

**Tingkat Literasi Media Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta**



Oleh:  
**Mestika Dewi Tambunan**  
NIM: 18200010001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**Tesis**

Diajukan Kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar *Master of Arts* Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi

**YOGYAKARTA**  
**2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mestika Dewi Tambunan

NIM : 18200010001

Jenjang : Magister

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil Penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta,  
Saya yang menyatakan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000 METERAI TEMPEL' and '045DAAJX573595899'.

Mestika Dewi Tambunan, S.Sos.  
NIM: 18200010001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mestika Dewi Tambunan  
NIM : 18200010001  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies  
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta,  
Saya yang menyatakan



Mestika Dewi Tambunan, S.Sos.  
NIM: 18200010001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

**Tingkat Literasi Media Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta**

Yang ditulis oleh :

Nama : Mestika Dewi Tambunan S.Sos  
NIM : 18200010001  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies  
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 1 Juli 2021  
Pembimbing



Dr. Anis Masruri, S. Ag., S.IP., M.Si



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-139/Un.02/DPPs/PP.00.9/02/2022

Tugas Akhir dengan judul : Tingkat Literasi Media Penggunaan Twitter Berbasis Individual Competence Framework Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MESTIKA DEWI TAMBUNAN, S.Sos  
Nomor Induk Mahasiswa : 18200010001  
Telah diujikan pada : Jumat, 04 Februari 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Ahmad Fauzi, M.S.I  
SIGNED

Valid ID: 630d7f9f20f2



Penguji II

Dr. Anis Masruri, S.Ag., S.S., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 630eae9459597



Penguji III

Dr. Sri Rohyanti Zulaikha, S.Ag., SS., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 630e8d93a6818



Yogyakarta, 04 Februari 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 630ec5c793a67

## **MOTTO**

“Setiap Aku Malas Belajar, Aku Tersadar Bahwa Kelak Anak- Anaku, Berhak  
di Lahirankan dari Rahim Seorang Ibu yang Cerdas”



## **PERSEMBAHAN**

Tesis ini saya persembahkan untuk Almamater tercinta

:

Program Magister

Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies*

Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi



## ABSTRAK

Tambunan, Mestika Dewi. 2021. “**Tingkat Literasi Media Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**”.

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui Tingkat Literasi Media Pada Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* berdasarkan *technical Skill*, *Critical Understanding* dan *Communicative Abilities*. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan jenis metode penelitian survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Jumlah populasi yang ada pada penelitian ini relatif kecil, oleh karena itu semua mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memiliki akun *twitter* dijadikan sampel yang berjumlah 101 orang. Penyebaran angket secara online dilakukan kepada mahasiswa program studi dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2016-2019. Metode analisis yang digunakan yaitu statistik deskriptif. Pengukuran literasi media dalam penelitian ini menggunakan *Individual competences Framework*. Dalam *Individual competences Framework* terdapat dua klasifikasi dalam mengukur literasi media, diantaranya adalah *individual competences* dan *social competences*. Pada *individual competences* terbagi menjadi *Technical Skills* dan *Critical Understanding*. Kemudian pada *Social Competences* terdiri dari *Communicative Abilities*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi media Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tentang penggunaan *twitter* pada *technical Skill*, nilai rata-rata adalah 32 (60%) dan berada pada tingkat Sedang. *Critical Understanding*, memiliki nilai rata-rata 119 dengan persentase 64% dan berada pada taraf sedang. Sedangkan *Social Competences*, memiliki rata-rata 44 dengan persentase 56% dan berada di tahap sedang. Berdasarkan hasil penelitian tersebut tingkat literasi media Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tentang penggunaan *twitter* berbasis *Individual competence framework* berada pada taraf sedang, yaitu pada nilai 209- 250 dengan skor 57% atau 57 responden dari total sampel keseluruhan yaitu sejumlah 101 responden.

Kata Kunci: *Individual competences*, *Social Competences*, Literasi Media dan sosial media- *twitter*.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan tesis berjudul “Tingkat Literasi Media Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat kelengkapan studi untuk menyelesaikan Program Magister Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan Tesis ini, penulis mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini pertama sekali penulis mengucapkan terima kasih secara khusus penulis tuturkan kepada :

1. Prof. Dr.Phil. Al Makin, S.Ag., M.A selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Dr. Nina Mariani Noor, S.S., M.A., Rof’ah, S.Ag., selaku Ketua Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
4. Rof’ah, S.Ag., BSW., M.A., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama proses perkuliahan;
5. Dr. Anis Masruri, S. Ag., S.IP., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kritik dan saran terhadap penulisan tesis;
6. Seluruh Dosen Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah tulus memberikan pengajaran kepada penulis selama menyelesaikan pendidikan;
7. Staff Akademik Bagian Tata Usaha Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, terkhususnya Prof. Jatno, Mba Intan dan Ibu Tri yang telah banyak membantu penulis selama menyelesaikan pendidikan;

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna.Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dalam membantu menyempurnakan tesis ini.Semoga tesis ini dapat bermanfaat

bagi semua orang yang membaca dan dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan bidang keilmuan.

Yogyakarta, November 2021

Peneliti



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTARGAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Kerangka Berpikir.....	15
1. Literasi Media.....	15
a. Pengertian Literasi Media.....	15
b. Proses Dalam Literasi Media.....	18
2. <i>Individual competence Framework</i> .....	21
3. Kemampuan Tingkat Literasi Media.....	26
4. Media Sosial.....	41
a. Pengertian Media Sosial.....	41
b. Fungsi Media Sosial.....	43
5. <i>Twitter</i> .....	44
6. Kerangka Konseptual.....	46
G. Metode Penelitian.....	47
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	47
a. Jenis Data.....	48
b. Populasi dan Sampel.....	48
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3. Instrumen Penelitian.....	51
4. Teknik Pengumpulan Data.....	52
a. Angket.....	52
b. Kajian Dokumen.....	54
c. Observasi.....	54
5. Uji Instrumen.....	54
a. Uji Validitas.....	55

b. Uji Reabilitas .....	56
6. Teknik Analisis Data .....	57
H. Waktu dan Tempat Penelitian .....	57
<b>BAB II Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....</b>	<b>59</b>
A. Sejarah UIN Sunan Kalijaga .....	59
1. Visi, Misi dan Tujuan .....	61
a. Visi .....	61
b. Misi.....	61
c. Tujuan.....	61
B. Sejarah Fak. Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga .	62
1. Visi, Misi dan Tujuan .....	63
a. Visi.....	63
b. Misi.....	63
c. Tujuan .....	63
C. Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga .....	64
1. Visi dan Misi .....	66
a. Visi .....	66
b. Misi.....	67
2. Struktur Organisasi .....	67
D. Profil Lulusan Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga .....	68
1. Prestasi dan Kegiatan Prodi Ilmu Komunikasi.....	69
E. Penggunaan akun Twitter pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.....	72
<b>BAB III Hasil dan Analisis Data.....</b>	<b>78</b>
A. Deskripsi Responden .....	78
B. Deskripsi Data Penelitian.....	81
C. Tingkat Literasi Media Penggunaan <i>Twitter</i> .....	87
1. Analisis <i>Personal Competence</i> .....	87
a. <i>Technical Skill</i> .....	88
b. <i>Critical Understanding</i> .....	92
2. Analisis Sosial <i>Competence</i> .....	97
a. <i>Communicative Abilities</i> .....	98
D. Interpretasi Hasil Analisis Data .....	103
E. Uji Instrumen .....	109
1. Uji Validitas .....	109
2. Uji Reabilitas .....	111
<b>BAB VI Kesimpulan dan Saran.....</b>	<b>113</b>
A. Kesimpulan .....	113
B. Saran .....	114
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.6	Instrumen Penelitian,51
Table 1.7	Skala <i>Lichert</i> , 55
Tabel 2.1	Profil Lulusan Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,68
Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,78
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,80
Tabel3.3	Statistik Deskriptif Tingkat Literasi Media Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,81
Tabel 3.4	Distribusi Frekuensi Tingkat Literasi Media Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,83
Tabel 3.5	Skor Level Tingkat Literasi Media Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,84
Tabel 3.6	Jumlah Persentase Jawaban Angket Responden Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,86
Tabel 3.7	Hasil Perhitungan Rata-rata Komponen Tingkat Literasi Media Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,87
Tabel 3.8	Statistik Deskriptif Tingkat Literasi Media Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,88
Tabel 3.9	Tingkat Literasi Berdasarkan <i>Technical Skill</i> Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,90
Tabel 3.10	Skor Komponen <i>Technicall Skill</i> Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,91
Tabel 3.11	Statistik Deskriptif Tingkat Literasi Media Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,93
Tabel 3.12	Tingkat Literasi Mahasiswa Berdasarkan <i>Critical Understanding</i> Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,94
Tabel 3.13	Statistik Deskriptif Tingkat Literasi Media Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,98

- Tabel 3.14 Tingkat Literasi Berdasarkan *Communicative Abilities* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,100
- Tabel 3.15 Skor Komponen *Communicative Abilities* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,100
- Tabel 3.16 Hasil Uji Validitas Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,110
- Tabel 3.17 Hasil Uji Perhitungan Realibitas *Technical Skill* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,111
- Tabel 3.18 Hasil Uji Perhitungan Realibitas *Critical Understanding* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,111
- Tabel 3.19 Hasil Uji Perhitungan Realibitas *Communicative Abilities* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,112



## DAFTAR GRAFIK/ GAMBAR

- Grafik 3.1 Responden Berdasarkan Tahun Angkatan Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 79
- Grafik 3.2 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 80
- Grafik 3.3 Histogram Tingkat Literasi Penggunaan *Twitter* pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 84
- Grafik 3.4 Histogram Persentase Skor Jawaban Responden, 86

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Penyebaran berita dari media konvensional di media internet memiliki kelebihan dan kekurangan. Aspek positif yang jelas adalah bahwa semua jenis informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah. Namun sisi negatifnya terlihat ketika struktur di atas digunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab yang membuat dan menyebarkan berita bohong ( *hoax*) dengan motivasi yang berbeda-beda, seperti orang-orang *netizen* (komunitas pengguna internet) <sup>1</sup>. Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2016, 800.000 situs *hoax* tersebar luas dan 76% bermotif politik dan rasial <sup>2</sup>.

Salah satu dampak negatif yang terjadi di masyarakat adalah kasus penyebaran berita palsu. Kominfo telah mengumumkan kasus penyebaran berita palsu yang paling berdampak pada tahun 2018, seperti: kasus Ratna Sarumpaet, gempa susulan palu, penculikan anak, konspirasi imunisasi dan vaksin, rekaman *black box Lion Air JT610*, dan sebagainya<sup>3</sup>. Dari beberapa kasus tersebut, memungkinkan bahwa kondisi saat ini, masyarakat Indonesia belum memiliki kemampuan literasi media yang cukup tinggi.

---

<sup>1</sup> Calvin Palti Junjungan Sinaga dan Jessica Yonatia, “Kampanye Penanganan Hoax Melalui Aplikasi Perangkat,” Jurnal Desain Seret Rupa, Juli 2018, vol. 2, tidak. 2:119-129, (diakses 22 Oktober 2019)

<sup>2</sup> Kominfo.go.id, Situs Penyebar Hoax, [https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-site-spread-hoax-di-indonesia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-site-spread-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media) (diakses 22 Oktober 2019)

<sup>3</sup> Kominfo.go.id, Hoax Twitter, <https://kominfo.go.id/search?search=hoax+twitter& token=UhTT49n5OExnQw1ByXmEJXz8q0dcDXIJyXSIt15a> (accessed Oct 22, 2019)



Literasi tidak hanya terbatas pada orang membaca dan menulis mengingat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat. Wajar jika pemahaman tentang literasi berubah dan akan terus berubah. Literasi dapat didefinisikan sebagai kemampuan orang untuk mencari, mencari, dan menggunakan informasi dari berbagai sumber dan media untuk memenuhi kebutuhan mereka dan mengisi kesenjangan pengetahuan yang dimiliki orang<sup>4</sup>. Mengingat berbagai sumber informasi, tidak semuanya memiliki kredibilitas yang tinggi, dan penyebaran informasi tidak lepas dari media yang menyimpan informasi tersebut. Pesan Komunikasi Massa<sup>5</sup>. Selain itu, konsep literasi media lebih kompleks daripada konsep literasi; karena menunjukkan berbagai konsep lain yaitu: konsep media pendidikan, berpikir kritis dan kegiatan pengolahan informasi<sup>6</sup>.

Sebelum merancang media pembelajaran, perlu dipahami tingkat literasi media khalayak agar dapat memahami betapa pentingnya literasi media bagi khalayak. Dan untuk mengukur tingkat literasi media seseorang dapat digunakan berdasarkan indikator dalam Kerangka *Individual competence framework* (Kerangka kompetensi)<sup>7</sup>.

Sebuah lembaga riset Eropa bernama *European Commission* pernah mengukur tingkat literasi media di negara-negara Eropa menggunakan

---

<sup>4</sup>Ridha Mawadha, Masrul dan Hasriani Amin, Analisis Keterampilan Literasi Media Sosial Instagram pada Remaja (Universitas Halu Oleo: FISIP, 2018), 2

<sup>5</sup>Joseph A. Devito, Esensi Komunikasi Manusia, Edisi Keenam (Boston, Pearson Education, Inc., 2008), 4

<sup>6</sup>James W. Potter, Literasi Media edisi ke-4 (Thousand Oaks: Sage Publications. 2008), 8

<sup>7</sup>Rebecca Purba, Tingkat Literasi Media pada Mahasiswa: Studi Deskriptif Pengukuran Tingkat Literasi Media berbasis Individual Frame Work pada Mahasiswa USU ( Medan: USU Press, 2010), 2

*Individual Competence Framework*. *individual competence* meliputi kemampuan teknik (*use skill*) dalam menggunakan media, kemampuan kognitif (*critical understanding*) dalam menggunakan media dan *Social Competence* (*communicative abilities*) meliputi kemampuan untuk bersosialisasi serta partisipasi dengan media<sup>8</sup>.

Komisi Eropa juga membagi tingkat literasi media menjadi tiga bagian, pertama adalah *Basic*, yang berarti kemampuan menggunakan media tidak terlalu tinggi, kemampuan menganalisis konten multimedia, dan kemampuan berkomunikasi melalui media terbatas. . Level kedua adalah level *intermediate* yaitu kemampuan membuat media cukup tinggi, kemampuan menganalisis dan mengevaluasi konten media cukup baik, dan aktif memproduksi konten media serta berpartisipasi secara sosial, dan level ketiga adalah level lanjutan yaitu adalah Kemampuan media handling yang sangat tinggi, memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi untuk menganalisis konten multimedia secara mendalam dan berkomunikasi secara aktif melalui media<sup>9</sup>.

Mahasiswa adalah intelektual dan (*agent of change*) sejalan dengan poin ketiga Tridharma Perguruan Tinggi, pengabdian, yang nantinya berbakti kepada masyarakat, bangsa dan negara, harus memiliki konsep literasi media yang baik dengan tetap mempertimbangkan tantangan perkembangan media massa sehingga mereka dapat memberikan kontribusi yang baik kepada masyarakat<sup>10</sup>. Mereka tidak hanya bagian dari masyarakat, tetapi juga

---

<sup>8</sup>European Commission, Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels (Brussels, 2011), 22

<sup>9</sup>*Ibid* ..., 23

<sup>10</sup>Rebecca, tingkat melek huruf ... 2

sebagai akademisi yang keterampilan medianya perlu dipersiapkan untuk memimpin mereka dalam persaingan media yang ketat yang membutuhkan sikap cerdas dan efektif dalam mengonsumsi konten media <sup>11</sup>.

*Twitter* adalah sebuah situs web yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut "tweets" ( *tweets* ) yang gratis, semuanya sebagai kata-kata kotor/kritik dalam bentuk teks tertulis untuk mengekspresikan 140 karakter yang akan ditampilkan pada halaman profil pengguna. Keunggulan *Twitter* dibandingkan media sosial lainnya <sup>12</sup> adalah jangkauannya yang luas, tidak hanya teman, tetapi juga kesempatan untuk menjangkau publik figur, potensi iklan di masa depan lebih besar, komunikasi yang cepat ( *update*), *multilink* (koneksi ke banyak jaringan) dan lain-lain. Diukur oleh *facebook*, *twitter* membantu menyebarkan informasi lebih cepat, yang menjadi topik diskusi di antara pengguna. Hal ini memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dan update secara cepat karena berita dapat diupdate setiap saat dari media massa melalui *twitter* .

Menurut Siaran Pers No. 08/HM/KOMINFO/01/2019 tentang akun Twitter yang paling sering dilaporkan oleh netizen , hasil pantauan Kementerian Komunikasi dan Informatika , akun *twitter* yang paling sering dilaporkan oleh netizen melalui kanal pengaduan @aduankonten,

---

<sup>11</sup> Muhammad Nurul Rizal, Tingkat Keterampilan New Media Literacy Mahasiswa Universitas Riau

Tingkat literasi media baru mahasiswa Universitas Riau (FISIP UNRI: 2015), 2

<sup>12</sup> Putra, Egi Dewa. Temukan jejaring sosial.eBuku. <http://kambing.ui.ac.id/onnopurbo/ebook/ebook.SU2013/SuryaUnivMengungkap-Jejaring-Sosial.pdf>. 2014 (diakses 22 Oktober 2019), 33

aduankonten.id dan WA nomor 08119224545 dilaporkan 13. Data Desember 2018 Subdirektorat Pengendalian Konten Internet, Direktorat Pengawasan Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika, menunjukkan ada 531.304 laporan konten negatif di *twitter*. Sementara itu, *facebook* dan *instagram* telah dilaporkan 11.740 kali oleh netizen sebagai konten negatif. Sementara itu, *youtube* dan *google* telah dilaporkan 3.287 kali. Situs berbagi file kini telah dilaporkan 532 kali, dan dalam kasus aplikasi layanan pesan instan, *telegram* adalah yang paling sering dilaporkan melalui saluran konten dengan 614 laporan. Sedangkan *line* dan *black berry mesangger* masing-masing 19 dan 10. Jumlah total laporan dari pengguna internet tentang konten media sosial negatif pada tahun 2018 adalah 547.506<sup>14</sup>.

Mahasiswa komunikasi harus mampu berpikir kritis, memahami literasi media agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak jelas bersumber dari sumbernya. Selain itu, mereka yang memasuki industri media harus memiliki kekritisian yang baik terhadap konten multimedia untuk membedakan diri dalam persaingan media. Oleh karena itu, alasan peneliti memilih mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga adalah karena kemampuan mengoperasikan media sosial (*technical skill*) pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sudah cukup baik, dapat dilihat bahwa mahasiswa aktif dalam menggunakan media sosial dan internet.

---

<sup>13</sup>Siaran pers, No. 08 / HM / KOMINFO / 01/2019 kira- kira Laporan warganet akun Twitter terbanyak, [https://kominfo.go.id/content/detail/15852/siaran-pers-no-08hmkominfo012019-about-warganet-most-many-laporkan-acun-twitter/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/content/detail/15852/siaran-pers-no-08hmkominfo012019-about-warganet-most-many-laporkan-acun-twitter/0/siaran_pers) (diakses 22 Oktober 2019)

<sup>14</sup>transmisi, tidak 08 ... (diakses pada 22/10/2019)

Mereka bahkan memiliki akun- akun *official* untuk setiap angkatan, komunitas, kegiatan dan juga himpunan mahasiswa, masing- masing memiliki akun media sosial instagram, facebook dan *twitter*. Kemampuan kognitif dalam menggunakan media (*Critical Understanding*) dan membangun relasi sosial di media (*Communicative Abilities*), belum cukup baik. Dikarenakan pada tahun 2019, *twitter* menghapus akun *official* @ilkomuinsuka\_, hal tersebut dikarenakan admin akun *twitter* cenderung langsung percaya kepada berita yang sering ia lihat di *timeline*, tidak membedakan informasi antara satir dengan berita palsu dan enggan untuk mencari dan memverifikasi kebenaran sebuah berita kemudian mengajak *follower* percaya dengan berita yang disebarkan. Akun *official twitter* @ilkomuinsuka\_ sedikit mengikuti akun-akun *official* resmi dari organisasi, pemerintahan, dan lainnya. Akibatnya akun *twitter official* @ilkomuinsuka\_ di hapus oleh pihak *twitter*, karena di anggap menyebarkan berita SARA, bohong dan menyalahi aturan penggunaan *twitter* bagi komunitas. Mahasiswa Ilmu Komunikasi, yang sudah dikenal dapat memahami dan membedakan mana informasi yang benar, fakta, pendapat dan mana yang berita palsu, seharusnya lebih memperhatikan informasi dan sumber yang mereka dapatkan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui “Tingkat Literasi Media Pada Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.”

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan untuk memperjelas masalah yang akan di teliti, maka yang menjadi maalah dalam penelitian ini adalah:

1. BagaimanaTingkat Literasi Media Pada Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* berdasarkan *technicall Skill* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bagaimana Tingkat Literasi Media Pada Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* berdasarkan *Criticall understanding* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bagaimana Tingkat Literasi Media Pada Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* berdasarkan *Communicative Abilities* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Mengetahui Tingkat Literasi Media Pada Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* berdasarkan *technicall Skill* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- 2) Mengetahui Tingkat Literasi Media Pada Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* berdasarkan *Criticall understanding* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- 3) Mengetahui Tingkat Literasi Media Pada Penggunaan *Twitter* Berbasis *Individual competence framework* berdasarkan *Communicative Abilities* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi masukan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam menggunakan *twitter* sebagai literasi media.
2. Menjadi masukan bagi pustakawan agar dapat memberikan kelas digital informasi, khususnya literasi media.
3. Bagi pengembangan ilmu literasi informasi di Perpustakaan, terkhusus literasi media.
4. Menjadi rujukan bagi peneliti lain, yang ingin meneliti tentang analisis tingkat literasi media berbasis *Individual competence framework* dalam menggunakan *twitter* pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta..
5. Menambah wawasan penulis dan pembaca tentang literasi media berbasis *Individual competence framework*.

#### **E. Kajian Pustaka**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya berkaitan dengan analisis tingkat literasi media mahasiswa/i ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berbasis *Individual competence framework* dalam menggunakan *twitter* yang terkait , diantaranya:

Pertama, penelitian Rebecca Purba yang berjudul Tingkat Literasi Media (Studi Deskriptif Pengukuran Tingkat Literasi Media Berdasarkan *Individual Competence Framework* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi (USU). Dengan masalah Bagaimana tingkat kompetensi media mahasiswa FISIP USU Jurusan Ilmu Komunikasi diukur dengan menggunakan indikator yang terdapat pada *Individual Skills Framework*. Penggunaan metode penelitian kuantitatif dengan format deskriptif. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Dari hasil penelitian pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kompetensi media mahasiswa ilmu komunikasi FISIP USU pada mata kuliah standar berada pada level *Medium*. Artinya kemampuan mengelola media cukup baik dan tinggi, kemampuan mengevaluasi dan menganalisis isi media cukup baik, dan seseorang terlibat aktif dalam media sosial melalui media, meskipun masih ada beberapa yang masih kurang, sehingga perlu ditingkatkan<sup>15</sup>.

Perbedaan penelitian Rebecca Purba dengan penelitian ini adalah pada narasumber, waktu penelitian, dan alat penelitian. Penelitian Rebecca Purba menggunakan mahasiswa ilmu komunikasi USU sebagai mitra wawancara. Dalam penelitian ini, responden adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Waktu penelitian Rebecca Purba adalah tahun 2010 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020. Soal media, Renecca Purba memilih Instagram sebagai media sosialnya. Dan dalam penelitian ini peneliti memilih topik menggunakan

---

<sup>15</sup>Rebecca Purba, *Tingkat Literasi Media pada Mahasiswa: Studi Deskriptif Pengukuran Tingkat Literasi Media Berdasarkan Kerangka Kerja Individu Pada Mahasiswa USU* (Medan: USU Press, 2010)



media sosial *Twitter* untuk mahasiswa ilmu komunikasi di Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kedua, Kajian Anna Mutmainah 2017 berjudul Tingkat Literasi Media Mahasiswa Surakarta dalam Laporan Kopi Racun Sianida di TV One (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNS, UMS dan IAIN Surakarta). Rumusan masalah dalam penelitian ini didasarkan pada munculnya kekhawatiran publik sebagai konsumen media tentang kinerja media yang telah menjadi tidak bermoral dalam melihat konten media. Posisi media sebagai penyedia informasi cukup banyak menunjukkan bahwa mereka bekerja secara tidak profesional, yang berdampak pada produksi konten media yang negatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat literasi media mahasiswa Komunikasi Surakarta yang terpapar konten multimedia tidak etis dalam penyajian berita kopi beracun sianida di TV One. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa angkatan Komunikasi Surakarta, Universitas Sebelas Maret, Universitas Muhammadiyah Surakarta dan IAIN Surakarta angkatan 2013 dan 2014 yang berjumlah 656 orang. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini terdiri dari 87 responden yang dilakukan dengan teknik sampling *purposive*. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui survei terhadap responden melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan pada awal Januari 2017. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi media mahasiswa Komunikasi Surakarta terkait pemberitaan Kopi Racun Sianida di TV One berada pada level sedang,

berkisar 56% responden atau 49 dari total 64 hingga 77 dari 87 responden. Masing-masing indikator variabel berada pada tingkat rata-rata Media Literacy dengan nilai tersendiri, *Technical Skill* dengan rata-rata 21,63 sebesar 69%, *Critical Understanding* dengan rata-rata 40,02 sebesar 67%, dan *Cummunicative Abilities* dengan rata-rata 10,16 hingga 55% 16.

Perbedaan antara penelitian Ana Muthmainah dan penelitian ini adalah pewawancara, waktu penelitian, dan sarana penelitian. Penelitian Ana Muthmainah menggunakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Surakarta sebagai narasumber, Universitas Sebelas Maret, Universitas Muhammadiyah Surakarta dan IAIN Surakarta. Dalam penelitian ini, responden adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Waktu penelitian Ana Muthmainah adalah tahun 2017 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020. Dari segi media, Ana Muthmainah memilih media televisi, yaitu pemberitaan kasus Kopi Racun Sianida di TV One. Dan dalam penelitian ini peneliti memilih topik menggunakan media sosial *Twitter* untuk mahasiswa ilmu komunikasi di Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ketiga, Ayu Rahmawati tahun 2018 bertajuk Tingkat Literasi Media Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta Tentang Informasi Hoax Kebijakan Registrasi Pelanggan Layanan Telekomunikasi Berdasarkan *Individual Competence Framework*. Rumusan masalah untuk menjawab pertanyaan penelitian adalah: Bagaimana tingkat literasi media

---

<sup>16</sup> Anna Mutmainah, Tingkat Media Literacy Mahasiswa Ilmu Komunikasi Surakarta tentang Kopi Racun Sianida Cover TV One (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi dari UNS, UMS dan IAIN Surakarta). (Surakarta: IAIN Press Surakarta, 2017)

mahasiswa FIDIKOM UIN Jakarta mengenai informasi palsu tentang kebijakan pendaftaran pelanggan jasa telekomunikasi berdasarkan *Individual skill*. Bagaimana tingkat literasi media mahasiswa FIDIKOM UIN Jakarta tentang informasi palsu tentang kebijakan pendaftaran pelanggan jasa telekomunikasi berbasis *Social skill*. Penelitian ini menggunakan paradigma positivis dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan metode penelitian tipe survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampling intensional. Jumlah penelusuran adalah 89. Kuesioner disebarikan kepada mahasiswa mata kuliah KPI dan Jurnalistik angkatan 2014-2016. Statistik deskriptif digunakan sebagai metode analisis. Ukuran literasi media dalam penelitian ini menggunakan *Individual Competence Framework*. Dalam *Individual Competence Framework*, ada dua klasifikasi ketika mengukur kompetensi media, yaitu kompetensi *individu* dan kompetensi *sosial*. Untuk *Individual skill* dipecah menjadi *Technical Skill* dan *Critical Understanding*. Jadi *Social skill* termasuk *Communicative Abilities*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi media mahasiswa FIDIKOM UIN Jakarta khususnya KPI dan jurnalistik berada pada tingkat sedang dengan persentase 70%. Sedangkan *Individual skill* juga tergolong sedang, dengan rata-rata kemampuan teknis 42,77 atau 71% dan *Critical Understanding* dengan rata-rata 37,60 atau 77%. Untuk *Social skill* atau *Cummunicative Abilities* dengan rata-rata 11,11 atau sekitar 58%<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup>Ayu Rahmawati, mahasiswa literasi media di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta, tentang *misinformasi* tentang kebijakan pendaftaran pelanggan jasa telekomunikasi berdasarkan *kerangka keahlian individu*. (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: 2018)

Perbedaan penelitian Ayu Rahmawati dengan penelitian ini adalah pada pewawancara, waktu penelitian, dan sarana penelitian. Penelitian Ayu Rahmawati menggunakan mahasiswa yang diwawancarai di FIDIKOM UIN Jakarta. Dalam penelitian ini, responden adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Pada tahun 2018 penelitian dilakukan oleh Ayu Rahmawati sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020. Mengenai media, Ayu Rahmawati memilih media *WhatsApp* yang merupakan hoaks tentang kebijakan pendaftaran pelanggan layanan telekomunikasi berdasarkan *Individual skill*. Dan dalam penelitian ini peneliti memilih topik menggunakan media sosial *Twitter* untuk mahasiswa ilmu komunikasi di Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Keempat, Juliana Kurniawati Siti Baroroh, tentang “Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu (Survei Tingkat Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu ditinjau dari kecakapan individu)”. Penelitian Juliana Kurniawati Siti Baroroh ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu terhadap media digital dan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan tingkat *Individual skill* dalam hal literasi media digital. Hasil penelitian Juliana Kurniawati Siti Baroroh menemukan bahwa tingkat literasi media digital mahasiswa Universitas Bengkulu berada pada tingkat sedang, sehingga tingkat kemampuan individu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam literasi media digital berada pada tingkat

dasar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya . tingkat *Individual skill* terkait literasi media digital sebagai faktor lingkungan keluarga .<sup>18</sup>

Perbedaan penelitian Juliana Setiawati Siti Baroroh dengan penelitian ini adalah wawancara, waktu penelitian, dan sarana penelitian. Penelitian Juliana Setiawati Siti Baroroh menggunakan mahasiswa yang diwawancarai oleh Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Dalam penelitian ini, responden adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Waktu penelitian Juliana Setiawati Siti Baroroh adalah pada tahun 2016 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020. Soal media, Juliana Setiawati Siti Baroroh memilih media digital secara umum. Dan dalam penelitian ini peneliti memilih topik menggunakan *media sosial Twitter* untuk mahasiswa ilmu komunikasi di Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah : Pada penelitian ini peneliti mengembangkan lebih lanjut isi kuesioner agar dapat memperoleh jawaban yang lebih spesifik. Peneliti melakukan wawancara dan observasi terhadap penggunaan media sosial *Twitter bagi* mahasiswa komunikasi di Yogyakarta untuk menganalisis kerangka berpikir mahasiswa komunikasi di Yogyakarta dan mendapatkan wawasan.

---

<sup>18</sup> Juliana Setiawati Siti Baroroh, mahasiswa literasi media digital di universitas Muhammadiyah Bengkulu (Penilaian tingkat kompetensi media digital mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu ditinjau dari *kompetensi individu* ). (Universitas Muhammadiyah Bengkulu: 2016)

## **F. Kerangka Berpikir**

### **1. Literasi Media**

#### **a. Pengertian Literasi Media**

Literasi media mengacu pada kemampuan masyarakat untuk membaca media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa<sup>19</sup>. Literasi media adalah seperangkat sudut pandang yang secara aktif digunakan untuk terlibat dengan media, untuk menafsirkan makna dari pesan (media) yang kita temui. Kami membangun perspektif kami dari struktur pengetahuan. Untuk membangun struktur pengetahuan, kita membutuhkan alat dan bahan mentah. Alat-alat ini adalah keterampilan kami. Bahan bakunya adalah informasi yang kita dapatkan dari media dan dunia nyata<sup>20</sup>. Kontrol adalah inti dari literasi media untuk menjadikan paham media akan membantu anda melihat batas antara dunia nyata dan dunia yang diciptakan oleh media dengan lebih jelas<sup>21</sup>. Istilah kompetensi media sering digabungkan dengan pendidikan media. Literasi media bukanlah pendidikan, tetapi pengetahuan media juga diperlukan untuk memahami literasi media. Perbedaan media pendidikan adalah fungsi media massa selalu bersifat positif yaitu menjadi tempat kenikmatan dalam berbagai bentuk, sedangkan literasi media menggunakan

---

<sup>19</sup>Apriadi Tamburaka, *Media Literacy: Media Smart to Mass Media Audience*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 7

<sup>20</sup>W. James Potter, *Literasi Media*, Edisi Kedua, (Sage Publications, Oak-London, 2001), 22

<sup>21</sup>*Ibid. halaman 14*

pendekatan *vaksinasi* yang berupaya melindungi masyarakat dari dampak negatif pesan media massa<sup>22</sup>. Tujuan literasi media diidentifikasi menjadi empat tujuan literasi media, yaitu: (1) Kesadaran kritis. Kesadaran kritis memberikan keuntungan kepada publik untuk menerima informasi yang benar tentang liputan media dengan membandingkan secara kritis *satu* media dengan media lain. (2) Lebih memahami pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari, menafsirkan pesan dari media. (3) Kesadaran program sebagai peluang budaya belajar. (4) Memahami model hubungan antara pemilik media dan pemerintah<sup>23</sup>. Potter mengatakan bahwa literasi media memiliki tiga pilar, yaitu:

- 1) *Personal Locus* adalah tujuan dan kendali kita atas informasi. Ketika kita mengetahui informasi yang kita butuhkan, kesadaran kita akan mengarah pada proses pemilihan informasi yang lebih cepat dan mengurangi dampak media.
- 2) *Knowledge Structure*. Struktur pengetahuan adalah seperangkat informasi yang terorganisir dalam pikiran kita. Dalam literasi media, kita membutuhkan struktur informasi yang solid untuk efek multimedia, konten multimedia, industri media, dunia nyata, dan diri kita sendiri.

---

<sup>22</sup>Andi, Rata-rata melek huruf..., 13

<sup>23</sup>Ginting, Rahmanita., Peran Literasi Media di Era Masyarakat ASEAN. Di Soglia Priyonggo, FX Lilik Dwi M, Adi Wibowo. *Dinamika media dalam masyarakat Indonesia kontemporer*. (UMN Press: Tangerang - Banten, 2015), 243

- 3) *Skill* adalah kemampuan untuk menganalisis, mengevaluasi, mengklasifikasikan, mensintesis, dan mengkritik konten multimedia. Saat kemampuan ini dipraktikkan, ia menjadi lebih kuat. Materi dan media informasi (struktur pengetahuan) menjadi dasar pengembangan keterampilan tersebut<sup>24</sup>.

#### b. Proses Dalam Literasi Media

Dua proses untuk membangun literasi media Pertama membangun struktur pengetahuan yang solid. Kedua, ketika berhadapan dengan media, bertindaklah dengan cara yang “*melek media*”<sup>25</sup>.

##### 1) struktur pengetahuan

Struktur pengetahuan merupakan pondasi utama untuk membangun literasi media, sehingga struktur pengetahuan ini sangat penting untuk membangun perspektif literasi media bagi khalayak media massa. Potter menjelaskan bahwa struktur pengetahuan adalah kumpulan informasi yang terorganisir dalam ingatan manusia<sup>26</sup>.

##### a) Struktur pengetahuan untuk konten multimedia ( *konten multimedia* )

Struktur pengetahuan tentang konten media merupakan salah satu elemen terpenting untuk literasi media, karena pesan media tidak selalu seperti yang diharapkan. Potter mengatakan

---

<sup>24</sup>Potter, literasi media .. 5

<sup>25</sup>*Ibid...* 23

<sup>26</sup>*Ibid...* 33-35



bahwa manusia sebenarnya hidup di dua dunia, dunia nyata dan dunia media. Di dunia nyata, kita berinteraksi langsung dengan orang lain. Sebagian besar dari kita merasa bahwa dunia nyata sangat terbatas. Kita tidak dapat mengumpulkan banyak pengalaman dan informasi dari dunia nyata saja. Selanjutnya struktur pengetahuan konten multimedia dibagi menjadi tiga, yaitu pengetahuan tentang berita, hiburan dan periklanan<sup>27</sup>.

b) struktur pengetahuan industri media

Potter berpendapat bahwa ketika berbicara tentang literasi media, kita dapat menggunakan strategi standar atau strategi literasi media. Strategi *default* adalah untuk menghasilkan kepuasan dengan gangguan minimal. Pada tahap ini berarti seseorang menggunakan media dalam konteks pola kebiasaan yang telah berkembang di masa lalu. Strategi literasi media bertujuan untuk memahami dunia bisnis di ruang media.

Ini berarti mereka memiliki harapan yang lebih tinggi untuk hasil yang akan dicapai dengan sumber daya yang digunakan. Orang-orang ini menginginkan lebih dari sedikit kepuasan dari mengakses media, berpikir dengan hati-hati tentang sumber

---

<sup>27</sup>*Ibid...* 23

daya yang tersedia bagi mereka, dan ingin bernegosiasi untuk hasil yang lebih berharga<sup>28</sup>.

c) Struktur pengetahuan tentang efek multimedia

aspek dimensi yaitu:

1) *Temporal* mengacu pada efek yang terjadi ketika kita berinteraksi dengan media. Efek pada media bisa jangka pendek atau jangka panjang.

Jenis efek ada lima jenis efek multimedia, yaitu: (a) efek kognitif (b) efek sikap (c) efek emosional (d) efek psikologis (e) efek perilaku 3. Efek *valance* 4. Efek *intensionalitas*<sup>29</sup>,

2) keterampilan (*Skill*)

Literasi media memerlukan keterampilan khusus, sering disebut sebagai keterampilan literasi media atau media literacy skills. *Center for Media Literacy* (CML) mendefinisikan literasi media sebagai kerangka kerja untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan media. Literasi media meliputi:

- a) Kemampuan untuk mengkritik media
- b) Kemampuan untuk menghasilkan media
- c) Kemampuan untuk mengajar di media

---

<sup>28</sup>Rifiani, Nisya, Kajian Literasi Media. <https://id.scribd.com/doc/229115779/StudiLiterasi-Media>, 2014 (diakses pada 03/05/2019)

<sup>29</sup>Potter, literasi media... 23

- d) Kemampuan untuk menavigasi sistem pesan multimedia
- e) Kemampuan untuk menjelajahi beberapa lokasi.
- f) Kemampuan berpikir kritis.<sup>30</sup>

Menurut Potter , diperlukan 7 keterampilan untuk mencapai kesadaran kritis media melalui literasi media, yaitu: (1) Analisis (2) Evaluasi (3) Pengelompokan (4) Induksi (5) Deduksi (6) Rangkuman (7) *Abstraksi* <sup>31</sup> . Siswa tidak selalu memiliki kemampuan untuk mengevaluasi informasi dalam definisi di atas karena anda perlu menggaris bawahi pentingnya siswa. Diantaranya mata kuliah pemberdayaan lainnya adalah pemanfaatan sumber informasi dari internet oleh para pendidik dan pustakawan di perguruan tinggi. Hal ini dapat dicapai dengan memasukkan *wikipedia* ke dalam kurikulum untuk mendorong literasi digital pada siswa, bukan hanya melarang penggunaan *wikipedia* <sup>32</sup> . Mempersiapkan dan melaksanakan pelatihan evaluasi sumber informasi bagi siswa adalah tujuan peneliti, setelah mendapatkan gambaran umum tentang kriteria yang digunakan oleh siswa untuk mengevaluasi sumber daya informasi. Deskripsi metode evaluasi yang digunakan mahasiswa dalam penelitian ini

---

<sup>30</sup>Andi, kompetensi media ... 10

<sup>31</sup>Potter, literasi media... 16

<sup>32</sup>Sheu, ada apa ... 511

mengarah pada kriteria yang digunakan dan kebiasaan menggunakan *search engine*.

## 2. *Individual Competence Framework*

Secara umum, literasi media baru dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan isi pesan media. Dalam *Center For Media Literacy*, literasi media diartikan sebagai “kemampuan berkomunikasi secara kompeten di semua media, baik elektronik maupun kertas” (Iriantara, 2009). *Center For Media Literacy* juga menyatakan bahwa literasi media adalah (1) kemampuan mengkritisi media, (2) kemampuan memproduksi media, (3) kemampuan mengajarkan tentang media, (4) kemampuan menjelaskan munculnya media melibatkan sistem media. , (5) kemampuan mengeksplorasi posisi yang berbeda, (6) kemampuan mempertanyakan konten media secara kritis<sup>33</sup>.

Mengembangkan kepercayaan diri yang kritis terhadap media. Pada puncaknya juga dapat menghasilkan informasi atau bahkan membuat media sendiri. Literasi media baru mahasiswa dapat diukur dengan *Individual Compe-tences Framework* yang tertuang dalam *Final Report Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe 2011* yang disusun oleh Komisi Eropa<sup>34</sup> Sebelumnya, *framework*

---

<sup>33</sup> LMC. Media Literacy Not., Dari Center for Media Literacy / CML: <http://www.medialit.org/reading-room/what-media-literacy-not> Retrieved 2020-01-04

<sup>34</sup>Komisi Eropa. Kriteria Pengujian dan Peningkatan Laporan Akhir untuk Menilai Tingkat Literasi Media di Eropa (Erupe: 2011)

tersebut digunakan untuk mengukur tingkat literasi media publik di negara-negara Uni Eropa.

*Individual competence* adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan media. Ini termasuk kemampuan untuk menggunakan, menghasilkan, menganalisis dan mengkomunikasikan pesan melalui media. *Individual competence* dibagi menjadi 2 kategori:

- 1) *Personal Competence*, yaitu kemampuan orang untuk menggunakan media dan menganalisis konten multimedia.
- 2) *Social Competence*, atau kemampuan orang untuk berkomunikasi dan membentuk hubungan sosial melalui media, juga dapat menghasilkan konten multimedia<sup>35</sup>.

Kompetensi pribadi terdiri dari dua kriteria:

- a. Kemampuan teknis atau *Technical Skills* untuk menggunakan media. Artinya, seseorang dapat membuat media bekerja dan memahami segala macam instruksi di dalamnya.
- b. *Critical Understanding*, ini adalah keterampilan kognitif dalam berurusan dengan media seperti kemampuan memahami, menganalisis dan mengevaluasi konten multimedia<sup>36</sup>.

*Social Competence* meliputi keterampilan komunikasi, yaitu kemampuan berkomunikasi dan berpartisipasi melalui media.

*Communicative Abilities* tersebut meliputi kemampuan untuk membentuk

---

<sup>35</sup>Komisi Eropa, *Studi tentang Kriteria Penilaian untuk Tingkat Literasi Media: Pandangan Keseluruhan tentang Konsep Literasi Media dan Pemahaman tentang Bagaimana Penilaian Tingkat Literasi Media di Eropa* (Brussels, Oktober 2009), hlm. 34

<sup>36</sup>*Ibid...* h35

hubungan sosial dan berpartisipasi dalam masyarakat melalui media .Selain itu, *Communicative Abilities* juga mencakup kemampuan untuk membuat dan menghasilkan konten multimedia <sup>37</sup> . Tabel berikut menjelaskan kriteria *individual competence*:

<i>Competence Action</i>	<i>Action</i>	<i>Individual Skills dimensions</i>	<i>Objectives (Assosiated operations) Personal Competence</i>
<i>Personal Competence</i>	<i>Use</i>	<i>Technical Skills Media operational Skills required for the effective use of media tools</i>	<i>Using media Instrumental use</i>
	<i>Critical Understanding</i>	<i>Cognitive Skills Capacities related to knowledge and semiotic operations: encoding/decoding, interpreting, evaluating media text</i>	<i>Evaluating and taking account of Media and Media Content Comprehension and awareness</i>
<i>Social Competences</i>	<i>Communicate</i>	<i>Communicative and participative Skills Capacity to interact with others and maintain networks</i>	<i>Building Social Relations Media networking</i> <i>Participating in Public sphere Citizen's Participation Skills Active citizenship</i>  <i>Creating and Producing Content Media</i>

<sup>37</sup> LMC. Media Literacy Not., Dari Center for Media Literacy / CML: <http://www.medialit.org/reading-room/what-media-literacy-not> Retrieved 2020-01-04

			<i>creation</i>
--	--	--	-----------------

Tabel 1.1 : Kriteria *Individual competence* (European Commission, 2009)

Konsep *Personal Competence* dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a. *Technical Skills*, yaitu kemampuan pendengar untuk menggunakan media secara teknis, mulai dari mengoperasikannya hingga memahami semua instruksi yang dikandung media konsumsi. *Technical Skills* yang samamasih memiliki beberapa komponen tersendiri, yaitu:
  - 1) *Using* media, digunakan untuk melihat bagaimana *audiens* menggunakan media, seperti tingkat keaktifan.
  - 2) *Instrumental use*, digunakan untuk melihat bagaimana pemirsa melakukan media, penonton mungkin, atau memahami setiap perangkat di media.
- b. *Critical Understanding*, kemampuan audiens untuk menggunakan media secara kognitif, dimulai dengan memahami, menganalisis, dan mengevaluasi konten multimedia yang digunakan. *Critical Understanding* meliputi:
  - 1) Kemampuan untuk memahami konten multimedia dan fungsi yang disediakan.
  - 2) Memahami literasi media dan regulasi media.
  - 3) Perilaku masyarakat saat menggunakan media.
  - 4) Mampu menilai konten multimedia dari sudut pandang Anda sendiri dan berpikir kritis tentang konten multimedia.

c. *Communicative Abilities*, artinya kemampuan khalayak untuk bersosialisasi dan berpartisipasi dalam media. Keterampilan *Communicative Abilities* meliputi keterampilan berikut:

- 1) Kemampuan audiens untuk berkomunikasi dan membangun hubungan di media sosial.
- 2) Kemampuan audiens untuk memproduksi atau membuat konten multimedia.
- 3) Kemampuan masyarakat untuk terlibat dalam partisipasi masyarakat.<sup>38</sup>

### 3. Pengukuran Tingkat Kemampuan Literasi Media

Masing-masing *individual competences* tersebut di atas memiliki bobot yang berbeda dalam mengukur keterampilan menulis media. Untuk *individual competence*, bobot *Social Competences* adalah 23% dan *Personal Competence* 77%. Pembobotan untuk masing-masing kriteria *Personal Skills* terdiri dari *Critical Understanding* hingga 33% dan *Technical Skills (Dedication)* hingga 67%. Sedangkan pada *Social Competences* bobot Keterampilan Komunikasi adalah 100% karena hanya terdiri dari satu kategori.

Bobot kriteria dalam Keterampilan Teknis (*Utilisasi*) dibagi menjadi tiga kategori, yaitu kemampuan menggunakan komputer dan Internet. Pengetahuan internet 20%, kemampuan menggunakan media secara aktif (

---

<sup>38</sup>European Commission. Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. (Brussels: 2009)



seimbang dan aktif menggunakan dari media) 50% dan kemampuan menggunakan internet tinggi ( peningkatan penggunaan internet) 30%.

Sama halnya dengan *Technical Skills*, bobot kriteria *Critical Understanding* juga terbagi menjadi tiga kategori yang terdiri dari kemampuan memahami konten dan fungsi media (*understanding Media Content and its functioning*) 30%, memiliki pengetahuan tentang media dan regulasi media (*knowledge about media and media regulation*) 40%, dan perilaku pengguna dalam menggunakan media (*user behavior*) 30%.

Sementara itu, bobot kriteria *communicative ability* juga terbagi menjadi tiga kategori, yaitu kemampuan berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media (*social relations*) 20%, kemampuan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media (*citizen participation*) 50%, dan kemampuan memproduksi dan mengkreasikan konten media (*content creation*) 30%<sup>39</sup>.

Hasil akhir dari pengukuran literasi media ini adalah dengan menentukan tingkat kemampuan literasi media, yang dibedakan menjadi tiga kategori:

- a. *Basic*, kemampuan dalam mengoperasikan media tidak terlalu tinggi, kemampuan dalam menganalisis konten media tidak terlalu baik dan kemampuan berkomunikasi lewat media terbatas. Nilai untuk tingkat kemampuan *Basic* ini adalah di bawah 70. Tingkat kemampuan literasi media dengan kriteria sebagai berikut:

---

<sup>39</sup> European Commission, Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. (Brussels: 2009)

- 1) Kemampuan pengoperasian media tidak terlalu tinggi. *Criteria Components: User Behaviour Knowledge, about Media, Understanding Media Content, Advanced twitter Use, Balanceand Active Use of twitter, Watching twitter Skill, Technical Skills, Critical ,Understanding.*
  - 2) Kemampuan dalam menganalisis konten media tidak terlalu baik.
  - 3) Kemampuan berkomunikasi lewat media terbatas.
- b. *Medium*, kemampuan mengoperasikan media cukup tinggi, kemampuan dalam menganalisis dan mengevaluasi konten media cukup bagus, serta aktif dalam memproduksi konten media dan berpartisipasi secara sosial. Nilai untuk tingkat kemampuan *medium* ini adalah 70-130. Tingkat kemampuan literasi media dengan kriteria sebagai berikut:
- 1) Kemampuan pengoperasian media cukup tinggi.
  - 2) Kemampuan dalam menganalisis dan mengevaluasi konten media cukup bagus.
  - 3) Aktif dalam memproduksi konten media dan berpartisipasi secara sosial.
- c. *Advanced*, kemampuan mengoperasikan media sangat tinggi, memiliki pengetahuan yang tinggi sehingga mampu menganalisis konten media secara mendalam, serta mampu berkomunikasi secara aktif melalui media. Nilai untuk tingkat kemampuan ini adalah di

atas 130. Tingkat kemampuan literasi media dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Kemampuan pengoperasian media sangat tinggi.
- 2) Kemampuan dalam menganalisis konten media cukup mendalam, karena memiliki pengetahuan yang tinggi.
- 3) Berkomunikasi secara aktif melalui media<sup>40</sup>.

Tingkat kemampuan literasi media tersebut dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

<b>Level</b>	<b>Description</b>
<b>Basic</b>	<i>The individual has a set of abilities that allows Basic use of the media. There is a limited use of media. The user knows its Basic function, deciphers its Basic codes and uses it for specific ends and to determine the tool. The user's capacity to Critically analyse the information received is limited. Its communicative capability through media is also limited.</i>
<b>Medium</b>	<i>The individual is fluent in media use, knowing their functions and able to carry out certain, more complex operations. The use of media is extended. The user knows how to obtain and assess the information he/she requires, as well as evaluating (and improving) the information search strategies.</i>

---

<sup>40</sup> European Commission, *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels: a Comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed* (Brussels, October, 2009), h.55

<b>Advanced</b>	<i>The individual is very active in media use, being aware of and interested in the legal conditions that affect its use. The user has an in-depth knowledge of the techniques and languages and can analyse (and, eventually) transform the conditions affecting his/her communicative relations and the creation of messages. In the social sphere, the user is capable of activating cooperation groups that allow him/her to solve problems.</i>
-----------------	--

Tabel 1.2 : Tingkat Kemampuan Literasi (*European Commission, 2009*)

Dengan demikian dapat disimpulkan tingkat literasi media berbasis *Individual Competence Framework*, memiliki tiga tingkatan, yaitu : *Basic, medium* dan *Advanced*.

Adapun Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dibuat berdasarkan indikator-indikator dalam *Individual competence Framework*. Indikator untuk mengukur *Technical Skills* dijelaskan pada tabel dibawah ini:

<b>COMPONENTS</b>	<b>INDICATORS</b>
<b>COMPUTER AND INTERNET SKILL</b>	<p>1.1 <i>Computer Skills</i> <i>Individuals' level of computer skills (percentage of the total number of individuals aged 16 to 74).</i></p> <p>1.2 <i>Internet Skills</i> <i>Individuals' level of Internet Skills -</i></p>

	<p><i>percentage of individuals who have carried out 1 or 2 of the Internet related activities (Percentage of the total number of individuals aged 16 to 74).</i></p>
<p><b>BALANCED AND ACTIVE USE OF MEDIA</b></p> <p><i>Feeling comfortable with all existing media from newspapers to virtual communities. Skills, knowledge and understanding that allow consumers to use media effectively. Actively Using media, through, inter alia, interactive television, use of Internet search engines or participation in virtual communities.</i></p>	<p><b>2.1 Internet Use</b></p> <p><i>Individuals regularly Using the Internet, by gender and type of connection; all Individuals (percentage of individuals aged 16 to 74).</i></p> <p><b>2.2 Newspaper circulation</b></p> <p><i>Circulation of top 10 paid-for newspaper daily titles, compared with total population. Paid for dailies: number of titles/adult population (titles per million).</i></p> <p><b>2.3 Going to the cinema</b></p> <p><i>Percentage of people who went to the cinema last year. How many times in the last twelve months have you been to the cinema?</i></p> <p><b>2.4 Reading books</b></p> <p><i>Percentage of people who read a book last year. How many times in the last twelve months have you read a book?</i></p> <p><b>2.5 Mobile phone subscriptions</b></p> <p><i>Mobile phone subscriptions (per 100 inhabitants). This indicator shows the number of subscriptions to Public</i></p>

	<p><i>mobile telecommunication systems</i></p> <p><i>Using cellular technology related</i></p>
<p><b>ADVANCED INTERNET USE</b></p> <p><i>Using media as the evolution of media technologies and the increasing presence of the Internet as a distribution channel (that allow an ever growing number of Europeans to create and disseminate images, information and content).</i></p>	<p><b>3.1. Buying by Internet</b></p> <p><i>Individuals having ordered/bought goods or services for private use over the Internet in the last three months.</i></p> <p><b>1.2 Reading news by internet</b></p> <p><i>Internet use by online activities. Reading, listening or Watching the news on the Internet.</i></p> <p><b>1.3 Internet Banking</b></p> <p><i>In which of the following Internet-related activities have for already carry out? (in a range of activities, we have just selected online banking</i></p>

Tabel 1.3 : Indikator *Technical Skill* (European Commission, 2009)

Sementara itu, indikator untuk mengukur *Critical Understanding Skills* dijelaskan pada tabel dibawah ini:

<b>COMPONENT</b>	<b>INDICATORS</b>	
<p><b>UNDERSTANDING MEDIA CONTENT AND ITS FUNCTIONING</b></p>	<p><b>1.1 Reading texts</b></p> <p><i>“An individual's capacity to understand, use and reflect on written texts, in order to achieve one's goals, to develop one's knowledge and potential and to participate in society.”</i> (Source: PISA 2006)</p> <p><b>1.2 Classifying written and audiovisual texts</b> (Distinguishing content)</p> <p><i>Use some of the</i></p>	<p><i>Its show the capacity to understand and summarise texts of different types (including reading graphs and tables). It allows hence presupposing the Basic decoding Skills of written texts in the mother tongue of each individual.</i></p>

	<p><i>categories below to describe the following texts (introduce different texts):</i></p> <p><i>A. All media: Fiction (imaginary, unreal) /Realistic (referential), Opinion (predominance of judgement)/Information (referential), Descriptive (being) / narrative (action) /Argumentative (persuasive)</i></p> <p><i>B. It measures the individual ability to identify and recognise the type of content (texts of all kinds). The question consists of assigning Basic textual categories to certain texts, which is crucial not just for its correct comprehension but also for its appropriation by the individual.</i></p> <p><i>B. Applied to newspapers: Editorial, News, Opinion article, Advertising</i></p>	<p><i>A. It consists mainly of the capacity to distinguish among texts predominantly oriented towards description or representation of reality and those which introduce either, judgements, arguments or fictional elements which separate it from reality.</i></p> <p><i>B. It measures the capacity to distinguish among the main formats and genres of journalistic communication, which allows to check, apart from the users' Skills with this type of discourse, the capacity to distinguish among texts of descriptive, referential character and others with a contentious, value-judgement or persuasive character.</i></p>
	<p><i>1.3 Distinguishing Media Content (all media)</i></p>	<p><i>It serves to measure the</i></p>

	<p><i>Mention at least three characteristics of the information listed below: Advertising, Consumer information, Product placement, Political communication</i></p>	<p><i>capacity to distinguish the different types of commercial information. The question is based upon audio or audiovisual texts.</i></p>
	<p><i>1.4 When you consider your trust in the information, how much does it matter for you: The Publication/ television/ radio/where it is broadcasted; the website' owner/holder, administrator? The author of the information? The information as such (they correspond or not with you already know)?</i></p> <p><i>Answer: Very much / Much / Little / Very little</i></p>	<p><i>It measures the capacity of questioning reliability of information and to be aware.</i></p>
	<p><i>1.5 Classifying websites Apply some of the categories below to the following examples: Search engines, Newspaper media, Blog, Encyclopaedias, Social networks, Games, Others</i></p>	<p><i>It measures the capacity to identify and recognise different types of content. It will pay special attention to interactive websites</i></p>
	<p><i>1.6 Classifying media platforms and interaction systems Mention at least three characteristics of each kind of media device listed below: I-pode, -phone,</i></p>	<p><i>It measures the capacity to distinguish and identify different platforms, their function, content and preferred use/s.</i></p>



	<p><i>Television (satellite, TDT, cable, adsl), Radio (digital or not), Computer (PC), Game console, PDA</i></p> <p><i>Relationship of each kind of platform with the following attributes:</i></p> <p><i>Allows communication between people,</i></p> <p><i>Allows only diffusion, not interactivity,</i></p> <p><i>Allows registering, processing and operating information,</i></p> <p><i>Others... - Don't Know</i></p>	
<p><b>KNOWLEDGE ABOUT MEDIA AND MEDIA REGULATION</b></p>	<p>2.1 <i>Media concentration</i></p> <p><i>Some communication media belong to multimedia companies and business groups. Do you know which business groups each of the following media belong to?</i></p> <p><i>5 first national newspapers, 5 TV national channels, 5 national Radio stations, 3/5 telephone companies, Corporations or conglomerates (Public and private)</i></p> <p><i>Kind of answer: Correct or Incorrect</i></p>	<p><i>It measures the level of knowledge about the distribution of property and control over the main media conglomerates of each country. This knowledge is a sine qua non condition for the individual to assign some type of editorial line to each of the indicated media types. The political dimension is also very important in this case.</i></p>
	<p>2.2 <i>Knowledge and opinion regarding the media regulation subject</i></p> <p><i>Which are the main two financing sources for the programs of some channels like ProTV,</i></p>	<p><i>It measures the extent to which the individual identifies the type of funding of media. Taking into account the type of funding is an</i></p>

	<p><i>Antena 1, Realitatea TV, Prima TV? (list of national channels)</i></p> <p><i>First Source /Second Source: The tax in Public radio and TV services, The sales of their own productions, The government/from state budget, Advertising, Private sponsorship, Others (mention it)</i></p> <p><i>Source: "Evaluation of Media Literacy Level in Romania", Media Monitoring Agency, Annexes, June 2008, p. 89.</i></p>	<p><i>element which somehow conditions the function and content of media. This indicator allows us to consider the digression capacity of individuals in this respect.</i></p>
	<p><i>2.4 Do you know the authorized national institution to turn to when you noticed something insulting, injurious or offending on TV, radio or Internet? If the answer is yes, named it)? (Depending on the country). alleged rights violation.</i></p>	<p><i>It measures the knowledge of citizens about the instances to which the citizen can resort to in case of alleged rights violation.</i></p>
	<p><i>2.5 Which of the next rules and rights is applicable to Media Content addressed to: Children, Adults</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>- Watershed limitation (adults// Children // Both them)</i></li> <li><i>- Limitation of advertising content</i></li> <li><i>- Constriction to injury content</i></li> <li><i>- Constriction in relation with privacy</i></li> </ul>	<p><i>It measures the knowledge of citizens about the special limitations and rules that affect children and adults.</i></p>

	<p><i>and intimacy</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Constriction to the violence content</i></li> <li>- <i>Constriction to sexual content</i></li> <li>- <i>Constriction advertising on alcoholic beverages and tobacco on TV</i></li> </ul> <p><i>Kind of answer: Correct or Incorrect</i></p>	
	<p>2.6 <i>Perceptions of the watershed Is there a time of day after which programmes on the main TV channels/ radio programmes that are considered unsuitable for children can be shown/ broadcast? What time is this? (Yes - 9pm / Yes - other time / Yes - unsure of time / No / Don't know)</i></p> <p><i>Source:</i> <i>Ofcom research, fieldwork carried out by Saville Rossiter-Base in OctoberDecember 2007, p. 54</i></p>	<p><i>It measures the knowledge of citizens about the special limitations and rules that affect the television emissions addressed to children.</i></p>
	<p>2.7 <i>Knowledge about regulation on internet</i></p> <p><i>Which, if any, of the following content do you think are regulated in terms of what can be shown on the internet? Contents /clips shown on broadcasters' own website Contents /clips on sites like YouTube</i></p>	<p><i>It measures the level of knowledge about the kind of regulation or code—if any- exist on Internet to guarantee the protection of user, especially minors</i></p>

	<p><i>Content addressed to children Any of these Don't know</i></p> <p><i>Kind of answer: Correct or Incorrect</i></p> <p><i>Source: Media Literacy Audit, OFCO, May 2008</i></p>	
	<p><i>2.8 Author / Use right Link the type of right with the definition about the use of Media Content</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>- Copyright</i></li> <li><i>- Intellectual property rights</i></li> <li><i>- Copyleft</i></li> <li><i>- Creative Commons</i></li> <li><i>- Open source</i></li> </ul> <p><i>Kind of answer: Correct or Incorrect</i></p>	<p><i>It measures the level of knowledge about the modalities of existing authorship and intellectual rights. It reveals the degree of awareness of key issues on the Internet.</i></p>
<b>USER BEHAVIOR</b>	<p><i>3.1 Exploring information and Critical search of information</i></p> <p><i>Question: Usually, or concerning topics important to you, what relationship do you have to information and communication media?</i></p> <p><i>I have enough with my usual information media, I use my usual types of media, but try to look for information in other media that, I consider reliable, I look for information from different sources and compare them until I build my own opinion</i></p>	<p><i>It shows the attitude towards information sources. The bigger the search, exploration and contrast, the greater the possibilities for the development of Critical capacity.</i></p>

	<p>3.2 Checks made when visiting new websites Thinking about new websites you visit, which, if any, of these things would you check? Source: Media Literacy Audit (Adults) 2008. Ofcom research, fieldwork carried out by Saville Rossiter-Base in October to December 2007, p.61</p>	<p>It shows the attitude towards information sources. The bigger the search, exploration and contrast, the greater the possibilities for the development of Critical capacity.</p>
	<p>3.3 Judgements made about a website before entering personal details Could you tell me whether you would make a judgement about a website before entering these types of details? (credit/ debit card details, home/ mobile number, home/ e-mail address) Base: Adults aged 16+ who use the internet at home or elsewhere 1468 in 2005, 1723 in 2007) Source: Ofcom research, fieldwork carried out by Saville Rossiter-Base in October to December 2007 - Professional signs - Personal instinct - Peer Signs - Would not trust any site - Would not make a judgement</p>	<p>It measures the attitude of the individual when facing some of the risks of privacy loss presented by the internet.</p>

Tabel 1.4 : Indikator Critical Understanding (European Commission, 2009)

Indikator untuk mengukur *Communicative Abilities* dijelaskan pada tabel dibawah ini:

<b>COMPONENT</b>	<b>INDICATORS</b>
<b>SOSIAL RELATIONS</b>	<p><i>Item: Post messages to chat rooms, news grouping and forums. User-created content in the EU as a % of the number of Internet users, 2005.</i></p> <p><i>1.2 Networking web page. Creating a Profile or sending a message in a social networking website.</i></p>
<b>CITIZEN PARTICIPATIONS</b>	<p><i>2.1. Internet for cooperation Ability to propose and foster active collaborative work and cooperation through media Do you use Internet to keep any kind of cooperation for social or cultural activities with a specific citizen group? No/ Yes, barely / Yes, frequently (To be developed).</i></p> <p><i>2.2. "User Centricity" on online Public services The composite new "User centricity" Indicator is based on four sub-indicators, and piloted in 2007. These explore (personal) data security, administrative burden, channel choice and access, and accessibility standards.</i></p> <p><i>2.3. CitizenParticipation activities ever done Can you tell me whether you have ever done any of the following5?</i></p> <p><i>2.4. E-government usage by the individuals</i></p>

	<p><i>Percentage of individuals aged 16 to 74 who have used the Internet, in the last 3 months, for interaction with Public authorities.</i></p>
<p><b>CONTENTCREATION</b></p>	<p><i>3.1. Media Production Skills Individuals regularly Using the media to produce media, by age (To be developed).</i></p> <p><i>3.2. Experience of creativity media Question: I'd like to read out a number of things people might do Using the types of technologies we've been talking about. For each one, could you please tell me if you've done it, or you'd be interested in doing it, or you're not interested in doing it?</i></p> <p><i>Uploading photos to the internet; Setting up a personal Profile on a social networking website; Contributing comments to someone else's blog; Setting up a website or blog; Making a short video and uploading it to the internet; and Contributing to a wiki. (Source: OFCOM).</i></p> <p><i>3.3. User created content (created web pages)</i></p> <p><i>Percentage of media that is user generated.</i></p>

Tabel 1.5 : Indikator Communicative Abilities (European Commission, 2009)

#### 4. Media Sosial

##### a. Pengertian Media Sosial

Media sosial dikatakan sebagai interaksi antar individu dengan individu lainnya yang terhubung dalam suatu media komunikasi di dunia virtual. Menurut Meike dan Young dalam Nasrullah, mereka mengartikan bahwa media sosial adalah sebagai konvergensi antara komunikasi personal<sup>41</sup>. Artinya, bahwa para pengguna media sosial dapat berbagi satu sama lain. Media sosial juga dapat menjadi fasilitas berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Jadi, apapun latar belakang pengguna media sosial, tetap bisa berinteraksi satu sama lain tanpa membedakan apapun. Sedangkan Van Dijk, media sosial adalah *platform* media yang dapat memfokuskan dan membangun eksistensi bagi para penggunanya. Adapun eksistensi tersebut dapat membuat seseorang terfasilitasi akan adanya aktivitas yang dikolaborasi bagi para penggunanya. Van Dijk juga menambahkan bahwasanya media sosial dapat dilihat sebagai media fasilitator *online* yang dapat menghubungkan antar pengguna sekaligus<sup>42</sup>. Berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, maka dapat didefinisikan

---

<sup>41</sup> Rully Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif, Budaya, dan Socioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015)

<sup>42</sup> Dijk, J. v., *The Network Society* (2nd ed.), (New Delhi: SAGE Publications, 2006)



bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media<sup>43</sup>.

Dengan demikian, media sosial adalah suatu media yang menghubungkan antar individu dengan individu lainnya. Masing-masing individu dapat merasakan fasilitas yang disediakan oleh media sosial, dimana di dalamnya terdapat tempat untuk saling berkomunikasi, berbagi, bekerjasama maupun berkolaborasi dan hasilnya para pengguna dapat menghasilkan sebuah konten dari isi media tersebut, dapat berupa teks, gambar maupun video.

b. Fungsi Media Sosial

Media sosial harus dipergunakan dengan bijak dalam mencari kebutuhan informasi, karena peledakan informasi mengakibatkan mudahnya informasi tersebar di sosial media. Sebagai pengguna, hendaklah kita memperhatikan terlebih dahulu informasi yang kita dapatkan. Berikut beberapa hal yang dapat dijadikan acuan dalam pemanfaatan media sosial secara bijak:

- 1) Proteksi informasi pribadi
- 2) Etika dalam berkomunikasi
- 3) Hindari penyebaran SARA dan pornografi
- 4) Memandang penting hasil karya orang lain
- 5) Membaca berita secara keseluruhan
- 6) Kroscek kebenaran berita atau informasi<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup>Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h.8

Menurut Kietzman, etall, ia menyebutkan terdapat tujuh fungsi dari media sosial, yaitu diantaranya:

- 1) *Identity* adalah sebuah gambaran dari pengguna media sosial, gambaran tersebut berupa identitas yang terdiri dari nama, usia, jenis kelamin, foto dan koleksi fotoserta video yang dimiliki.
- 2) *Conversations* menggambarkan pengaturan komunikasi bagi pengguna dengan pengguna media sosial lainnya.
- 3) *Sharing* menggambarkan pertukaran pesan antara pengguna media sosial dengan pengguna yang lainnya. Ini bisa terlihat ketika seseorang pengguna mempublishkan suatu pesan baik berupa teks, foto, dan video.
- 4) *Presence* menggambarkan mengenai pengguna yang dapat mengakses atau mencari pengguna lainnya.
- 5) *Relationship* menggambarkan tentang pengguna yang dapat berhubungan dengan pengguna lainnya.
- 6) *Reputation* menggambarkan bahwa pengguna dapat mengidentifikasi dirinya dan pengguna yang lain.
- 7) *Groups* menggambarkan bahwa pengguna dapat membentuk suatu grup atau komunitas berdasarkan minat yang sama dan latar belakang yang sama<sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup>Fahmi Anwar, “ *Perubahan dan Permasalahan dalam Media Sosial*”, Vol. 1, No. 1 (April, 2017), h. 142 (di akses pada 25 Juni 2021)

<sup>45</sup>Jan. H. Kietzmann etl, *Social Media? Get serious! Understading the functional building blocks of social media*, (Business Horizons, 2011), h. 241-245

## 5. *Twitter*

Media sosial memiliki banyak bentuk, diantaranya yang paling populer adalah microblogging (*Twitter*), facebook dan blog. *Twitter* adalah suatu situs web yang merupakan layanan dari microblog, yaitu suatu bentuk blog yang membatasi ukuran setiap post-nya, yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk dapat menuliskan pesan dalam *twitter* update hanya berisi 140 karakter. *Twitter* merupakan salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara luas<sup>46</sup>.

*Twitter* adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter* Inc yang dibentuk pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey. *Twitter* berbasis di San Brunomor, California dekat San Francisco, dimana situs ini pertama kali dibuat. *Twitter* adalah salah satu dari berbagai macam media sosial. Umumnya pengguna *twitter* adalah akademisi, tokoh publik, tokoh politik serta *official* akun instansi baik pemerintah maupun swasta. Media sosial populer yang digunakan terutama di Indonesia adalah *Twitter*, Instagram dan Facebook. Pada penggunaan facebook, jangkauan penggunaannya lebih luas dari pada *twitter*. *Twitter* merupakan salah satu platform yang dilaporkan paling tinggi oleh KOMINFO dalam menyebarkan berita palsu atau *hoax*.

---

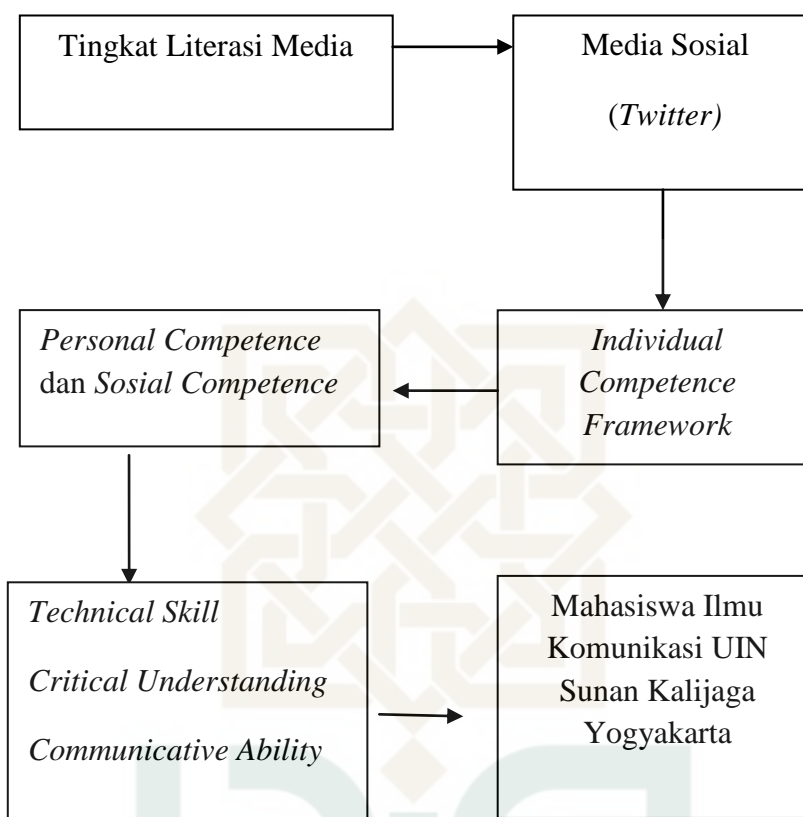
<sup>46</sup> Nomorvia Ika Setyani. "Pengguna Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas. Jurnal Komunikasi", (Surakarta. Universitas Sebelas Maret.2013) <https://abdulkaharkimia.files.wordpress.com/2013/12/jurnal-novia-ika.pdf> (accessed May 03, 2019), h6

*Twitter* memberikan kenyamanan kepada penggunanya, karena merupakan media sosial yang paling mudah digunakan, tampilan dari beranda *twitter* sangat sederhana, sehingga tidak membuat pengguna merasa kebingungan. Akan tetapi kelemahan dari *twitter* adalah batas pesan teks yang akan kita unggah pada beranda *twitter* sangat terbatas, yakni 140 karakter. Apabila kita ingin membuat konten yang banyak atau yang biasa disebut dengan cuitan pada *twitter*, maka kita harus menyambung konten tersebut ke cuitan selanjutnya. *Twitter* adalah termasuk pada sosial media termudah dan tercepat untuk menyebarkan informasi<sup>47</sup>. Maka tak heran bila *twitter* menjadi platform pertama yang menjadi media sosial dengan angka penyebaran berita palsu tertinggi di indonesia. Dalam menggunakan *Twitter*, terdapat konten-konten pendukung seperti *home*, Profile, *followers*, *following*, *mention*, *favorite*, *replay*, *retweet*, *direct message*, *hashtag*, *list*, dan trending topik.

---

<sup>47</sup> Nomorvia Ika Setyani. "Pengguna Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas. Jurnal Komunikasi", (Surakarta. Universitas Sebelas Maret.2013) <https://abdulkaharkimia.files.wordpress.com/2013/12/jurnal-novia-ika.pdf> (accessed May 03, 2019), h6

## 6. Kerangka Konseptual



## G. Metode Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu<sup>48</sup>. Cara ilmiah berarti kegiatan itu dilandasi oleh metode keilmuan sehingga diharapkan data yang didapatkan adalah data yang objektif, valid dan reliabel. Agar penelitian ini mampu mencapai tujuannya dengan tetap mengacu pada standar keilmiah sebuah karya akademis, maka peneliti menyusun serangkaian metode sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian. Hasil dari penelitian diperoleh dengan menggunakan cara atau teknis berdasarkan metode penelitian yang

<sup>48</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. (Bandung : Alfabeta, 2011), 64

digunakan<sup>49</sup>. Berikut uraian yang berkaitan dengan jenis penelitian, sumber data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, dan analisis data.

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah kuantitatif. Merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian eksplanasi survei<sup>50</sup>.

Penelitian eksplanasi (kuantitatif) dimaksud untuk memperoleh kejelasan atau menjelaskan suatu fenomena, menjelaskan hubungan, menguji pengaruh (hubungan sebab-akibat) antar variabel, melakukan evaluasi, dan mengetahui perbedaan atau komparasi satu atau lebih kelompok (yang dikenai perlakuan dengan yang tidak dikenai perlakuan) atau perbedaan kondisi satu atau lebih kelompok. Berdasar teori di atas maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat literasi media penggunaan *twitter* berbasis *Individual competence framework* pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

---

<sup>49</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi Edisi Revisi, ( Bandung : Alfabeta, 2008), 1.

<sup>50</sup> Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Cet. Ke-3, (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Grup, 2009), h.55

### a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu<sup>51</sup>:

- 1) Data primer yaitu data yang didapat secara langsung dari responden penelitian. Data primer ini seperti hasil jawaban dari kuesioner atau pertanyaan yang telah diisi oleh responden.
- 2) Data skunder yaitu data yang diperoleh dari pihak kedua. Seperti tahapan-tahapan kelas literasi sekolah.

### b. Populasi dan Sampel

- 1) Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, nilai ataupun gejala dan peristiwa yang memiliki karakteristik tertentu dan dapat dijadikan sebagai sumber data penelitian<sup>52</sup>.

Populasi pada penelitian kali mahasiswa/i Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga tahun ajaran 2016/2017 sampai 2018/19 berjumlah 101 orang<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup> Ahmad Sani Supriyanto dan mashuri Machfudz, metodologi..., 207

<sup>52</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.30

<sup>53</sup> Hasil dokumentasi dari web resmi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada 22 november 2019.

## 2) Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan dari objek atau fenomena yang diteliti<sup>54</sup>. Dengan kata lain, sampel sebagai pengambilan responden yang mewakili populasi, yang menjadi objek penelitian. Jumlah populasi yang ada pada penelitian ini relatif kecil, oleh karena itu semua mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memiliki akun *twitter* dijadikan sampel yang berjumlah 101 orang, maka metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah metode sampling jenuh atau sensus. Metode sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil<sup>55</sup>.

## 2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang akan digunakan<sup>56</sup>. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dengan teknik *purposive sampling*<sup>57</sup>.

---

<sup>54</sup> Rahmat Kriyantono, Rahmat, Teknik Praktis Riset Komunikasi (Jakarta : PT. Kencana Perdana.2006), 115

<sup>55</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung: Alfabeta, 2010),122.

<sup>56</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan....., hal. 118.

<sup>57</sup> Masri Mansoer dan Elin Driana, *Statistik Sosial*, (Jakarta:Ushul Press, 2009), h.35



Peneliti mengambil teknik sampling ini mengingat sampel yang peneliti lakukan adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang populasinya bersifat heterogen. Tahapan penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

- a. Mencari nama- nama responden dari pangkalan data Indonesia.
- b. Mencari akun instagram *official* Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
- c. Meminta beberapa nomor *whatsapp* responden setiap angkatan.
- d. Menanyakan identitas responden, apabila sesuai dengan populasi yang ditentukan, maka dapat digunakan sebagai sampel.
- e. Memlih responden yang memiliki akun *twitter* dan aktif menggunakannya.
- f. Respoden diminta untuk mengisi kuesioner secara *online* melalui jaringan *whatsapp* dan *direct message* instagram.
- g. Setelah diisi, peneliti juga mewawancarai identitas responden untuk keperluan penelitian dan menghindari pengisian ganda serta mengucapkan terima kasih kepada responden.

### 3. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian berupa kuesioner, kuesioner yang disajikan berisi 58 pernyataan yang terdiri atas 14 pernyataan tentang *technical Skill*, 31 pernyataan tentang *Criticall understanding*, dan 13 tentang *Communicative Abilities*. Adapun kisi-kisi instrument ini bertujuan agar penyusunan instrumen lebih sistematis sehingga mudah

---

di kontrol dan di koreksi. Kisi-kisi dari instrument penelitian adalah sebagai berikut:

N o.	Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jumlah
1.	<i>Technical Skill</i>	1.Kemampuan menggunakan media	1,2,3,4,5	5
		2.Frekuensi menggunakan media dan	6,7,8	3
		3.memahami tujuan penggunaan media	9,10,11,12,13,14	6
2.	<i>Critical Understanding</i>	1.Kemampuan dalam memberikan pemahaman atas konten media dan manfaat yang dirasakan dalam penggunaan media	13,14,15,16,17	5
		2.Memiliki pemahaman terkait pengetahuan media dan regulasi media Serta perilaku yang ditunjukkan audiens dalam menggunakan media	18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35	18
		3.Mampu menilai konten media dari perspektif diri sendiri dan kemampuan berfikir kritis atas konten media	36,37,38,39,40,41,42,43,44	8
3	<i>Communicative Abilities</i>	1.Kemampuan yang dimiliki khalayak untuk berkomunikasi dan membangun relasi di media sosial.	45,46, 47	3

	2.Kemampuan khalayak dalam memproduksi atau mengkreasikan konten media.	48,49,50,51,52	5
	3.Kemampuan khalayak untuk turut serta dalam partisipasi dengan masyarakat.	54,55,56,57,58	5
Jumlah			58

Tabel 1.6 :Instrumen Penelitian

#### 4. Teknik Pengumpulan data

##### a. Angket (Kuesioner)

Angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden sesuai dengan permintaan pengguna<sup>58</sup>. Metode ini digunakan untuk mencari dan menyaring data secara efisien yang bersumber dari responden terlebih jika jumlah responden cukup besar.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab Angket pada umumnya meminta keterangan tentang fakta yang diketahui oleh responden atau juga mengenai pendapat atau sikap. Instrument yang digunakan oleh peneliti berbentuk angket atau kuesioner yang berfungsi untuk memperoleh informasi dari responden. Jenis

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009),, h.80.

angket dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup, artinya angket sudah ada jawabannya dan responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan sesuai dengan dirinya. Jadi, jenis angket yang digunakan peneliti adalah angket atau kuesioner pilihan ganda (*multiple choice*)<sup>59</sup>. Responden diminta untuk memilih salah satu dari sekian banyak kemungkinan jawaban atau alternatif. Metode penggunaan alat pengukuran pada angket ini berupa skala likert. Angket yang penelti sebarakan yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan angket akan disi oleh mahasiswa.

#### **b. Kajian Dokumen**

Kajian dokumen adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, *legger*, agenda dan sebagainya<sup>60</sup>. Kajian dokumen atau metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta baik berupa data dokumentasi maupun data-data mahasiswa yang telah memiliki akun *twitter*.

#### **c. Observasi**

Observasi yang disebut juga sebagai pengamatan meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan

---

<sup>59</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.21

<sup>60</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu.....*, hal. 201.

menggunakan seluruh alat indra<sup>61</sup>. Dalam teknik pengumpulan data ini peneliti terpisah dari kegiatan yang di observasi. Peneliti hanya mengamati, mentaati, mencatat apa yang terjadi tanpa ada keterlibatan langsung dari peneliti terhadap objek yang diteliti<sup>62</sup>. Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk melihat gambaran awal dari objek yang diteliti.

## 5. Uji Instrumen

Sebagaimana pengukuran untuk mengukur jawaban para responden, peneliti menggunakan skala likert agar mudah dipahami menjawabnya<sup>63</sup>. Skala *likert* adalah skala yang biasanya digunakan untuk mengukur bagaimana sikap, pendapat serta persepsi seseorang tentang suatu fenomena. Adapun skala *likert* ini menggunakan kategori penilaian yang didalamnya terdapat bobot penilaian<sup>64</sup>.

Kategori	Singkatan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Table 1.7 : Skala *Lichert* Positif

<sup>61</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung: Alfabeta, 2004), 173

<sup>62</sup> Sulisty-Basuki, Metode Penelitian (Jakarta: Wedatama Widya Sastra, 2006), 151. 62 Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan....., hal. 197.

<sup>63</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 134.

<sup>64</sup> Eko Putro Widoyoko, Teknik Penyusunan.,105.

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar- benar mengukur apa yang diukur dan menyangkut mengenai akurasi sebuah instrument<sup>65</sup>. Uji validitas dapat dikatakan valid jika suatu instrumen dapat mengukur apa yang harus diukur. Kemudian instrumen dianggap valid jika  $r$  hitung  $> r$  table dengan  $n = 101$  dengan taraf siginifikansi 5% yaitu 0,30 atau jika mempunyai nilai  $r$ -hitung yang lebih besar dari  $r$  standar yaitu 0,1. Dalam penelitian ini, instrumen dianggap valid jika nilai koefisiensi validitas ( $r$ hitung) lebih dari atau sama dengan 0,30 ( $r$ hitung  $\geq 0,30$ ). Apabila nilai korelasi di bawah 0,195, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Penghitungan uji validitas juga dapat diolah dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) dan *Microsoft Excel 2007*. Adapun dalam penelitian ini menggunakan perhitungan uji validitas dengan menggunakan *Microsoft Excel 2007*.

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Secara internal, reliabilitas dapat digunakan sebagai analisis kekonsistenan suatu

---

<sup>65</sup>*Ibid*, 211.

butir-butir yang ada pada instrumen<sup>66</sup>. Kemudian secara eksternal, uji reliabilitas dilakukan dengan *test-retest*, *equivalent*, atau gabungan keduanya. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas diukur dengan *Internal Consistency* yaitu dilakukan dengan cara mencoba alat ukur cukup hanya sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Adapun teknik yang digunakan yaitu menggunakan *Alpha Cronbach*, yang digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak, jika jawaban yang diberikan responden berskala 1-3, dan 1-5, serta 1-7 ataupun jawaban yang menggambarkan sikap responden<sup>67</sup>.

## 6. Teknik Analisa Data

Analisis kuantitatif adalah suatu model yang digunakan untuk menganalisa hasil penelitian dengan menggunakan angka-angka dan teknik statistik. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan jenis metode penelitian survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dan menggunakan analisis data menggunakan skala *litcer* yang digunakan untuk mencari atau menguji signifikansi masing-masing indikator.

---

<sup>66</sup> Sumadi Suryabrata, *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 38.

<sup>67</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 165.

## **H. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di UIN Sunan Kalijaga yang beralamat Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan oktober 2019 sampai dengan Maret 2020.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini terdiri dari empat bab yang terdiri dari pendahuluan, kajian pustaka, metodologi serta pembahasan dan penutup. Secara singkat, keempat bab tersebut akan diuraikan sebagai berikut.

### **BAB I**

Dalam bab ini peneliti menguraikan latar belakang penelitian, serta fokus penelitian tujuan serta kegunaan penelitian ini. Latar belakang akan membahas mengenai seluk beluk masalah serta fenomena yang terjadi di lapangan, sehingga memperkuat alasan mengapa fenomena tersebut harus diteliti. Sedangkan fokus penelitian menjelaskan ruang lingkup dan batas-batas penelitian. Kemudian, tujuan dan kegunaan dijadikan sebagai dasar kebutuhan penelitian yang dilakukan serta sistematika pembahasan.

### **BAB II**

Pada bagian ini, akan mengulas secara rinci terkait gambaran umum penelitian yang berkaitan dengan sejarah berdirinya, visi dan misi organisasi, tugas dan tanggungjawab, struktur organisasi dan lokasi yang ada digunakan, serta aktifitas penggunaan *twitter* pada mahasiswa..



### **BAB III**

Bab ini merupakan inti dari penelitian ini, yang merupakan hasil dari penelitian dan analisa lapangan, yang akan memaparkan beragam temuan serta fakta. Bab ketiga berisikan tentang pembahasan yang meliputi analisis dari jawaban rumusan masalah dari penelitian.

### **BAB IV**

Bab keempat berisikan tentang penutup yang meliputi kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah jawaban dan permasalahan yang ditulis dalam bab pendahuluan. Sedangkan saran yang ditulis dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi dalam mengembangkan kemampuan berpikir menggunakan *Individual competence framework* dalam penggunaan *twitter* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan tingkat literasi media Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tentang penggunaan *twitter* berada pada taraf sedang, yaitu pada nilai 209- 250 dengan skor 57% atau 57 responden dari total sampel keseluruhan yaitu sejumlah 100. Adapun tingkatan skor dari *Personal Competences* dan *Social Competences* adalah sebagai berikut:

1. *Technical Skill*, yaitu kemampuan mahasiswa menggunakan media secara teknik yakni memiliki nilai rata-rata sebesar 32 dengan persentase 60% dan berada pada tarafsedang.
2. *Critical Understanding*, yaitu kemampuan mahasiswa dalam menggunakan media secara kognitif yakni memiliki nilai rata-rata 119 dengan persentase 64% dan berada pada tarafsedang.
3. *Social Competences*, yang terdiri dari *communicative abilities* yaitu kemampuan mahasiswa dalam membangun relasi dan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media memiliki nilai rata-rata 44 dengan persentase 56% dan berada pada tarafsedang.

Dengan demikian, setelah mengetahui taraf dari komponen yang telah dianalisis, maka jika hasil tersebut bertaraf sedang atau *medium*, yang artinya adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta telah

mampu mengetahui bagaimana caranya memperoleh dan mengevaluasi informasi yang didapatkan dalam penggunaan *twitter*. Selain itu pada taraf ini juga Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta juga dapat dinilai aktif menggunakan media *twitter* dan ikut serta secara sosial menggunakan media sosial khususnya *twitter*.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat literasi media Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengenai penggunaan *twitter* berdasarkan *Individual competences Framework* adalah sebagai berikut:

1. *Technical Use* : Mahasiswa sebagai penunjang keberlanjutannya masa depan perlu mengembangkan minat baca serta teliti dalam memilah informasi, sehingga membawa perubahan baik bagi perkembangan zaman yang kini berada dalam era teknologi. Mahasiswa di harapkan mampu menggunakan media *twitter*, secara teknik dan aktif dalam penggunaan *twitter*, karena *twitter* merupakan salah satu media sosial penghasil berita tercepat dan te up to date pada saat ini
2. *Critical Understanding*: Mahasiswa perlu juga untuk mengkoscek, mengevaluasi, menganalisi informasi yang beredar dan yang akan di konsumsi dari media sosial khususnya *twitter* yang menjadi platfrom pertama dalam penyebaran informasi palsu dan perlu untuk mencari atau memilih informasi dari pihak terpercaya agar tidak dengan mudah

terkena informasi dan informasi palsu yang kini semakin marak. Kemudian dapat juga mengklarifikasi.

3. *Communicative Abilities*: Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki di harapkan memiliki kemampuan berkomunikasi dan partisipasi melalui dalam penyebaran informasi di media *twitter*. Serta mahasiswa harus membangun relasi sosial serta berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat melalui media. Mahasiswa juga perlu kreatif dalam menggunakan *twitter*, bukan hanya menjadi pengguna, namun menjadi penyebar konten-konten positif dan bermanfaat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Fahmi. *"Perubahan dan Permasalahan Media Sosial."*2017: 142.
- Bungin, M. Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* .Jakarta: Kencana, 2010.
- Calvin Palti Junjungan Sinaga dan Jesica Yonatia, “ Kampanye Penanganan Hoax Melalui Aplikasi Gawai”, Seret Rupa Jurnal of Design, Juli 2018, Vol. 2, No. 2 : 119-129, (accessed Oct 22, 2019)
- Comission, European. *"Study on Assesment Criteria for Media Literacy Levels: A Copenhensive view of the concept of media Literacyand an understanding of how media lietracy levels in Europe should beassessed ."*2009: 23.
- Deddy Mulyana. 2009. Ilmu Komunikasi; Suatu pengantar. Bandung: Remaja Rosdakaraya, 2009
- Djik, J. v. (2006). The Network Society (2nd ed.). London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Driana Elin, dan Mansoer Masri. *Statistik Sosial*.Jakarta: Ushul Press, 2009.
- Efendi Sofian, dan Singarimbun Masri. *Metodologi Penelitian Survey*.Jakarta: LP3ES, 199
- Effendy, Onong Uchyjana. 2009. Komunikasi; Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Environmental Education and Training Partnership (EETAP). (1999). Evaluating the Content of Websites : Guidelines for Educators. Columbus, OH: Environmental Education and Training Partnership.
- etl, Jan. H. Kietzmann. *"Social Media? Get serious! Understading the functional building blocks ofsocial media."* *Business Horizons*, 2011: 241-245.
- European Commission. 2011. Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. Brussel.
- Ginting, Rahmanita. (2015). Peran Literasi Media Dalam Era Komunitas Asean. Dalam Ambang Priyonggo, FX Lilik Dwi M., Adi Wibowo. *Dinamika Media Pada Masyarakat Kontemporer Indonesia*. UMN Press: Tangerang–Banten. YTREW AA YTREWaaa`/KK.

- Gunawan, Iman. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, n.d.
- Head, A. J., & Eisenberg, M. B. (2010). *Project Information Literacy: How College Students Evaluate and Use Information in the Digital Age*. University of Washington, Information School. University of Washington.
- Ismerisa Elzaheira. (2012), [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), “Pentingnya Melek Media (Literasi Media)” (diakses pada tanggal 22 oktober 2019)
- Jannah, Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Joseph A Devito. 2008. *Essentials of Human Communication*, Sixth Edition (Boston, Pearson Education, Inc.,
- Kominfo.go.id, “Situs Penyebaran Hoax”, di akses 22 Oktober 2019
- Kominfo.go.id, Hoax *Twitter*, <https://kominfo.go.id/search?search=hoax+twitter& token=UhTT49n5OExnQw1ByXmEJXz8q0dcDXIJyXSI15a> (accessed Oct 22, 2019)
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Lucassen, T., Muilwijk, R., Noordzij, M. L., & Schraagen, J. M. (2013). *Topic Familiarity and Information Skills in Online Credibility Evaluation*. *JOURNAL OF THE AMERICAN SOCIETY FOR INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY* 64(2), 254–264.
- Mason, L., Boldrin, A., & Ariasi, N. (2010). *Epistemic metacognition in context: evaluating and learning online information*. *Metacognition Learning*, 67–90.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Muhammad nurul rizal. 2015. *Tingkat Kemampuan Literasi Media Baru Mahasiswa Universitas Riau Level Of New Media Literacy Skills Student Of Riau University, (FISIP UNRI)*
- Mulyadi, Mohammad. *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Publica Institute, 2010.

- Nasrullah, Rully. (2015). *Media Sosial : Perspektif, Budaya, dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nuruddin. 2009. *Jurnalisme masa kini*. Jakarta: Rajawali Press Jakarta.
- Pilgreen, Janice L. 2000. *The SSR Handbook: How to Organize and Manage a Sustained Silent Reading Program*. Australia: Boynton/Cook Publisher
- Potter, James W 2008. *Media Literacy* 4th ed. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Putra, Egi Dewa. 2014. *Mengungkap Jejaring Sosial*. Ebook. <http://kambing.ui.ac.id/onnopurbo/ebook/ebook.SU2013/SuryaUnivMengungkap-Jejaring-Sosial.pdf>.
- Rebecca Purba. 2010. *Tingkat Literasi Media pada Mahasiswa: Studi Deskriptif Pengukuran Tingkat Literasi Media berbasis Individual Frame Work pada Mahasiswa USU*. Medan: USU Press.
- Ridha Mawadha, Masrul dan Hasriani Amin. 2008. *Analisis Kemampuan Literasi Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*. Universitas Halu Oleo: FISIP.
- Riduwan. *Metode & Teknik Tesis*. Bandung: ALFABETA, 2008.
- Rifiani, Nisya. 2014. *Studi Literasi media*. <https://id.scribd.com/doc/229115779/StudiLiterasi-Media>
- Setiadi, N, J. 2003. *Perilaku Konsumen; Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Medai Group.
- Shen, X.-L., Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2013 ). *What leads students to adopt information from Wikipedia? An empirical investigation into the role of trust and information usefulness*. *British Journal of Educational Technology* Vol 44 No 3 , 502–517.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- , *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2001.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Tamburka, Apriadi. *Literasi Media*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- , *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2010.

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*. Jakarta: Kencana, 2017.

------. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian* .Jakarta: PT RajaGrafindo, 2011.

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

Widiyanto, Mikha Agus. *Statistika Terapan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013.

Zhang, S., Duke, N. K., & Jiménez, L. M. (2011).The WWWDOT approach to improving students' *Critical evaluation of websites*. *The Reading Teacher* Vol. 65 Issue 2 , hal. 150–158 .