbagi informasi di dunia maya. Hampir seluruh masyarakat Indonesia memiliki akun Facebook. Khususnya para anak muda, setidaknya mereka memiliki satu akun.

Melalui Facebook, seseorang belajar bersosialisasi dan berbagi informasi sederhana hingga informasi penting dengan cara yang *simple* dan menyenangkan. Tidak hanya berguna untuk kepentingan pribadi, tetapi telah diketahui bahwa facebook telah banyak dimanfaatkan oleh kelompok-kelompok atau komunitas-komunitas untuk saling bertukar informasi sesuai dengan tema kelompok atau komunitas itu sendiri, baik secara searah, satu individu dengan individu lainnya, maupun secara bersama atau keseluruhan.

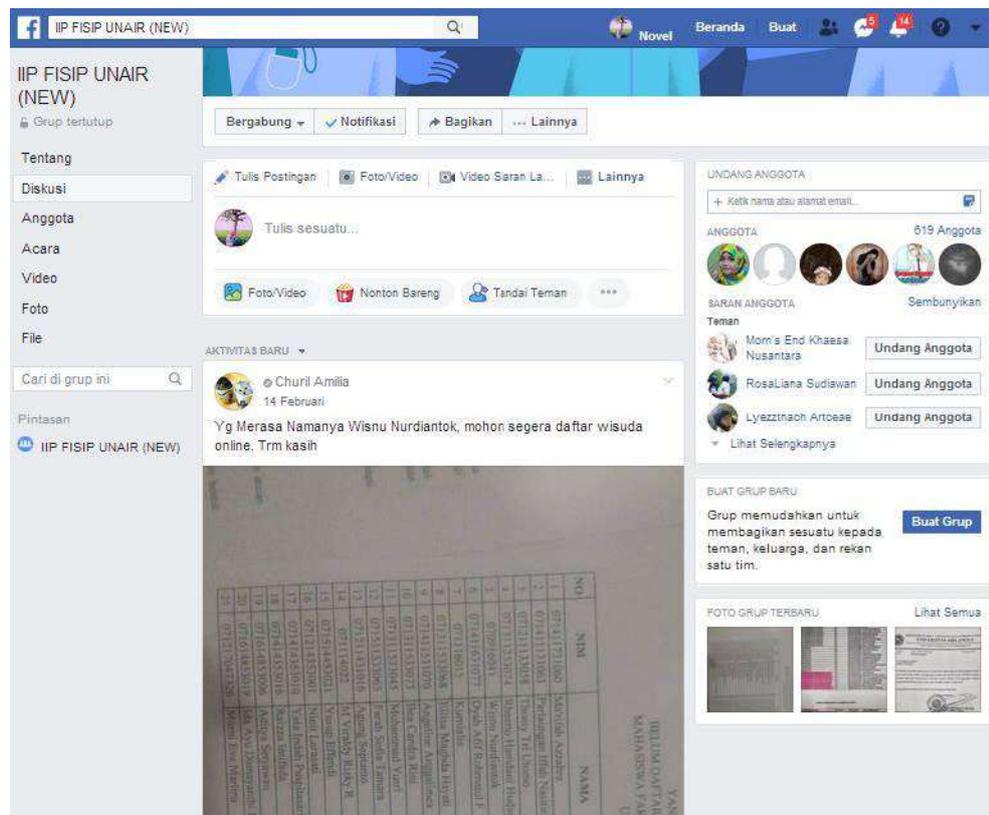
Bagi mahasiswa, facebook dapat dimanfaatkan sebagai sarana berbagi informasi penunjang akademik. Hal ini menjadi lebih efektif dibanding hanya mengumumkan informasi akademik secara lisan ataupun melalui media papan pengumuman. Karena dengan media internet facebook, informasi dapat diakses di manapun tanpa harus datang langsung ke Kampus. Salah satu contoh yakni Universitas Terbuka. Melalui media sosial facebook telah banyak digunakan untuk menunjang kegiatan belajar mengajar secara mandiri (Lintang, 2011).

Menurut Lintang Patria dan Kristianus Yulianto (2011), sebagai sebuah aplikasi, facebook memiliki fitur-fitur yang sangat membantu dalam proses belajar mengajar, seperti halnya fitur grup yang dapat dipergunakan untuk menunjang kegiatan belajar mengajar jarak jauh. Hal tersebut memanglah benar dan telah ada secara nyata, yakni di Universitas Airlangga Surabaya terdapat program studi yang memanfaatkan fitur grup pada facebook untuk sarana penunjang kegiatan belajar mengajar sebagai media pertukaran informasi kegiatan akademik ataupun pengumuman. Grup ini dinamakan 'Iip Fisip Unair'.

Grup Iip Fisip Unair beranggotakan mahasiswa jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan beserta dosen-dosennya. Pertukaran informasi di dalamnya berisi info akademik maupun info seputar jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan, seperti tugas mata kuliah, panggilan untuk mahasiswa tertentu terkait urusan akademik, pembagian kelompok tugas, lowongan pekerjaan, masalah jadwal perkuliahan, pengumuman terkait urusan skripsi, pergantian jam mata kuliah, info beasiswa, informasi

kegiatan yang menyangkut dunia kepastakawanan, informasi seputar kegiatan jurusan ataupun fakultas, informasi magang, KKN, seminar, serta pengumuman-pengumuman seputar administrasi jurusan, dan lain-lain. Tercatat pada bulan Maret 2019 jumlah anggota grup tersebut ialah sekitar 619 akun facebook, yang di dalamnya berisi akun facebook dosen, staf admin, mahasiswa aktif, dan beberapa akun facebook mahasiswa yang statusnya sudah alumni.

Grup Iip Fisip Unair ini merupakan sarana berbagi informasi bagi warga jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga. Ketika dosen atau admin jurusan memposting suatu informasi di dinding (*wall*), maka seluruh anggota grup akan mendapatkan *notifikasi* dan dapat melihat informasi tersebut. Para mahasiswa maupun dosen lain (anggota grup) diperbolehkan untuk memberikan tanggapan seperti komentar atau hanya sekedar memberikan "*like*". Dengan memberikan tanggapan, maka terjadi interaksi antar anggota grup yang kemudian terjadilah pertukaran informasi di dalamnya. Dengan fitur grup yang ditawarkan oleh facebook ini, grup facebook Iip Fisip Unair mampu memberikan informasi dengan cepat kepada anggota (mahasiswa) guna memenuhi kebutuhan informasi ilmiah yang menunjang kebutuhan akademis mereka.



Gambar I.1. Grup Facebook Iip Fisip Unair

(Sumber : <https://web.facebook.com/groups/535281833319670/> diakses pada bulan Maret 2019)

Gambar tersebut merupakan potongan kondisi yang ada di grup facebook Iip Fisip Unair. Terlihat dalam gambar, terdapat akun yang merupakan akun milik admin jurusan, Bu Churil telah memposting sebuah informasi. Postingan tersebut berisi informasi bagi mahasiswa yang telah disebutkan namanya untuk segera mendaftar wisuda online. Dengan begitu, mahasiswa yang bersangkutan dapat mengetahui secara langsung informasi tersebut tanpa harus datang ke kampus. Hal ini menjadi satu bukti keefektifan penyebaran informasi dengan memanfaatkan media internet grup facebook.

Pemanfaatan grup facebook Iip Fisip Unair ini telah menjadi alternatif sebagai sarana penyebaran informasi secara cepat dan luas bagi mahasiswa. Walaupun demikian mahasiswa tetap harus selektif dalam menggunakan

informasi di dalamnya sesuai dengan kebutuhannya. Ditambah, sangat perlunya kemampuan literasi media sosial bagi mereka, khususnya para mahasiswa yang disebut-sebut sebagai penerus bangsa. Karena sebagai mahasiswa, mereka dituntut untuk memiliki sikap kritis dalam menghadapi sesuatu. Termasuk kritis terhadap segala hal informasi yang sedang beredar di sekitarnya. Dan tentunya banyak hal yang sangat perlu untuk dikritisi di dalam dunia maya.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk menganalisis tingkat kemampuan literasi media sosial para mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga. Dengan berangkat dari bagaimana mereka menggunakan grup facebook Iip Fisip Unair sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi ilmiah yang menunjang kebutuhan akademis mereka. Sehingga akan diketahui gambaran tingkat kemampuan literasi media sosialnya. Karena yang namanya kemampuan literasi, ialah tidak sebatas dapat menyaring informasi yang diterima. Terlebih jika bicara soal media sosial dan internet. Selain harus bisa mencerna dan menyaring informasi yang diterima, mahasiswa juga harus bisa mengolah, memodifikasi hingga menghasilkan informasi baru (memiliki nilai tambah), yang kemudian melalui media tersebut mereka dapat benar-benar memanfaatkan fungsi dari media internet untuk menyebarkan informasi ciptaannya tersebut, dan tentunya secara *literate* atau sesuai norma yang berlaku.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana gambaran tingkat kemampuan literasi media sosial Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga dalam penggunaan Grup Facebook Iip Fisip Unair?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini pada dasarnya sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, yakni sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui gambaran tingkat kemampuan literasi media sosial Mahasiswa jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan dalam penggunaan Grup Facebook Iip Fisip Unair.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat bagi penulis dan masyarakat, serta pihak yang terkait dengan masalah yang dijadikan penelitian ini. Adapun manfaat yang diharapkan dapat dipetik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Akademik

- Dalam bidang literasi, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah khasanah teori mengenai dimensi literasi media sosial.
- Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai tingkat literasi media sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan memberikan kesadaran akan pentingnya literasi media sosial, khususnya bagi Mahasiswa dan generasi muda lainnya.
- Hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan untuk memberikan pendidikan literasi media sosial kepada mahasiswa Universitas Airlangga baik jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan maupun jurusan lainnya agar tertanam kemampuan literasi yang baik.

1.5. Tinjauan Pustaka

Untuk mengkaji penelitian ini lebih jauh, maka peneliti menggunakan teori, pendapat para ahli, dan berbagai hasil dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan tema penelitian yang diangkat.

1.5.1. Literasi Media

Saat ini merupakan era dimana segala aspek kehidupan manusia berjalan serba digital, yang menghasilkan derasnya arus informasi. Sehingga literasi informasi merupakan kemampuan kunci yang harus dimiliki di era ini. Seperti yang dikatakan Bundy (1998), bahwa di abad 21-an ini hanya ada dua hal yang pasti akan tetap ada, yakni yang pertama ialah akan tibanya abad data, dan yang kedua adalah berlimpahnya informasi yang tak terbendung. Saat ini, pendapat tersebut sudah mulai terlihat kebenarannya, dimana segala aspek kehidupan telah berjalan serba digital, yang membuat produksi dan penyebaran informasi sangat luar biasa berlimpah. Maka dari itu, kini mampu membaca dan menulis saja tidak cukup, akan tetapi juga kemampuan literasi media.

European Commission mendefinisikan tentang literasi media bahwa, *“Media literacy may be as the ability to access, analyse and evaluate the power of image, sounds, messages which we are now confronted with on a daily basis and are an important part of our contemporary culture, as well as to communicate competently in media available on a personal basis ...”*

Berdasarkan definisi tersebut, media literasi dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi makna dari suatu gambar, suara, maupun pesan yang sedang kita hadapi setiap harinya, dan ini merupakan hal yang penting untuk budaya kontemporer saat ini, seperti berkomunikasi secara kompeten dalam menggunakan media.

Lalu Goodman mengatakan bahwa, kemampuan memahami teks media secara sederhana disebut sebagai literasi media. Literasi media yang telah dilakukan secara sistematis sejak 1960 ini menekankan pada

pengajaran tentang media dari pada melalui media. Turow dan Thoman E & Jolls T juga mengatakan bahwa literasi media lebih tertarik menciptakan kemampuan warga untuk mengakses, menganalisa, mengevaluasi, dan sampai pada memproduksi informasi untuk hasil-hasil yang spesifik. Literasi media juga berarti kemampuan mengaplikasikan pemikiran kritis terhadap media massa, dengan cara demikian dapat membangun kesadaran dan tanggung jawab sebagai warga negara (Wahid, 2017).

Sementara itu, Baran & Denis dalam Tamburaka (2013) mengungkapkan bahwa literasi media merupakan suatu rangkaian gerakan melek media, yaitu gerakan melek media dirancang untuk meningkatkan kontrol individu terhadap media yang mereka gunakan untuk mengirim dan menerima pesan. Melek media dilihat sebagai keterampilan yang dapat dikembangkan. Jadi setiap individu dapat berupaya mengembangkan keterampilan melek medianya tersebut, sehingga akan mampu menganalisis, membandingkan, menangkap pesan, serta mentransformasikan kembali dengan tepat informasi yang diterima. Sehingga akan menjadi manusia literate yang mampu mengendalikan pengaruh-pengaruh informasi yang beredar dalam kehidupannya.

Dari sekian banyaknya teori tentang literasi informasi hingga literasi media di atas, akan dapat dilihat satu garis yang sama. Sehingga bila disesuaikan dengan penelitian ini, maka dapat diambil konsep literasi media –terlebih bila ditambah internet, yaitu sebagai kemampuan yang tidak hanya mampu menerima dan menyaring informasi dengan benar saja, tetapi juga harus mampu mengolah, memodifikasi hingga menghasilkan informasi baru (memiliki nilai tambah), yang kemudian melalui media tersebut mereka dapat benar-benar memanfaatkan fungsi dari media internet untuk menyebarluaskan informasi ciptaannya tersebut, dan tentunya secara *literate* atau sesuai norma yang berlaku.

1.5.2. Framework Literasi Media Baru

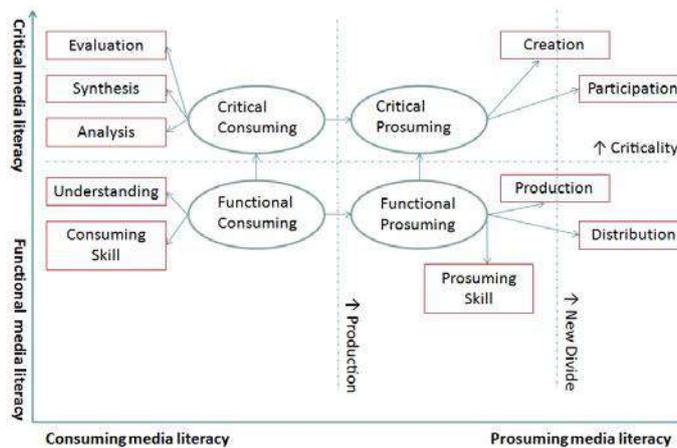
Media baru atau sering disebut sebagai ‘*new media*’ merupakan konsep yang dipahami secara beragam. Media internet muncul sebagai media yang ‘baru’ dalam arti sesungguhnya karena selain karakter konvergensi, sinergi, media internet juga memiliki karakter sebagai *link medium* yang tak mengenal batas (*borderless*) (Wahyuni, 2013).

Berkembangnya media hingga memunculkan media baru tentu menuntut perkembangan kemampuan literasi pula. Literasi informasi saja kini tak cukup untuk membuat manusia dapat melewati era media baru saat ini. Setiap orang membutuhkan pengetahuan dan kemampuan untuk pengembangan secara profesional dan partisipasi aktif dalam masyarakat berbasis teknologi. Eastin dalam Wahid (2017) menyatakan bahwa istilah literasi media baru ialah sebagai kompetensi menggunakan internet dan mengevaluasi kontennya.

Selain itu, Rahayu mengatakan, informasi menempati posisi penting dalam membentuk pengetahuan masyarakat sehingga individu dapat menganalisis pesan secara komprehensif. Kualitas analisa ini tentu berfungsi untuk mengarahkan kehidupan masyarakat. Struktur pengetahuan dapat dibangun dan dikembangkan setiap orang melalui pembelajaran literasi media (Wahid, 2017).

Telah banyak berbagai teori dan konsep baik mengenai literasi informasi, hingga literasi media dan sejenisnya yang telah dicetuskan. Seperti *European Commission* yang menciptakan suatu *framework* untuk mengukur kemampuan literasi media pada tahun 2009. Mereka menamakannya dengan *Individual Competence Framework (European Commission, 2009)*. Ada pula Chen et al. (2011) juga menawarkan suatu konsep tentang literasi media baru. Namun kemudian peneliti lain yakni Lin et al. (2013) mengembangkan konsep ini pada tahun 2013. Dan dalam penelitian ini, peneliti merasa cocok untuk menggunakan konsep yang ditawarkan oleh Lin et al. (2013) ini untuk digunakan dalam

pengukuran penelitian ini. Berikut ini ialah gambaran konsep literasi media baru dari Lin et al. (2013) :



Gambar I.2. A Refined Framework of New Media Literacy (diambil dari Lin et al. 2013)

Dalam *framework* ini mengandung empat fokus area yang memiliki indikator masing-masing yang akan dijelaskan berikut ini :

1. *Functional Consuming*

Merupakan kemampuan individu untuk mengakses konten media dan memahami arti tekstualnya. *Functional Consuming* dibagi menjadi dua indikator yaitu :

- a. *Consuming skill* : Merupakan serangkaian kemampuan teknis yang diperlukan individu ketika mengonsumsi konten media. Misal, seseorang perlu memahami bagaimana caranya mengoperasikan perangkat teknologi informasi seperti computer, laptop, smartphone, dan sejenisnya, serta bagaimana memanfaatkan media internet khususnya media sosial. Indikator ini mirip dengan poin *framework* milik European Commission (2009), yakni *technical skills*, yang merupakan kemampuan menggunakan komputer dan *gadget* lainnya serta kemampuan menggunakan media internet khususnya media sosial dan

keduanya merupakan kemampuan dasar yang harus dimiliki setiap individu untuk dapat berhubungan dengan media.

- b. *Understanding* : Merupakan kemampuan individu untuk menangkap arti dari konten media secara tepat, termasuk kemampuan untuk menangkap ide orang lain yang diterbitkan melalui media sosial dalam berbagai format seperti teks, gambar, video, dan lain-lain. *Framework* milik European Commission (2009) juga memiliki kriteria yang hampir sama, yakni *critical understanding*, yang merupakan kemampuan kognitif dalam menggunakan media seperti kemampuan memahami, menganalisis, dan mengevaluasi konten media.

2. *Critical Consuming*

Merupakan kemampuan untuk menafsirkan konten media dalam konteks sosial, ekonomi, politik, dan budaya tertentu. *Critical Consuming* terdiri dari tiga indikator, yaitu :

- a. *Analysis* : Merupakan kemampuan individu untuk mendekonstruksi pesan media yang terkandung dalam konten media. Tidak seperti *understanding* yang dijelaskan di atas, indikator ini bisa dilihat sebagai analisis tekstual semiotik yang fokus pada bahasa, *genre*, dan kode. Dalam hal melakukan analisis semiotik, Sobur (2004) mengatakan hendaknya melakukan pengamatan secara menyeluruh dari semua isi berita atau informasi, termasuk cara pemberitaan maupun istilah-istilah yang digunakan, hal tersebut membantu individu untuk memahami koherensi makna antarbagian dalam teks itu dan koherensi teks dengan konteksnya. Sehingga untuk menganalisis suatu konten media sosial, seseorang harus memahami makna bahasa dan kode yang terkandung di dalam konten informasi

untuk dapat benar-benar memahami informasi yang terkandung di dalamnya.

- b. *Synthesis* : Yakni mengacu pada kemampuan individu untuk menyaring dan mencampur kembali konten media dengan mengintegrasikan sudut pandang mereka sendiri dan untuk mengkonstruksi pesan media. Misalnya, seseorang dapat memilah informasi yang baik dan bermanfaat bagi dirinya. Kemudian untuk lebih memperdalam pemahaman terhadap informasi tersebut, ia membandingkan dengan tema yang sama dari sumber yang berbeda. Perbandingan tersebut dilakukan untuk mencari tahu perbedaan dan persamaan informasi yang terkandung dalam sumber berbeda untuk membentuk pemahaman baru tentang informasi tersebut. Setelah melakukan penilaian dan perbandingan, akan diketahui informasi yang mana yang sesuai dengan kebutuhan individu tersebut.
- c. *Evaluation* : Yakni mengacu pada kemampuan individu untuk mempertanyakan, mengkritisi, dan meragukan kredibilitas suatu isi/konten media. Bila dibandingkan dengan '*analysis*' dan '*synthesis*' di atas, indikator ini merepresentasikan kriticalitas yang jauh lebih tinggi. *Evaluation* ini menuntut individu untuk menafsirkan konten media sosial dengan mempertimbangkan isu-isu seperti identitas (siapa penulisnya), kepastian / kejelasan sumber, maupun *update* atau tidaknya informasi. Selain itu juga melibatkan proses pengambilan keputusan, misalnya setelah membandingkan dan memastikan beberapa hal akhirnya individu memutuskan untuk mempercayai dan menggunakan informasi tersebut untuk memecahkan masalah atau dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Kemampuan *evaluation* ini sama dengan '*judgment*' milik Jenkins dkk (2006)

yang menuntut kemampuan untuk menilai reliabilitas dan kredibilitas berbagai sumber informasi yang berbeda. Namun, dalam hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Houcevar (2014) diketahui bahwa pengguna media sosial sering tidak mengevaluasi secara kritis informasi yang mereka temukan secara *online*, pengguna lebih menggunakan isyarat heuristic untuk mengevaluasi informasi. Pengguna mempunyai pemikiran bahwa untuk mengetahui kredibilitas sumber informasi adalah jika orang lain juga menggunakannya. Mereka akan percaya dengan sumber informasi yang direkomendasikan oleh orang lain.

3. *Functional Prosuming*

Yaitu memfokuskan pada kemampuan untuk berpartisipasi dalam menciptakan konten media. *Functional Prosuming* terdiri dari tiga indikator, yaitu :

- a. *Prosuming Skill* : Yakni mengacu pada kemampuan teknis yang diperlukan individu untuk memproduksi atau menciptakan konten media. Seperti kemampuan individu dalam menggunakan aplikasi serta menu-menu yang tersedia dalam gadget mereka, untuk menghasilkan produk digital (konten baru) seperti tulisan, gambar, video, dan lain-lain. Hal ini sama dengan ‘*Create*’ milik Thoman dan Jolls (2008) yang menggarisbawahi penggunaan berbagai teknologi untuk menciptakan, meng-*edit*, dan menyebarkan pesan media.
- b. *Distribution* : Yakni mengacu pada kemampuan individu untuk menyebarkan informasi yang mereka miliki. Contoh relevannya ialah kemampuan individu dalam memanfaatkan fungsi-fungsi pada media sosial untuk berbagi pesan atau konten media, dan

menilai suatu produk atau layanan, serta memfungsikan layanan ‘bagikan’ atau ‘*share*’ yang ada di facebook, line, dan lainnya.

- c. *Production* : Merupakan kemampuan untuk menduplikasi (sebagian / seluruhnya) atau mencampur konten media. Hal ini juga termasuk penulisan teks dalam format digital, membuat video dengan menggabungkan gambar dan audio, dan tulisan-tulisan *online* di media sosial seperti facebook, dan media sosial lainnya. Dalam *production* ini juga melibatkan kekefifitasan individu dalam membuat suatu konten media. Misal, seseorang melakukan editing untuk membuat tulisan, gambar / video menjadi lebih menarik dan memiliki nilai lebih, sehingga akan mendapatkan *feedback* atau disukai oleh orang lain. Menurut Burrow (2016) *feedback* dari orang lain seperti like / komentar dapat menaikkan harga diri sekaligus merupakan *signal* penerimaan dari orang lain, sehingga hal tersebut dapat memacu seseorang dalam meningkatkan kefifitasnya. *Production* secara umum banyak memiliki persamaan dengan ‘*distributed cognition*’ dan ‘navigasi transmedia’ dari Jenkins dkk (2006) yang merujuk pada kemampuan untuk berinteraksi dengan penuh arti / makna dengan alat yang mengembangkan kapasitas berfikir serta kemampuan untuk menguraikan cerita dan informasi melalui berbagai cara seperti melalui teks, gambar, video, dan lain-lain.

4. *Critical Prosuming*

Yaitu interpretasi kontekstual individu dari konten media selama kegiatan partisipasi mereka, diantaranya yaitu :

- a. *Participation* : Yakni mengacu pada kemampuan untuk berpartisipasi secara interaktif dan kritis dalam media sosial. Seseorang diharapkan dapat aktif bekerja membangun dan

memperbaiki ide orang lain. Contoh sederhana ialah dengan berkomentar dalam media sosial tertentu seperti facebook, twitter, instagram, chat room dan lain-lain. Selain itu tidak lupa dengan tetap fokus pada kesadaran tentang nilai, sosial budaya, ideologi dan norma. *Participation* ini memiliki pemahaman yang kurang lebih sama dengan ‘*Performance*’ dan ‘negosiasi’ milik Jenkins (2006), dimana interaksi antar individu atau kelompok memiliki tujuan untuk menemukan dan mengembangkan informasi serta negosiasi kemampuan untuk bertahan dalam berbagai komunitas yang berbeda, melihat dan menangkap perbedaan dan menghormati berbagai perspektif, serta mengikuti norma. Dibandingkan dengan kedelapan indikator sebelumnya, *participation* terlihat secara eksplisit berfokus pada hubungan sosial yang menghargai kontribusi masing-masing individu.

1.6. Definisi Konseptual & Definisi Operasional

1.6.1. Definisi Konseptual

❖ Kemampuan Literasi Media Internet Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga

1. *Functional Consuming*, merupakan kemampuan individu untuk mengakses konten media dan memahami arti tekstualnya. *Functional Consuming* dibagi menjadi dua indikator yaitu :
 - a. *Consuming skill* : Merupakan serangkaian kemampuan teknis yang diperlukan mahasiswa ketika mengonsumsi konten media grup facebook lip Fisip Unair.
 - b. *Understanding* : Merupakan kemampuan mahasiswa untuk memahami arti dari konten media sosial secara tepat, termasuk kemampuan dalam menangkap maksud dari informasi yang

diposting pada grup Iip Fisip Unair dalam berbagai bentuk format media seperti teks, gambar, dan lain sebagainya.

2. *Critical Consuming*, merupakan kemampuan individu untuk menafsirkan konten media dalam konteks sosial, ekonomi, politik, dan budaya tertentu. *Critical Consuming* terdiri dari tiga indikator, yaitu :
 - a. *Analysis* : Merupakan kemampuan mahasiswa untuk mendekonstruksikan pesan yang terkandung dalam konten / informasi yang diposting dalam grup facebook Iip Fisip Unair.
 - b. *Synthesis* : Merupakan kemampuan mahasiswa untuk menyaring dan mencampur kembali informasi yang didapat dari postingan grup facebook Iip Fisip Unair dengan mengintegrasikan sudut pandang mereka sendiri sehingga membuat pemahaman baru.
 - c. *Evaluation* : Merupakan kemampuan mahasiswa untuk mengkritisi, mempertanyakan, dan meragukan kredibilitas suatu informasi yang diposting di grup facebook Iip Fisip Unair maupun media internet. Selain itu, juga melibatkan proses pengambilan keputusan setelah dilakukan perbandingan dan memastikan beberapa hal sebelumnya, seperti penulis postingan, kejelasan sumber, dan lain-lain.
3. *Functional Prosuming*, merupakan kemampuan individu untuk berpartisipasi dalam menciptakan konten media. *Functional Prosuming* terdiri dari tiga indikator, yaitu :
 - a. *Prosuming Skill* : Merupakan kemampuan teknis yang diperlukan mahasiswa untuk membuat dan menciptakan suatu karya / konten media, seperti kemampuan dalam mengakses aplikasi serta menu-menu dalam gadget, untuk menghasilkan suatu karya digital berupa tulisan, gambar, video, atau yang lainnya.

- b. *Distribution* : Merupakan kemampuan mahasiswa untuk menyebarkan informasi atau konten media yang mereka miliki melalui media internet, seperti media sosial facebook.
 - c. *Production* : Merupakan kemampuan mahasiswa untuk mengkreasikan atau mencampur (sebagian / seluruhnya) konten media. Seperti mengolah ulang informasi yang didapat dari grup facebook menjadi informasi baru yang memiliki nilai lebih.
4. *Critical Prosuming*, merupakan intepretasi individu dari konten media selama kegiatan partisipasi mereka, diantaranya yaitu :
- a. *Participation* : Merupakan kemampuan mahasiswa untuk berpartisipasi secara aktif dan kritis dalam media internet grup facebook Iip Fisip Unair. Untuk membangun dan memperbaiki ide orang lain dengan menghargai berbagai perspektif dan mengikuti norma yang ada.

1.6.2. Definisi Operasional

❖ Kemampuan Literasi Media Internet Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan

1. *Functional Consuming*
 - a. *Consuming Skill*
 - Mampu mengoperasikan perangkat / *gadget*
 - Mampu membuat akun media sosial
 - Mengakses fasilitas media sosial
 - b. *Understanding*
 - Memahami konten informasi yang diposting di grup facebook Iip Fisip Unair

2. *Critical Consuming*

a. *Analysis*

- Melakukan pengamatan dan membaca secara keseluruhan konten informasi yang diposting di grup facebook Iip Fisip Unair
- Memastikan informasi yang diposting di grup facebook Iip Fisip Unair

b. *Synthesis*

- Menyaring informasi yang diposting di grup facebook Iip Fisip Unair
- Mengecek informasi yang diposting di grup facebook Iip Fisip Unair dengan sumber lainnya

c. *Evaluation*

- Mengkonfirmasi informasi yang diposting di grup facebook Iip Fisip Unair pada sumber yang terpercaya
- Mengkroscek kebenaran konten informasi yang diposting di grup facebook Iip Fisip Unair

3. *Functional Prosuming*

a. *Prosuming Skill*

- Mampu membuat konten informasi untuk diposting di media
- Mampu mengolah informasi yang didapat

b. *Distribution*

- Membagikan konten informasi yang didapat dari grup facebook Iip Fisip Unair
- Memanfaatkan fungsi *share* pada facebook

c. *Production*

- Mengkreasikan konten informasi yang didapat menjadi memiliki nilai lebih
- Membuat atau memposting ulang informasi yang didapat dari grup facebook Iip Fisip Unair pada akun pribadi

4. *Critical Prosuming*

a. *Participation*

- Memberikan tanggapan pada postingan grup facebook Iip Fisip Unair
- Berkomentar pada grup facebook Iip Fisip Unair sesuai dengan etika dan norma UU ITE

1.7. Metode dan Prosedur Penelitian

1.7.1. Pendekatan dan Tipe Penelitian

Dalam sebuah penelitian diperlukan suatu pedoman agar penelitian dapat berjalan dengan lancar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan suatu fenomena yang terjadi di dalam masyarakat. Pada umumnya penelitian deskriptif digunakan untuk membuat penelitian terhadap suatu kondisi dan penyelenggaraan suatu program di masa sekarang, kemudian hasilnya digunakan untuk menyusun perencanaan perbaikan program tersebut (Suyanto & Sutinah, 2011). Tipe deskriptif dipilih karena peneliti bermaksud untuk menggambarkan kemampuan literasi media internet pada Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan dalam menggunakan grup Facebook ‘Iip Fisip Unair’.

Adapun untuk mengumpulkan data, dalam penelitian ini akan menggunakan metode survey. Metode penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Singarimbun, 1995). Hal

tersebut senada dengan yang dikatakan oleh Prasetyo (2012), bahwa penelitian survey merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur / sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur / sistematis tersebut dikenal dengan istilah kuesioner.

1.7.2. Lokasi Penelitian

Salah satu hal yang menentukan keberhasilan suatu penelitian adalah pemilihan lokasi penelitian. Lokasi penelitian ialah suatu area dimana penelitian akan dilaksanakan. Lokasi tersebut menjadi sasaran yang dapat membantu menentukan data yang diambil sehingga menunjang untuk memberikan informasi yang valid. Untuk itu dalam penelitian ini peneliti menentukan lokasi penelitian di kawasan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya. Sebab anggota grup Facebook 'Iip Fisip Unair' adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya.

1.7.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010).

Dalam penelitian ini, populasi yang akan digunakan ialah mahasiswa anggota grup Facebook Iip Fisip Unair. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti pada bulan Maret 2019, jumlah anggota grup Facebook Iip Fisip Unair adalah 619 akun Facebook, yakni akun milik para Dosen beserta Admin departemen, Mahasiswa dari berbagai angkatan, dan alumni. Data tersebut berdasarkan data dari jumlah akun

yang tertera di dalam grup facebook Iip Fisip Unair. Keadaan populasi yang demikian akan tidak tepat dan tidak terwakili jika digunakan teknik acak. Karena hasilnya mungkin satu kelompok terlalu banyak yang terpilih sebagai sampel, sebaliknya kelompok lain tidak terwakili karena tidak muncul dalam proses pemilihan.

Mengingat beragamnya anggota di dalam grup facebook Iip Fisip Unair, maka dalam penelitian ini penentuan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dimana sampel dipilih dengan cermat dan sesuai dengan kriteria tertentu hingga relevan dengan desain penelitian agar terwakili (Sugiyono, 2010). Peneliti memilih teknik *Purposive Sampling* karena populasi dalam penelitian ini telah diketahui, dan dengan ini diharapkan tidak akan terjadi bias pada hasil penelitian nantinya. Adapun pertimbangan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

- 1) Mahasiswa jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan yang terdiri dari 4 angkatan aktif, yaitu angkatan 2015, 2016, 2017, dan 2018.
- 2) Tercatat sebagai mahasiswa berstatus aktif.
- 3) Memiliki akun media sosial Facebook.
- 4) Akun Facebooknya tergabung dalam anggota grup facebook Iip Fisip Unair.

Kemudian untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Yamane :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi (jumlah anggota grup facebook Iip Fisip Unair)

d = Nilai presisi yang ditetapkan, yakni 10%

Sehingga berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Yamane, maka dihasilkan sampel sebanyak 86,09 akun mahasiswa sebagai responden. Untuk lebih detailnya terkait dengan perhitungan dalam menentukan besaran sampel, maka dapat dilihat sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

$$n = \frac{619}{619(0,1)^2 + 1}$$

$$n = 86,09$$

Lalu jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan oleh peneliti menjadi 88 sampel dari 619 populasi. Dengan maksud pembagian tiap angkatan sebagai berikut :

- Angkatan 2015 sebanyak 22 responden
- Angkatan 2016 sebanyak 22 responden
- Angkatan 2017 sebanyak 22 responden
- Angkatan 2018 sebanyak 22 responden

=====

TOTAL	<u>88 responden</u> √
-------	-----------------------

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 88 mahasiswa pemilik akun facebook anggota grup Iip Fisip Unair. Pembagian sampel ini dilakukan peneliti untuk menjaga keseimbangan jawaban responden yang terbagi dalam beberapa angkatan.

1.7.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber, dapat menggunakan sumber primer maupun sumber yang bersifat sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti selaku pengumpul data, sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data

ke peneliti sebagai pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2010).

Untuk memperoleh data dan menjawab permasalahan dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti ialah dengan data primer dan data sekunder, yang kemudian dilengkapi pula dengan data hasil dari observasi.

a. Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data primer yaitu pengumpulan data yang diperoleh peneliti secara langsung. Data primer dalam penelitian ini yaitu didapat dari para Mahasiswa jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya yang tergabung (anggota) dalam grup Facebook Iip Fisip Unair. Pengumpulan dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang pertanyaannya bersifat tertutup. Kuesioner diberikan dengan cara bertemu secara langsung, maupun melalui media sosial dan internet.

b. Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder yaitu pengumpulan data yang diperoleh peneliti dari lembaga atau instansi yang bersangkutan atau yang dijadikan objek penelitian. Menurut Sugiyono, data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (2008). Adapun yang dimaksud data sekunder dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

➤ Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan peneliti dengan cara mengamati objek yang diteliti secara langsung di lapangan. Menurut Bungin, observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan (Satori, 2009). Data hasil observasi ini digunakan untuk menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian dan gambaran grup

Facebook Iip Fisip Unair dalam bentuk suatu media sosial. Sehingga hasil dari pengamatan atau observasi ini diharapkan dapat memberikan fakta untuk mendukung data primer.

➤ Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mencari beberapa referensi atau literatur-literatur yang berkaitan dengan pokok bahasan penelitian, yaitu hasil penelitian sebelumnya, dokumentasi artikel, maupun jurnal-jurnal ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk membandingkan analisis dengan hasil-hasil yang terkait.

1.7.5. Teknik Pengolahan Data

Untuk menganalisis data yang telah didapat, peneliti akan melakukan kegiatan pengolahan data dengan beberapa tahapan, yakni meliputi tahap *editing* (pemeriksaan data), *coding* (memberikan kode), serta tabulasi data. Berikut ini merupakan penjelasan lebih lengkap dari tahap-tahap teknik pengolahan data tersebut :

1. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Tahap ini ialah tahap awal dalam pengolahan data, yakni memeriksa kembali jawaban-jawaban responden yang berasal dari kuesioner penelitian yang telah disusun dan disebar sebelumnya. Hal ini dilakukan karena pada umumnya dalam pengumpulan data terdapat data yang tidak memenuhi target awal yang telah ditentukan peneliti, seperti : jawaban yang dobel, atau pertanyaan yang terlewat (belum terjawab). Jadi, peneliti harus memeriksanya terlebih dahulu satu per satu lembar kuesioner penelitian agar informasi dalam jawaban kuesioner tersebut jelas, tidak ada keraguan jawaban, dan relevan. Sehingga pengolahan data dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya dengan benar dan lancar.

2. *Coding* (Memberikan Kode)

Setelah data-data diperiksa, maka tahap selanjutnya adalah memberikan kode atau disebut dengan *coding*. *Coding* dilakukan dengan memberikan simbol angka atau kode tertentu atas setiap jawaban pertanyaan yang diberikan oleh responden. Pada pertanyaan tertutup, kode sudah bisa ditetapkan sejak pertanyaan dan jawaban tersusun, sedangkan pada pertanyaan terbuka peneliti harus terlebih dahulu membuat kategori-kategori, setelah itu masing-masing kategori jawaban diberi simbol atau kode tersebut. Hal ini penting dilakukan untuk menyederhanakan data sehingga memudahkan dalam analisis data selanjutnya, terutama jika proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu komputer.

3. Tabulasi Data

Setelah data-data diberi kode dan dikelompokkan, maka tahap selanjutnya adalah tabulasi data. Tabulasi data dilakukan dengan cara memasukkan data-data tersebut dan menghitungnya secara terperinci. Semua data yang terkumpul dalam penelitian ini akan ditabulasi secara komputerisasi dengan menggunakan aplikasi SPSS. Kemudian menyajikannya dalam bentuk tabel frekuensi, tabel skor. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengamatan dan evaluasi. Hasil dari tabulasi data ini dapat menjadi gambaran tentang hasil penelitian, karena data-data yang diperoleh dari lapangan telah terangkum dalam tabel-tabel yang mudah dipahami, serta memudahkan dalam proses analisa atau mendeskripsikan hasil dari rumusan masalah penelitian tentang Tingkat Literasi Media Sosial pada Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya dalam Penggunaan Grup Facebook Iip Fisip Unair.

1.7.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah dijawab oleh responden. Data akan dianalisa dengan menggunakan tabel frekuensi dengan menggunakan aplikasi SPSS dan tabel skor dengan menggunakan *Microsoft Excel*. Tabel frekuensi digunakan untuk mengetahui penyebaran data, menggambarkan karakteristik sampel penelitian, serta mengecek konsistensi variabel satu dengan yang lainnya, terutama untuk pertanyaan-pertanyaan yang saling berhubungan (Suyanto & Sutinah, 2004). Dengan tabel frekuensi tersebut dapat dilihat jumlah responden, yaitu mahasiswa yang menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Sedangkan tabel skor, digunakan untuk mengetahui tingkat kemampuan literasi media sosial grup Facebook Iip Fisip Unair pada Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya berdasarkan pilihan jawaban yang diberikan pada kuesioner.

Metode pemberian skor dilakukan dengan memberikan skor pada setiap jawaban yang telah diberikan untuk mengukur kemampuan literasi media internet grup Facebook Iip Fisip Unair pada Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Skor yang digunakan disesuaikan dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

Tabel 1.1 Skor Pilihan Jawaban

Skor	Pilihan Jawaban	Skor	Pilihan Jawaban
4	Sangat Setuju	4	Sangat Sering
3	Setuju	3	Sering
2	Tidak Setuju	2	Jarang
1	Sangat Tidak Setuju	1	Tidak Pernah

Data tersebut kemudian dibahas secara deskriptif, dan untuk mengetahui nilai rata-rata pada setiap indikator dapat menggunakan rumus berikut :

$$r = f/n$$

Keterangan :

r = Rata-rata

f = Frekuensi

n = Jumlah Responden

Kemudian untuk menafsirkan kategori tinggi rendahnya dari nilai rata-rata, maka tahap pertama yang dilakukan adalah menentukan kelas intervalnya dengan menggunakan rumus berikut :

$$i = R/k$$

Keterangan :

i = Interval

R = Range (Skor tertinggi – Skor terendah)

k = Jumlah Kelas

Kelas interval digunakan sebagai batas nilai masing-masing kelas, maka interval dalam penelitian ini adalah :

$$i = R/k$$

$$i = (4 - 1)/4$$

$$i = 0,75$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, didapatkan hasil interval kelas 0,75. Setelah itu nilai rata-rata dari setiap indikator akan dinilai berdasarkan nilai kategori yang telah disesuaikan dengan kategori kelas, sehingga menghasilkan tabel skala berikut :

Tabel 1.2 Kategori *Mean* Berdasarkan Skor Interval

Kategori	Skala Interval
Tinggi	3,28 – 4,03
Sedang	2,52 – 3,27
Rendah	1,76 – 2,51
Sangat Rendah	1 – 1,75

(Sumber : Hasil Perhitungan Peneliti)