

## **JENIS LITERASI MEDIA DI INSTAGRAM**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan  
2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan  
Kalijaga Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Guntur Wahyu Septiansyah

12730045

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Guntur Wahyu Septiansyah

NIM : 12730045

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relation

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Dan skripsi saya ini adalah hasil karya penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 19 September 2019

Mengetahui,



Guntur Wahyu Septiansyah

NIM. 12730045



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

**NOTA DINAS PEMBIMBING**  
**FM-UINSK-PBM-05-02/RO**

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Guntur Wahyu Septiansyah  
NIM : 12730045  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**JENIS LITERASI MEDIA DI INSTAGRAM**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**  
**Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.  
*Wassalamu'alaikumWr. Wb*

Yogyakarta, 19 September 2019

**Pembimbing**

**Drs. Siantari Rihartono, M.Si**  
**NIP : 196003231991031002**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-526/Un.02/DSH/PP.00.9/11/2019

Tugas Akhir dengan judul : JENIS LITERASI MEDIA DI INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : GUNTUR WAHYU SEPTIANSYAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 12730045  
Telah diujikan pada : Senin, 14 Oktober 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Siantari Rihartono, M.Si  
NIP. 19600323 199103 7 002

Penguji I

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.  
NIP. 19840516 201503 2 001

Penguji II

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.  
NIP. 19610816 199203 2 003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 14 Oktober 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dekan



Muhammad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004

## **MOTTO**

**“Makin Kaluhur, Makin Nunduk”**

**Semakin tinggi ilmu seseorang, maka seseorang semakin merunduk**



## **PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini saya persembahkan untuk :**

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan cepat menurut versi peneliti. Sholawat serta salam tak lupa peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan yang diridhloi dan penuh keberkahan. Selama proses pengerjaan skripsi ini, peneliti dibantu oleh berbagai macam pihak, yang peneliti anggap berperan langsung maupun tak langsung turut berjasa dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah membimbing peneliti dengan baik;
3. Bapak Rama Kertamukti, M.Sn selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) kelas IKom A 2012, yang telah membimbing peneliti, serta terimakasih kembali atas dampungannya selama lebih dari 7 tahun ini;
4. Ibu Yanti Dwi Astuti, M.Si. selaku Penguji 1 yang senantiasa membimbing, memberikan masukan dan nasihat kepada peneliti dalam proses skripsi.
5. Ibu Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si. selaku Penguji 2 yang senantiasa membimbing, memberikan masukan dan nasihat kepada peneliti dalam proses skripsi.
6. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang senantiasa membimbing, mengarahkan dan memberikan saran dan nasehat kepada peneliti dalam

skripsi. Semoga Prodi Ikom selalu melahirkan Mahasiswa Mahasiswi yang Kreatif dan Profesional;

7. Staff Tata Usaha (TU) FISHUM, Ibu Nur Fadhillah, dan bapak ibu lainnya, yang telah membantu mengurus administrasi selama berproses mengerjakan skripsi;
8. Seluruh Teman-teman IKom 2012, kelas A maupun B yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas kebersamaannya yang penuh kenangan, banyak dolan, semoga kita seperti kata-kata yang tertulis dalam banner legendaris, “Persahabatan kita seperti koma yang tidak akan pernah berhenti pada suatu titik”;
9. Adik – Adik angkatan 2017 Prodi Ilmu Komunikasi yang telah meluangkan waktunya untuk wawancara dan mempermudah dalam proses skripsi. Semoga adik – adik mendapat pula kemudahan dan kelancaran skripsi dikemudian hari.
10. Sahabat terbaik Hasbie Felayabi, Ike, Randhika, Daniel, Ujang Sawajir, Sebastian Aluy dan Alkarim Ghulam Falach yang telah memberikan support doa, moril, dan materiil sehingga bisa selesai studi ini;

Yogyakarta, 25 September 2019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Guntur Wahyu Septiansyah



## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL.....  | i   |
| SURAT PERNYATAAN.....   | ii  |
| NOTA DINAS PEMBIMBING.....  | iii |
| MOTTO.....  | iv  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....  | v   |
| KATA PENGANTAR.....   | vi  |
| DAFTAR ISI.....   | vii |
| DAFTAR GAMBAR.....  | ix  |
| DAFTAR TABEL.....   | xi  |
| <i>ABSTRACT</i> .....   | xii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....  | 1   |
| A. Latar Belakang Masalah.....  | 1   |
| B. Rumusan Masalah.....   | 6   |
| C. Tujuan Penelitian.....   | 6   |
| D. Manfaat Penelitian.....  | 6   |
| E. Telaah Pustaka.....  | 7   |
| F. Landasan Teori.....  | 9   |
| G. Kerangka Berfikir.....   | 28  |
| H. Metode Penelitian.....   | 29  |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM</b> .....   | 35  |
| A. Profil Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.....                                   | 35  |
| 1. Visi dan Misi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga<br>Yogyakarta .....                        | 35  |
| 2. Tujuan Berdirinya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga<br>Yogyakarta.....                     | 36  |
| B. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan<br>Kalijaga<br>Yogyakarta..... | 37  |

|   |           |
|---|-----------|
| 1. Profil Fakultas.....   | 37        |
| C. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan<br>Kalijaga Yogyakarta..... | 40        |
| 1. Program Studi.....   | 40        |
| D. Profil Informan .....  | 42        |
| <b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>  | <b>49</b> |
| <b>BAB IV PENUTUP.....</b>  | <b>76</b> |
| A. Kesimpulan.....  | 76        |
| B. Saran.....   | 77        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>  | <b>79</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>   | <b>82</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. Tentang Infografis Instagram.....      | 4  |
| Gambar 2. Tentang Profil Instagram Informan..... | 44 |
| Gambar 3. Tentang Profil Instagram Informan..... | 45 |
| Gambar 4. Tentang Profil Instagram Informan..... | 46 |
| Gambar 5. Tentang Profil Instagram Informan..... | 47 |
| Gambar 6. Tentang Profil Instagram Informan..... | 48 |



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka Berpikir.....28



## ABSTRACT

Nowadays, the changing times are increasingly massive and faster. In its development, the changing times were colored with various forms of new media to communicate. The development of communication technology was triggered by the increasingly sophisticated cellphones, where it was easier for someone to access information, both news, entertainment, social media and others. This is because it is easy to access the internet via a smart phone. Social media has become one of the place most visited and used by the public especially by millennial generation. Along with the changing times, social media today is not only seen as a place to socialize in cyberspace, but has evolved into a place to express one's personal ideas related to many aspects and share them with others.

Instagram is a social media that has become popular because it has its own characteristics and uniqueness. Instagram is not only seen as a place to socialize in cyberspace, but has developed into an arena for expressing ideas in one's person. The ideas that is related to many aspects are variuos, some people would talking and sharing them with others. If we look at the phenomena that occur on Instagram, we will be astonished. How not, social media has become an integral part in the lives of today's digital generation. The awesomeness of the power of instagram influence is used to influence public opinion using social media.

Researchers in this study want to further examine the importance of media literacy and is there a relationship with Instagram. This research was supported by various sources, especially the sources used were students, especially communication students class of 2017 of Faculty of Social Sciences and Humanities at the Sunan Kalijaga State-Islamic University (UIN Sunan Kalijaga).

Keywords: media literacy, instagram, communication students class of 2017

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Media sosial menjadi media yang paling banyak dikunjungi dan digunakan oleh masyarakat khususnya generasi milenial tidak hanya untuk mencari hiburan dan kenalan semata tetapi juga untuk mencari berbagai informasi. Perkembangan teknologi komunikasi di era kini sangatlah pesat. Teknologi komunikasi yang diiringi dengan kehadiran media massa juga telah memberi banyak perubahan dalam kehidupan bermasyarakat. Sekarang ini perkembangan teknologi sangatlah cepat, keinginan dan kebutuhan apapun bisa dengan mudah didapatkan. Dunia seakan berada dalam genggaman tangan. Sekalipun kita hanya berada pada satu tempat dan satu waktu, namun kita dapat memantau keadaan di seluruh dunia, bahkan kita dihubungkan melalui media sosial dengan semua orang. Kita juga tidak dapat membendung arus informasi yang mengalir begitu deras, tidak hanya melalui media massa, namun juga melalui media sosial.

Media sosial saat ini tidak hanya dipandang sebagai ajang bersosialisasi di dunia maya semata, namun sudah berkembang menjadi ajang menuangkan ide-ide dalam pribadi seseorang yang berkaitan dengan banyak aspek serta membagikannya kepada orang lain. Bila kita mencermati fenomena yang terjadi di media sosial, kita akan dibuat tercengang. Bagaimana tidak, media sosial sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan generasi digital saat ini. Kedahsyatan kekuatan pengaruh media sosial digunakan untuk mempengaruhi opini-opini publik yang menggunakan media sosial tersebut. Banyak berita-berita

beredar di media sosial. Namun yang menjadi masalah adalah ketika media sosial disalahgunakan sebagai ajang propaganda negatif untuk suatu kepentingan tertentu, sehingga membutuhkan rem dan penyaring agar terhindar dari hal-hal yang mengacu kepada negatif.

Perkembangan teknologi ponsel cerdas atau *smartphone* yang semakin canggih ini juga diikuti dengan makin mudahnya seseorang mengakses informasi, baik berita, hiburan, media sosial dan lainnya. Hal ini tidak terlepas dari mudahnya mengakses internet melalui *smartphone*. Dalam melakukan aktivitas komunikasi melalui internet, seseorang memanfaatkan jaringan yang saling terhubung antara satu perangkat dengan perangkat lainnya. Internet yang saat ini dengan mudahnya diakses melalui *smartphone* pun sering kali membuat seseorang menjadi ketagihan sehingga tidak mengenal waktu untuk mengaksesnya.

Begitu banyaknya hal-hal yang didapat dari kemudahan mengakses internet ini yang menjadikan literasi media menjadi suatu hal yang penting. Karena mau tidak mau, pengakses berita yang harus didukasi untuk dapat memanfaatkan internet dengan baik. Dengan adanya literasi media, diharapkan menjadikan berita yang diakses dapat terbagi dan terklasifikasi antara yang negatif dan positif.

Sebagai pemeluk Agama Islam, sudah sepatutnya menjadikan Alquran dan Hadist sebagai rujukan atas fenomena-fenomena yang terjadi, untuk itu Ayat dibawah ini mengajarkan tentang pentingnya literasi media.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا

بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, jika datang seorang yang fasik kepadamu membawa berita, maka tangguhkanlah (hingga kamu mengetahui kebenarannya) agar tidak menyebabkan kaum berada dalam kebodohan (kehancuran) sehingga kamu menyesal terhadap apa yang kamu lakukan”*. (Qs Al-Hujurat ayat 6).

Ayat diatas menjelaskan pentingnya untuk mengklasifikasikan setiap informasi atau berita yang diterima, agar mengetahui mana yang positif dan mana yang negatif. Paradigma yang terjadi akhir-akhir ini adalah kurangnya masyarakat dalam melek media. Dalam artian dengan pesatnya perkembangan media informasi banyak dari masyarakat yang kurang memperhatikan pentingnya literasi media, padahal literasi media diperlukan sebagai salah satu bentuk ilmu untuk membaca informasi dari seluruh bentuk media yang ada di era moderen.

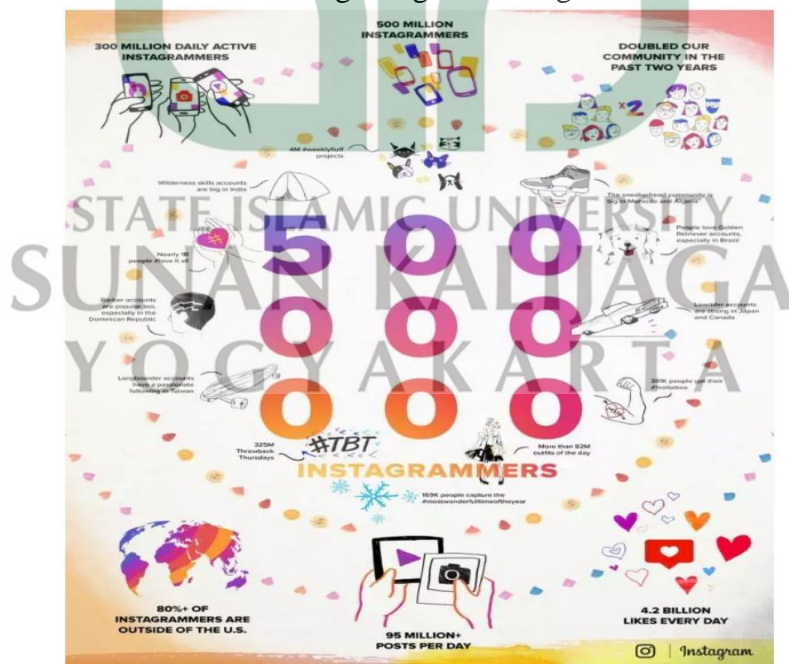
Instagram merupakan salah satu media sosial yang menjadi populer karena mempunyai karakteristik dan keunikannya tersendiri, yakni hanya berisi aliran karya fotografi atau video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya kepada sesama pengguna. Diutarakan oleh website <http://bellarizky123.blogspot.co.id/> bahwa, Instagram mulai berkembang dan mulai banyak fitur yang menjadi daya tarik hingga akhirnya di tahun 2012 Instagram berhasil mencapai lebih dari 10 juta pengguna,



dan hingga saat ini pengguna Instagram semakin meningkat mencapai 600 juta lebih penggunanya, dalam setiap tahunnya pengguna Instagram semakin meningkat dan banyak diminati oleh masyarakat di seluruh dunia. Berdasarkan website yang peneliti utarakan diatas memberitahukan bahwa instagram adalah salah satu media sosial yang sdang banyak diminati oleh masyarakat pada saat ini, begitu juga pernyataan dari website <https://arenalte.com/berita/industri/pengguna-instagram-500-juta/> yang telah memberikan informasi bahwa :

Instagram memiliki 22 juta pengguna aktif bulanan dan masih terus tumbuh. Instagram berisikan komunitas dengan bermacam-macam minat yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Telah ada 500 juta jendela menuju dunia yaitu sebuah platform untuk melihat melalui sudut pandangan teman, keluarga dan orang-orang yang belum pernah ditemui sebelumnya. Hanya dalam waktu 5 setengah tahun, instagram telah membuat transformasi terhadap berbagai industri global, mengubah cara pengguna menikmati fashion, seni, makanan, dan pariwisata menggunakan mobile.

Gambar 1. Tentang Infografis Instagram



Sumber : <https://arenalte.com/berita/industri/pengguna-instagram-500-juta/>

Dikalangan mahasiswa, instagram kini menjadi salah satu aplikasi yang seakan-akan harus dimiliki. Paradigma yang ada ketika seorang mahasiswa tidak memiliki aplikasi instagram, maka bisa dikatakan dia tidak mengikuti perkembangan zaman. Bukan merupakan hal baru lagi bagi mahasiswa membicarakan apa yang ada di Instagram dalam kesehariannya, karena banyak hal yang bisa dilakukan dengan instagram oleh mahasiswa sekarang ini.

Dewasa ini instagram telah berkembang menjadi bentuk aplikasi yang lebih efektif. Dalam artian, bisa dikatakan pada awalnya instagram hanya sebagai wadah karya foto dan informasi, akan tetapi seiring maraknya pengguna, maka instagram telah berkembang dengan berbagai fungsi yang dapat pengguna aplikasikan untuk banyak hal yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti mengambil contoh dari seorang mahasiswa yang memiliki akun instagram @vetytututpratiwi, bahwa dia menggunakan akun instagram untuk mempromosikan kegiatannya sebagai salah satu perwakilan dalam lomba pemilihan dimasdiajeng Kabupaten Bantul.

Berdasarkan pada fenomena yang telah peneliti paparkan di atas, peneliti ingin mengarahkan penelitian tentang pentingnya pengetahuan literasi media dan jenisnya, untuk itu peneliti memfokuskan penelitian ini kepada jenis literasi media di instagram khususnya bagi mahasiswa, terutama mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai subjek bahan penelitian.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu;

Bagaimana jenis literasi media di instagram menurut mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan humaniora angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Yogyakarta ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti buat, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

Mengetahui jenis literasi media di instagram menurut mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan humaniora angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan kontribusi teoritis bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang *new media* dan literasi media. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan peneliti mengenai literasi media sebagai salah satu kajian dalam ilmu komunikasi.

## E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga penyusun dapat mengetahui perbedaan penelitian yang akan dilakukannya dengan penelitian-penelitian tersebut. Telaah pustaka yang digunakan penyusun adalah penelitian-penelitian yang mengkaji tentang persepsi. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang digunakan penyusun sebagai telaah pustaka.

*Pertama*, jurnal tahun 2016 dengan judul “Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman” yang dilakukan oleh Inda Fitryarini, mahasiswi FISIP Universitas Mulawarman. Penelitian yang dilakukan oleh Inda Fitryarini ini bertujuan agar mahasiswa prodi ilmu komunikasi memiliki kemampuan dalam mengakses media konvensional maupun media baru . Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian Inda Fitryarini mendapatkan kesimpulan bahwa mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Mulawarman mampu mengakses media konvensional dan media baru. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang literasi media mahasiswa komunikasi. Perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian, dimana penelitian Inda Fityarini menggunakan objek media konvensional, sedangkan peneliti akan menggunakan objek instagram.

*Kedua*, Jurnal tahun 2016 dengan judul “Kemampuan Literasi Media Dikalangan Remaja Rural Di Kabupaten Lamongan” yang dilakukan oleh Misbah Zaenal Muttaqin , mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya. Jurnal yang disusun oleh Misbah Zaenal Muttaqin ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemampuan literasi media remaja rural di Kabupaten Lamongan. Jurnal ini juga menggunakan metode kuantitatif. Perbedaannya terletak pada subyek penelitian dan metode penelitian, dimana Jurnal Misbah Zaenal Muttaqin menggunakan remaja sebagai subyek penelitian dan kuantitatif sebagai metode penelitian, sedangkan peneliti akan menggunakan mahasiswa sebagai subyek penelitian dan kualitatif sebagai metode penelitian.

*Ketiga*, penelitian (skripsi) tahun 2016 dengan judul “Literasi Media Sosial Dikalangan Siswa SMA Melalui Situs Jejaring Sosial : Facebook dan Twitter” yang dilakukan oleh M. Khoirul Rohman, mahasiswa Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Departemen Informasi dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang literasi media di jejaring sosial. Perbedaannya tereletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif, sedangkan peneliti akan menggunakan metode kualitatif. Perbedaan kedua terletak pada obyek penelitian, dimana penelitian yang dilakukan oleh M Khoirul Rohman, terfokus pada jejaring sosial facebook

dan twitter sedangkan peneliti akan melakukan penelitian yang berfokus pada Instragram.

## F. Landasan Teori

### 1. Literasi Media

#### a. Definisi Literasi Media

Menurut **Apriadi Tamburaka** literasi media berasal dari bahasa Inggris yaitu *Media Literacy* terdiri dari kata media adalah tempat pertukaran pesan dan *literacy* berarti melek, kemudian dikenal dalam istilah literasi media yang mana melek dapat diartikan pada kemampuan khalayak terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Literasi media merujuk pada kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa (Tamburaka, 2013:7). Literasi media hadir guna memberikan wawasan, pengetahuan, sekaligus *skill* (keterampilan) kepada pengguna media agar mampu memilah dan menilai isi media massa yang dapat dipakai sekaligus juga berpikir secara kritis (Tamburaka, 2013:4).

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa literasi media dikenal sebagai sebuah upaya agar khalayak media dapat menjadi khalayak yang cerdas dan lebih kritis dalam mengonsumsi media. Dari hal tersebut diharapkan adanya perubahan tentang cara pandang terhadap media massa. Sehingga secara perlahan dapat digunakan untuk mengurangi dampak buruk dari media massa itu sendiri. Sebab, telah diketahui bersama bahwa tidak semua konten media merupakan konten yang layak dikonsumsi. Terlebih

lagi, di era modern seperti sekarang ini media tidak hanya terbatas pada media konvensional seperti televisi maupun radio saja, namun telah jauh berkembang menjadi media baru yang lebih kompleks. Sehingga muncul istilah *digital literacy* atau literasi digital.

Salah seorang ahli, Potter dalam ardianto, Lukiati, dan Siti (2007: 216) mendefinisikan literasi media sebagai suatu hal yang multidimensional, yang memiliki beberapa dimensi yang saling berkaitan. Diantaranya yaitu; pertama, *the cognitive domain* (ranah kognitif), yaitu kemampuan kognitif seseorang dalam proses mental dan pemikiran, yang mengacu pada tingkat kesadaran dalam hal simbol-simbol atau pemahaman hal-hal kompleks, tentang bagaimana proses produksi pesan, hingga mengapa suatu pesan itu disampaikan. Kedua, *the emotional domain* (ranah emosi), yaitu perasaan seseorang ketika mendapat terpaan dari konten media massa. Ketiga, *the esthetic domain*, yang merupakan kemampuan untuk bisa menikmati, memahami, mengapresiasi suatu konten media dari pandangan secara artistik. Keempat, *the moral domain*, berupa kemampuan untuk melakukan pemahaman atas nilai-nilai yang terkandung dalam konten media.

Pada dasarnya, istilah literasi media diadopsi dari kata literasi itu sendiri yang menurut Kellner dan Share dalam Iriantara (2009:4) sebagai suatu keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki seseorang untuk bisa membaca, menafsirkan dan menyusun berbagai bentuk artefak dan teks tertentu, sekaligus untuk ikut serta dalam partisipasi dalam masyarakat dan kebudayaannya secara penuh. Munculnya kemampuan literasi ini sendiri

tidak lain melihat perkembangan media cetak, yang membutuhkan kemampuan membaca dan menulis audiens.

Lebih lanjut Kellner dan Share dalam Iriantara (2009; 4) mengatakan, bahwa di era moderen saatini, media elektronik seperti televisi turut menguasai, tidak cukup hanya menguasai kemampuan membaca huruf dan angka saja, melainkan juga “Membaca televisi” atau yang saat ini dikenal sebagai literasi media atau melek media. Disana audiens tidak hanya dituntut memahami pesan dalam bentuk teks saja, melainkan juga gambar, suara, gambar bergerak, teknik pengambilan gambar, dan yang lainnya. Atas dasar ini maka, istilah kata literasi yang berarti kemampuan membaca dan menulis diperluas menjadi literasi media yang mulai mengarah pada unsur analisis dan evaluasi isi atau konten media. Luasnya pemaknaan literasi media serta masih samar-samarnya konsep tentang literasi media Ardianto, Lukiati, dan Siti (2007: 215) memberikan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Kemampuan yang dimiliki dalam menggunakan informasi, sebagai upaya untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang bermanfaat baik secara tertulis maupun cetak.
2. Melek dalam hal teknologi, politik, berfikir kritis, dan memiliki kepekaan terhadap lingkungan.
3. Memiliki kemampuan dalam hal budaya pengetahuan, keahlian dan pekerjaan.



4. Memiliki sejumlah keahlian yang dikuasai, misalnya menulis, membaca, berhitung, dan yang lainnya dalam arti yang lebih luas.
5. Memiliki keahlian tertentu dalam berbagai jenis bidang yang berbeda.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi media adalah sebuah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang berupa sikap kritis atas segala apa yang dikonsumsinya melalui media, mulai dari keberadaan media itu sendiri maupun konten medianya. Seseorang yang selalu dihadapkan dengan berbagai macam konten media setiap hari belum tentu memiliki kemampuan melek media.

#### b. Jenis-Jenis Literasi Media

Melihat perkembangannya, mulai dari literasi yang dikenal di era media cetak hingga konsep literasi media baru di era teknologi elektronik dan *cyber* saat ini, muncul beberapa jenis literasi, salah satunya sebagaimana diungkapkan oleh Raffety dalam Iriantara (2009: 7), sebagai berikut: 1) Literasi alfabetis atau literasi berbasis teks, yang terbagi dalam tiga kategori: a) Literasi naratif, kemampuan belajar seseorang untuk membaca, misalnya dalam bentuk prosa. b) Literasi ekspositori, yaitu kemampuan “membaca untuk belajar”, yang berupa perilaku menempatkan, mengolah, menafsirkan bentuk-bentuk konten media, mulai dari visual, audio, maupun audio visual. c) Literasi dokumen, kemampuan “membaca untuk melakukan”, untuk bisa melakukan penafsiran dan penerapan informasi sesuai dengan tujuan tertentu. 2) Literasi

representasional, yaitu suatu kemampuan analisis informasi untuk bisa memahami makna yang terkandung. 3) Literasi perkakas, yaitu kemampuan secara teknis, yaitu terkait penggunaan teknologi dan computer untuk mengetahui pengetahuan tentang apa (deklaratif), bagaimana (prosedural), serta kapan, dimana, mengapa, dan dalam kondisi apa (kondisional).

#### c. Tujuan Literasi Media

Secara umum Buckingham dalam (Turnomo, dkk., 14) membagi tujuan literasi media menjadi tiga bagian, yaitu: 1) Melakukan perbaikan dan meningkatkan kehidupan para individu. Hal ini bisa dilihat dari upaya literasi media untuk menghilangkan efek negatif yang muncul dari tayangan-tayangan televisi bagi konsumennya. 2) Melakukan pengajaran literasi media, misalnya dalam skala kurikulum pendidikan. 3) Menjadikannya sebagai bagian dari aktifisme atau gerakan sosial. Kaitannya dengan literasi media dalam konteks pengajaran, *The Council of Europe Resolution in Media and New Technologies* mengatakan bahwa pemahaman terkait struktur, mekanisme, dan konten media menjadi hal penting untuk diberikan kepada para siswa. Bahkan secara khusus, mengharapkan siswa dapat mengembangkan kapasitas independen sebagai upaya untuk menuangkan sikap kritisnya atas konten media (Rahardjo, dkk., 14-15). Sementara kaitannya dengan literasi media sebagai bagian dari aktifisme atau gerakan sosial, Anderson dalam (Rahardjo, dkk., 15) mengarahkannya pada pemikiran atau perilaku yang telah diberikan

stimulasi isu-isu sosial yang berkembang, seperti kekerasan, materialisme, dan distorsi yang terjadi dalam pemberitaan-pemberitaan di media massa yang kemudian akan mendapat pengaruh dari konten media. Berbeda dengan beberapa pendapat di atas, *The National Leadership Conference a Media Literacy* mengatakan tujuan yang paling dasar dari literasi media adalah sikap otonomi kritis dalam hubungannya dengan semua media, mulai dari tanggung jawab sosial, apresiasi, ekspresi estetika, advokasi sosial, harga diri, hingga kompetensi pengguna.

## 2. Media Baru (*New Media*)

Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa arti “media” adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, media, televisi, film, poster, dan spanduk (Nasrulloh, 2013: 1). Sehingga media berarti sebuah alat (sarana) atau perantara untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Yang dimaksud dengan media siber atau media baru adalah buah atau hasil dari pergeseran dan ketersediaan media yang dulu langka atau sulit untuk dijangkau kemudian kini menjadi mudah, sehingga seringkali disebut media baru.

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Inilah salah satu ciri dalam lingkungan media baru menurut Mc Namus (dalam Severin Tankard, 2005: 4) bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media yang melimpah (Nasrulloh, 2013: 1). Adanya kemudahan teknologi internet yang dapat diakses oleh semua kalangan,

ditambah dengan hampir semua masyarakat telah menggunakan *gadget* (*handphone*) sehingga semakin mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi. Berbeda dengan masa dulu dimana teknologi internet belum seperti sekarang, sehingga informasi yang didapat dari media masih sangatlah terbatas hanya untuk orang-orang tertentu.

a. Era Media *Cyber*

Menurut John Vivian (2008: 262-264) dalam Nasrullah (2014: 13), keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.

Pada media baru, khalayak tidak sekadar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbarui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap peran itu. Manovich (2011) dalam Nasrullah (2014: 14) menegaskan bahwa konsep interaktif itu telah mengaburkan batasan-batasan fisik maupun sosial.

b. Telaah Atas “*cyber*”

Kata *cyber* banyak digunakan untuk menjelaskan realitas media baru. Pengertian *cyberspace* menurut Gibson dalam Nasrullah (2014: 18) adalah sekumpulan data, representasi grafik demi grafik, dan hanya bisa diakses melalui komputer (Bell, 2001: 23). *Cyberspace* digambarkan oleh Gibson jauh sebelum teknologi internet berkembang dan untuk menjelaskan

gambaran “*consensual hallucination*” atau seolah-olah ruang atau <sup>sesuatu</sup> itu ada.

Hubungan antar-individu di dunia virtual atau di ruang siber bukanlah sekedar hubungan yang dikatakan sebagai “*substanceless hallucination*” semata; pada dasarnya hubungan itu terjadi secara nyata, memiliki arti, dan juga bisa berdampak/berlanjut pada kehidupan yang sesungguhnya. Howard Rheingold (1993: 5) dalam Nasrullah (2014: 20) menegaskan bahwa *cyberspace* merupakan ruang konseptual dimana semua kata, hubungan manusia, data, kesejahteraan, dan juga kekuatan dimanifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi CMC atau *Computer Mediated Communication* (komunikasi termediasi komputer).

Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial (*social media*) seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Skype merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, foto, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

### 3. Media Sosial

Yanuar Nugroho dan Sofie Syarief (2012: 70) mengatakan bahwa media sosial dan internet merupakan kemajuan inovasi. Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) mengubah wajah media secara fundamental, dan komunikasi satu arah menjadi komunikasi dua arah. Media sosial

menjadikan penggunaanya terlibat secara aktif dalam menciptakan dan menyebarkan informasi. (Nugroho, 2012: 1)

Media Sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015: 11) . Media sosial digunakan untuk membangun komunitas para penggunaanya dalam berinteraksi dan saling tukar pikiran yang tujuannya untuk membangun hubungan serta loyalitas para penggunaanya. Didalam media sosial pengguna mampu dengan mudah mengunggah atau memperoleh beragam informasi berupa berita, foto, video, maupun audio. Informasi yang disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh pengguna lainnya dengan proses yang singkat dan cepat.

Keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerja sama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem diantara individu atau masyarakat. (Nasrullah, 2015: 10)

Media sosial merupakan salah satu *platform* yang muncul di media siber. Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman

bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana media sosial di dunia virtual.

Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

a. Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Tidak peduli di dunia nyata (*offline*) antar pengguna saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat. (Nasrullah, 2015: 16-17).

b. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial, sebab pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara

sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

Karakter informasi di media sosial bisa dilihat dari dua segi. *Pertama*, media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Dari sisi institusi, media sosial dibangun berdasarkan informasi yang dikodekan yang kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat sampai terakses ke pengguna. Dari sisi pengguna, informasi menjadi landasan pengguna untuk saling berinteraksi dan membentuk masyarakat berjejaring di internet. *Kedua*, informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Setiap orang yang ingin masuk ke media sosial harus menyertakan informasi pribadinya untuk memiliki akun dan akses. Data yang diunggah ini menjadi komoditas yang dari sisi bisnis bisa diperdagangkan. Salah satu alasan terbentuknya jaringan di media sosial adalah adanya kesamaan, seperti asal daerah, kegemaran, dan identitas ;ain yang diunggah oleh pengguna lain. (Nasrullah, 2015: 19-21)

- c. *Arsip (Archive)*
- Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Sebagai bagian dari media baru, yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Dalam kerangka teknologi komunikasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi.



Dengan muncul teknologi komunikasi, ada dua perubahan terhadap arsip, yakni; (1) kemampuan dari setiap pengguna internet untuk mengakses arsip dan melakukan perubahan terhadapnya, serta (2) arsip menjadi lebih berkembang dikarenakan apa yang disebut Appadurai sebagai '*the nature and distributions of its users*'. Arsip di duniamaya tidak hanya dipandang sebagai dokumen resmi semata yang tersimpan. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Pengandaian sederhana yang bisa dibuat dalam konteks ini adalah ketika mengakses media sosial dan memiliki akun di media sosial tersebut, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data. Internet bisa ditempatkan sebagai medium pustaka digital dan komputer atau perangkat lainnya, menjadi semacam portal untuk mengakses arsip-arsip yang tersimpan di ribuan bahkan jutaan komputer lainnya. (Nasrullah, 2015: 22-23)

d. Interaksi (*Interactivity*)

Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Dalam konteks ini, David Holmes (2005) menyatakan bahwa dalam media lama pengguna atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu sama lain, sementara di media baru pengguna bisa berinteraksi baik diantara pengguna itu sendiri maupun dengan produser

konten media. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda suka (jempol/like).

Mengutip pernyataan Steven Graham (2004), Gane dan Beer menyatakan bahwa interaksi merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi. Kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi semacam “*digital technologies have become integral parts of our everyday lives*”. Perangkat teknologi telah meremediasi ke dalam ruang dan waktu, tempat kerja dan rumah, sampai pada segala sisi kehidupan yang khalayak sendiri terkadang tidak bisa lagi secara sadar membedakan mana kehidupan nyata (*offline*) dan mana yang tidak (*online*) (Gane & Beer, 2008: 89 dalam Nasrullah, 2015: 27)

Dalam *The Language of New Media*, Lev Manovich (2001) bahkan menyatakan dua tipologi untuk mendekati kata interaksi dalam perspektif media baru, yakni tipe terbuka (*open*) dan tipe tertutup (*closed*). Dalam tipe terbuka, pengguna memiliki kebebasan menentukan bagaimana jaringan ini akan dibentuk dan bagaimana interaksi itu terjadi. Sementara dalam tipe tertutup, khalayak disodorkan pilihan-pilihan selayaknya jalan yang setiap belokan akan membawa pada arah yang berbeda. Kondisi ini menempatkan khalayak ketika mengakses media baru untuk memilih

secara bebas pilihan-pilihan yang diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan.

Dua tipe yang disodorkan Manovich dalam melihat kata interaksi ini terjaid di media sosial. Khalayak memiliki kebebasan dalam membentuk jaringan dan medium memberikan sarana kepada khalayak oengguna untuk saling berinteraksi. (Nasrullah, 2015: 27)

e. Simulasi (*Simulation*) Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imajinasi yang disajikan media secara terus menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah-olah berada diantara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas. Perangkat di media sosial memungkinkan siapapun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya karena di media sosial, identitas menjadi cair dan bisa berubah-ubah. Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri. Realitas media merupakan hasil proses simulasi, dimana representasi yang ada di media telah di produksi dan di reproduksi oleh media menjadi realitas tersendiri. (Nasrullah, 2015: 29)

f. Konten oleh pengguna UGC (*User Generated Content*)

UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Media baru, termasuk media sosial menawarkan perangkat atau alat teknologi baru yang memungkinkan khalayak untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan dan menyirkulasi ulang konten media. (Jenkins, 2002)

Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut Jordan sebagai '*their own individualized place*' tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain. (Nasrullah, 2015: 32)

g. Penyebaran (*Sharing*)

Praktik ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis. *Pertama*, melalui konten. Konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Konten di media sosial yang disebarluaskan tersebut juga memungkinkan untuk berkembang dengan tambahan data, revisi informasi, komentar, sampai pada opini menyetujui atau tidak. *Kedua*, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten. Mulai dari media berita *online*, situs perusahaan, sampai pada media pendidikan di internet.

Penyebaran ini tidak terbatas pada penyediaan teknologi semata, tetapi juga menjadi semacam budaya yang ada di media sosial. Praktiknya ada semacam kesadaran bahwa konten yang disebar itu patut atau layak diketahui oleh pengguna lain.

#### 4. Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang memiliki fungsi khusus dalam hal mengelola foto dengan membagikannya ke publik. Kata Instagram berasal dari dua kata yaitu *Insta* dan *Gram*. Kata *Insta* merupakan permulaan dari kata “instan”. Penggunaan kata instan terinspirasi dari foto jaman dulu yang biasa dikenal dengan kamera polaroid. Sama halnya dengan kamera tersebut, aplikasi instagram juga bisa menghasilkan dan mengelola foto secara cepat dan instan. Kata *Gram* sendiri merupakan pengambilan kata dari “telegram” yang mana alat ini memiliki fungsi sebagai perangkat pengirim informasi yang cepat. Dengan kombinasi kata “*Insta*” dan “*Gram*” maka terbentuklah sebutan instagram yang memiliki fungsi untuk mengupload setiap foto yang dihasilkan. (Putri, 2013:14)

Instagram menjadi salah satu media sosial yang menjadi populer karena mempunyai karakteristik dan keunikannya tersendiri, yakni hanya berisi aliran karya fotografi dari para penggunanya. Fitur utamanya mirip dengan Twitter, mulai dari penggunaan istilah “pengikut” untuk akun yang saling terhubung satu sama lain, sampai ke fitur @mention dan #hashtag. Meskipun di Twitter sudah menempatkan fitur berbagi foto dengan fokus

utama dalam pengembangan produk, instagram tetap paling unggul di *platform* fotografi berjejaring.

Penggunaan media sosial instagram dapat dilihat dengan pemilihan penggunaan pada fitur-fitur yang tersedia, karena tiap fitur memiliki fungsi yang berbeda-beda. Adapun fitur-fitur instagram adalah:

a. Pengikut (*followers*)

Melalui fitur *followers* penyebaran informasi dari sebuah akun menjadi lebih mudah, komunikasi antar pengguna juga dapat terjalin dengan baik. Orang yang telah mengikuti sebuah akun, unggahan yang terdapat pada akun tersebut akan masuk ke beranda yang mengikuti, sehingga dengan melihat foto yang bagus akan menginspirasi dan menantang untuk menghasilkan karya yang bagus. (Bambang, 2012: 63)

Pengikut juga menjadi salah satu unsur penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

b. Unggahan Foto (*Photo Upload*)

Fitur utama dari instagram adalah unggah foto dan video. Untuk mengunggah foto, pengguna instagram dapat mengambil foto melalui kamera ponsel ataupun foto yang sudah ada didalam galeri ponsel. (Bambang, 2012: 42)

c. Judul Foto (*Caption*)

Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran

para pengguna. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori. Tidak ada aturan baku dalam membuat judul foto, namun pada umumnya *caption* lebih bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan dalam foto tersebut. (Bambang, 2010: 52)

d. Arroba

Seperti Twitter dan Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun instagram dari pengguna tersebut. Fitur ini memanggil pengguna lain yang dapat diterapkan pada *caption* maupun dikolom komentar dengan menggunakan tanda arroba (@). (Bambang, 2012: 64)

e. Pagar (*hashtag*)

Hastag atau disimbolkan dengan (#) adalah label yang diberi awalan (#) yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan “kata kunci”. Bila para pengguna memberikan hastag pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah ditemukan. Hastag itu sendiri dapat digunakan di segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat pengambilan foto tersebut, atau untuk memberitakan sebuah acara. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkan hastag sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Kalangan penggiat

internet di Indonesia menerjemahkan *hashtag* menjadi tagar yang merupakan singkatan dari tanda pagar. (Bambang, 2012: 64)

f. Tanda Suka

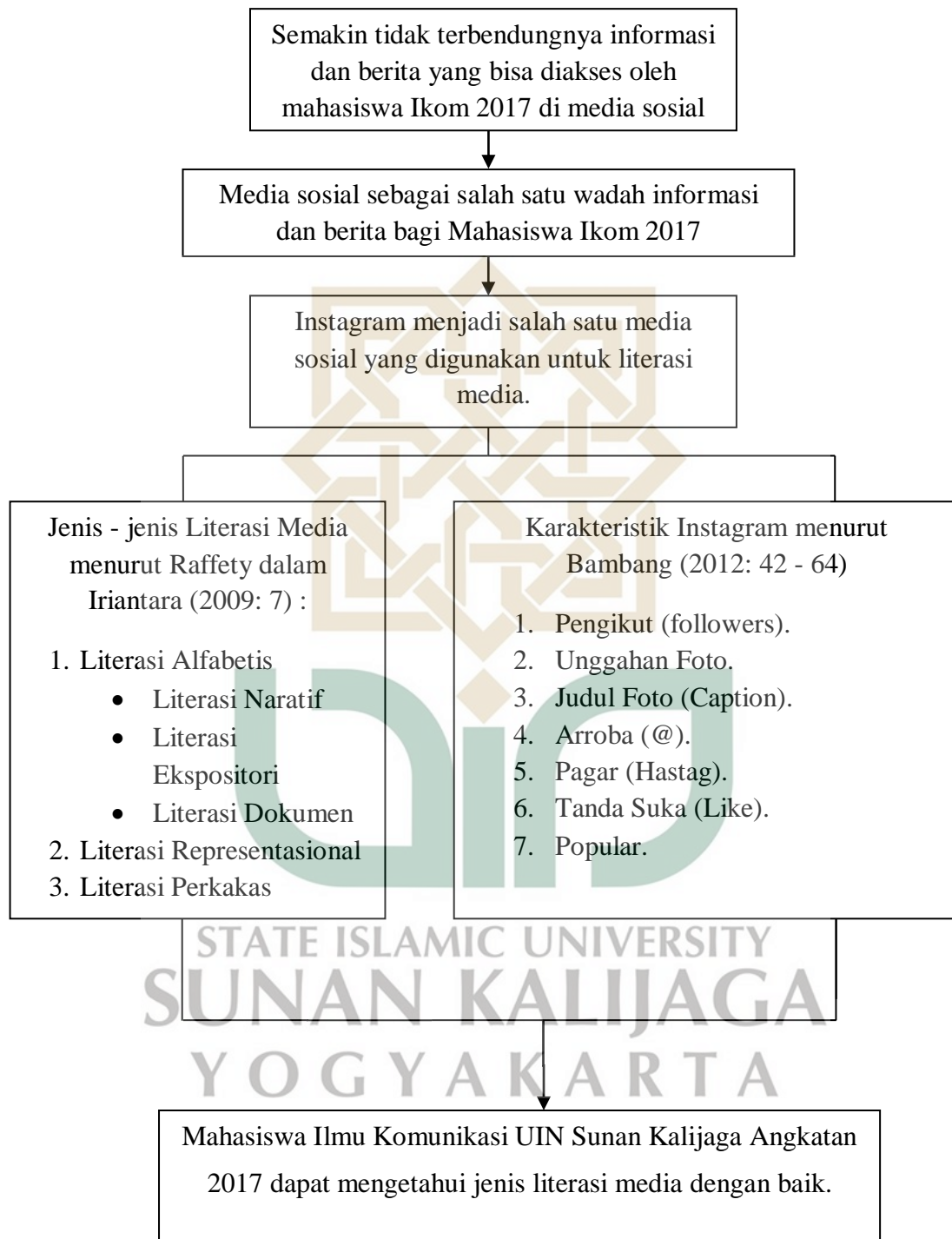
Instagram juga memiliki fitur tanda suka yang fungsinya sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto didalam instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Memberikan tanda suka pada foto yang disukai dilakukan dengan dua cara, yaitu menekan tanda *like* di kiri bawah foto sebelah tanda komentar dan dengan mengetuk dua kali (*double tap*) pada foto yang disukai. (Bambang, 2012: 63)

g. Popular

Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu. Maka secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak. (Bambang, 2012



## G. Kerangka Berfikir



(Sumber: Olahan Penelitian)

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif karena bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak menggunakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2009: 56-57).

Penelitian ini juga bersifat deskriptif, yakni data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2014: 11). Penulisan laporan yang dilakukan adalah peneliti menganalisis data secara mendalam kemudian disederhanakan ke dalam data yang ringkas sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian atau seseorang yang mengenainya. Subjek penelitian itu dapat diamati melalui dua cara. *Pertama*, peneliti melakukan pengamatan secara diam-diam sehingga subjek tidak menyadari kalau sedang diteliti. *Kedua*,

peneliti melakukan pengamatan langsung dengan cara memberitahukan kehadiran dan tujuannya kepada subjek penelitian. (Soeprapto, 2011: 10) Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2017.

Objek penelitian adalah masalah yang ingin diteliti atau suatu masalah yang dipecahkan atau dibatasi melalui penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah bagaimana literasi media mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan humaniora universitas islam negeri sunan kalijaga yogyakarta angkatan 2017.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Beragamnya data yang akan peneliti kumpulkan, sehingga untuk mempermudah penelitian, data akan dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer akan diperoleh dari hasil observasi yang akan peneliti lakukan dan dokumentasi dari pengguna media sosial instagram, sedangkan data sekunder akan diperoleh melalui wawancara dengan subjek penelitian.

Metode-metode pengumpulan data yang akan dilakukan sebagai berikut:

#### a. Observasi

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung -tanpa mediator- sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut (Kriyantono,

2009: 108).

b. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara (Bungin, 2007: 108).

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dapat mendukung metode wawancara dan observasi.

Dokumentasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah kegiatan pengguna instagram ketika sedang membaca unggahan/kiriman yang terdapat di instagram.

4. Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat dari sumbernya atau informan pertama. Sedangkan data sekunder adalah data untuk mendukung informasi primer baik melalui dokumen maupun observasi langsung ke lapangan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Menentukan data primer diperlukan informan untuk diwawancarai. Informan adalah orang-orang yang mempunyai hubungan

terhadap penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan untuk diwawancarai adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. data sekunder berupa dokumen yang digunakan untuk mendukung data dari informasi informan.

#### 5. Teknik Analisis Data

Data-data yang telah diperoleh peneliti, selanjutnya akan dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman Punch (dalam Pawito, 2007: 104), yang menyebutkan bahwa teknik ini terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

##### a. Reduksi data (*data reduction*), yang mempunyai tiga tahap.

1) Tahap pertama yaitu editing, pengelompokan dan meringkas data.

2) Tahap kedua yaitu penyusunan catatan-catatan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan unit analisis, sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema dan pola-pola data.

3) Tahap ketiga yaitu konseptualisasi tema-tema dan pola-pola data.

##### b. Penyajian data (*data display*), yaitu pengorganisasian data dengan menjalin atau mengaitkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain, sehingga seluruh data dapat dianalisis

dalam sebuah kesatuan.

- c. Penarikan atau pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*), yaitu pengimplementasian prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari data *display* yang telah disusun.

## 6. Keabsahan Data

Salah satu cara paling penting dan mudah dalam menguji keabsahan data hasil penelitian adalah dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu. (Sugiyono, 2011: 274)

### a. Triangulasi sumber

Yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. (Sugiyono, 2011: 274)

### b. Triangulasi teknik

Yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya data yang didapat dengan wawancara kemudian di cek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner. (Sugiyono, 2011: 275)

Pada penelitian ini, proses untuk menguji kredibilitas data tentang identitas didalam media sosial khususnya Instagram, peneliti

menggunakan triangulasi sumber. Dimana sumber yang didapat berasal dari wawancara pengguna media sosial, pengamat media, dokumentasi, maupun observasi.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan laporan penelitian sebagai berikut:

Penelitian mengerucut pada pemahaman Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta terhadap jenis literasi media yang ada di Instagram. Peneliti menggunakan metode deskriptif-kualitatif untuk menilai sejauh mana pemahaman Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tentang jenis literasi media yang terdiri dari literasi alfabetis, literasi representasional, dan literasi perkakas dengan karakteristik Instagram.

*Pertama*, jenis literasi alfabetis atau literasi berbasis teks yang terdiri dari naratif, ekspositori, dan dokumen dengan karakteristik Instagram. Seperti hasil penelitian yang didasarkan pada wawancara terhadap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, bahwa mereka mengetahui pentingnya pemahaman jenis literasi media yang berupa literasi alfabetis naratif, ekspositori, dan dokumen di Instagram.

*Kedua*, dengan kriteria informan yang sesuai dengan keinginan peneliti. Peneliti telah mendapatkan hasil bahwa, jenis literasi



representasional berkaitan dengan karakteristik Instagram yang terdiri dari pengikut (follower), unggahan foto, judul foto (caption), arroba (@), pagar (hastag), tanda suka (like), popular. Seperti hasil penelitian yang didasarkan pada wawancara terhadap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, bahwa ada pemahaman tentang pentingnya jenis literasi media di Instagram.

*Ketiga*, jenis literasi perkakas dengan karakteristik Instagram yang terdiri dari pengikut (follower), unggahan foto, judul foto (caption), arroba (@), pagar (hastag), tanda suka (like), popular. Seperti hasil penelitian yang didasarkan pada wawancara terhadap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, bahwa ada pemahaman tentang pentingnya jenis literasi media di Instagram.

## **B. Saran**

Hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti tentang literasi media berdasarkan karakteristik Instagram pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta peneliti memiliki saran untuk beberapa pihak terkait sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi 2017 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Alangkah lebih baiknya untuk lebih peka dan melek terhadap

perkembangan jaman saat ini agar dapat mengakses, memilah dan mengklasifikasikan berita yang ada di media sosial

2. Bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Penelitian ini juga diharapkan bisa digunakan sebagai pertimbangan oleh mahasiswa yang sedang menimba ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora bagaimana literasi media dapat diaplikasikan dalam kehidupan bersosial di lingkungan masyarakat.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya.

Untuk peneliti selanjutnya untuk lebih lengkapnya dapat menggunakan juga penelitian jenis kuantitatif agar dapat dengan akurat diketahui literasi media berdasarkan karakteristik yang ada di media sosial Instagram.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Apriadi, Tamburaka. 2013, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media .

Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.

Iriantara, Yosol. 2009. *Literasi Media: Apa, Mengapa, dan Bagaimana*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media

Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi. Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Moleong, Lexi. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Ruli. 2015. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Nugroho, Yanuar dan Sofie Shinta Syarief, 2012, *Melampaui Aktivisme Click? Media Baru dan Proses Politik dalam Indonesia Kontemporer*. Jakarta : Fresmedia Asia.

Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LkiS.

Putri, Eryta Ayu, 2013. *Aplikasi Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop ( Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop)*. Surabaya: UPN Jawa Timur.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suprpto. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Agromedia Pustaka.

Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta Kencana.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa* (Edisi Kedelapan). Jakarta: Kencana

Skripsi :

Mutmainah, Anna. 2017 *Tingkat Literasi Media Mahasiswa Komunikasi Surakarta Tentang Pemberitaan Kopi Beracun Sianida di TV One (Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi UNS, UMS, dan IAIN Surakarta)* Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta Fakultas Ushuluddin dan Dakwah,

Yunitasari, Dewi. 2013 *Hubungan Tingkat Literasi Media Televisi Terhadap Pemilihan Program Indonesia Lawyer Club (Kasus pada Mahasiswa Universitas Andalas Padang)* Padang : Universitas Andalas Padang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Jurnal ;

Sejati, Arum. 2016 *Literasi Media Remaja (Studi Deskriptif Kualitatif Literasi Media Dalam Menonton Tayangan Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala Di SCTV Oleh Remaja Heavy Viewer Di SMA Colomadu Kabupaten Karanganyar)* Surakarta : Universitas Sebelas Maret Surakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,

Internet :

<http://nasional.kompas.com/read/2017/08/27/11094011/terkait-kasus-saracen-polisi-diminta-tetap-periksa-eggi-sudjana> , yang di akses pada tanggal 02 September 2017, pukul 19.33

[http://www.kompasiana.com/ibar-alaqsha/hoax-sebuah-fenomena\\_5883da21f57e613c0dd0139c](http://www.kompasiana.com/ibar-alaqsha/hoax-sebuah-fenomena_5883da21f57e613c0dd0139c) . , yang di akses pada tanggal 02 September 2017, pukul 20.45

<http://bellarizky123.blogspot.co.id/> , yang di akses pada tanggal 22 Oktober 2019, pukul 23.00

<https://arenalte.com/berita/industri/pengguna-instagram-500-juta/> , yang di akses pada tanggal 22 Oktober 2019, pukul 23.45

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### JENIS LITERASI MEDIA DI INSTAGRAM

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan  
2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan  
Kalijaga Yogyakarta)

Oleh : Guntur Wahyu Septiansyah

#### 1. Interview Guide

##### Jenis-jenis Literasi Media

##### **A. Literasi Alfabetis atau literasi berbasis teks.**

1. Apakah yang anda ketahui tentang literasi alfabetis ini ? Jelaskan dan berikan contohnya !
2. Literasi alfabetis ini dibagi menjadi 3, yaitu : Naratif, ekspositori dan dokumen. Dapatkah anda menjelaskan ketiganya disertai contoh ?
3. Sejauhmanakah anda menerapkan literasi alfabetis ini ?

##### **B. Literasi Representasional.**

1. Apakah yang anda ketahui tentang literasi representasional ini ? Jelaskan dan berikan contohnya !
2. Bagaimanakah anda bisa mengklasifikasikan bahwa berita yang ada di instagram tersebut masuk katagori literasi representasional ? Jelaskan !
3. Sejauhmanakah anda menerapkan literasi representasional ini ?

##### **C. Literasi Perkakas.**

1. Apakah yang anda ketahui tentang literasi perkakas ini ? Jelaskan dan berikan contohnya !

2. Se jauh mana anda dapat memberikan pendapat dan keterangan bahwa berita yang ada di instagram bisa dikategorikan sebagai literasi perkakas ? Jelaskan dan berikan contohnya !
3. Se jauhmanakah anda menerapkan literasi perkakas ini ?

### **Karakteristik Instagram**

#### **A. Pengikut (followers)**

1. Se jauhmanakah hubungan dan keterkaitan antara karakteristik ini dengan jenis literasi media alfabetis, representasional dan dokumen ? Jelaskan !
2. Apabila anda melihat berita yang tertera di beranda instagram, dapatkah anda memberikan contoh bahwa berita tersebut berkaitan dengan karakteristik ini ?

#### **B. Unggahan Foto**

1. Se jauhmanakah hubungan dan keterkaitan antara karakteristik ini dengan jenis literasi media alfabetis, representasional dan dokumen ? Jelaskan !
2. Apabila anda melihat berita yang tertera di beranda instagram, dapatkah anda memberikan contoh bahwa berita tersebut berkaitan dengan karakteristik ini ?

#### **C. Judul Foto (caption)**

1. Se jauhmanakah hubungan dan keterkaitan antara karakteristik ini dengan jenis literasi media alfabetis, representasional dan dokumen ? Jelaskan !
2. Apabila anda melihat berita yang tertera di beranda instagram, dapatkah anda memberikan contoh bahwa berita tersebut berkaitan dengan karakteristik ini ?

#### **D. Arroba (@)**

1. Se jauhmanakah hubungan dan keterkaitan antara karakteristik ini dengan jenis literasi media alfabetis, representasional dan dokumen ? Jelaskan !
2. Apabila anda melihat berita yang tertera di beranda instagram, dapatkah anda memberikan contoh bahwa berita tersebut berkaitan dengan karakteristik ini ?

#### **E. Pagar (hashtag)**

1. Sejuahmanakah hubungan dan keterkaitan antara karakteristik ini dengan jenis literasi media alfabetis, representasional dan dokumen ? Jelaskan !
2. Apabila anda melihat berita yang tertera di beranda instagram, dapatkah anda memberikan contoh bahwa berita tersebut berkaitan dengan karakteristik ini ?

**F. Tanda Suka (like)**

1. Sejuahmanakah hubungan dan keterkaitan antara karakteristik ini dengan jenis literasi media alfabetis, representasional dan dokumen ? Jelaskan !
2. Apabila anda melihat berita yang tertera di beranda instagram, dapatkah anda memberikan contoh bahwa berita tersebut berkaitan dengan karakteristik ini ?

**G. Popular**

1. Sejuahmanakah hubungan dan keterkaitan antara karakteristik ini dengan jenis literasi media alfabetis, representasional dan dokumen ? Jelaskan !
2. Apabila anda melihat berita yang tertera di beranda instagram, dapatkah anda memberikan contoh bahwa berita tersebut berkaitan dengan karakteristik ini ?



## 2. Lampiran Foto



Jenis literasi alfabetis naratif tidak bisa dihubungkan dengan karakteristik instagram yang berupa unggahan foto



Jenis literasi alfabetis naratif bisa dihubungkan dengan karakteristik instagram yang berupa pagar (hashtag)



Jenis katagori literasi alfabetis yang kedua adalah ekspositori yang bisa dihubungkan dengan karakteristik instagram berupa pengikut (followers)



Jenis literasi alfabetis ekspositori bisa dihubungkan dengan karakteristik instagram yang berupa unggahan foto

BMKG ShakeMap - South of Bali, Indonesia  
JUL 16, 2019 07:18:35 WIB, M 5.8, 9.06 S 114.503 E, Kodrom=104km

**Magnitude 6.0**

|                 | Not felt | Weak | Light | Moderate | Strong | Very strong | Severe | Violent | Extreme |
|-----------------|----------|------|-------|----------|--------|-------------|--------|---------|---------|
| PEAK ACCL (g)   | <0.05    | 0.3  | 2.0   | 6.2      | 12     | 22          | 40     | 75      | >120    |
| PEAK VEL (cm/s) | <0.02    | 0.1  | 1.4   | 4.7      | 8.8    | 20          | 41     | 88      | >178    |
| Intensity       | I        | II   | III   | IV       | V      | VI          | VII    | VIII    | IX      |

**TIDAK BERPOTENSI TSUNAMI**

infoBMKG | www.bmkg.go.id



19.791 suka

infobmkg \*GEMPABUMI TEKTONIK M6,0  
MENGGUNCANG KABUPATEN JEMBRANA, TIDAK  
BERPOTENSI TSUNAMI\*

Selasa, 16 Juli 2019, pukul 07.18.35 WIB, wilayah  
Samudera Hindia Selatan Bali-Nusa Tenggara

Jenis katagori literasi alfabetis yang ketiga adalah dokumen yang bisa  
dihubungkan dengan karakteristik instagram berupa pengikut (followers)

## CURRICULUM VITAE

### Informasi Pribadi

Nama : Guntur Wahyu Septiansyah  
Tempat / Tanggal Lahir : Sukabumi, 12 September 1991  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Status : Belum Menikah  
Agama : Islam  
Kebangsaan : Indonesia  
Alamat (Yogya) : Bangmalang RT. 06 Dsn. Cepit Gg. Tulip Raya  
No.1 Kec. Sewon Pendowoharjo-Bantul-DIY  
No. Telp : 087834341717  
Email : [septianz.32@gmail.com](mailto:septianz.32@gmail.com)  
Instagram : @gw\_septa

### Pendidikan

- TK Trisula Sukabumi : 1997 - 1998
- SD Negeri IR. H. Juanda Sukabumi : 1998 – 2004
- SMP Negeri 1 Sukabumi : 2004 - 2005
- Ponpes Gontor Ponorogo : 2005 - 2011
- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta : 2012 – 2019