

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Literasi informasi digital merupakan suatu pendidikan yang mengajarkan masyarakat pengguna media digital memiliki kemampuan analisis, memahami, dan memberikan respon terhadap pesan yang terkandung dalam media secara benar dan bertanggung jawab. Literasi dibutuhkan karena tingginya kasus penyalahgunaan penggunaan media yang disebabkan oleh tingginya pengguna internet dengan segala macam aktivitasnya terutama dalam hal komunikasi dan interaksi tanpa memiliki pengetahuan bermedia yang cukup.

Data dari We Are Social pada bulan Agustus 2017, penetrasi pengguna internet dunia mencapai 3.819 milyar dari total populasi 7.524 milyar. Bisa dikatakan setengah dari penduduk dunia merupakan pengguna internet. Sementara itu Indonesia menempati posisi ke-13 penggunaan internet dunia (Wikipedia, 2016). Jumlah penetrasi penggunaan internet di Indonesia mencapai 132,7 juta dari 256,2 juta total penduduk Indonesia, dengan peningkatan penetrasi sebanyak 51,8% dari tahun 2014 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016). Mahasiswa menduduki posisi tertinggi dalam penetrasi penggunaan internet di Indonesia berdasarkan pekerjaan. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2016 menyebutkan 89,7% penetrasi pengguna internet di Indonesia adalah mahasiswa, dibawah itu sebanyak 69,8% diduduki oleh pelajar, dan 58,4% adalah pekerja. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa lebih aktif dalam menggunakan internet dibanding dengan kelompok lainnya. Kemungkinan besar keadaan ini dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi, komunikasi dan media yang berbasis online, serta adanya konvergensi media yang melahirkan sebuah media baru.

Media online yang disebut juga *cybermedia*, media internet, media baru (*new media*), memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh media konvensional. Media online mampu menciptakan kondisi dimana pengguna tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, juga memungkinkan penggunaannya melakukan berbagai hal

dalam satu waktu (*multitasking*). Karakteristik yang dimiliki media online diantaranya dapat menyajikan informasi dalam bentuk apapun baik teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan (*multimedia*), lebih jauh lagi media sosial merupakan media yang aktual, cepat, update, memiliki kapasitas luas, fleksibel, akses internet ke seluruh dunia, interaktif, terdokumentasi, dan mampu terhubung dengan sumber lain atau *hyperlink* (Romli, 2012).

Kelengkapan karakteristik yang dimiliki media online mampu membuat media konvensional tergeser dari eksistensinya. Ditambah lagi media online memiliki kategori yang sudah mencakup media konvensional seperti portal, website (situs web, blog, media sosial), radio online, TV online, dan surat elektronik. Kehadiran teknologi internet yang berbasis web 2.0 menghasilkan sebuah media baru yang disebut dengan media sosial dimana situs jejaring sosial merupakan media sosial yang paling banyak digunakan.

Media sosial memberikan sebuah perubahan besar dalam bidang komunikasi dan persebaran informasi. Menurut artikel dalam harian Kompas 26 desember 2017 dalam (Romli:2012), ada tiga tren yang diberikan oleh media sosial yakni seseorang dapat terhubung dengan orang lain (*social*). Tidak hanya terhubung, seseorang juga dapat membagikan pengalaman kepada orang lain (*share*), dan yang terakhir adalah bagaimana jejaring sosial dapat memberikan informasi dengan sangat cepat (*speed*).

Disisi lain jika dilihat dari rata-rata rentang usia dan keterlibatannya dengan internet, mahasiswa tergolong dalam generasi internet. Mengutip dari Tapscott (2009), generasi internet atau yang lebih sering disebut *net gen* merupakan generasi yang berperan secara aktif dalam menggunakan media. Mereka dapat melakukan berbagai hal dalam satu waktu secara bersamaan, seperti bertelepon, mendengarkan musik, mengerjakan tugas, menonton televisi, dan membaca majalah, dengan mengaktifkan beberapa *window* pada computer mereka. Tapscott juga menambahkan delapan norma yang menjadi karakteristik generasi internet yang diantaranya kebebasan, kustomisasi, penyelidikan, integritas, kolaborasi, hiburan, kecepatan, dan inovasi. Dengan karakteristik yang

dimiliki, tak heran jika generasi ini lebih aktif berkubang dalam media sosial, khususnya jejaring sosial.

Situs jejaring sosial yang pertama kali muncul dan untuk tujuan komersil adalah SixDegrees.com pada tahun 1997, meski kemudian ditutup. Ditutupnya SixDegrees.com tidak lantas membuat perkembangan jejaring sosial berhenti. Muncul situs-situs baru dengan *fitur-fitur* yang lebih beragam yakni Friendster.com, MySpace, Facebook, Twitter, dan masih banyak lagi.

Penggunaan media sosial juga menempati posisi tertinggi dalam penggunaan internet di Indonesia. Sebanyak 129,2 juta atau 97,4% adalah netizen yang mengakses media sosial (APJII, 2016). Sementara itu, jumlah pengguna media sosial aktif dunia mencapai 3.028 milyar (We are Social, 2017). Dapat disimpulkan bahwa, penggunaan media sosial menyebar diseluruh dunia. Hampir setiap pengguna internet merupakan pengguna media sosial aktif dengan segala aktivitas didalamnya.

Penggunaan media sosial di dunia menyebar dengan sangat cepat dan tanpa batas. Berbagai macam faktor menjadi latar belakang mudahnya akses dunia maya. Akses internet dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan alat komunikasi terbaru dan teknologi yang mendukung. Sebelum hadirnya internet, komunikasi jarak jauh dapat dilakukan menggunakan surat, telepon, dan fax. Namun hal tersebut tidak dapat dilakukan di sembarang tempat dikarenakan peralatan yang tidak memungkinkan. Akan tetapi saat ini hal tersebut dapat dilakukan kapan saja dengan bantuan internet dan teknologi *mobile*.

Selama ada sarana dan prasarana pendukung, akses internet dapat dilakukan dimana saja. Hal itu juga selaras dengan hasil survey, sebanyak 69,9% atau 92,8 juta menyatakan bahwa tempat paling sering mengakses internet adalah tidak tetap atau dimana saja. Sedangkan perangkat yang sering digunakan untuk mengakses internet adalah teknologi *mobile* dan komputer yakni 67,2 juta (50,7%). Menempati posisi kedua sebanyak 63,1 juta atau 47,6% menggunakan teknologi *mobile* saja.

Mudahnya akses internet, perangkat teknologi yang semakin canggih, dan karakteristik media online mampu memenuhi setiap kebutuhan net gener. Hal ini

membuat jejaring sosial semakin menjamur dengan segala aktifitas didalamnya. Facebook menjadi menjadi situs jejaring sosial dengan pengguna terbesar di dunia. Sebanyak 2.046 milyar pengguna aktif Facebook pada Agustus 2017, mengalahkan YouTube yang memiliki pengguna aktif sebanyak 1.566 milyar (We Are Social, 2017). Demam Facebook juga melanda Indonesia, terbukti dari hasil survey yang menunjukkan bahwa sebanyak 71,6 juta atau 54% pengguna internet Indonesia merupakan pengunjung situs jejaring sosial Facebook (APJII, 2016). Sedangkan menurut data terbaru Selamat Pagi Indonesia 05 September 2017 menyebutkan bahwa Indonesia menempati posisi ke tiga pengguna Facebook dunia dengan pengguna sebanyak 106 juta. Indonesia hanya berada di bawah Tiongkok dan India. Indonesia juga menempati posisi ke tiga penggunaan Twitter dunia yakni sebanyak 24,3 juta pengguna. Indonesia juga penyumbang pengguna Intagram di dunia dengan jumlah pengguna sebanyak 45 juta, dan merupakan pengguna situs YouTube terbesar se-Asia Pasifik (dalam MetrotvNews.Com).

Dari data diatas dapat terlihat bagaimana gambaran perilaku *net gener* saat ini. Pola perilaku yang berubah didalam menggunakan internet ini meimbulkan suatu budaya baru. Bagi mereka media sosial bukan lagi sebuah ketertarikan sesaat, melainkan sebuah kebutuhan. Dalam kesehariannya, mereka menggunakan waktu yang lebih lama dalam memanfaatkan internet yang disebabkan oleh kebutuhan akan aktivitas saling terhubung dan saling berbagi. Menurut Fahmi (2011) ada dua kemungkinan besar yang melatar belakangi penggunaan situs jejaring sosial, pertama seseorang bisa menampilkan citra dirinya dan yang kedua bisa berinteraksi dengan seseorang yang diinginkan.

Tidak hanya dapat saling terhubung, pengguna jejaring sosial juga dapat melakukan berbagai aktivitas. Didalam jejaring sosial penggunanya dapat melakukan kegiatan berkumpul, bertukar ide dan gagasan, mendapatkan dan berbagi informasi informasi, dan mendapatkan hiburan. Aktivitas yang saat ini paling banyak dilakukan *net gen* didalam jejaring sosial adalah *update* informasi. Dalam hal ini *update* adalah mengakses dan berbagi konten informasi. Seperti halnya hasil survey (APJII, 2016), 31,3 juta atau 25,3% alasan utama pengguna internet Indonesia mengakses internet adalah untuk *update* informasi. Penelitian

terdahulu dari Pew Internet dan American Life Project (dalam Pramithasari, 2015) menyatakan lebih dari setengah keseluruhan remaja telah menciptakan konten media dan secara garis besar satu diantara tiga remaja menggunakan internet telah membagikan konten yang mereka produksi.

Saling terhubung, berkumpul, bertukar ide dan gagasan, mendapatkan dan berbagi informasi dan sebagai sarana hiburan merupakan aktivitas positif yang bisa di dapatkan di dalam jejaring sosial. Namun, seperti dua sisi mata uang, selain ada aktivitas positif tentunya ada aktivitas negatif yang terkandung didalamnya. Satu-persatu hal negatif dari jejaring sosial mulai ramai diperbincangkan.

Salah satu dampak negatif yang terlahir dari mudahnya akses pada situs jejaring sosial adalah merebaknya kasus plagiarisme. Plagiarisme sendiri bukanlah sebuah kasus baru di Indonesia, namun seiring dengan penggunaan jejaring sosial sebagai alat komunikasi dan persebaran informasi kasus plagiarisme menjadi semakin serius. Coba kita ingat kasus plagiarisme beberapa tahun lalu yang melibatkan seorang tokoh pendidikan dan juga sebagai tokoh politik, Anggito Abimanyu yang sempat membuat geger dan berakhir pada pengunduran diri sebagai Guru Besar Universitas Gajahmada. Baru-baru ini publik juga digemparkan dengan kasus plagiarisme yang melibatkan seorang remaja yakni Afi Nihaya Faradisa. Seorang remaja putri yang mengunggah tulisan-tulisan yang sangat menginspirasi, namun belakangan diketahui bahwa tulisan itu bukan karyanya sendiri.

Terlepas dari kasus plagiarisme, banyak kasus lain yang muncul dari aktivitas di jejaring sosial. Merebaknya konten pornografi yang persebarannya melalui situs jejaring sosial hingga yang saat menjadi sorotan yakni konten-konten dengan muatan ujaran kebencian, hasutan, dan provokatif. Paham-paham baru dengan dasar yang tidak jelas kebenarannya, informasi palsu atau yang lebih dekenal dengan hoax merupakan dampak buruk jejaring sosial yang gelombang persebarannya sangat cepat. Terutama untuk berita palsu atau hoax yang saat ini menjadi kasus yang serius di masyarakat.

Data dari Kementerian Kominfo mengindikasikan terdapat 800 ribu situs berita palsu dan ujaran kebencian, dan Indonesia menempati posisi puncak penghasil serangan cyber dengan 42.000 serangan per hari (<https://kominfo.go.id>). Yang terbaru ini adalah dilaporkannya *public figure* Ahmad Dhani tentang cuitannya di Twitter oleh tim relawan BTP Network akan cuitan sarkatisnya.

Maraknya penyebaran berita palsu ini tak lepas dari budaya yang ada di masyarakat sendiri. Mengutip pernyataan dari Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara ( dalam nasional.kompas.com 2017/02/14)

*“Bangsa Indonesia pada umumnya senang menjadi nomor satu. Jadi, kalau melemparkan isu ingin dianggap yang pertama. Buktinya, kirim lewat WA, Facebook, Twitter, dan sebagainya,”*

Karena mengikuti tren, sebuah informasi yang tersebar tidak selalu dibaca sampai selesai, hanya sekilas dan kemudian langsung disebarkan kembali tanpa konfirmasi kebenarannya. Akibatnya, informasi yang belum tentu kebenarannya menyebar dan menjadi *viral* di dunia maya dan menyesatkan masyarakat.

Persoalan berita hoax ini tidak hanya terjadi di Indonesia, bahkan ini menjadi topik utama pembahasan UNESCO dalam General Conference (Muhajir dalam nasional.republika.co.id). Di Indonesia sendiri persoalan hoax membuat berbagai kalangan angkat bicara dan menjadi topik perbincangan serius.

Banyak dari setiap kalangan membahas bagaimana solusi terampuh untuk mengembalikan fungsi positif jejaring sosial. Berbagai kegiatan baik dari komunitas maupun pemerintah untuk menangkal berita hoax ini dilakukan mulai dari sebuah gerakan anti hoax hingga seminar dan konferensi, akan tetapi ada satu kesepakatan cara paling ampuh untuk memerangi merebaknya informasi palsu ini, yakni dengan literasi media.

Literasi media dapat menjadi benteng yang kuat dalam menangani permasalahan yang ada pada media sosial. Dengan literasi pengguna media sosial dapat mengendalikan diri dalam menggunakan media. Hal ini dikarenakan literasi media merupakan kemampuan untuk menganalisa, memahami, mengkritisi, dan

bertanggung jawab dalam bermedia. Dengan begitu pengguna media sosial akan lebih bijak dalam memanfaatkan media sosialnya, mereka juga dapat mengontrol dan menanggapi informasi yang beredar dengan sebagaimana mestinya informasi itu ditanggapi. Sehingga media sosial menjadi media yang lebih bermanfaat dari pada negatifnya.

Pemerintah juga mencanangkan literasi media sebagai upaya memberantas dampak negatif media sosial. Melalui Kemkominfo, berbagai upaya dilakukan untuk membuat masyarakat melek terhadap media. Mengutip dari Direktur Jenderal Informasi Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Rositasari Niken Widyastuti pada ideatalk IDEAFEST 2017 yang berjudul “Jaga Jagad Maya, Jaga Budaya Indonesia#KontenDigitalUntukIndonesia” (dalam [Tribunnews.com](http://Tribunnews.com)).

*“Yang harus kita terus dorong bersama adalah proses literasi media sosial ke seluruh lapisan masyarakat, baik itu pelajar dan mahasiswa maupun masyarakat umum, sehingga media sosial yang kita pakai jauh lebih sehat dengan konten-konten positif yang membawa manfaat....”*

Akan tetapi disisi lain, masyarakat Indonesia masih lemah dalam hal literasi. Ini semua disebabkan masih rendahnya minat baca di masyarakat, oleh karena itu dalam memperlakukan informasi yang didapat masyarakat percaya begitu saja tanpa mengecek kebenarannya. Dalam survey World’s Most Literate Nations, yang disusun oleh Central Connecticut State University tahun 2016, literasi Indonesia menempati posisi 60 dari 61 negara (dalam [nasional.tempo.co](http://nasional.tempo.co)). tentunya hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam menggaungkan literasi media di masyarakat.

Melihat berbagai fenomena di atas, sebagai agen perubahan, generasi terpelajar, penerus estafet kemajuan bangsa mahasiswa memiliki peran besar dalam hal menggaungkan budaya literasi media. Ditambah lagi dengan sebagai penetrasi pengguna internet terbesar tentunya mahasiswa menjadi harapan untuk menyebarkan nilai positif dalam menggunakan media sosial. Lalu, bagaimana

dengan literasi media mahasiswa sendiri? Bagaimana gambaran literasinya dalam memanfaatkan media sosial? Hal tersebut akan dibahas lebih jauh lagi dalam penelitian ini.

Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan kemampuan literasi media pada mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial. Batasan media sosial dalam penelitian ini adalah situs jejaring sosial. Mengingat mahasiswa merupakan kelompok penetrasi pengguna internet tertinggi di Indonesia dan situs jejaring sosial merupakan jenis konten media yang sering diakses. Se jauh ini sudah banyak penelitian yang mengangkat tema tentang literasi media seperti yang dilakukan oleh Muttaqin (2016) yakni “Kemampuan Literasi Media (Media Literacy) Di Kalangan Remaja Rural Di Kabupaten Lamongan” dan penelitian ditahun yang sama oleh Rohman (2016) dengan judul “Literasi Media Sosial Dikalangan Siswa SMA Melalui Situs Jejaring Sosial: Facebook Dan Twitter”. Dua penelitian tersebut menggunakan alat ukur literasi media dari *European Commission* yaitu *Individual Competences*. Dan penelitian oleh Clara Novita A. (2016) “Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi HOAX (Studi Fenomenologi Pada Pengguna Whatsapp daalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-Maret 2015) yang menggunakan teori Jenkins *et al* sebagai kerangka pemikiran. Sedangkan pada penelitian ini penulis juga mengacu pada teori Jenkins *et al* (2009) yang memiliki sebelas kemampuan literasi media yakni *play, simulation, performance, appropriation, multitasking, distributed cognition, collective intelligence, judgment, transmedia navigation, networking* dan *negotiation*. Pada dasarnya penelitian ini merupakan penelitian lanjutan yang mengkaji tentang literasi media dan lebih spesifik pada penggunaan jejaring sosial oleh mahasiswa. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan di bidang Ilmu Informasi dan Perpustakaan.

Agar dapat mengetahui bagaimana gambaran literasi media di kalangan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial, peneliti menetapkan mahasiswa Universitas Airlangga. Dengan alasan, Universitas Airlangga merupakan salah satu universitas terbaik di Indonesia. Tentunya Universitas Airlangga memiliki sistem pendidikan dan visi misi yang bertujuan untuk mendukung program

pembangunan nasional. Selain itu juga *update* terhadap isu-isu sosial kemasyarakatan baik dalam lingkup nasional maupun global. Hal ini menjadi Universitas Airlangga menjadi perguruan tinggi yang mengikuti perkembangan dalam bidang teknologi informasi, termasuk penggunaan jejaring sosial. Ini dibuktikan dengan adanya akun resmi Universitas Airlangga, seperti Instagram, Twitter, Facebook dan YouTube. Disamping itu, pemerintah dalam hal ini Kominfo sudah bekerja sama dengan lebih dari 100 perguruan tinggi di seluruh Indonesia untuk melakukan literasi media sosial di kalangan pelajar dan mahasiswa (Liputan6.com). Selain itu mahasiswa sebagai kaum intelektual yang aktif dalam perkembangan isu-isu yang ada harus dapat menggunakan dengan bijak hasil dari perkembangan teknologi tersebut.

Dari penjabaran di atas, maka peneliti mengangkat permasalahan tentang “Literasi Media di Kalangan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Media Sosial (Jejaring Sosial)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penelitian ini membahas mengenai literasi media pada mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial. Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana gambaran literasi media pada mahasiswa Universitas Airlangga dalam memanfaatkan media sosial (jejaring sosial)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana literasi informasi di kalangan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial, khususnya situs jejaring sosial. Penulis ingin mengungkapkan bagaimana gambaran literasi media yang dimiliki mahasiswa. Bagaimana mahasiswa menyikapi informasi yang beredar di dunia maya, terlebih lagi banyaknya fenomena saat ini yang muncul akibat dari adanya media sosial yang berkembang, baik itu positif maupun negatif. Sehingga sebagai generasi terpelajar, mahasiswa dituntut untuk mampu memahami, menganalisis, menilai, dan mengkritisi segala informasi yang tersebar

pada dunia maya. Tentunya hal ini berkaitan dengan bagaimana kemampuan literasi mediana.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan judul Literasi Media di Kalangan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Media Sosial dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dari segi akademik, penelitian ini dapat digunakan sebagai varian kajian pengetahuan terkait dengan literasi media dalam pemanfaatan media sosial. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan terkait dengan literasi informasi, terutama untuk mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai literasi media oleh mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bagi lembaga penyedia informasi lebih banyak menyediakan informasi yang akurat dan terkini untuk memperkaya informasi mahasiswa.

#### **1.5 Tinjauan Pustaka**

Dalam rangka mengkaji permasalahan secara lebih mendalam sesuai dengan yang telah diutarakan pada latar belakang diatas, maka pada tinjauan pustaka ini memuat atas teori, konsep, pendapat para ahli dan penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan permasalahan yang diangkat. Tinjauan pustaka yang diangkat sesuai dengan topik dan latar belakang masalah yang mengenai Literasi Media oleh Henry Jenkins *et al* (2009).

##### **1.5.1 Pemanfaatan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa**

Konvergensi media dewasa ini menimbulkan berbagai fenomena yang terjadi pada masyarakat. Khususnya dalam menanggapi perkembangannya yang

semakin pesat. Hampir seluruh lapisan masyarakat memanfaatkan media, baik dalam batas normal hingga dalam taraf ketergantungan. Kebanyakan dari masyarakat memanfaatkan media sebagai sumber dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan yang dijumpai akhir-akhir ini adalah media sebagai gaya hidup. Penggunaan media ini semakin menyebar ke berbagai lapisan masyarakat tak terkecuali mahasiswa, terutama dalam memanfaatkan media sosial.

Dilihat dari keterlibatannya dalam memanfaatkan media, mahasiswa dapat digolongkan dalam generasi internet. Menurut Tapscott (2009), generasi internet atau yang lebih sering disebut *net gen* merupakan generasi yang berperan secara aktif dalam menggunakan media.

Dalam pemanfaatan media, mahasiswa menduduki tingkat tertinggi angka penetrasi penggunaan internet di Indonesia menurut sensus dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2016 dengan nilai 89,7%. Disisi lain media sosial sebagai konten yang paling sering diakses yakni sebesar 97,4%.

Media sosial menjadi wadah bagi mahasiswa yang pada dasarnya adalah kelompok *net gen* dalam hal komunikasi dan berinteraksi serta hal-hal lain yang ditawarkan dalam media sosial. Ini tentunya sesuai dengan tujuan awal dibentuknya media yakni memenuhi kebutuhan informatif, *transfer of knowledge*, agen perubahan, *social investigation*, dan hiburan (Tester, 2003).

Pada pemanfaatannya media sosial dapat menjadi suatu penghubung penggunanya untuk menyampaikan informasi. Tidak hanya itu media sosial juga sebagai sarana untuk dapat memberikan tanggapan serta koreksi atas informasi yang disajikan. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi ruang publik dalam suatu wilayah kehidupan sosial bagi penggunanya untuk menyalurkan aspirasi. Masyarakat dapat berbicara dan terlibat dalam silang pendapat untuk memperoleh pendapat umum, memberikan kritik sebagai upaya menciptakan masyarakat sipil yang madani untuk melakukan kontrol demokratik (Sugihartati, 2014).

Intensitas penggunaan media sosial di Indonesia sendiri menurut data yang dihimpun oleh CNN Indoensia (Senin, 18/12/2017), rata-rata durasi

penggunaan internet setiap orang mencapai kurang lebih 8 jam per hari, untuk akses media sosialnya berkisar kurang lebih 3 jam setiap harinya.

Bisa dikatakan penggunaan media sosial di Indonesia masuk kategori *heavy user* menurut The Graphic, Visualization & Usability Center, The Georgia Institute of Technology yang mengatakan ada tiga penggolongan penggunaan internet, yakni *heavy user* untuk penggunaan lebih dari 40 jam/bulan, *medium* penggunaan 10-40 jam/bulan dan *light* untuk penggunaan 10 jam.

Media sendiri memiliki arti sebagai suatu bentuk yang digunakan untuk proses penyaluran informasi menurut *Association for Education and Communication Technology (AECT)* dalam Tamburaka, 2013. Sedangkan media sosial menurut Romli (2012) memiliki arti sebuah tempat dalam media online dimana pengguna dengan mudah bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi.

Sementara itu dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemanfaatan memiliki arti proses, cara, perbuatan memanfaatkan. Dapat dikatakan pemanfaatan sebagai suatu cara atau proses dalam memanfaatkan suatu objek atau benda. Pemanfaatan juga diartikan sebagai aktivitas menggunakan proses dan sumber untuk belajar. Secara garis besar pemanfaatan adalah proses aktivitas atau kegiatan memanfaatkan/ menggunakan suatu benda atau objek untuk sumber belajar. Kaitannya dengan penelitian ini, benda atau objek yang dimaksud adalah media sosial. Jadi pemanfaatan media sosial adalah proses berbagai aktivitas menggunakan media sosial oleh mahasiswa sebagai sumber untuk belajar.

Pada dasarnya, dalam memanfaatkan media sosial pengguna melakukan suatu proses pembelajaran didalamnya. banyak hal yang menjadi dimensi dalam pemanfaatan media sosial. Di penelitian ini batasan yang digunakan tentang dimensi pemanfaatan merujuk pada empat dimensi pemanfaatan yang dikemukakan oleh Wayne Buente dan Alice Robbin (2008). Adapun empat dimensi pemanfaatan tersebut ialah sebagai informasi, hiburan, komunikasi dan traksi.

Menurut Horrigan (2002) pemanfaatan sebagai informasi adalah suatu aktivitas untuk mencari informasi di dunia maya, baik dalam bentuk berita, atau bentuk lain. Dimensi hiburan yaitu aktivitas pemanfaatan media internet untuk mendapatkan kesenangan atau hiburan, misalnya saja untuk game, melihat film, video dan musik. Mengirimkan pesan (*chatting*) dan berbagi komentar juga termasuk kedalam hiburan yang diperoleh dari media sosial. Dimensi komunikasi merupakan penggunaan media yang bertujuan untuk saling terhubung dengan orang lain. Dimensi komunikasi bisa dilakukan dengan email atau *chatting*, atau *teleconference*. Terakhir dimensi transaksi yaitu bentuk online dari aktivitas transaksi jual beli. Misalnya saja kegiatan membeli produk pada toko online atau kegiatan online banking.

Untuk saat ini, lima media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2016) adalah Facebook, Instagram, YouTube, Google+, dan Twitter. Facebook memiliki jumlah pengguna sebanyak 54% atau sekitar 71,6 juta pengguna, Instagram pada posisi kedua dengan 15% pengguna internet atau 19,9 juta pengguna, disusul YouTube sebanyak 14,5 juta pengguna atau 11%, Google+ sebanyak 6% sekitar 7,9 juta pengguna dan sebanyak 7,2 juta pengguna atau 5,5% ditempati Twitter. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia merupakan pengguna media sosial aktif.

### **1.5.2 Literasi Media**

Literasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti melek, atau kemelekan. Arti lain yakni kemampuan menulis dan membaca. Pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu. Kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup. Sementara itu media diartikan sebagai alat, alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, spanduk. Dalam arti sempit literasi media bisa diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengelola informasi dan pengetahuan saat bermedia.

Literasi media juga merupakan suatu keterampilan yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan dengan tujuan agar seseorang mampu meningkatkan kontrol terhadap media yang digunakan.

Kemampuan atau keterampilan individu disini adalah memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi isi pesan yang disampaikan oleh media (media sosial).

Sedangkan pengertian literasi media menurut Potter (2001) merupakan perspektif yang digunakan oleh seseorang secara aktif ketika berhadapan dengan media yang bertujuan untuk menafsirkan makna dari pesan yang dihadapi.

Pendapat lain tentang literasi media dikemukakan oleh Livingstone (2003) bahwa literasi media adalah suatu kemampuan untuk melakukan akses, menganalisa, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuk medium.

Kemampuan literasi media seseorang apabila dilihat dari perspektif kompetensi individu *European Commision* (2009) yakni kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi daya pada gambar, suara dan pesan yang dihadapi setiap hari dan merupakan bagian penting dari budaya kontemporer, juga untuk berkomunikasi secara kompeten di media yang tersedia secara pribadi.

Konsep yang dikemukakan oleh para ahli tentang literasi media pada dasarnya memiliki tingkatan atau indikator tertentu. Seperti halnya Potter (dalam Adiputra, 2008) yang membagi perspektif literasi media pada tiga bagian yakni definisi payung, definisi proses, dan definisi tujuan. Dimana ketiga perspektif definisi tersebut terdapat indikator-indikator didalamnya.

Berbeda lagi dengan Livingstone (2004) yang membagi literasi media ke dalam empat indikator yaitu *aces*, *analysis*, *evaluation* dan *content creation*. Jenkin *et al.* merumuskan kemampuan literasi media seseorang kedalam sebelas elemen yaitu *play*, *performance*, *simulation*, *appropriation*, *multitasking*, *distributed cognition*, *collective intelligence*, *judgment*, *transmedia navigation*, *networking*, dan terakhir *negotiation*.

Perspektif kompetensi individu terbagi kedalam tiga variable yaitu kemampuan individu yang terdiri dari *technical skill* dan *critical understanding* serta kompetensi sosial yang terdapat *communicative abilities* didalamnya.

Tidak hanya tiga indikator dalam perspektif kemampuan individu, kemampuan mengkritisi media dalam perspektif *individual competenece* juga terbagi menjadi tiga yakni basic, medium, dan advance.

### 1.5.3 Kemampuan Literasi Media

Seperti yang tertera pada latar belakang masalah, dalam penelitian ini menggunakan indikator literasi media yang dikemukakan oleh Jenkins *et al* (2009). Terdapat sebelas kemampuan literasi media.

#### 1. *Play*

*Play* merupakan suatu kemampuan menggunakan suatu media yang tidak hanya sekedar mengakses. Disini lebih ditekankan pada eksplor atau berkreasi dengan media yang digunakan. Dimana pengguna dapat mengetahui seluk beluk aplikasi yang sedang digunakan. Hal ini akan membentuk interaksi pengguna dengan lingkungan dimana pengguna berinteraksi sehingga dapat membentuk pengetahuan pengguna. Semakin banyak pengguna menggunakan media maka akan semakin memahami media tersebut. Dengan demikian, pengguna akan dapat memecahkan masalah yang timbul dalam penggunaan media tersebut.

#### 2. *Simulation*

Kemampuan untuk menginterpretasikan dan memaknai informasi yang ada pada media. Kemampuan ini bertujuan agar seseorang dapat beriringan dengan informasi yang sangat luar biasa besar. Pemaknaan dapat dilakukan dengan melakukan eksperimen, hipotesis dan pengujian pada variable terkini. Dengan simulasi seseorang dapat lebih memahami dan memperkaya pengetahuan, pengalaman, serta mendapatkan sesuatu yang baru. Semakin seseorang melakukan simulasi dalam menggunakan media sosial, maka seseorang akan

semakin mampu menghadapi informasi yang ada. Pengalaman langsung yang didapat dari *trial and error* membuat seseorang mampu mengidentifikasi informasi yang benar dan yang salah, selain itu akan dapat mengetahui informasi yang sebenarnya dibutuhkan.

### 3. *Performance*

Merupakan kemampuan untuk bermain peran atau mengadopsi identitas alternative dengan tujuan melakukan improvisasi dan penjelajahan guna mempelajari pengetahuan dan pengalaman menggunakan media sosial. Dengan mempelajari peran-peran ini dapat menumbuhkan pemahaman yang kaya pada seseorang akan diri manusia itu sendiri dan peran sosial mereka dalam dunia maya, termasuk dengan cara mereka terhubung dengan orang-orang di lingkungan maya tersebut. Hal ini dapat membantu dan dapat diterapkan dalam dunia nyata. Kemampuan ini dapat membuat seseorang mampu memahami perspektif yang berbeda dari orang lain, lingkuan lain, peran lain, interaksi dan posisi sosial, baik dalam dunia maya ataupun nyata.

### 4. *Appropriation*

Sebuah proses dimana seseorang dapat menciptakan makna dari mencitrakan dan memanfaatkan konten media. Serta menyatukan konten tersebut dengan konten dari berbagai media lainnya. Selain itu seseorang dapat mempelajari dan berfikir lebih terhadap konten yang akan digunakan, bagaimana etika menggunakannya dan implikasi legalitas dari mengkreasikan konten media tersebut.

### 5. *Multitasking*

Kemampuan untuk mengamati lingkungan dan mengalihkan fokus pada perubahan yang dibutuhkan untuk mengamati detail yang menonjol dan menyesuaikan dengan beberapa tugas atau pekerjaan yang dilakukan dalam satu waktu. Dalam kemampuan ini harus diperhatikan beberapa hal yaitu kemampuan untuk dapat mengkritisi, menyaring informasi asing dan fokus ke rincian yang paling detail dari

lingkuan sumber informasi tersebut. Dengan mengontrol informasi dapat mencegah melimpahnya informasi yang masuk ke dalam memori jangka pendek manusia. Selain itu, pemindaian dan pemetaan informasi kedalam kategori-kategori sesuai dengan informasi juga dilakukan untuk mengurai masuknya informasi ke memori jangka pendek. Otak manusia mengerjakan dua hal tersebut untuk manajemen kendala memori jangka pendek secara cerdas dengan menyaring dan memetakan informasi yang didapat. Media baru yang melahirkan peralihan dunia yang cepat melatarbelakangi hadirnya konteks ini. Seseorang harus dapat membedakan antara mengerjakan tugas dan mengerjakan beberapa pekerjaan sekaligus. Dengan multitasking dapat meningkatkan monitoring dan respon terhadap informasi yang melimpah disekitar kita.

#### 6. *Distributed Cognition*

*Distributed Cognition* adalah kemampuan berinteraksi dengan penuh makna dengan peralatan (media) yang memperluas kapasitas mental manusia. Artinya, seseorang dapat menyadari peran masing-masing elemen dalam media media sosial. Kapasitas mental adalah kapasitas seseorang untuk dapat menyelesaikan masalah yang terjadi dalam proses interaksi media baru dan menerapkannya pada kehidupan nyata sehari-hari. Perspektif dari kemampuan ini adalah membawa kecerdasan yang terdistribusi antara, otak badan dan dunia nyata.

#### 7. *Collective Intelligence*

*Collective Intelligence* adalah kemampuan seseorang untuk dapat menyatukan dan membandingkan pemikiran sendiri dengan pemikiran orang lain agar menghasilkan tujuan bersama. Sering kali terbentuk komunitas-komunitas yang dilatar belakangi ketertarikan akan kesamaan terhadap suatu hal. Pada aplikasi jejaring sosial banyak lahir berbagai kelompok-kelompok yang dilatar belakangi oleh kesamaan atau minat tertentu, misalnya saja pada komunitas *fanfiction* pada aplikasi Facebook. Pada komunitas ini terdapat kegiatan saling berbagi

pengetahuan seputar hal yang digemari. Pengetahuan yang diperoleh dari komunitas seperti ini merubah sifat terhadap konsumsi akan suatu media. Dari media yang berbentuk pribadi yang berpusat pada revolusi digital menuju media yang bersifat sosial yang berpusat pada budaya kovergensi media.

#### 8. *Judgment*

Kemampuan untuk mengevaluasi reliabilitas dan kredibilitas dari sumber-sumber informasi yang berbeda. Informasi yang beredar dalam media sosial (jejaring sosial) belum tentu merupakan informasi yang kredibel meskipun bersumber dari orang-orang yang berada pada komunitas dan ketertarikan yang sama. Seseorang harus melakukan pengecekan terhadap keabsahan informasi yang tersaji pada media sosial. Contohnya pada perbandingan antara Wikipedia dan *Ensiklopedia Britanica* yang menunjukkan bahwa tingkat kredibilitas yang sama pada keduanya. Hal ini membuktikan bahwa, kemungkinan kecacatan juga dapat terjadi bahkan pada sumber yang terpercaya. Oleh karena itu, seseorang harus dapat membedakan mana yang fakta dari yang fiksi, argument dari dokumentasi dan kebenaran dari sesuatu yang bersifat komersil dan sebuah pencerahan.

#### 9. *Transmedia Navigation*

Kemampuan untuk mengikuti alur cerita dan informasi dari beberapa media yang berbeda. Di era konvergensi media, informasi dikumpulkan dan diburu oleh konsumen. Hal ini dilakukan untuk menarik informasi dari berbagai sumber dan membuat suatu sistem baru. Oleh karena itu seseorang harus mempunyai kemampuan untuk memanfaatkan berbagai jenis media baik itu elektronik, cetak ataupun online. Kemampuan ini mampu meningkatkan pembelajaran untuk memahami relasi antar sistem media yang berbeda.

#### 10. *Networking*

Kemampuan untuk mencari, menyintesis, dan menyebarkan informasi. Kapasitas untuk berjejaring muncul sebagai sebuah kemampuan untuk

berselancar antar komunitas sosial yang berbeda dimana pengetahuan diproduksi secara kolektif dan terjadi komunikasi antar media. Komunitas sosial yang memiliki skala partisipasi besar menjadi investasi tersendiri dalam mengumpulkan dan pencatatan data untuk pengguna lainnya. Untuk berbagi pengetahuan bergantung pada analisis otomatis perilaku kolektif sedangkan untuk keaktifan partisipasi bergantung pada etos sosial.

#### 11. *Negotiation*

Dalam hal ini *negotiation* adalah kemampuan untuk berada dalam beragam komunitas, memahami serta menghargai berbagai perspektif dan berpegang mengikuti norma-norma yang ada di setiap komunitas. Komunikasi yang berlangsung setelah adanya konvergensi media menimbulkan berbagai perubahan. Seseorang dapat membentuk suatu komunitas maya tanpa pernah mengenal sebelumnya. Budaya didalamnya yang beragam dapat menimbulkan suatu permasalahan. Oleh karena itu, manusia akan membangun pemahaman tentang konteks keberagaman dalam suatu komunitas. Konteks ini dibangun melalui asumsi–asumsi yang sudah ada pada masing-masing anggota komunitas. Apalagi jika ada sebuah grup yang anggotanya terdiri dari orang-orang yang melanggar norma tertentu. Oleh karena itu, seseorang harus mampu untuk bernegosiasi agar dapat memahami berbagai perspektif, menghormati, merangkul dan memahami perbedaan norma sosial agar dapat mengurangi timbulnya konflik dengan menyatukan pendapat. Kemampuan *negotiation* membuat seseorang dapat mengenali konten media yang isinya mengabaikan *stereotype* dan memicu terjadinya kesalah pahaman. Dua hal dalam negosiasi disini adalah perbedaan perspektif dan keberagaman komunitas.

## 1.6 Variabel Penelitian

### 1.6.1 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pengertian konsep-konsep penelitian yang digunakan oleh peneliti. Konsep-konsep yang didefinisikan dalam penelitian ini adalah:

#### ➤ **Pemanfaatan Media Sosial**

Berbagai proses aktivitas menggunakan media yang dilakukan oleh mahasiswa dengan tujuan tertentu dalam menggunakannya. Mahasiswa menggunakan media sosial memiliki motivasi yang beragam. Hal yang berkaitan dengan pemanfaatan media yang dilakukan oleh mahasiswa menurut Wayne Buente dan Alice Robbin (2008) dapat dikelompokkan menjadi empat dimensi yakni informasi, hiburan, komunikasi dan transaksi.

#### ➤ **Kemampuan Literasi Media**

##### ✓ *Play*

*Play* merupakan kemampuan atau keahlian seseorang yang diketahui dari kapasitas pengalaman eksplorasi terhadap media sosial yang digunakan sebagai upaya menyelesaikan permasalahan.

##### ✓ *Simulation*

Merupakan kemampuan seseorang untuk mengenali informasi yang ada di media sosial, membandingkan dengan yang terjadi di dunia nyata.

##### ✓ *Performance*

Menekankan pada kemampuan seseorang berkaitan dengan identitas yang digunakannya dalam menggunakan media sosial serta pemanfaatan media tersebut. Bagaimana sikap mereka menggunakan identitas yang mereka gunakan dalam menghadapi situasi tertentu.

##### ✓ *Appropriation*

Kemampuan mengadaptasi isi informasi dari konten media yang didapat secara bermakna.

✓ *Multitasking*

Kemampuan memberikan respon terhadap informasi yang ada dalam media sosial sambil melakukan pekerjaan yang lainnya.

✓ *Distributed Cognition*

Kemampuan untuk berinteraksi dengan media yang dapat meningkatkan kemampuan seseorang dan berfungsi untuk menyelesaikan permasalahan dalam dunia nyata.

✓ *Collective Intelligence*

Kemampuan menyatukan pengetahuan yang didapat dari konten media sosial dan pengetahuan yang didapat dari sumber atau media lain.

✓ *Judgment*

Kemampuan mengenali kredibilitas sumber informasi dengan bersikap kritis dan melakukan tindakan untuk membuktikan kredibilitas sumber berita tersebut.

✓ *Transmedia Navigation*

Kemampuan untuk mengikuti alur cerita dan informasi dari berbagai media. Kemampuan untuk memanfaatkan informasi dari sumber-sumber yang berbeda.

✓ *Networking*

Kemampuan untuk mencari, mensintesa, dan menyebarkan informasi yang bersumber dari berbagai komunitas.

✓ *Negotiation*

Kemampuan memberikan respon terhadap konten dengan bijak, serta memahami dan menghargai perbedaan perspektif dan keberagaman nilai antar anggota kelompok.

### 1.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan konsep-konsep sosial yang telah diterjemahkan dan berfungsi memberitahu bagaimana cara mengukur suatu variable. Adapun konsep yang harus dioperasionalkan dalam penelitian ini yaitu

➤ **Pemanfaatan Media Sosial**

- Media sosial yang sering diakses oleh mahasiswa
- Motivasi utama penggunaan media sosial

➤ **Kemampuan Literasi Media**

✓ *Play*

- Kemampuan menggunakan aplikasi media sosial
- Dapat mengerti kegunaan fitur-fitur yang ada pada media sosial

✓ *Simulation*

- Kemampuan mengenali kredibilitas informasi yang ada pada media sosial

✓ *Performance*

- Membuat avatar pada media sosial
- Mengerti peran yang dimiliki pada media sosial

✓ *Appropriation*

- Menyadur informasi dari media sosial secara legal dan etis
- Memahami konsekuensi penyebaran informasi di media sosial yang tidak terbatas.

✓ *Multitasking*

- Kemampuan memetakan informasi yang didapat dengan tepat sambil mengerjakan pekerjaan lain

✓ *Distributed Cognition*

- Berinteraksi dengan media untuk menyelesaikan permasalahan sehari-hari

✓ *Collective Intelligence*

- Kemampuan menyatukan pengetahuan yang didapat dari media sosial dan informasi dari kelompok

✓ *Judgment*

- Kemampuan mengenali kredibilitas sumber informasi yang didapat

- ✓ *Transmedia Navigation*
  - Mengerti informasi yang terkandung dari berbagai media
- ✓ *Networking*
  - Kemampuan mencari, mensintesis, dan menyebarkan informasi yang diproduksi secara kolektif.
- ✓ *Negotiation*
  - Kemampuan merespon konten dengan bijak
  - Pemahaman adanya perbedaan etika, norma, dan nilai dalam grup

## **1.7 Metode dan Prosedur Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Literasi Media dikalangan Mahasiswa dalam memanfaatkan Media Sosial. Literasi media yang dideskripsikan meliputi berbagai aktivitas mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial.

Penelitian ini lebih ditujukan pada penggambaran dan penguraian gejala atau fakta penelitian yang dilakukan secara mendetail.

### **1.7.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif, karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan Literasi Media dikalangan Mahasiswa dalam memanfaatkan Media Sosial. Tipe deskriptif dipilih karena penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan secara jelas tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti. Tujuan dari penelitian deskriptif untuk menggambarkan secara sistematis mengenai fakta dan karakteristik dari populasi atau mengenai bidang tertentu yang diteliti.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei, yaitu digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian dari tempat tertentu dengan cara pengumpulan data seperti kuisisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

### **1.7.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana suatu penelitian tersebut berlangsung untuk memperoleh fakta, data dan informasi yang digunakan untuk membuktikan fenomena yang terjadi di lapangan guna menjawab permasalahan dalam penelitian. Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Universitas Airlangga Surabaya. Alasan pemilihan lokasi tersebut sebagai objek penelitian dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Literasi Media dikalangan Mahasiswa dalam memanfaatkan Media Sosial. Selain itu, objek yang menjadi penelitian adalah Mahasiswa Universitas Airlangga. Karena untuk mendapatkan gambaran mengenai Literasi Media dikalangan Mahasiswa dalam memanfaatkan Media Sosial dimana Universitas Airlangga merupakan salah satu universitas terbaik di Indonesia yang juga menggunakan media sosial sebagai salah satu media komunikasi antara institusi dengan mahasiswa. Universitas Airlangga memiliki berbagai akun media sosial resmi yang aktif, seperti facebook, twitter, instagram dan youtube.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian di lokasi tersebut untuk mendapatkan gambaran bagaimana Literasi Media dikalangan Mahasiswa dalam memanfaatkan Media Sosial.

### **1.7.3 Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian merupakan seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya. Hal ini dikarenakan mahasiswa merupakan komponen penting sebagai objek yang diteliti dalam penelitian. Selain itu, Universitas Airlangga Surabaya merupakan salah satu universitas negeri terbaik di Indonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Airlangga Surabaya dari angkatan 2013-2017 dengan jumlah seluruhnya 37.345 mahasiswa.

#### 1.7.4 Teknik Pengambilan Sampel

Melihat pada sasaran penelitian adalah Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya yang memanfaatkan media sosial, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik non random (*nonprobability*) dengan teknik sampel purposive (*purposional sampling*). Teknik pengambilan sampel purposive merupakan teknik pengambilan sampel yang sampelnya ditetapkan secara sengaja oleh peneliti. Dalam hal ini, didasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu, jadi tidak melalui proses pemilihan sebagaimana yang dilakukan dalam teknik nonrandom.

Kriteria yang ditetapkan dalam menentukan responden penelitian adalah sebagai berikut:

- Memiliki perangkat TI untuk menunjang kegiatan online seperti: *smartphone*, tablet, laptop, computer dan sebagainya.
- Minimal memiliki satu akun jejaring sosial (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Google+, dsb) aktif.
- Menggunakan media sosial 3 jam/hari atau lebih.
- Aktif melakukan kegiatan online seperti *update* informasi, berbagi komentar dan sebagainya.

Langkah-langkah dalam pengambilan sampel yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- Menentukan sampel dengan melakukan pendekatan melalui wawancara singkat kepada Mahasiswa Universitas Airlangga untuk mengetahui apakah sudah sesuai dengan kriteria yang ditentukan.
- Selanjutnya dilakukan konfirmasi pada Mahasiswa Universitas Airlangga apakah bersedia bekerjasama dengan peneliti untuk menjadi responden.
- Apabila Mahasiswa tersebut bersedia menjadi responden, maka dilanjutkan ke tahap pengisian kuesioner. Jika tidak berkenan, maka dihentikan dan memilih mencari responden lain yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Dalam penelitian ini, menurut Bailey (dalam Hasan, 2002) untuk menentukan jumlah sampel dalam sebuah penelitian menggunakan analisis statistik, ukuran sampel yang digunakan paling sedikit sebanyak 30 responden.

Untuk mengetahui jumlah sampel, maka metode penarikan sampel yang digunakan adalah rumus Yamane (dalam Bungin, 2004):

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

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel yang dicari

$N$  = Populasi

$d^2$  = Nilai presisi 10%

Maka jumlah sampel yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{37,345}{(37,345 \times 0,1^2) + 1}$$

$$n = 99,73, \dots, \dots$$

Berdasarkan hasil penghitungan, responden dalam penelitian ini adalah 99,73 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Jumlah ini dinilai layak untuk mendeskripsikan gambaran literasi media di kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya.

### 1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam suatu penelitian memiliki kedudukan yang sangat penting. Kualitas data hasil penelitian dipengaruhi oleh dua hal utama yakni kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data (Sugiyono, 2014). Sugiyono juga mengatakan bahwa kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas, sedangkan kualitas pengumpulan data berdasarkan pada ketepatan cara-cara yang digunakan

untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah:

## 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi atau obyek penelitian (Sarwono, 2006). Dalam penelitian ini obyek yang diteliti adalah Universitas Airlangga Surabaya. Untuk mendapatkan data primer peneliti menggunakan instrumen penelitian pembagian kuisisioner kepada responden secara langsung yang bersifat langsung tertutup dan terbuka (Sarwono, 2006), serta melengkapi data kuisisioner dengan wawancara probing.

### 1.1 Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014). Pembuatan kuisisioner bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian dan memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin.

### 1.2 Probing

Probing dilakukan pada saat peneliti memberikan kuisisioner kepada responden dengan cara memantau pengisian kuisisioner oleh responden. Pemantauan ini dilakukan karena kuisisioner ini menggunakan istilah-istilah dalam teori. Dikhawatirkan responden merasa asing dengan istilah yang terdapat dalam model tersebut, oleh karena itu peneliti memantau, mendampingi, dan melakukan Tanya jawab dengan responden untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam dan terarah.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat bersumber dari data lembaga tertentu, misalnya buku besar akademik.

### 1.7.6 Teknik Pengolahan Data

Setelah semua data terkumpul, selanjutnya melakukan pengolahan data yang disesuaikan dengan kebutuhan analisis yang dikerjakan. Tahapan pengolahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Editing

Editing merupakan proses awal dari suatu pengolahan data. Editing adalah proses pengecekan data dan koreksi data yang telah terkumpul guna menghilangkan kesalahan-kesalahan yang mungkin saja terjadi. Dalam proses editing bertujuan untuk meneliti kelengkapan kuisioner yang diisi, keterbacaan tulisan, kejelasan makna jawaban, kesesuaian atau keajekan antara pertanyaan satu dengan pertanyaan yang lain, relevansi jawaban, dan keseragaman satuan data.

2. Coding

Langkah berikutnya yang dilakukan setelah proses editing adalah coding. Coding adalah mengklasifikasikan jawaban responden menurut macamnya. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan data dengan simbol angka pada tiap-tiap jawaban atau suatu cara mengklasifikasikan jawaban responden atas suatu pertanyaan menurut macamnya dengan jalan menandai masing-masing jawaban dengan kode tertentu. Hasil dari coding dapat digunakan untuk kegiatan pada tahap selanjutnya.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan modifikasi data sesuai teknik analisis yang digunakan serta penyusunan data ke dalam bentuk tabel. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh mudah untuk dibaca dan dipahami. Tabulasi dilakukan dengan cara memasukkan data ke dalam tabel menggunakan Microsoft Excel kemudian menghitungnya. Hasil dari tabulasi dapat dijadikan sebagai gambaran hasil penelitian, karena data yang diperoleh melalui turun lapangan telah tersusun dan terangkum dalam tabel yang

mudah dipahami maknanya. Data yang sudah tersusun dalam tabel kemudian dihitung menggunakan SPSS untuk statistik deskriptif untuk menampilkan frekuensi tunggal ataupun tabel frekuensi silang (*cross tabulation*).

#### **1.7.7 Teknik Analisis Data**

Tujuan dari analisis data adalah menyederhanakan hasil penelitian yang jumlahnya sangat besar menjadi suatu informasi yang lebih sederhana dan mudah dimengerti, sehingga data tersebut bias dibaca dan dipahami maksudnya (Suyanto,B & Sutinah (ed.), 2011). Berdasarkan tujuan penelitian ini, analisa data dilakukan dengan mendeskripsikan dan menjelaskan temuan data di lapangan. Proses analisis sepenuhnya dilakukan dengan menggunakan interpretasi teoritik, yakni data yang diperoleh dari hasil penelitian dianalisis dengan landasan teori atau kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini, hasil penelitian ini juga akan dibandingkan dengan temuan yang didapat dalam penelitian ini.