

BAGIAN 4  
KONSTRUKSI SOSIAL  
MEDIA BARU



# **POLA KOMUNIKASI MAHASISWA DI MEDIA SOSIAL (STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI PADA MAHASISWA USB YPKP)**

**Adi Permana Sidik, Nunung Sanusi**

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi diakui oleh banyak masyarakat sangat cepat sekali, terutama sejak kemunculan interconnection networking (internet). Termasuk di Indonesia. Keterangan data di bawah ini dapat memperkuatnya.

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.

Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), Selamatta Sembiring mengatakan, situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah Facebook dan Twitter. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna Facebook terbesar setelah USA, Brazil, dan India.

Menurut Sembiring, di era globalisasi, perkembangan telekomunikasi dan informatika (IT) sudah begitu pesat. Teknologi membuat jarak tak lagi jadi masalah dalam berkomunikasi. Internet tentu saja menjadi salah satu medianya. Di Indonesia, menurutnya juga menempati peringkat 5 pengguna Twitter terbesar di dunia. Posisi Indonesia hanya kalah dari USA, Brazil, Jepang dan Inggris.

Sementara menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan jumlah pengguna Internet di Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta.

Pengguna internet terbanyak ada **di pulau Jawa** dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari total penggunaan Internet. Jika dibandingkan peggunaan Internet Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta user, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 - 2016). Tentu data / fakta ini menggembirakan, terutama bagi para pengusaha atau pemilik toko online.

Melihat data di atas, dapat diduga kuat bahwa masyarakat di Indonesia, khususnya para remaja atau pemuda yang saat ini sedang

menjadi pelajar di Perguruan Tinggi, adalah merupakan pengguna aktif internet dengan konten media sosial. Meningkatnya perkembangan teknologi dan informasi ini juga membuat perilaku komunikasi masyarakat Indonesia termasuk para mahasiswa semakin mengalami banyak perubahan.

Penelitian Wijaya dan Godwin (2012) menemukan aktivitas jejaring sosial (*facebook* dan *twitter*) memberikan pengaruh dalam kehidupan dunia nyata pada remaja baik secara prososial maupun antisosial. Secara prososial, remaja menggunakan situs jejaring sosial sebagai media pertemanan, bertukar informasi, memperluas wawasan, bahkan bisnis *online* yang dapat memberikan keuntungan secara materi.

Hasil penelitian Sponcil dan Gitimu (2012) menemukan bahwa para mahasiswa setidaknya memiliki satu jenis situs jejaring sosial sebagai sarana untuk membangun komunikasi dan bergaul dengan orang lain yang kurang lebih berpengaruh dalam kehidupannya sehari-hari. Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa media sosial yang saat-saat ini kian merebak di kalangan masyarakat dunia khususnya di Indonesia dapat mempengaruhi perilakunya dalam kehidupan nyata.

Tidak mengherankan, berkembang di masyarakat fenomena perilaku komunikasi yang lain dari masa-masa sebelumnya. Dapat ditemukan bahwa saat ini, mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktunya dengan handphone. Para mahasiswa menggunakan akun-akun media sosial yang dimiliki untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan, baik itu untuk mendapatkan informasi-informasi tentang dunia perkuliahan, bisnis, organisasi, pertemanan, keluarga atau bahkan hanya sekedar becanda, iseng, hanya untuk mengisi kekosongan waktu. Selain dari itu, hadirnya media sosial juga melahirkan bahasa-bahasa khas, yang barangkali hanya dimengerti oleh mereka yang terbiasa dengan penggunaan media sosial.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2005:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, **pada suatu** konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, yang dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2007 : 58). Seorang peneliti yang mengadakan penelitian kualitatif biasanya berorientasi pada teori yang sudah ada. Pada penelitian kualitatif, teori dibatasi pada pengertian: suatu pernyataan sistematis yang berkaitan dengan seperangkat proposisi yang berasal dari data dan diuji kembali secara empiris. Dalam uraian dasar tentang teori tersebut, Bogdan dan Biklen (1982:30, dalam Moleong, 2005:14) menggunakan istilah paradigma. Dalam penelitian ini teknologi pengumpulan data yang digunakan di antaranya adalah pengamatan tidak berperan serta, wawancara mendalam, FGD, dan studi literatur dan lain sebagainya.

### **Hasil dan Pembahasan**

Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi USB YPKP Bandung yang masuk pada tahun akademik 2016/2017 dan selanjutnya disebut Mahasiswa Angkatan 2016. Artinya mereka mulai masuk menjadi mahasiswa di Prodi Ilmu Komunikasi USB YPKP pada tahun 2016. Mahasiswa angkatan 2016 ini hanya terdiri dari 1 kelas dengan jumlah mahasiswa yang terdaftar sebanyak 36 orang.

Mahasiswa angkatan 2016 yang berjumlah 36 orang ini datang dari berbagai wilayah dan suku yang ada di Indonesia. Mayoritas berasal dari Jawa, mulai dari Jawa Barat, Jawa Tengah sampai sampai Jawa Timur. Kemudian ada juga yang berasal dari Sumatera, DKI Jakarta, dan ada juga mahasiswa yang berasal dari Papua. Dengan datang dari berbagai suku inilah, proses komunikasi yang ada di kelas mahasiswa angkatan 2016 menjadi unik, intens, dan penuh dengan dinamika. Dalam perbedaan latar belakang kebudayaan yang berbeda ini juga lah, peluang terjadinya salah paham dalam proses komunikasi menjadi sangat besar.

Mahasiswa angkatan 2016 ini sampai dengan tahun 2018 (Semester Empat), sudah berinteraksi selama kurang lebih 2 tahun. Selama 2 tahun itu mereka terus berinteraksi di kampus untuk saling mengenal, memahami satu sama lain. Untuk keperluan informasi akademik dan menjalin

komunikasi, mereka kemudian membuat satu *group* komunikasi dengan fasilitas media sosial What'sApp Messenger (WA).

Sejak masuk kuliah tahun 2016, mereka sebenarnya sudah membuat group tapi menggunakan aplikasi media sosial lainnya yaitu Line. Tetapi karena satu dan hal lainnya kemudian pada Januari tahun 2018 mereka kemudian membuat group baru lagi dengan menggunakan aplikasi WA. Mahasiswa angkatan 2016 merupakan sebuah komunitas, sebuah kelompok. Tindakan-tindakan komunikasi mereka dalam sebuah proses komunikasi dapat dikaji diteliti dengan pendekatan etnografi komunikasi. Para anggota hampir semuanya ikut di dalam group WA kelas tersebut, karena mereka memiliki handphone dan memiliki aplikasi WA. Anggota kelas mahasiswa angkatan 2016 ini hampir semuanya memiliki motif yang sama ketika bergabung atau ikut di dalam group WA kelas, yaitu untuk saling mengenal dengan sesama anggota kelas, agar terus menjalin komunikasi, dan juga untuk berbagi informasi tentang akademik di kampus. Misalnya apa yang disampaikan oleh salah seorang anggota kelas X.

*"Motif saya sih ikut group WA kelas ya supaya bisa lebih akrab lagi aja dengan teman-teman yang lain, karena terkadang kan kalau di kelas jarang ngobrol. Terus supaya bisa tahu informasi-informasi soal kuliah terutama sih soal kedatangan dosen,"*<sup>2</sup>

Selain motif itu, ada juga di antara anggota kelas memiliki motif bisnis misalnya untuk berjualan, motif mengetahui karakter seseorang melalui aktivitas di group. Ada juga yang memiliki motif untuk mengisi waktu luang, bergurau untuk meramaikan suasana group, bahkan ada juga yang memiliki motif untuk melakukan pendekatan kepada lawan jenis untuk dijadikan sebagai pacar.

**Gambar 3.1 Diagram Motif**



Anggota sebuah kelompok di dalam dunia nyata akan dinilai aktif jika mereka ikut terlibat dalam semua kegiatan kelompok seperti ikut pertemuan, ikut rapat, ikut dalam setiap program, atau mengikuti semua kegiatan yang melibatkan sebuah kelompok atau komunitas.

Sedangkan keaktifkan seorang anggota komunitas di dalam sebuah group WA dilihat dari keterlibatan, interaksi, merespons pembicaraan-pembicaraan yang ada di dalam group WA tersebut. Untuk keaktifkan anggota kelas mahasiswa prodi angkatan 2016 ini di group WA bervariasi mulai dari yang sangat aktif, aktif, cukup aktif, kurang aktif, sampai dengan yang tidak aktif sama sekali disertai dengan alasannya. Seperti yang diakui sendiri oleh mereka.

*"Iya saya sebagai ketua kelas yang paling aktif di dalam group karena biasanya saya yang paling sering dihubungi oleh para dosen untuk keperluan akademik yang harus disebar kepada teman-teman yang lainnya, dan teman-teman saya juga sering menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan akademis kepada saya"*<sup>3</sup>

*"Saya memang tidak aktif sama sekali di group WA kelas ini, kalau group sebelumnya yang Line saya cukup aktif karena di Line bisa kirim stiker. Kalau di WA gak ada, dan sekarang teman-teman lebih sering menggunakan Bahasa daerah jadi saya malas dan tidak mengerti apa yang sedang dibicarakan oleh teman-teman di group"*<sup>4</sup>

*"Saya kurang aktif, paling hanya membaca dan menyimak aja apa yang teman-teman bicarakan di group, karena saya juga kadang tidak terlalu aktif karena kebanyakan mereka juga suka becanda di group jadi tidak harus dilayani,"*<sup>5</sup>

### **Pola Komunikasi Mahasiswa di Media Sosial**

Menemukan atau memaparkan pola komunikasi satu kelompok/komunitas dapat dilakukan dengan melihat aktivitas komunikasi verbal dan komunikasi non verbal yang dilakukan. Mahasiswa juga dalam tindakan komunikasi di group WA juga dikategorikan pada tindakan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Namun dalam penelitian ini peneliti fokus pada tindakan komunikasi verbal saja, mengingat yang diteliti dari mereka adalah interaksi mereka di group WA yang sifatnya tidak bertemu langsung (dunia maya) bukan dunia nyata.

Tindakan komunikasi verbal yang peneliti paparkan hanya dalam lingkup bahasa. Bahasa dalam kajian etnografi komunikasi menjadi instrumen penting untuk diteliti. Dalam komunikasi kelompok mahasiswa angkatan 2016 di group WhatsApp, hasil temuannya adalah penggunaan bahasa mereka beragam bahasa mulai dari bahasa Indonesia, bahasa Sunda, bahasa Jawa, bahkan ada juga yang menggunakan bahasa Inggris atau

bahasa Jepang. Penggunaan bahasa yang beragam ini dimaknai beragam oleh mereka. Ada yang menerima perbedaan bahasa itu dan tidak memperlmasalahkannya, tapi ada juga yang merasa keberatan terutama dengan bahasa yang mereka tidak pahami.

*"Mayoritas menggunakan bahasa Indonesia, selain bahasa Indonesia sering digunakan juga bahasa Sunda, karena mayoritas memang di kelas kita berasal dari Sunda. Ada juga kadang-kadang yang menggunakan bahasa Inggris, atau bahasa Jepang,"<sup>6</sup>*

*"Saya kan memang berasal dari luar Jawa, jadi kalau teman-teman menggunakan bahasa daerah seperti bahasa Sunda di group, saya tidak mengerti maksudnya sehingga saya kadang malas membuka group"<sup>7</sup>*

Selain bahasa, tindakan komunikasi verbal lainnya yang peneliti temukan dan paparkan adalah tema-tema apa atau pesan-pesan apa yang biasanya disampaikan mahasiswa di dalam group WA. Tema yang paling sering dibahas oleh para mahasiswa adalah soal kehadiran dosen dalam mengajar. Di dalam group hampir setiap hari mereka bertanya di group apakah dosen mata kuliah tertentu masuk atau tidak hari ini. Info kehadiran dosen ini menjadi penting bagi semua mahasiswa di dalam group.

*"Yang sering dibicarakan di group itu biasanya tentang dosen hadir atau tidak (untuk mengajar), setelah itu biasanya tentang tugas, atau info-info seminar, kegiatan kampus."<sup>8</sup>*

*"Info dosen datang atau tidak datang itu penting karena kalau yang tinggal nge-kost jauh dari kampus bisa siap kalau dosen datang berarti berangkat ke kampus tapi kalau tidak datang berarti tidak harus ke kampus"<sup>9</sup>*

Tema-tema lainnya yang sering dibahas oleh mahasiswa di group adalah mengenai sarana dan prasarana kampus, mulai dari koneksi wifi, parkir kampus, perpustakaan, maupun finger.

*"Di group juga kadang kita ngobrol atau bahas fasilitas kampus seperti koneksi wifi yang kadang nyala kadang mati, tempat parkir, finger, atau perpustakaan."<sup>10</sup>*

Mahasiswa selain membahas tema-tema akademik dalam obrolan sehari-harinya, obrolan-obrolan ringan menjurus gurauan (candaan) menjadi tema yang cukup sering muncul di dalam group, seperti soal pertandingan sepak bola, candaan terhadap salah seorang anggota group (bullying), urusan percintaan, sampai dengan saling mengirim foto-foto salah seorang dari mereka yang diambil saat belajar di kelas, yang tanpa disadari oleh yang bersangkutan.



Sementara tema-tema yang biasanya dihindari untuk dibahas oleh mahasiswa justru adalah yang berkaitan dengan politik, khususnya informasi-informasi yang isinya cenderung kritikan terhadap presiden Jokowi. Obrolan-obrolan tentang politik hanya menjadi semacam selingan diantara informasi-informasi soal akademik atau sarana dan prasarana kampus.

*“Biasanya yang paling sensitif itu kalau udah ngobrol tentang politik apalagi yang isinya kritikan terhadap penguasa yang sekarang. Makanya sesekali saja ngobrol tentang politik.”<sup>11</sup>*

### **Simpulan**

Mahasiswa yang mengikuti perkuliahan mereka dipastikan akan tergabung dalam satu kelompok atau komunitas yang bernama kelas. Itu juga yang dialami oleh Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi USB YPKP angkatan 2016. Diinisiasi oleh seorang Ketua Kelas, mereka kemudian sepakat untuk membuat satu bentuk group WA untuk menjalin komunikasi di antara mereka.

Temuan dari hasil penelitian tentang pola komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa USB YPKP di group WA dengan menggunakan pendekatan etnografi komunikasi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Motif Mahasiswa yang tergabung di group hampir semuanya yang sama ketika bergabung di dalam group WA tersebut yaitu untuk menjalin hubungan yang lebih akrab, mengetahui berbagai macam informasi mengenai akademik seperti kehadiran dosen, serta tugas kuliah.
2. Keaktifan mahasiswa di dalam group beragam. Ada yang sangat aktif, cukup aktif, kurang aktif, sampai dengan tidak aktif.
3. Bahasa yang digunakan di group selain bahasa Indonesia, terdapat juga mahasiswa yang obrolannya menggunakan bahasa daerah seperti bahasa Sunda, bahasa Jawa, bahasa Padang, bahkan juga bahasa Asing seperti bahasa Inggris dan bahasa Jepang.
4. Tema-tema, obrolan-obrolan yang dibahas di dalam group juga bervariasi. Yang paling sering dibahas adalah akademik. Dan topik akademik yang paling sering dibahas adalah soal kehadiran dosen dalam mengajar pada hari itu apakah akan mengajar atau tidak. Berikutnya adalah topik soal tugas apa dan kapan deadline tugas harus dikumpulkan.
5. Selain tema akademik, tema yang paling sering dibahas atau menjadi pembicaraan sehari-hari di dalam group adalah topik candaan atau guraun di antara anggota group. Mulai dari pertandingan sepak bola, bullying,

atau saling mengirim dan komentar foto-foto anggota yang ada di dalam group ketika mengikuti perkuliahan di kelas.

6. Topik atau obrolan yang dihindari untuk dibahas di dalam group ada topik mengenai dunia politik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, Dyah Shiefti, 2016. *Media Sosial*. Prenada Media: Jakarta.
- Anshori, S. Dadang, 2017. *Etnografi Komunikasi*. Rajawali: Bandung: Jakarta.
- Bungin, Burhan, 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara Hafied, 2009, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kuswarno, Engkus, 2008. *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Moleng, J. Lexy, 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*: Bandung: Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, cetakan kelima. Bandung: Rosdakarya.
2007. *Ilmu Komunikasi*, cetakan kesebelas. Bandung: Rosdakarya.
- Nasrullah, Rully, 2015. *Media Sosial*, Bandung: Simbosa Rekatama.
- ....., 2014. *Teori dan Riset Media Siber*, Jakarta: Kencana
- .....2017. *Etnografi Virtual*, Bandung: Simbiosis Rekatama
- Selviana, *Media Sosial Dalam Perspektif Psikologi*, Buletin KPIN Vol.2. No.11, Juni 2016, diakses dari <http://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/91-media-sosial-dalam-perspektif-psikologi>
- Supratman Pujasari Lucy & Adli Rafiki, *Kajian Etnografi Komunikasi Pada Gaya Berkomunikasi Komunitas Hansamo Modern Dance Boys di Kota Bandung*, Jurnal Kajian Komunikasi Volume 4, No.1, Juni 2016 diakses dari <http://jurnal.unpad.ac.id/6ed91aef-bd7c-460a-9bf5-baccbd3d39e2>
- Zakiah, Kiki, *Penelitian Etnografi Komunikasi: Tipe dan Metode*, Mediator, Vol.9. No.1 Juni 2008, diakses dari <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/1142/712>
- [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker)
- <http://tekno.liputan6.com/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia>

# **POLA KOMUNIKASI TUTOR DAN SISWA MELALUI WHATSAPP DALAM PROGRAM RUANGGURU DIGITALBOOTCAMP PAKET C**

Kartika Parhusip, Heppy Haloho

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi di era digital yang berkembang pesat membawa perubahan dalam segala aspek kehidupan manusia. Dalam era digital perubahan-perubahan yang muncul ditandai dari beragamnya teknologi yang memiliki dampak perubahan komunikasi bagi pengguna. Salah satu bidang yang mengadopsi perkembangan ini adalah dunia pendidikan di Indonesia. Pendidikan semakin mudah untuk diakses siapa saja dan dimana saja. Pemanfaatan teknologi yang berkaitan dengan pendidikan di era digital menjadi penting dalam mendukung kemajuan dalam bidang pendidikan. Pendidikan menjadi semakin mudah untuk diakses karena perkembangan teknologi komunikasi. Berbagai kalangan masyarakat dapat menikmati fasilitas-fasilitas untuk mendukung kebutuhan akan pendidikannya.

Salah satu perusahaan teknologi yang berfokus pada layanan berbasis pendidikan yaitu Ruangguru telah melakukan eksplorasi dalam bidang pendidikan. Ekplorasi dan inovasi pendidikan yang dilakukan Ruangguru ini mengikuti perkembangan era digital. Hal ini disebabkan Ruangguru percaya bahwa teknologi dapat membantu siswa, guru, dan orang tua untuk menjalankan aktivitasnya menjadi lebih efektif dan efisien. Ruangguru memiliki beragam produk diantaranya: ruang belajar, digitalbootcamp, ruang les, ruang les online, ruang uji, dan ruang kelas. Salah satu program Ruangguru yang menarik adalah program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C. Dalam program ini, Ruangguru memperkenalkan suatu konsep pembelajaran online bagi siswa yang tidak berkesempatan menyelesaikan pendidikan di SMA formal biasa dan akan mengikuti ujian kesetaraan Paket C. Program yang diluncurkan Ruangguru ini merupakan salah satu program yang tidak memungut bayaran terhadap siswa yang akan mengikuti ujian kesetaraan Paket C. Ruangguru Digitalbootcamp Paket C merupakan program intensif ujian Paket C yang dikemas dalam suatu kelompok belajar yang menyenangkan dengan mengangkat kemudahan dalam belajar, diskusi kelompok, dan *tech-based learning*.

Kelompok belajar pada program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C ini berbeda dengan kelompok belajar konvensional karena memanfaatkan aplikasi WhatsApp dalam pembelajarannya. WhatsApp merupakan aplikasi mobile terpopuler dengan pengguna terbanyak di Indonesia (Pratama, <https://id.techinasia.com/comscore-whatsapp-adalah-aplikasi-terpopuler-di-indonesia>, akses 20 Juni 2018). Pemanfaatan WhatsApp sebagai media pembelajaran merupakan suatu konsep yang menjadikan kegiatan belajar dan mengajar lebih fleksibel. Siswa yang mengikuti program ini dapat berasal dari berbagai daerah yang berbeda yang ada di Indonesia. Dengan beragamnya latar belakang siswa yang mengikuti program ini, karakteristik setiap siswa tentunya juga berbeda. Dalam setiap kelompok belajar yang ada di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C, akan ada satu tutor dan satu fasilitator yang siap membimbing siswa dalam persiapan menghadapi ujian Paket C.

Pembelajaran di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C ini merupakan pembelajaran yang terfokus pada siswa. Tutor dan fasilitator hanya memberikan stimulus-stimulus dimana siswa dituntut harus aktif juga dalam mencari materi belajar sesuai dengan mata pelajaran yang diikutinya. Tutor sebagai pembimbing siswa dalam membantu memahami pelajaran tidak hanya dituntut menguasai materi pelajaran saja, tetapi harus mengetahui dan mengelola interaksi yang baik dengan siswa. Hal ini sangat penting karena dengan menjalin interaksi dan komunikasi yang baik antara tutor dan siswa, proses belajar akan berlangsung dengan maksimal dan berhasil mencapai tujuan. Interaksi ini bernilai edukatif karena kegiatan belajar mengajar yang dilakukan, diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini yang mendorong peneliti ingin mengetahui pola komunikasi yang terjadi antara tutor dan siswa melalui aplikasi WhatsApp dalam program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Studi kasus merupakan metode yang bertujuan untuk mengembangkan metode kerja yang paling efisien, maknanya peneliti mengadakan telaah secara mendalam tentang suatu kasus (Iskandar, 2008: 27). Dalam tradisi penelitian kualitatif, peneliti diarahkan oleh produk berpikir induktif untuk menemukan jawaban logis terhadap apa yang sedang menjadi pusat perhatian dalam penelitian, dan akhirnya produk induktif itu menjadi jawaban sementara terhadap apa yang dipertanyakan dalam penelitian tersebut (Bungin, 2014: 6).

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini adalah *purposive* untuk mendapatkan data yang tepat yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data. Kunci dasar dari prosedur ini adalah penguasaan informasi dari informan yang mengetahui mengenai program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C dan terlibat langsung dalam program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang, yaitu: Stephanie Hardjo sebagai Business Development Manager yang mewakili dari Ruangguru, Bapak Ari yang mewakili dari tutor yang mengajar di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C, dan Fathikah yang mewakili siswa yang bergabung dalam Ruangguru Digitalbootcamp Paket C. Data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan wawancara mendalam. Data sekunder pada penelitian ini didapat melalui studi literatur. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data melalui model analisis data interaktif Miles dan Huberman (Herdiansyah, 2010:164). Peneliti menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik adalah penggunaan beragam teknik pengungkapan data yang dilakukan kepada sumber data. Menguji kredibilitas data dengan triangulasi teknik, yaitu mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti mengungkapkan data tentang pola komunikasi tutor dan siswa melalui WhatsApp di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C, lalu dicek melalui teknik observasi partisipan dengan menjadi fasilitator di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Ruangguru merupakan perusahaan teknologi terbesar dan terlengkap di Indonesia yang berfokus pada layanan berbasis pendidikan. Perusahaan ini didirikan sejak tahun 2014 oleh Belva Devara dan Iman Usman. Ruangguru memiliki lebih dari enam juta pengguna serta telah mengelola lebih dari 150.000 guru yang menawarkan jasa di lebih dari 100 bidang pelajaran ([ruangguru.com](http://ruangguru.com)). Digitalbootcamp adalah salah satu produk yang terdapat di Ruangguru. Dikemas dengan grup chat belajar dengan tutor yang akan membimbing siswa, modul belajar, latihan soal dan *try out*, serta akses video belajar yang tersedia di ruang belajar. Dalam program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C, jumlah siswa yang bergabung sebanyak 500 siswa. Siswa-siswa ini akan bergabung dalam grup chat mata pelajaran sesuai dengan mata pelajaran yang diujikan pada saat ujian kesetaraan Paket C. Mata pelajaran yang diajarkan dalam program ini meliputi: Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Matematika, Ekonomi, Geografi, Sosiologi, dan PKN.

Latar belakang didirikannya fitur Digitalbootcamp di Ruangguru ini adalah kebutuhan siswa akan pembimbing dan teman belajar dalam memahami mata pelajaran. Pembelajaran yang ada di Digitalbootcamp ini melibatkan interaksi komunikasi antara tutor dan siswa sehingga melalui komunikasi yang efektif dapat meningkatkan motivasi belajar siswa.

“Setelah meluncurkan layanan video belajar--dahulu bernama ruangvideo, sekarang ruangbelajar--kami mendapatkan feedback dan insight bahwa belajar online melalui video seringkali sangat individual. Siswa masih membutuhkan teman belajar untuk memotivasi mereka belajar serta memperkaya pengalaman belajar mereka. Oleh karena itu, kami membuat layanan baru Ruangguru digitalbootcamp yang mengedepankan pembelajaran berbasis group chat sebagai sarana interaksi antar siswa, yang memungkinkan adanya peer atau social learning.”

Inisiatif Ruangguru dalam mengadakan suatu program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C ini sangat membantu persiapan siswa yang akan mengikuti ujian kesetaraan Paket C. Program ini melibatkan siswa.

“Digitalbootcamp Paket C diadakan untuk memperkenalkan konsep pembelajaran online bagi siswa yang tidak berkesempatan menyelesaikan pendidikan SMA formal biasa. Dengan ini, Ruangguru berharap bahwa siswa yang drop-out dari SMA mempunyai alternatif mengejar ketertinggalan belajarnya dengan lebih mudah--karena bersifat online dan bisa diakses di mana saja, kapan saja--dan tetap berkualitas. Misalnya, bagi siswa drop-out yang sudah bekerja, mereka dapat mengakses materi belajar berkualitas di Ruangguru digitalbootcamp saat istirahat, di jalan menuju tempat kerja, dan sebagainya.”

Salah satu siswa yang mengikuti program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C juga merasakan manfaat karena dapat belajar di mana saja, bahkan ketika siswa tersebut bekerja. Siswa tetap dapat terhubung dengan teman belajar dan tutor sebagai pembimbing walaupun berlangsung melalui aplikasi WhatsApp.

“Sangat membantu karena bisa belajar lewat handphone dan tidak perlu keluar rumah. Di sela-sela kerja saya sempetin belajar, lihat video Ruangguru, baca buku.”

Siswa yang sudah bekerja sangat dimudahkan dengan pembelajaran melalui WhatsApp ini. Karena melalui WhatsApp, siswa dapat mengembangkan pengetahuan dan sarana latihan bagi dirinya dalam mempersiapkan ujian kesetaraan Paket C. Masing-masing siswa bertanggung jawab pada tingkat kompetensinya karena dalam pembelajaran melalui WhatsApp, siswa dituntut terlibat aktif dan fokus mengikuti sesi belajar yang berlangsung.

“Iya saya sudah komitmen untuk ikut dan tanggung jawabnya adalah harus menyelesaikannya. Rasa malas kadang ada, tapi ingat lagi mau bisa atau nggak nih”

Tutor juga berperan dalam membuat suasana belajar jadi aktif dan menyenangkan dalam grup belajar WhatsApp. Salah satu cara yang dilakukan tutor adalah dengan mention nama siswa di grup belajar. Cara tersebut akan memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengutarakan pendapat dan jawaban sehingga akan diketahui siswa memahami atau tidak materi yang disampaikan oleh tutor.

### **Fitur Ruangguru Digitalbootcamp**

Dalam Ruangguru Digitalbootcamp fasilitas yang didapatkan berupa:

1. Video belajar di ruangbelajar, berisi pembahasan soal yang memiliki durasi 5-10 menit.
2. Grup belajar online dengan tutor stand by, dimana setiap grup terdiri dari satu mata pelajaran yang dipandu oleh tutor.
3. Materi belajar, yang terdiri dari modul, soal, tryout, webinar yang disesuaikan dengan kurikulum.
4. Ruangkonseling.
5. USB On The Go (OTG) untuk menonton video tanpa kuota.

### **Proses Belajar di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C**

Kegiatan belajar mengajar di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C terdiri dua sesi. Sesi pertama pada pukul 18.00 – 20.00 WIB dan sesi kedua berlangsung pada pukul 20.00 – 22.00 WIB. Sebelum memulai kegiatan pembelajaran, fasilitator akan melakukan absensi 30 menit baik untuk siswa maupun tutor yang akan mengajar pada grup WhatsApp. Setelah itu fasilitator sebagai perwakilan dari Ruangguru akan mengirimkan tata tertib yang berlaku dalam program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C.

Setelah memastikan siswa hadir sesuai dengan jadwal yang ditentukan, kegiatan pembelajaran dapat dilakukan. Dalam setiap sesi mata pelajaran akan ada modul belajar yang telah disiapkan Ruangguru yang telah dibagikan tutor di grup WhatsApp. Pembagian modul ini dilakukan tutor pada pukul 16.00 WIB. Pembagian modul belajar sebelum kegiatan pembelajaran dilakukan sangat membantu siswa dalam mempersiapkan bahan belajar yang akan dibahas pada saat sesi belajar berlangsung. Pemberian modul ini merupakan hal yang dapat merangsang daya pikir siswa agar lebih mandiri dalam belajar dan ketika proses belajar berlangsung akan lebih mudah bagi para siswa dalam menyerap pelajaran.



**Gambar 1. Tata Tertib Ruangguru Digitalbootcamp Paket C**

Selama proses belajar berlangsung telah terjadi interaksi yang bertujuan. Dalam hal ini tutor dan siswa memiliki andil dalam mengerakkannya. Interaksi dapat diciptakan dengan lingkungan yang menyenangkan dan edukatif demi kepentingan siswa dalam belajar. Seperti



**Gambar 2. Modul Belajar Ruangguru**



yang disampaikan oleh Business Development Manager Ruangguru, Stephanie Hardjo:

“Selain mempunyai penguasaan materi yang baik, tutor yang kami cari juga tutor dengan jiwa melayani, attitude yang mengayomi, dan mempunyai passion untuk pengembangan diri siswa. Hal ini sangat penting karena untuk menghadapi siswa Paket C diperlukan kesabaran dan usaha/proses lebih panjang mengingat latar belakang siswa yang tidak sempurna siswa digitalbootcamp SMA pada umumnya.”

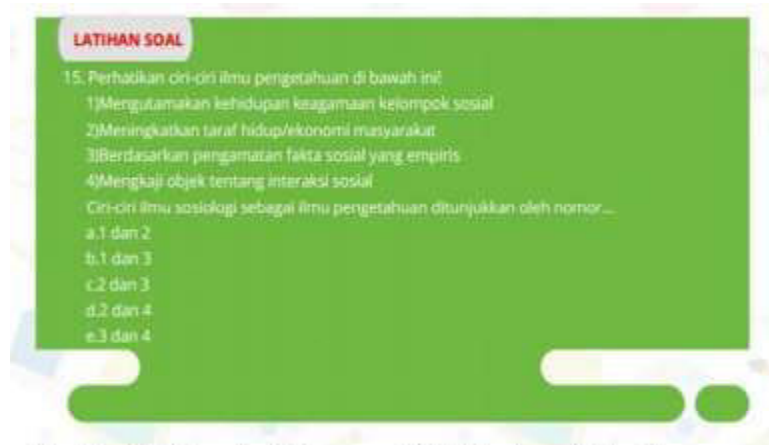
Ketika kegiatan belajar tersebut berlangsung, dapat dijelaskan bahwa membimbing siswa dengan latar belakang yang beragam dapat menjadi tantangan tersendiri bagi tutor. Dalam program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C, sebagian besar adalah siswa yang memiliki masalah dengan sekolah formal yang membutuhkan pendekatan yang berbeda. Tutor tidak hanya dituntut baik dalam pemahaman materi pelajaran, tetapi juga memiliki pemahaman yang baik terkait dengan siswa yang dibimbingnya.

Pembelajaran di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C memberikan stimulus-stimulus seperti modul belajar. Modul merupakan sebuah kesatuan kegiatan belajar yang terencana yang bertujuan agar siswa dapat belajar secara mandiri. Tutor berperan sebagai pembimbing siswa jika menemui kesulitan dalam memahami isi modul belajar. Berikut salah satu contoh tampilan modul belajar di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C.

Salah satu contoh modul belajar mata pelajaran sosiologi untuk kelas X IPS membahas topik Metode dan Merancang Penelitian Sosial. Setelah membahas modul Ruangguru, tutor juga biasanya akan fokus ke topik yang sering keluar pada saat ujian nasional, sehingga pemahaman tutor mengenai soal-soal ujian dapat dikatakan memadai untuk mendukung siswa tersebut berhasil melewati soal yang akan dihadapi saat Kejar Paket C.

Selain modul belajar, stimulus lain yang diberikan berupa latihan soal yang diberikan tutor kepada siswa dalam setiap sesi belajar. Contoh latihan soal yang diberikan tutor kepada siswa pada saat proses belajar berlangsung nampak dalam gambar 3.

Setelah pemaparan materi pelajaran yang disesuaikan dengan topik yang akan dibahas pada pertemuan, tutor juga akan memberikan soal yang akan dibahas satu per satu sampai siswa tersebut mengerti. Biasanya pada saat tutor memberikan soal, siswa akan merespon mengenai jawaban yang mereka anggap benar. Tutor akan menunggu sampai siswa-



**Gambar 3. Latihan Soal Ruangguru Digitalbootcamp Paket C**

siswa yang lain aktif bergantian menjawab latihan soal yang diberikan. Dalam grup belajar Ruangguru Digitalbootcamp Paket C “Sosiologi Grup 1” tutor sering memberikan trik mudah dalam memahami pelajaran. Misalnya dengan menyingkat kata depan setiap kata sehingga lebih gampang untuk diingat dan dipahami oleh siswa. Materi yang disampaikan oleh tutor dapat dikaitkan dengan kehidupan untuk membantu pemahaman para siswa.

### ***Student Centered Learning di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C***

*Student Centered Learning* merupakan salah satu pendekatan pembelajaran yang kini sangat populer di kalangan praktisi pendidikan. *Student Centered Learning* dipercaya sangat efektif dalam meningkatkan proses pembelajaran guna meraih hasil belajar yang optimal. Peserta didik dapat melakukan eksplorasi terhadap sumber-sumber belajar baru, baik sendiri maupun bersama-sama dengan *peer group*-nya untuk memperoleh banyak informasi pengetahuan baru. Proses pembelajaran ini merupakan proses belajar yang berpusat pada siswa. Model ini memfasilitasi siswa untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran (Rosyada, <http://www.uinjkt.ac.id/id/student-centered-learning-2/>, akses 20 Juni 2018). Keaktifan dan partisipasi yang terjadi di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C ini dapat terlihat dari siswa yang memiliki kemudahan untuk dapat mengakses fasilitas belajar yang telah disediakan Ruangguru. Salah satu siswa yang ada dalam grup belajar mengatakan bahwa belajar dapat dilakukan di sela-sela waktu kerja yang dapat dimanfaatkan untuk melihat video belajar Ruangguru dan membaca buku. Komitmen dan tekun dalam

mengikuti proses belajar sampai selesai merupakan hal yang ditanamkan pada diri siswa tersebut. Untuk menumbuhkan komitmen yang berkelanjutan, siswa harus memiliki tujuan yang jelas agar dapat fokus dan konsentrasi mengikuti proses belajar. Di era masyarakat digital sekarang ini, pembelajaran online merupakan salah satu alternatif yang disukai masyarakat karena fleksibel dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Bahkan khusus dalam Program Ruangguru Digitalbootcamp ini, para siswa bisa belajar sembari bekerja.

“Supaya pendidikan itu bisa diakses semua orang. Secara infrastruktur sebenarnya kita sudah bisa. Cuma ya tadi sekali lagi, ada yang beberapa orang yang jangankan mengakses kuota, untuk sehari-hari aja susah. Supaya pendidikan dapat diakses semua orang, semua golongan, semua lapisan. Pendidikan yang setara.”

Ruangguru berkontribusi dalam membantu tutor dan siswa berinteraksi secara lebih mudah dalam kegiatan belajar mengajar dan mengeksplorasi dalam pengembangan produk pendidikan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia.

### **Pola Komunikasi di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C**

Pola komunikasi yang ada di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C adalah pola komunikasi bintang. Dalam pola komunikasi bintang ini disebut juga dengan pola komunikasi yang tidak terpusat. Pola komunikasi ini memberikan kepuasan anggota-anggotanya karena semua anggota grup belajar Ruangguru Digitalbootcamp Paket C dapat saling berkomunikasi. Komunikasi yang disampaikan melalui WhatsApp memiliki pola komunikasi yang berbeda dengan komunikasi yang disampaikan tutor pada saat berkomunikasi secara langsung dengan siswa. Latar belakang siswa yang berbeda memiliki tantangan tersendiri bagi tutor dalam menjaga proses belajar agar tetap efektif.

Dalam pola komunikasi bintang, komunikasi yang terjadi dua arah antara tutor dan siswa. Tutor menyampaikan materi belajar kemudian dapat diberikan umpan balik oleh siswa. Salah satu unsur yang dapat dijadikan ukuran bagi komunikasi yang efektif adalah pemahaman. Semakin banyak jumlah orang yang terlibat dalam konteks komunikasi, semakin sulit pula untuk menentukan seberapa cermat pesan yang diterima. Sebagai contoh, tutor mengawali sesi belajar dengan materi modul. Dalam salah satu grup belajar Sosiologi, tutor juga dapat menyediakan mind mapping untuk membantu siswa dalam memahami suatu permasalahan. Mind mapping adalah cara mengembangkan kegiatan

berpikir ke segala arah, menangkap berbagai pikiran dalam berbagai sudut. Mind mapping dapat membantu dalam berbagai hal seperti merencanakan, berkomunikasi, menjadi lebih kreatif, menyelesaikan masalah, memusatkan perhatian, menyusun dan menjelaskan pikiran, mengingat dengan baik, dan belajar lebih cepat dan efisien (Buzan, 2008: 4).

Selama proses belajar berlangsung, penyampaian materi yang dilakukan tutor kepada siswa dalam beberapa kesempatan tutor menyelipkan humor saat sesi belajar berlangsung menyelipkan humor sehingga siswa tidak merasa bosan. Siswa terkadang membalas humor yang diberikan oleh tutor, sehingga kegiatan belajar tidak terasa membosankan dan menyenangkan.

Dalam memahami pesan yang disampaikan oleh tutor, bukan berarti siswa juga menyetujui terkait pesan tersebut. Tutor akan memberikan kesempatan bagi siswa untuk memberikan argumen terkait permasalahan yang sedang dibahas. Jika jawaban atau komentar yang diberikan siswa kepada tutor kurang tepat, tutor diarahkan untuk merespon jawaban siswa dengan kata-kata positif. Hal ini dilakukan oleh tutor agar siswa tidak takut dalam mengutarakan pendapatnya. Sudah menjadi keyakinan umum bahwa bila seseorang dapat memilih kata yang tepat dan mengemukakan dengan tepat, maka hasil komunikasi yang sempurna dapat dipastikan.

Mendorong orang lain untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan yang kita inginkan, merupakan hasil yang paling sulit dicapai dalam berkomunikasi. Pembelajaran melalui WhatsApp di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C dapat dilihat sejauhmana siswa mengerti tentang materi pelajaran. Setelah membahas materi pelajaran, dalam beberapa pertemuan tutor memberikan kuis tentang topik yang sudah dibahas. Ketika jawaban sudah diberikan oleh siswa, tutor langsung mengoreksi apakah jawaban tersebut benar atau salah. Jawaban yang benar juga diberikan tutor beserta alasannya. Tidak jarang tutor memberikan kata kunci agar siswa lebih mudah dalam menjawab pertanyaan tersebut.

### **Hambatan Ruangguru Digitalbootcamp Paket C**

Dalam pembelajaran di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C, ditemukan beberapa hal yang menjadi hambatan bagi para siswa yang mengikuti program ini. Beberapa masalah tersebut antara lain:

#### Motivasi siswa Paket C

Siswa yang mengikuti program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C ini masih tidak stabil. Hal ini karena banyak siswa yang mengikuti proses

belajar ini sembari bekerja, sehingga dibutuhkan usaha lebih untuk menjaga tingkat konsentrasi dan fokus terhadap materi belajar yang disampaikan oleh tutor. Di era masyarakat digital sekarang ini, pembelajaran online merupakan salah satu alternatif yang disukai masyarakat karena fleksibel dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Di samping kemudahan tersebut tidak dapat dihindari bahwa konsentrasi siswa memang masih naik turun. Salah satu cara yang dapat dilakukan tutor untuk membuat suasana belajar lebih semangat dan menyenangkan adalah dengan menciptakan humor di saat proses belajar berlangsung. Melalui humor suasana belajar menjadi tidak tegang sehingga mempermudah proses komunikasi antara tutor dan siswa dalam menjalin relasi yang baik.

“Ya pasti motivasi pasti. Dalam berbagai kesempatan. Baik dalam personal message maupun dalam grup whatsapp kadang-kadang kasih humor. Mungkin jayus. Anak-anak butuh humor lho, di sekolah formal atau chat. Kalau kita mau jadi guru kita harus bisa bikin relasi yang bagus dengan murid sih. Baik di kelas maupun di ruang chat gitu. Sedapat mungkin bikin relasi yang baik.”

Pernyataan tutor yang pernah bergabung dalam Program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C menjelaskan tentang pentingnya membangun relasi dengan para siswa. Pada saat motivasi siswa turun, tutor dapat mendekati secara personal kepada siswa untuk memotivasi agar siswa tersebut semangat belajar.

Penguasaan teknologi siswa Paket C

Walaupun kemajuan perkembangan teknologi cukup pesat dan dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk mengakses pendidikan. Tapi hambatan yang ada dalam Program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C ini masih menemui penguasaan teknologi yang rendah dikalangan siswa. Penguasaan teknologi yang terbatas biasanya dijumpai pada siswa Paket C yang berusia lebih tua. Menghadapi kondisi seperti ini hal yang dilakukan oleh Ruangguru adalah memberikan bimbingan ekstra khususnya dalam mengoperasikan aplikasi Ruangguru. Pembelajaran yang dilakukan Ruangguru selalu berinovasi terhadap model pembelajaran yang memberikan hasil yang maksimal terhadap para siswa. Kegiatan belajar mengajar secara online ini telah sedemikian rupa dilakukan sehingga bisa membuat para siswa nyaman selama proses belajar berlangsung.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai pola komunikasi tutor dan siswa melalui WhatsApp dalam program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C yang telah dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola komunikasi yang ada di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C adalah pola komunikasi bintang. Pola komunikasi ini memberikan kepuasan anggota-anggotanya karena semua anggota grup belajar Ruangguru Digitalbootcamp Paket C dapat saling berkomunikasi. Dalam pola komunikasi bintang, komunikasi yang terjadi dua arah antara tutor dan siswa. Tutor menyampaikan materi belajar kemudian dapat diberikan umpan balik oleh siswa.

2. Pembelajaran di Ruangguru Digitalbootcamp Paket C berfokus pada **siswa** (*student centered learning*). Tutor memberikan stimulus-stimulus yang dapat membangkitkan motivasi belajar secara mandiri kepada siswa. Stimulus ini dapat berupa modul belajar, latihan soal & *try out*, dan video belajar.

3. Hambatan yang ditemui dalam program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C ini adalah motivasi belajar siswa yang belum stabil. Hal disebabkan konsentrasi masih terbagi untuk siswa yang mengikuti program ini sambil bekerja. Selain itu penguasaan teknologi yang terbatas juga menjadi hambatan ketika melakukan proses pembelajaran melalui WhatsApp. Hambatan ini dihadapi oleh siswa yang berusia lebih tua yang harus diberikan bimbingan ekstra dalam mengoperasikan aplikasi Ruangguru.

## DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. (2014). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group

Bungin, Burhan. (2014). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana

Buzan, Tony. (2008). *Buku Pintar Mind Map*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

DeVito, Joseph A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group

Djamarah, Syaiful Bahri. (2004). *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak dalam Keluarga*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta

Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika

- Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: GP Press
- Rakhmat, Jalaludin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rosyada, Dede. (2015). *Student Centered Learning*. <http://www.uinjkt.ac.id/id/student-centered-learning-2/>).
- Tubbs, Stewart L & Sylvia Moss. (2008). *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Utami, Dhiany Nadya. (2018). *Indonesia Hobi Chatting, WhatsApp Nomor Satu*. <http://gadget.bisnis.com/read/20180212/280/737506/indonesia-hobi-chatting-whatsapp-nomor-satu>
- Pratama, Aditya Hadi. (2017). *Laporan comScore: WhatsApp adalah Aplikasi Mobile Terpopuler di Indonesia*. <https://id.techinasia.com/comscore-whatsapp-adalah-aplikasi-terpopuler-di-indonesia>





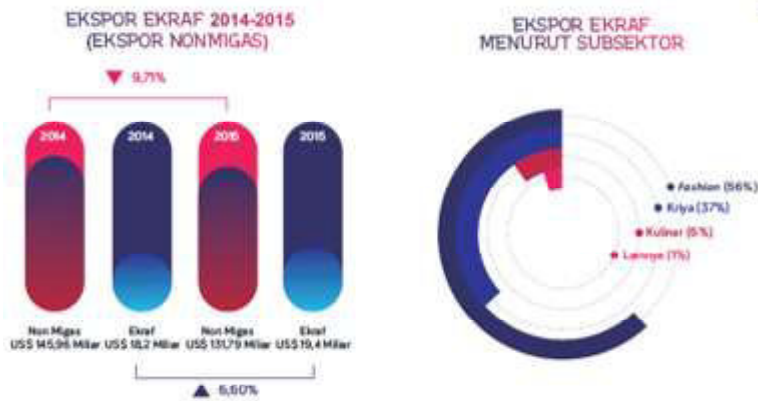
# IDENTIFIKASI JIWA WIRAUSAHA MELALUI PEMANFAATAN *MEDIA ONLINE* PADA MAHASISWA

Denada Faraswacyen L. Gaol, Asep Miftahuddin

## PENDAHULUAN

Berubahnya peta perekonomian global menempatkan kreativitas menjadi modal utama dalam menghadapi tantangan global (Rini & Cafrani, 2010). Dalam perspektif globalisasi, faktor daya saing menjadi kunci utama agar dapat sukses dan bertahan. Kemampuan bersaing ini muncul tidak hanya dalam bentuk produk berdasarkan kuantitas tetapi juga tidak kalah penting dalam hal kualitas. Kualitas produk tersebut dapat diperoleh melalui *brand image* ataupun menciptakan produk-produk inovatif yang memiliki nilai tambah dibandingkan produk lainnya, untuk itu diperlukan kreativitas yang tinggi agar dapat menciptakan produk-produk inovatif dan berdaya saing secara global. Berangkat dari poin inilah, ekonomi kreatif menemukan eksistensinya dan berkembang. Titik tekan dalam dunia ekonomi kreatif adalah ide, talenta dan kreatifitas yang menjadi unsur vitalnya. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2008) merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Selanjutnya menurut UNDP (2008) bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian integratif dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya. (Ikhwanus Shofa, Deddy Nugroho. Pertumbuhan dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang, *Jurnal Pangripta*, Vol. 1 No. 1, Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Kota Malang).

Ekonomi kreatif dapat menjadi penyokong industri baru, lalu menjadi akselerator atau pemercepat aktivitas ekonomi yang sudah ada. Artinya sangat jelas bahwa pelaku, pekerja, hingga konsumennya juga turut mendorong pertumbuhan ekonomi. Pemerintah sangat mengapresiasi dan berterima kasih pada para pelaku ekonomi kreatif. Dengan variasi produk, mereka memberikan sentuhan karya inovasi kreasi dan teknologi sehingga mendongkrak nilai tambah. Para pelakunya yang berusia muda. Berbekal pengalaman, pendidikan, pergaulan dan keterbukaan, anak-anak muda yang memiliki semangat untuk meng-*explore* ide-ide kreatif sebagai motor



Gambar 1.1 Ekspor Sektor Ekonomi Kreatif

keaktivitas yang tidak terbatas (<https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/5419/Ekonomi-Kreatif-Dorong-Pertumbuhan-Ekonomi/0/berita>).

Lembaga pendidikan seperti universitas sebagai pembentuk insan cerdas dan kreatif berfungsi memberikan informasi dan wawasan terkait wirausaha terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi kepada para mahasiswanya. Dapat disadari bahwa sistem pembelajaran dan kurikulum yang bersifat menghafal saja, tidak akan berdampak pada sesuatu yang dihasilkan seorang anak didik di dunia kerja maupun dunia yang riil. Perjuangan yang sebenarnya ialah bagaimana seseorang itu dapat mengolah kreativitas dan memaksimalkan potensi kreativitasnya dalam menghadapi dan memecahkan suatu permasalahan. Bila seorang itu tidak cukup kreatif, maka yang ada orang tersebut tidak dapat menyelesaikan permasalahan dan ia dapat tersingkirkan oleh orang yang memiliki cukup



Gambar 1.2 Produk Domestik Bruto Sektor Ekonomi Kreatif

keaktivitas. Tidak sedikit ditemui para lulusan-lulusan perguruan tinggi, baik negeri dan swasta yang memiliki Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang tinggi, namun sulit atau bahkan tidak mendapatkan pekerjaan sesuai dengan latar belakang ilmu yang sudah diperolehnya di bangku perguruan tinggi.

Sejak dini, pendidikan perlu diimbangi kurikulum berbasis memahami dan menghafal dengan kurikulum yang bertuju pada pengembangan kreativitas dan olah jiwa kewirausahaan. Maksud dari kreativitas di sini, ialah membantu dalam mengasah kesiapan dan kepekaan seseorang untuk dapat tanggap dan proaktif terhadap lingkungan sekitar dan perubahan-perubahan yang ditemui. Pendidikan sebaiknya juga mengedepankan sisi kompetitif seperti memperbanyak kegiatan lapangan, eksperimen, riset dan pengembangan serta menyusun proyek yang menyerap bidang keilmuan dan saling melengkapi, mulai dari sains, teknologi maupun kesenian. Dengan kombinasi ilmu tersebut, diharapkan dapat menghasilkan sesuatu yang dapat memberikan manfaat maksimal dan daya kreativitas dapat tertuang dengan baik serta maksimal. Sudah sejak lama disadari, bahwa Indonesia memiliki potensi kekayaan seni budaya yang beragam sebagai fondasi untuk tumbuhnya industri kreatif. Keragaman budaya itu sendiri sebagai bahan baku industri kreatif, yakni dengan munculnya aneka ragam kerajinan dan berbagai produk Indonesia, yang pada gilirannya telah memunculkan pula berbagai bakat (*talent*) masyarakat Indonesia di bidang industri kreatif.

Era keterbukaan yang tumbuh dalam masyarakat, terutama dalam hal media massa, berdampak positif bagi tumbuhnya ruang untuk berekspresi dan berkreasi. Hal ini membuat masyarakat, terutama generasi muda, melihat profesi di bidang seni hiburan (seperti musik, film & video. TV dan radio) sebagai sesuatu yang menarik atau atraktif tidak hanya secara ekonomi tetapi juga dilihat dari apresiasi masyarakat. Pada umumnya masyarakat masih memiliki preferensi terhadap profesi yang 'konvensional' di sector formal seperti insinyur, dokter, ekonom, pengacara, dan lain-lain, tapi saat ini menjadi penyanyi, aktor dan aktris film atau drama, seniman, dan lain-lain sudah mulai dilirik untuk menjadi pilihan dan mendapat apresiasi masyarakat. Selain tenaga kerja kreatif, peran wirausahawan juga sangat penting dalam tumbuhnya industri kreatif. Secara perlahan, menjadi wirausaha mulai menjadi opsi profesi yang menarik (terutama bagi yang berpendidikan tinggi), walaupun tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat (tenaga kerja dan non tenaga kerja) masih memiliki pola pikir bekerja sebagai pegawai swasta atau PNS masih

menjadi pilihan utama. Situasi ini walaupun masih menjadi hambatan bagi jiwa kewirausahaan untuk tumbuh lebih subur, namun sesungguhnya menumbuhkan harapan bagi berubahnya daya dorong masyarakat untuk menumbuhkan kewirausahaan. Begitu pula dengan Universitas Budi Luhur Jakarta sebagai lembaga pendidikan tinggi yang berbasis IT tidak hanya menargetkan lulusannya dapat bekerja sesuai dengan latar belakang keilmuannya namun juga mengarahkan agar dapat menciptakan peluang usaha sendiri apalagi dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat mendukung lahirnya ide-ide kreatif sebagai bekal memulai usaha.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu mengkuantifikasikan jawaban-jawaban responden dalam skala nominal dan peringkat Likert (*Likert Rating*) kemudian meng-input data statistic tersebut ke dalam table induk atau tabulasi untuk diolah dengan *software winstep* dari *Rasch Model*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif eksplanatif yaitu memaparkan karakteristik responden dan kualitas *item* pernyataan yang dikembangkan dari setiap variable lalu menjelaskan hasil penelitian berdasarkan *output* dari perhitungan *winstep* tersebut. Sumber data dalam penelitian ini adalah responden yang berupa mahasiswa dari tiga fakultas yang berkaitan langsung secara keilmuan dengan industry kreatif dan wirausaha yaitu FIKOM, FEB, dan FTI. Jumlah responden sebanyak 100 orang dengan teknik sampling purposive karena menetapkan kriteria mahasiswa dari tiga fakultas karena berkaitan erat secara keilmuan dengan industry kreatif dan yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Teknik analisis data menggunakan *Rasch Model* yaitu dengan mengukur dan menganalisis kualitas pernyataan-pernyataan yang dikembangkan dari setiap variable penelitian dan mengukur kualitas responden berdasarkan jawaban terhadap pernyataan yang diberikan. Selanjutnya membahas dan menyimpulkan hasil penelitian tersebut.

### **HASIL PENELITIAN**

Instrument penelitian berupa angket terdiri dari dua bagian yaitu data responden yang berisi jenis kelamin, usia, IPK, dan asal sekolah, lalu pernyataan sebanyak 20 yang dikembangkan dari variable penelitian ekonomi kreatif dan wirausaha. Berdasarkan olah data menggunakan *Rasch Model* dihasilkan Pearson measure  $\pm 1.23$  artinya nilai rata-rata  $\gamma$  logit 0.0 menunjukkan kecenderungan responden menjawab setuju pada pernyataan di berbagai *item*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

penyusunan pernyataan dalam bahasa yang lugas dan mudah dipahami sesuai dengan daya tangkap mahasiswa sebagai responden atau cenderung menganggap mudah setiap pernyataan yang diberikan. Berdasarkan penjelasan dalam Analisis Rasch Model bahwa penyusunan pernyataan dalam angket harus dimulai dari pernyataan yang paling mudah untuk disetujui hingga ke pernyataan yang paling sulit untuk disetujui. Misalnya pernyataan 1 “Anda mendapatkan mata kuliah Kewirausahaan” hingga mengerucut ke pernyataan 20 yang paling sulit untuk disetujui “Anda lebih mudah mendapatkan pasangan jika menjadi wirausaha muda”.

Dalam perumusannya pernyataan-pernyataan tersebut tidak disusun dalam kalimat positif semua melainkan kombinasi secara proporsional dengan kalimat-kalimat negatif untuk menguji ketelitian dan kecermatan responden dalam membaca pernyataan. Penyusunan pernyataan juga bukan merupakan hal yang baru dan sulit dipahami responden karena variabel ekonomi kreatif dan wirausaha memiliki kaitan erat dengan latar belakang keilmuan mahasiswa di fakultas ilmu komunikasi, fakultas ekonomi dan bisnis, serta fakultas teknologi informasi. Beberapa mata kuliah praktik yang mendukung penciptaan ide-ide kreatif juga bersinggungan dengan industry kreatif seperti *creative thinking*, *aplikasi computer*, *feature documenter*, *announcing technique*, produksi iklan, konsep kreatif periklanan, fotografi, *event management*, desain grafis, *digital imaging*, fotografi, dan lain-lain.

Reliabilitas dalam penelitian ini adalah tingkat keajegan (konsistensi) *person* (responden) dengan *item* (pernyataan), yakni sejauh mana interaksi *person* (responden) dengan *item* (pernyataan) dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang tetap, relatif tidak berubah walaupun diujikan pada situasi yang berbeda-beda. *Alpha Cronbach* sebesar 0.92 artinya reliabilitas interaksi *person* (responden) dengan *item* (pernyataan) masuk dalam kategori bagus sekali. Dari hasil perhitungan ini menunjukkan reliabilitas pernyataan-pernyataan atau keajegan pernyataan untuk diukur dalam kondisi dan waktu yang berbeda pun akan tetap *reliable* atau dapat dipercaya sebagai alat ukur persepsi, sikap, dan pendapat responden terkait ekonomi kreatif dan wirausaha. Kaitan ekonomi kreatif dan wirausaha dengan mahasiswa masuk dalam kategori sangat bagus artinya jika hal ini diteliti pada waktu yang berbeda maka kecenderungan hasil atau jawabannya akan relatif sama atau tidak banyak berubah karena mahasiswa yang memiliki latar belakang keilmuan berkaitan dengan ekonomi kreatif dan wirausaha.

Jumlah logit *item* dari *mean* dan *SD* adalah  $0.95 + 0.35 = 1.30$ . Maka *item* dengan nilai *infit*  $\tau$  1.30 adalah N20 sebesar 1.95, N10 sebesar 1.45,

dan N5 sebesar 1.32. Artinya pernyataan 20, 10, dan 5 merupakan *item* yang misfit atau instrument pernyataan ekonomi kreatif dan wirausaha yang paling sulit disetujui oleh mahasiswa yaitu pernyataan “Anda lebih mudah mendapatkan pasangan jika menjadi wirausaha muda” (P20), “Wirausaha lebih mudah dilakukan melalui media online” (P10), dan “Anda memiliki intuisi/bakat usaha yang kuat” (P5). Dari ketiga pernyataan yang paling sulit untuk disetujui oleh mahasiswa tersebut menjelaskan bahwa status wirausaha belum menjadi profesi yang diminati untuk menaikkan status social atau kebanggaan bagi mahasiswa karena masih dinilai sulit untuk mendapatkan pasangan hidup ke depannya. Oleh karena itu perlu tindak lanjut dari berbagai pihak untuk mensosialisasikan bahwa menjadi wirausaha itu memiliki masa depan yang menjanjikan



Gambar 4 Media Promosi

misalnya dengan cara menjadikan sosok wirausahawan sukses sebagai tokoh panutan yang layak dijadikan role model untuk menumbuhkan bakat wirausaha. Upaya menghadirkan wirausahawan muda atau pelaku *start-up* untuk menjadi narasumber atau pembicara seminar-seminar di kampus agar dapat membuka wawasan dan berbagi informasi kepada mahasiswa. Selanjutnya wirausaha lebih mudah dilakukan melalui media *online* juga sulit untuk disetujui. Hal ini berarti pola pikir mahasiswa masih terkungkung dengan metode konvensional atau wirausaha model lama. Tentunya hal ini sangat bertolak belakang dengan perkembangan IT, latar belakang keilmuan, dan aktivitas sehari-hari mahasiswa yang umumnya menggunakan *media online*. Dari informasi ini dapat dirumuskan cara untuk mengajarkan pemanfaatan media online untuk melahirkan ide-ide kreatif sebagai modal dasar memulai industry kreatif dan wirausaha. Media online dapat digunakan sebagai sarana memproduksi ide, memformulasikan menjadi produk atau jasa yang bernilai ekonomi, hingga sarana promosi produk atau jasa kreatif tersebut kepada pangsa pasar, dan seterusnya. Untuk itu perlu dibuat sebuah *roadmap e-commerce* yang jelas, mencakup isu logistik, pendanaan, broadband yang mencapai pelosok, hingga SDM dalam konteks digital ekonomi.

Berdasarkan *Person Measure* diperoleh nilai *logit person* untuk responden nomor 01 perempuan, usia  $\geq 20$  tahun, IPK  $\geq 3$ , asal sekolah dari negeri memiliki skor +5.24 *logit* artinya kecenderungan bakat wirausaha tertinggi dibandingkan responden lainnya, sedangkan responden nomor 10 laki-laki, usia  $\geq 20$  tahun, IPK  $\geq 3$ , asal sekolah dari swasta, memiliki skor *logit* -0.74 adalah responden yang banyak menjawab ke arah tidak setuju dari *item* wirausaha. Dari hasil tersebut diperoleh informasi bahwa mahasiswi dengan usia  $\geq 20$  tahun kemungkinan lebih tekun untuk memulai dan menjalankan usaha dan factor usia juga menjadikan pola pikir lebih stabil atau dewasa dengan pertimbangan sudah ingin memiliki penghasilan sendiri dan kejelian melihat peluang usaha berdasarkan pengamatan di lingkungan sekitar mungkin menjadi factor pendorong. Begitu pula dengan asal sekolah yang berasal dari negeri tentunya menarik untuk dikaji karena proses seleksi merupakan kewajiban agar dapat diterima di sekolah negeri. Proses seleksi calon siswa-siswi ini berkontribusi positif terhadap jiwa dan semangat kompetisi yang sudah ada sejak awal sehingga sudah terbiasa untuk berjuang agar menang atau lulus dalam setiap kondisi. Oleh karena itu memunculkan ide kreatif sebagai peluang usaha merupakan kelanjutan dari semangat berkompetisi dan rasa ingin tahu (*curiosity*) yang perlu dimunculkan dan dibina pada mahasiswa.

Di lain sisi, mahasiswa laki-laki dengan usia  $\geq 20$  tahun, IPK  $\geq 3$ , asal sekolah dari swasta adalah responden yang cenderung tidak menyetujui konsep ekonomi kreatif dan wirausaha. Hal ini dapat dijelaskan dengan beberapa asumsi atau kemungkinan laki-laki cenderung kurang tekun dalam mengerjakan suatu hal dari proses awal hingga selesai, sifat kurang teliti dan sabar memperhatikan hal-hal kecil mungkin menjadi factor penghambat seperti lebih mengutamakan logika dari intuisi atau perasaan, lalu factor usia yang masih relative muda atau masih remaja juga mempengaruhi keseriusan atau masih belum focus untuk memunculkan ide-ide baru yang kreatif. Hal ini berbanding lurus dengan IPK  $\geq 3$  dan asal sekolah dari swasta. Nilai akademik yang rendah tentunya cerminan dari daya tangkap, tingkat pemahaman, dan pola pikir mahasiswa tersebut yang akan lebih sulit diharapkan memiliki ide cemerlang yang kreatif untuk dikembangkan menjadi peluang usaha. Factor asal sekolah dari swasta juga kemungkinan menjadi faktor yang menarik untuk dikaji karena umumnya sekolah swasta belum wajib menjalankan proses seleksi untuk menerima peserta didik baru. Meskipun di beberapa sekolah swasta ada proses seleksi namun tidak bertujuan untuk menentukan diterima atau

tidaknya menjadi peserta didik di sekolah tersebut melainkan membantu proses penentuan kategori atau pengelompokan berdasarkan hasil nilai pada tahap seleksi. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswi usia  $\geq$  20 tahun, IPK  $\geq$  3, asal sekolah dari negeri paling memiliki jiwa wirausaha di antara responden mahasiswa lainnya sehingga perlu dipupuk ketekunan dan semangatnya dengan cara tetap mengembangkan mata kuliah-mata kuliah yang mampu memunculkan ide kreatif para mahasiswa.

Berdasarkan *variable maps* diperoleh bahwa pernyataan yang sulit untuk disetujui adalah P11 yaitu Anda merasa punya modal untuk memulai wirausaha, artinya mahasiswa masih berpikiran bahwa untuk memulai suatu usaha diperlukan modal berupa dana lebih dulu. Hal ini menunjukkan pemahaman yang keliru bahwa modal awal adalah ide-ide kreatif yang merupakan faktor penentu apakah suatu usaha dapat dimulai atau tidak. Terakhir, *item* pernyataan yang paling mudah disetujui adalah P16 yaitu Anda merasa bangga memiliki penghasilan dari wirausaha. Jawaban atas pernyataan ini dianggap mudah dan menarik karena berkaitan dengan hasil yang diperoleh dari wirausaha yaitu uang. Penghasilan menjadi daya tarik utama dalam menjalankan aktivitas apa pun termasuk wirausaha. Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian tersebut dapat diperoleh beberapa informasi menarik yaitu mahasiswa yang memiliki latar belakang keilmuan lekat dengan perangkat IT dan kesehariannya menggunakan perangkat digital ternyata belum tertarik menggunakan media online sebagai sarana mendukung lahirnya ide-ide kreatif. Kecenderungan mereka beranggapan tidak memiliki bakat wirausaha tetapi merasa bangga jika memiliki penghasilan dari wirausaha. Jawaban tersebut sangat ironis dan dapat disimpulkan bahwa mahasiswa kurang memiliki ketekunan walaupun sudah didukung dengan pengetahuan, fasilitas, dan lingkungan yang sangat berdekatan dengan ide-ide kreatif, serta cenderung berpikiran instan atau berorientasi hasil karena merasa bangga memiliki penghasilan dari wirausaha padahal tidak memiliki semangat memulai usaha atau menjalani proses wirausaha tersebut.

## KESIMPULAN

Berdasarkan *variable maps* diperoleh bahwa *item* yang sulit untuk disetujui adalah N11 yaitu Anda merasa punya modal untuk memulai wirausaha dan *item* yang paling mudah disetujui adalah N16 yaitu Anda merasa bangga memiliki penghasilan dari wirausaha. Berdasarkan olah



data *Rasch Model* dapat dijelaskan bahwa responden sudah memiliki pengetahuan yang bagus terhadap wirausaha. Hal ini ditunjukkan dari tingkat pemahaman terhadap setiap *item* pernyataan sehingga dapat disimpulkan bahwa mata kuliah kewirausahaan sudah tepat dimasukkan ke dalam perkuliahan dan sangat bermanfaat bagi pengetahuan dan wawasan para mahasiswa dalam wirausaha. Pemilihan mahasiswa sebagai responden dinilai bagus sekali karena merupakan generasi muda yang memiliki jiwa, semangat, dan energy kreatif untuk memulai wirausaha. Wirausaha kreatif memiliki keterkaitan erat dengan jiwa muda yang memiliki banyak ide untuk dikembangkan, mencoba hal-hal baru terutama yang berkaitan dengan karya kreatif dalam bidang aplikasi dan pengembang permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film animasi dan video, fotografi, music, periklanan, televisi dan radio.

Bidang-bidang tersebut banyak dirintis dan digerakkan oleh para wirausahawan muda. Kualitas pernyataan masuk dalam kategori cukup artinya untuk penelitian berikutnya dapat mengembangkan *item-item* dari variable wirausaha agar lebih rinci dan mudah dipahami oleh responden. Hal ini juga ditunjukkan dari pernyataan 20, 10, dan 5 yaitu Anda lebih mudah mendapatkan pasangan jika menjadi wirausaha muda, wirausaha lebih mudah dilakukan melalui media *online*, dan Anda memiliki intuisi bisnis/wirausaha yang kuat. Ketiga pernyataan tersebut paling sulit disetujui oleh mahasiswa karena status wirausaha masih diragukan untuk menjadi profesi dengan *pride* yang lebih tinggi dibandingkan profesi lainnya (pekerja di sector formal) sehingga dinilai sulit untuk mendapatkan pasangan. Mahasiswa juga masih dikungkung oleh pola pikir bahwa wirausaha lebih menarik dilakukan dengan metode konvensional bukan secara *online*. Hal ini tentu sangat bertolak belakang dengan latar belakang keilmuan mereka yang erat dengan penggunaan *media online* sehingga dirasa perlu memberikan pengetahuan dan peningkatan wawasan akan manfaat penggunaan *media online* sebagai sarana pendukung wirausaha. Terakhir adalah rendahnya intuisi bisnis atau bakat wirausaha yang dimiliki mahasiswa yang artinya masih sangat diperlukan memberikan informasi yang mampu menarik minat mahasiswa untuk memulai wirausaha seperti melalui riset, pembelajaran, contoh wirausahawan muda yang sukses sebagai pendorong untuk menumbuhkan dan melatih instuisi dan bakat wirausaha.

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Ekonomi Kreatif. (2017). Rencana Strategi Badan Ekonomi Kreatif 2015 – 2019.

..... (2017). *Data Statistic dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*.

Dhewi, Ratna Marta. Ekonomi Kreatif Generai Muda Menuju Optimisme Ekonomi Bangsa. Semnas Fekon: Optimisme Ekonomi Indonesia 2013, antara Peluang dan Tantangan.

Hermawan, Iwan. Membangun Kinerja Usaha melalui Faktor Pembentuk Kapabilitas Pelaku Kewirausahaan Industri Kreatif Nasional, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 18 No. 2, Agustus 2015.

<http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Kewirausahaan-dan-Ekonomi-Kreatif.pdf>

<https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/5419/Ekonomi-Kreatif-Dorong-Pertumbuhan-Ekonomi/0/berita>.

Ikhwanus Shofa, Deddy Nugroho. Pertumbuhan dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang, *Jurnal Pangripta*, Vol. 1 No. 1, Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Kota Malang.

Irawan, Andri. Ekonomi Kreatif sebagai Suatu Solusi Mensejahterakan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian. *Proceeding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (SNEB) 2015*. Universitas Jenderal Achmad Yani.

Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.

Sumintono, Bambang dan Wahyu Widhiarso. (2013). *Aplikasi Model Rasch untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Social*. Cimahi: Trim Komunikata.

..... (2015). *Aplikasi Pemodelan Rasch pada Assessment Pendidikan*. Cimahi: Trim Komunikata.

**BAGIAN 5**  
**DINAMIKA LITERASI MEDIA**



# **KEMAMPUAN LITERASI MEDIA MAHASISWA PROGRAM STUDI HUMAS UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA DALAM MENERIMA INFORMASI MELALUI SOSIAL MEDIA**

Vera Wijayanti Sutjipto, Maulina Larsati,  
Marisa Puspita Sary

## **Pendahuluan**

Berita bohong atau palsu tersebut dikenal dengan istilah hoax, berita hoax ini semakin banyak muncul ketika ada peristiwa nasional yang dipengaruhi oleh kepentingan politik seperti Pilpres dan Pilkada, semua kalangan pasti menerima kiriman berita tersebut baik melalui media sosial mereka ataupun melalui aplikasi chat mereka seperti line ataupun whatsaaps.

Mahasiswa sebagai salah satu pengguna terbanyak dalam mengakses media sosial dan chat, serta dikenal sebagai kalangan intelektual muda pun terpengaruh dengan berita-berita hoax ini. Ini menyebabkan mahasiswa serba curiga dengan orang lain dan gampang terprovokasi, untuk itu sangat dibutuhkan kemampuan literasi media dikalangan mahasiswa dalam rangka mengfilter berita-berita hoax tersebut. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti seperti apa gambaran kemampuan literasi media mahasiswa, terutama mahasiswa dimana tempat peneliti mengajar yaitu mahasiswa Program Studi Humas Universitas Negeri Jakarta dalam menerima informasi melalui media sosial. Berdasarkan latar belakang diatas, maka pertanyaan dari penelitian ini adalah Bagaimana Gambaran Kemampuan Literasi Media Mahasiswa Program Studi Humas Universitas Negeri Jakarta Dalam Menerima Informasi Melalui Media Sosial?

## **Media Sosial**

Definisi media sosial menurut Romel Tea (2017) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial di dunia maya (internet), dimana pemakai media sosial saling berkomunikasi, berinteraksi, kirim pesan, berbagai dan membangun jaringan tanpa harus melalui tatap muka. Defenisi media sosial yang lain, menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, merupakan kumpulan aplikasi yang berbasis internet dengan menggunakan teknologi

web 2.0, dimana mempermudah pengguna berinteraksi dan saling bertukar informasi.

Teri Kwal Gamble dan Micheal Gamble (dalam Tea, 2017) mengidentifikasi karakteristik dari media sosial sebagai berikut:

1. Media sosial dalam menyampaikan pesan tidak pada satu individu saja, namun pada banyak individu
2. Pesan yang disampaikan oleh individu, tidak di edit atau di filter oleh pihak lain, tidak seperti di media tradisional seperti koran.
3. Pesan yang disampaikan sifatnya langsung dan cepat, tidak ada waktu tertunda dalam penerimaan pesan.
4. Penerima pesan mempunyai waktu yang fleksibel untuk membaca pesan tanpa adanya halangan waktu dan tempat.

### **Literasi Media**

Menurut Apriadi Tamburaka (2013), dalam bukunya yang berjudul “Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa”, literasi media itu berasal dari dua yaitu literasi dan media. Media berarti tempat pertukaran pesan, literasi berarti melek, jadi media literasi padanan istilahnya adalah melek media. Defenisi literasi media, dilihat dari dua sisi, yang pertama dari sisi para pakar komunikasi dan yang kedua dari sisi institusi atau lembaga yang terkait dengan literasi media. Defenisi dari sudut pandang para pakar sebagai berikut:

1. Paul Messaris mendefenisikan literasi media sebagai pengetahuan mengenai bagaimana media berfungsi dalam masyarakat, sedangkan Justin Lewis dan Shut Shally, peneliti komunikasi massa mendefenisikan literasi media sebagai kemampuan memahami budaya, ekonomi, politik dan teknologi pembuatan, produksi dan penyiaran pesan. Baran dan Dennis memandang literasi media sebagai sebuah rangkaian gerakan melek media, dimana gerakan melek media ini dirancang untuk meningkatkan kontrol individu terhadap terhadap media yang mereka gunakan untuk mengirim dan menerima pesan.
2. Defenisi literasi media dilihat dari sudut pandang institusi atau lembaga literasi media. Menurut Aspen *Media Literacy Leadership Institute*, literasi media itu merupakan kemampuan untuk mengakses, meneliti, mengevaluasi dan menciptakan media di dalam bermacam-macam wujud. Defenisi literasi media selanjutnya menurut *Committee Of Public Eduaction* dalam *Pediatrics*, literasi media merupakan sebuah studi dan analisis mengenai media massa, dimana literasi media dilihat sebagai kajian ilmu komunikasi.

Selanjutnya Satnley J Baran menyatakan bahwa kemampuan untuk seseorang melek media, harus mempunyai delapan elemen literasi media sebagai berikut: (Apriadi Tamburaka, 2013:14) kemampuan berpikir kritis yang memungkinkan individu untuk mengembangkan penilaian independen tentang konten media, pemahaman tentang proses komunikasi massa, kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat, strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media, memahami isi media sebagai teks yang memberikan wawasan kita tentang budaya dan hidup, kemampuan untuk menikmati, memahami dan menghargai isi media, embangunan dari keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab dan pemahaman tentang kewajiban etika dan moral praktisi media.

### **Metode Penelitian**

Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara atau penelaahan dokumen (Moleong, 2004). Metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu, pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila menghadapi kenyataan jamak, kedua, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana peneliti lebih banyak menggunakan pengamatan dan wawancara dalam melakukan penelitian ini.

Subjek penelitian adalah Mahasiswa Prodi D3 Humas UNJ dari angkatan 2016, 2015 dan 2014 yang mempunyai akun salah satu akun media sosial dan aktif menggunakan akun tersebut. Dalam pemilihan informan peneliti melakukan kategorisasi, yaitu peneliti memilih informan yang mewakili setiap angkatan, dimana mahasiswa tersebut minimal mempunyai satu jenis media sosial yang selalu di aksesnya. Peneliti akan mengambil 3 orang sampai dengan 5 orang pada setiap angkatan.

Pada penelitian ini data-data yang menjadi sumber peneliti berasal dari hasil wawancara di lapangan dan hasil pengamatan, setelah data terkumpul peneliti akan melakukan proses reduksi data, dimana Peneliti akan memilih data-data yang layak digunakan bagi penelitian ini, sambil melakukan proses abtraksi, yakni proses dimana peneliti membuat rangkuman inti dan menjaga pernyataan-pernyataan penting yang harus berada didalam penelitian ini. Langkah selanjutnya peneliti akan melakukan koding, dimana koding ini akan digunakan oleh peneliti sebagai pedoman dalam penafsiran data.

## Hasil Penelitian

Subjek penelitian adalah para mahasiswa D3 Prodi Humas UNJ yang masih aktif dari angkatan 2017, 2016, 2015 dan 2014. Setiap angkatan terdiri dari 3-5 orang. Peneliti membuat daftar pertanyaan yang terkait dengan delapan elemen literasi media, yang dikemukakan oleh Satnley J Baran. Kemampuan untuk seseorang melek media, harus mempunyai sebagai berikut: (Apriadi Tamburaka, 2013:14) kemampuan berpikir kritis yang memungkinkan individu untuk mengembangkan penilaian independen tentang konten media, kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat, strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media, memahami isi media sebagai teks yang memberikan wawasan kita tentang budaya dan hidup, kemampuan untuk menikmati, memahami dan menghargai isi media, pembangunan dari keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab dan pemahaman tentang kewajiban etika dan moral praktisi media.

Informan angkatan 2014 berjumlah 5 orang, yang terdiri dari 4 orang perempuan dan 1 orang pria. Kelima informan ini berusia 21 tahun, sedang menyusun tugas akhir. Semua informan mempunyai media sosial lebih dari dua jenis. Media sosial yang sama digunakan oleh semua informan ada 3 jenis yaitu instagram, whatsapp dan Path, selebihnya bervariasi, ada yang menggunakan twitter, snapchat, facebook,line, Joox dan youtube. Kelima informan berasal dari latar belakang yang berbeda, ini bisa dilihat dari asal SMA mereka, tidak ada yang berasal dari SMA yang sama. Dua orang informan berasal dari bekasi, namun SMA yang berbeda, yaitu Ayu dan Gita. Ayu berasal dan SMK Telekomunikasi Telesandi, sedangkan Gita berasal dari SMAN 9 Bekasi. Selebihnya seperti Ditri berasal dari SMAN 2 Rangkasbitung, Elvio berasal dari SMAN 103 Jakarta dan Mitha berasal dari SMAN 1 Kuningan Jawa Barat. Semua informan mengakses media sosial dari smartphone mereka, jarang yang mengakses media sosial mereka lewat laptop. Smartphone yang kelima informan gunakan ini termasuk smartphone yang bagus dan mahal.

Informan angkatan 2015 berjumlah 3 (tiga) orang, satu pria dan dua orang wanita. Peneliti hanya mendapatkan tiga informan karena dua informan lainnya tidak mengembalikan draf wawancara yang peneliti berikan melalui email. Ketiga informan tersebut mempunyai media sosial. M.Rizky Aulia mempunyai media sosial paling sedikit, hanya dua jenis media sosial saja yaitu facebook dan Instagram, namun Anggia dan Tri Nanda mempunyai media sosial lebih dari dua. Seperti Anggia, mempunyai media sosial empat jenis yaitu twitter, facebook, path dan



Instagram, begitu juga dengan Tri Nanda, mempunyai media sosial empat jenis yaitu Instagram, twitter, line dan whatsapps. Ketiga informan berasal dari SMA yang berbeda. M.Rizky Aulia, berasal dari PKMB 13 Cilincing, Anggia berasal dari SMAN 2 Bekasi dan Tri Nanda berasal dari SMAIT Gema Nurani Bekasi. Ketiga informan ketika mengakses media sosial mereka melalui handphone, mereka tidak pernah mengakses media sosial mereka dari laptop

Informan angkatan 2016 berjumlah 5 (lima) orang, dua pria dan tiga orang wanita. Kelima informan tersebut berusia antara 18 tahun sampai dengan 19 tahun. 4 (empat) orang berasal dari Jakarta, 1 (satu) orang berasal dari Bekasi. Seperti angkatan sebelumnya, semua informan angkatan 2016 ini mempunyai media sosial lebih dari dua. Status sosial ekonomi dari kelima informan dapat di kategorikan sebagai kalangan menengah, hal ini terlihat dari smartphone yang mereka gunakan diatas 1,5 juta rupiah, disamping itu juga terlihat dari uang saku yang diberikan orang tua mereka, dimana yang paling kecil uang sakunya adalah Fika, sebesar 600ribu sebulan, uang saku yang paling besar adalah Fikri Jodi, sebesar 1,5juta/ bulan.

### **Gambaran Literasi Media**

Semua informan dapat di kategorikan mempunyai kemampuan berpikir kritis, jika dilihat dari sudut aspek literasi teknologi. Kemampuan informan maka dalam menggunakan media baru seperti smatphone sangat lancar. Kemampuan informan dalam berpikir kritis juga dapat dilihat dari tujuan mereka dalam menggunakan media sosial, dimana sebagian besar informan mempunyai media sosial bukan karena mengikuti trend ataupun karena dipaksa, namun mereka memilih media sosial berdasarkan kebutuhan mereka. Fika adalah informan dari angkatan 2016 yang menyatakan bahwa tujuan dia memiliki media sosial karena memudahkan dia untuk berkomunikasi dengan teman-temannya, disamping itu juga dengan media sosial, dia bisa mengikuti perkembangan trend dan informasi yang sedang berlangsung. Hal sama juga alasan Fikri Jodi dari angkatan yang sama dengan Fika. Fikri Jodi mempunyai media sosial untuk memudahkan dia berkomunikasi dengan keluarga dan teman-teman, serta tidak ketinggalan informasi yang sedang update saat ini.

Informan yang berasal dari angkatan 2015, juga mempunyai kemampuan berpikir kritis. Seperti M. Rizk Aulia, tujuannya mempunyai media sosial tidak hanya asal punya media sosial saja, namun dia mempunyai tujuan yaitu memudahkan dia untuk bersosialisasi, begitu juga

dengan Angia yang menyatakan bahwa tujuan dia mempunyai media sosial selain untuk memudahkan dia bergaul, juga memudahkan bagi Angia untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Hal yang sama dengan Tri Nanda, media sosial bagi dia agar mendapat informasi lebih cepat dan mudah menghubungi teman-temannya.

Informan dari angkatan 2014, juga mempunyai alasan yang kuat untuk mempunyai media sosial, seperti Ditri mempunyai media sosial agar bisa mengikuti perkembangan situasi lingkungan saat ini, selain dapat berbagi pengalaman dengan teman-teman yang lain. Elvio juga memberikan alasan yang hampir sama dengan Ditri, mempunyai media sosial agar dapat berhubungan dengan teman-temannya.

Semua informan menyadari bahwa dengan mengakses media sosial, maka ada dampak bagi individu dan masyarakat. Informan dari angkatan 2016, Tubagus Alfien, mengatakan bahwa dampak media sosial bagi dirinya adalah ketika mengakses media sosial maka dia akan lupa waktu, dalam sehari dia bisa menghabiskan waktu 12 jam untuk mengakses media sosial. Berbeda dengan Annisa, dampak media sosial bagi dirinya adalah maka Annisa jadi lebih boros dan sering belanja online shop, karena kemudahan untuk akses online shop, cukup pesan barang melalui smartphone, Informan angkatan 2015 yaitu M. Rizky Aulia menyatakan dampak media sosial baginya lebih memudahkan dia untuk berkomunikasi dengan orang lain, terutama orang yang lokasinya lebih jauh darinya. Tri Nanda, menjelaskan bahwa dengan adanya media sosial membuat dia makin tergantung dengan media sosial, dimana dia bisa menghabiskan 12 jam perhari dengan smartphonenya. Angia menjelaskan dampak media sosial positif bagi dia, dimana dengan media sosial memudahkan Angia untuk mendapatkan informasi-informasi penting.

Informan dari angkatan 2014, yang menyatakan bahwa media sosial mempunyai dampak positif bagi mereka adalah Ayu dan Ditri, dimana mereka berdua menyatakan bahwa media sosial dapat menghubungkan dan memberi informasi mengenai kegiatan mereka pada orang lain, sedangkan Elvio merasakan dampak media sosial lebih ke aspek negatifnya, ketika Elvio mengakses media sosial, maka dia akan lupa waktu, ini terbukti dengan pengakuan Elvio yaitu 24 jam sehari, dia gunakan untuk mengakses media sosial. Berbeda dengan yang lain, Mitha, melihat dampak media sosial dari dua sudut, positif dan negatif. Dampak positifnya bagi Mitha adalah dengan media sosial, dia mudah mendapatkan informasi, namun sisi negatifnya adalah makin malasnya Mitha melakukan kegiatan lain karena keasyikan, selain itu makin ketergantungan dengan smartphonenya.

### **Dampak Media Pada Masyarakat**

Dampak media sosial bagi orang lain menurut Ayu dari angkatan 2014, dengan adanya media sosial mudah mengetahui aktifitas yang sedang dilakukan oleh orang lain, selain itu media sosial bisa dijadikan sebagai sumber informasi dan sumber pengetahuan. Informan Ditri dan Githa, sependapat dengan Ayu yaitu media sosial memudahkan bagi orang lain untuk berkomunikasi dengan mereka, namun Ditri juga berpendapat bahwa media sosial dapat menimbulkan dampak negatif bagi orang lain, dimana timbulnya rasa iri terhadap postingan orang lain.

Informan angkatan 2015 yaitu Rizky menyatakan bahwa jarang sekali mengakses media sosial, sehingga Rizky berpendapat kalau efek media sosial terhadap orang lain tidak ada. Berbeda dengan Rizky, Anggia berpendapat efek media sosial mempunyai dampak juga pada orang lain, dengan orang lain menggunakan media sosial, maka bisa saling tukar menukar informasi. Informan angkatan 2016 yaitu Fika dan Hanifah Syavitri, menyatakan bahwa media sosial mempunyai dampak kepada orang lain, dimana mereka bisa berinteraksi dengan orang lain. Menurut Fika pula, dengan orang lain mengakses media sosial juga, maka akan menambah banyak teman dan bisa saling bertukar informasi. Sedangkan Fikri Jodi berpendapat, dampak media sosial bagi tidak begitu banyak

### **Strategi Menganalisis dan Mendiskusikan Pesan Media**

Informan dari angkatan 2014 dalam sehari rata-rata menerima pesan satu sampai tiga kali. Ketika informan angkatan 2014 menerima pesan melalui media sosial, tidak selalu pesan yang diperoleh informan dibagikan langsung ke orang lain, dengan cara mengforwadnya. Seperti Elvio dan Ayu, tidak pernah membagi pesan yang dia peroleh kepada orang lain, pesan yg diterima cukup dibaca, jika tidak penting, selanjutnya akan dihapus. Namun Ditri, Mitha dan Githa pernah membagikan pesan yang mereka terima kepada orang lain, tapi tidak sering. Pesan akan dibagikan mereka, jika pesan tersebut mereka anggap penting untuk diketahui pihak lain.

Informan dari angkatan 2015 yaitu Rizky Aulia, Anggia dan Tri Nanda, mengakui bahwa tiap hari mereka pasti mendapatkan pesan yang di forwad, namun pesan yang mereka peroleh tidak selalu mereka forwad kembali. Rizky Aulia dan Anggia menyatakan ketika mereka mendapat pesan, mereka tidak pernah mengedit pesan tersebut kembali, langsung dibagikan seperti aslinya, namun Tri Nanda menyatakan bahwa, dia mengedit pesan yang sampai sebelum di forwad ke orang lain, terutama

jika pesan tersebut belum dicantumkan sumbernya dari mana, maka dia akan menambahkan dengan nama pengirim pesan tersebut.

Informan dari angkatan 2016 terdiri dari Alfien, Fika, Fikry Jody, Annisa dan Hanifah menyatakan bahwa setiap hari mereka menerima pesan yang di forwad, biasanya tidak lebih dari 3 (tiga) kali dalam satu hari. Ketika ditanya apakah informandari angkatan 2016 ketika mendapatkan pesan dari pihak lain, pesan tersebut selalu dibagikan kembali ke pihak lain. Alfien dan Fika mengakui bahwa semua pesan yang diperoleh mereka, selalu dibagikan ke pihak lain, dengan alasan mereka diberi tanggung jawab oleh dosen untuk menjadi penanggung jawab mata kuliah, sehingga jika mereka mendapat informasi dari dosen pasti akan disampaikan ke teman-teman. Namun Fikri Jody, Annisa dan Hanifah tidak selalu memforwad pesan yang mereka peroleh ke orang lain. Alasan Fikri Jody untuk tidak menyebarkan pesan yang dia peroleh, jika pesan tersebut menimbulkan kebencian, berisi sara dan hoax, namun jika pesan tersebut penting untuk di ketahui banyak orang maka Fikri Jody akan memforwadnya. Annisa juga mempunyai alasan yang sama dengan Fikri Jody, jika isi pesan tersebut terkait dengan kepentingan orang banyak maka Annisa akan memforwad pesan tersebut.

Semua informan dari angkatan 2014 mengatakan bahwa ketika mereka akan menanggapi sebuah pesan, maka mereka terlebih dahulu mendiskusikan pesan yang mereka terima, walaupun tidak selalu pesan yang mereka terima itu didiskusikan. Ayu, Mitha dan Elvio, lebih banyak mendiskusikan pesan yang terkait dengan perkuliahan, sedangkan Ditri, biasanya mendiskusikan pesan yang terkait dengan kesehatan. Githa mendiskusikan pesan yang sedang menjadi viral di media sosial.

Informan angkatan 2015 mempunyai pendapat yang berbeda-beda, seperti Rizky Aulia, menyatakan bahwa dia jarang sekali mendiskusikan pesan yang dia peroleh dengan orang lain, walaupun ada diskusi paling pesan yang terkait dengan politik, Rizky Aulia juga menyatakan bahwa ketika dia memforwad pesan kepada orang lain, dia tidak akan melakukan perubahan terhadap pesan tersebut. Berbeda dengan Rizky Aulia, menurut pengakuan Annisa, sering mendiskusikan pesan yang dia terima, terutama jika pesan tersebut terkait dengan topik kuliner atau online shop, namun Annisa tidak pernah mengedit pesan yang sudah diterimanya untuk di forwad ke orang lain. Informan terakhir dari angkatan 2015 yaitu Tri Nanda, mengakui bahwa sering mendiskusikan pesan yang ia terima, apalagi jika pesan tersebut sedang menjadi viral. Tri Nanda juga menyatakan bahwa dia kadang mengedit pesan yang sudah dia terima, untuk disampaikan

kepada pihak lain, namun hanya menambahkan sumber dari pesan tersebut.

Semua informan dari angkatan 2016, menyatakan bahwa ketika menerima pesan sering kali mereka diskusikan terlebih dahulu, baik kepada orang tua, teman ataupun saudara. Alfien sering mendiskusikan pesan-pesan yang topiknya terkait dengan kesehatan, politik bahkan gossip-gossip selebritis. Fika juga hampir sama dengan Alfien, lebih suka mendiskusikan topik yang terkait dengan kuliah ataupun gossip-gossip terkini, hal yang sama dengan Annisa, dimana dia akan mendiskusikan pesan-pesan yang terkait dengan politik atau yang sering muncul di media. Kelima informan angkatan 2016 yang terdiri dari Afien, Fika, Fikri Jody, Annisa dan Hanifah, tidak pernah melakukan pengeditan pesan yang di peroleh mereka, jika memang layak untuk di forwad maka mereka memforwad pesan tersebut apa adanya.

#### **a. Strategi Menghadapi Pesan Hoax**

Semua informan angkatan 2014 pernah menerima pesan hoax, namun seringkali informan tidak menyadari bahwa yang diterima pesan hoax. Seperti Ayu, Elvio dan Githa, tidak menyadari kalau pesan yang diterimanya adalah pesan hoax. Namun Ditri selalu menyadari pesan itu hoax. Informan dari angkatan 2015 yaitu Rizky Aulia, Anggia dan Tri Nanda, mengenali pesan yang di forwad ke mereka adalah hoax. Rizku Aulia jika mendapat pesan yang dicurigai hoax maka dia akan langsung cek melalui search engine, sedangkan Anggia akan melakukan pengecekan ke sumber lain, kalau Tri Nanda akan langsung curiga pesan itu hoax jika isinya tidak penting, namun diminta untuk menforwad ke orang lain.

Informan angkatan 2016 ada 4 (empat) orang yang menyatakan mengenal sebuah pesan apakah hoax atau bukan yaitu Fika, Fikri Jody, Annisa dan Hanifah, sedangkan Alfien mengakui tidak bisa mengenali langsung sebuah pesan apakah hoax atau bukan kecuali terlebih dahulu membaca pesan tersebut.

#### **b. Strategi Mengidentifikasi Ciri-Ciri dari Pesan Hoax**

Berdasarkan pengakuan sebagian informan dari angkatan 2014, ketika mereka mendapat pesan, mereka tidak mengenali pertama kali apakah pesan tersebut hoax atau bukan, Namun ketika ditanya ciri-ciri sebuah pesan hoax, maka semua informan dapat mendeskripsikan pesan hoax itu ciri-cirinya seperti apa. Ayu, informan dari angkatan 2014 menyatakan bahwa ciri-ciri dari pesan hoax antara lain tidak mencantumkan link informasi yang terpercaya, adanya unsur provokatif dan diskriminatif. Cara Ayu untuk memastikan apakah pesan tersebut hoax atau bukan adalah

dengan search kembali konten pesan yang diterima melalui search engine seperti google untuk mengetahui pesan atau berita tersebut asli atau bukan. Informan angkatan 2014 berikutnya yaitu Ditri, menyatakan bahwa ciri-ciri pesan atau berita hoax dapat dikenali dari cara penyampaian yang berlebihan, informasinya di buat-buat dan beritanya cenderung negatif. Cara Ditri memastikan apakah pesan atau berita tersebut hoax atau bukan adalah mencari sumber dari berita tersebut dengan menelusuri situs penyebaran informasi tersebut. Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Elvio, Githa dan Mitha, dari angkatan 2014, mereka mengenali pesan itu hoax atau bukan karena sumber tidak jelas, pesan atau berita yang dibuat-buat, cenderung isinya memfitnah pihak tertentu dan biasanya mendorong pihak yang menerima untuk menyebarkan kembali, dengan menggunakan kalimat-kalimat aktif seperti jika anda sebarkan maka akan dapat pahala, jangan berhenti sampai disini, dan lain sebagainya.

Informan dari angkatan 2015 mengetahui ciri-ciri dari pesan hoax sebagai berikut, Rizky Aulia mengenali pesan hoax dari ada tulisan perintah yang menyatakan sebarkan, isinya berlebihan dan terlalu menyudutkan satu pihak. Anggia menyebutkan beberapa ciri dari pesan hoax, seperti tidak masuk akal, gambarnya terlihat palsu atau hasil editan dan adanya perintah untuk mengirimkan pesan ini ke pihak lain. Tri Nanda juga mempunyai pendapat yang sama dengan Rizky Aulia dan Anggia yaitu adanya perintah untuk memforwad ke pihak lain.

Informan dari angkatan 2016 menyatakan bahwa pesan hoax bisa di kenali dengan memperhatikan beberapa aspek, menurut Alfien sumber informasinya tidak jelas, tata bahasa dan cara penulisannya berantakan dan kualitas gambar yang jelek. Fika, Fikri Jody dan Hanifah mempunyai pendapat yang sama dengan Alfien yaitu sumbernya tidak jelas dan tulisannya terlalu bombastis. Annisa menambahkan ciri lain yaitu bisanya pesan tersebut menyudutkan pihak lain dan cenderung menyinggung topik yang berbau SARA.

### **Keterampilan Produksi Pesan Efektif & Bertanggung Jawab**

Ketika menggunakan media sosial, pengguna haruslah bertanggung jawab, tidak sembarangan dalam berkomen atau melempar isu yang sensitif, seringkali pengguna media sosial merasa bebas karena menganggap orang tidak mengetahui identitas mereka sebenarnya. Pemikiran seperti diatas sangatlah salah, menggunakan media sosial wajib memperhatikan etika dan aturan-aturan yang ada, seperti di dunia nyata. Informan dari angkatan 2014 yaitu Ayu menyatakan ketika dia

menggunakan media sosial, selalu berpegang pada etika dan aturan-aturan yang sudah ditentukan, seperti undang-undang ITE, jangan sampai melanggar. Ayu menyadari konsekwensi jika dia melanggar maka urusannya bisa dengan Polisi. Oleh sebab itu Ayu akan menghindari membuat atau memforward pesan-pesan yang menimbulkan kebencian, permusuhan, dan semua yang terkait dengan isu-isu sensitif seperti suku, ras, agama dan antar golongan. Hal yang sama juga diungkapkan oleh informan angkatan 2014 yang lain seperti Ditri, Elvio, Githa dan Ayu, mereka mengakui bahwa ketika mereka menggunakan media sosial, lebih berhati-hati karena takut terkena kasus apalagi sejak adanya undang-undang ITE.

Rizky Aulia, Anggia dan Tri Nanda, yang merupakan informan dari angkatan 2015, menyatakan bahwa ketika mereka mengakses media sosial selalu berpedoman pada etika dan aturan hukum yang berlaku di Indonesia. Alasan Anggia adalah selain sudah aturan hukumnya sebagai mahasiswa haruslah bijak dan cerdas ketika menggunakan media sosial. Informan dari angkatan 2016 yaitu Afien, Fika, Fikri Jody, Annisa dan Hanifah menyatakan ketika mereka mengakses media sosial mereka selalu memperhatikan etika dan aturan hukum yang ada di Indonesia.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan literasi media mahasiswa Program Studi D3 Humas Universitas Negeri Jakarta dalam menerima informasi melalui media sosial sudah sangat baik. Ini dapat dilihat dari beberapa aspek seperti tujuan mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Mahasiswa Prodi D3 Humas UNJ ini tidak sekedar mengikuti trend untuk mempunyai media sosial, bagi mereka mempunyai media sosial dapat membantu mereka seperti berkomunikasi dan memperoleh informasi. Aspek lainnya menunjukkan bahwa kemampuan media literasi mahasiswa Prodi D3 Humas UNJ sudah baik adalah semua mahasiswa mengetahui dan menyadari dampak media sosial bagi diri mereka dan orang lain.

Mahasiswa program studi D3 Humas UNJ sudah mempunyai kemampuan yang baik dalam literasi media, namun kemampuan ini bisa jadi berkurang, disebabkan semua mahasiswa ini terekspos media sosial lebih dari 7 (tujuh) jam sehari, untuk itu peneliti menyarankan agar mahasiswa mengurangi aktivitas mereka dalam mengakses media sosial.

## Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J, 2000, *Statistik (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Keenam, Jakarta, Erlangga.
- Neuman, W Lawrence., (2005)., *Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches.*, UK., Allyn & Bacon Publisher
- Moleong, Prof. Dr. Lexy J (2004), *Metodologi Penelitian Kualitatif, edisi revisi.*, Bandung., PT Remaja Rosdakarya
- Smith, Jonathan A., Flowers, Paul., and Larkin. Michael. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington: Sage.
- Tamburaka Apriadi, (2013) *Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta : PT Raja Grafindo Perkasa.
- Sumber Lain :
- Glenn Kaonang, Memahami Trend Penggunaan Smartphone Di Indonesia Berdasarkan Usia, <https://dailysocial.id/post/memahami-tren-penggunaan-smartphone-di-indonesia-berdasarkan-usia> , diakses Jumat, 24 Febuaari 2017 Jam 7:21
- Jumlah Pengguna Facebook Di Indonesia Terus Bertambah, <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/20/17062397/jumlah-pengguna-facebook.di.indonesia.terus.bertambah> diakses Rabu, 22 Febuari 2016 Jam 8:41 PM
- Jumlah Pengguna Twitter Di Indonesia Akhirnya Terungkap, <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150326141025-185-42076/jumlah-pengguna-twitter-di-indonesia-akhirnya-terungkap/> diakses Rabu, 22 Febuari 2017 Jam 9:17 PM
- Macam-Macam Sosial Media Yang Populer Di Dunia, <http://sarungpreneur.com/inilah-macam-macam-sosial-media-yang-populer-di-dunia/>, diakses Rabu, 22 Febuari 2017 Jam 10:08 AM
- Pengguna Internet Di Indonesia Capai 132 Juta, <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta> , diakses Senin 13 Febuari 2017 Jam 10:23 PM



# LITERASI MEDIA BARU DAN BUDAYA BARU DI MASYARAKAT INDONESIA

Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Elisabeth Nugrahaeni Prananingrum,  
Dini Safirti

## **Pendahuluan**

Media baru dan perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia saat ini. Perilaku hidup manusia juga berubah, mengikuti perkembangan teknologi informasi yang berkembang. Perilaku untuk tatap muka sudah mulai ditinggalkan oleh manusia saat ini. Manusia saat ini lebih memperhatikan kecepatan dan efisiensi dalam interaksi dengan manusia lainnya atau kelompok. Sudah jarang terlihat di kota-kota besar pertemuan yang sangat humanis di dalam keluarga atau di dalam kelompok dan organisasi. Semua berdasarkan panduan yang sudah distandarisasikan dan sesuai tujuan matematika ke depan.

Unsur humanis dalam kekerabatan manusia mulai sedikit-sedikit ditinggalkan oleh manusia perkotaan saat ini. Gejala ini mulai merambah ke daerah-daerah. Sehingga mulai perubahan interaksi social masyarakat menjadi kebiasaan baru dan menjadi budaya baru pada peradaban masyarakat saat ini. Seperti yang disampaikan dalam jurnal sebelumnya mengenai literasi media baru (penerapan model literasi media baru bagi pemberdayaan masyarakat) dan (representation of media literacy in the dimensions of social life in Indonesia). penyampaian pesan saat ini sangat tidak memperhatikan isi pesan namun packaging dalam penyampaian pesan itu yang sangat diperhatikan demi segmen yang dituju.

Diskusi penelitian ini mengarah pada pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana literasi media baru dan budaya baru di masyarakat Indonesia? Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis literasi media baru dan budaya baru di masyarakat Indonesia. Signifikansi penelitian ini adalah penelitian ini dapat menambah kajian mengenai literasi media baru dan budaya baru yang ditimbulkan di masyarakat Indonesia. Signifikansi social adalah penelitian ini dapat dikritisi sebagai dasar pada penelitian berikutnya dalam mengkaji literasi media baru dan budaya baru di Indonesia.

### Tinjauan Pustaka

Pengkaji teori media seperti Innis, McLuhan, Meyrowitz, Holmes, dan Moores, menegaskan bahwa media lebih pada makna teknologi sementara medium memiliki pemahaman yang lebih luas dari sekedar makna teknologi itu sendiri. Ini bermakna bahwa media memiliki suatu yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan. Meski pada dasarnya lebih tertuju pada konten dibandingkan saluran atau media yang membawanya, namun media bisa memunculkan reaksi yang berbeda baik dari pembuat pesan maupun kepada penerima pesan (Nasrullah, 2015)

Straubhaar dan LaRose mencatat bahwa adanya perubahan terminologi yang menyangkut media. Perubahan itu berkaitan dengan perkembangan teknologi, cakupan area, produksi massal, distribusi massal, sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa. Keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional. Sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time* (Nasrullah, 2015).

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh dapat Internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas. (Rudi Setiawan, 2013).

Meyrowitz mengungkapkan bahwa lingkungan media baru atau dikenal dengan *cyberspace* telah membawa tawaran pemikiran baru terhadap riset media yang tidak hanya berfokus pada pesan semata, tetapi mulai melibatkan teknologi komunikasi itu sendiri yang secara langsung maupun tidak memberikan fakta bahwa perangkat komunikasi berteknologi itu merupakan salah satu bentuk atau tipe dari lingkungan sosial. Tidak hanya bisa dilihat sebagai media dalam makna teknologi semata, tetapi juga makna lain yang muncul seperti budaya, politik, dan ekonomi (Nasrullah, 2015).

New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik. Media baru

merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media Universitas Sumatera Utara karena media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (old media) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (modern media/new media).

Isi pesan dalam setiap jenis komunikasi juga dibedakan oleh ciri – ciri tertentu, demikian halnya dengan komunikasi massa. Adapun karakteristik isi pesan komunikasi massa antara lain, *Novelty* (**Sesuatu Yang Baru**) Kerkaitan dengan aktualitas, bahwa suatu berita akan menarik khalayak jika merupakan hal – hal yang baru. Baru bukan berarti selalu baru terjadi, melainkan sesuatu yang belum diketahui khalayak atau khalayak untuk pertama kalinya mengetahui adanya fakta baru. Karena pada dasarnya khalayak selalu ingin mengetahui tentang suatu informasi atau peristiwa secepat mungkin, jadi jangan sampai kelewatan atau terlambat dalam memberitakannya karena mereka akan mencari dari sumber lain yang dapat memenuhi kebutuhannya (Vera, 2008).

*Proximity* (**Kedekatan/Jarak**) Artinya adalah kedekatan atau jarak terjadinya suatu peristiwa dengan tempat di publikasikannya peristiwa itu mempunyai arti penting. Khalayak akan tertarik untuk mengetahui hal – hal yang berhubungan langsung dengan kehidupan dan lingkungannya. Kedekatan di sini bisa berarti kedekatan secara psikologis atau fisik. Dekat secara fisik adalah peristiwa yang terjadi di wilayah lain, misalnya peristiwa kecelakaan pesawat atau kereta api yang menelan korban jiwa yang terjadi di Indonesia dengan di luar negeri tentu akan lebih menarik yang terjadi di dalam negeri. Sedangkan kedekatan secara psikologis menjadi daya tarik khalayak karena adanya pertalian etnis, agama yang sama antara khalayak dan obyek berita (Vera, 2008).

**Popularitas** Peliputan tentang tokoh, organisasi, tempat dan waktu yang penting dan terkenal selalu menarik perhatian khalayak. Semakin seorang populer maka ia selalu menjadi bahan berita yang menarik. Apapun yang dilakukan oleh bintang film, penyanyi, presiden, menteri, wakil rakyat, atlet, semuanya yang menarik untuk diberitakan baik yang berkaitan dengan profesinya maupun urusan pribadi (Vera, 2008).

**Pertentangan/Konflik** Hal – hal yang mengungkapkan pertentangan selalu menjadi bahan berita, peristiwa perang, pemilu, konflik peorangan, konflik

antar organisasi, dan lain – lain. Konflik memiliki nilai berita yang tinggi karena konflik selalu menjadi bagian dari kehidupan manusia dan berita merupakan peristiwa tentang kehidupan. Yang perlu menjadi perhatian dalam meliput tentang konflik, seorang wartawan tidak boleh memihak atau berat sebelah dengan pihak lain, ia tetap harus memberitakan secara objektif dan netral (Vera, 2008).

**Komedi/Humor** Acara – acara yang menjadi bahan perhatian para khalayak adalah hal – hal yang menghilangkan kejenuhan. Setelah beraktivitas seharian khalayak pastinya sangat lelah, dan membutuhkan hiburan untuk pikiran yang jenuh (Vera, 2008).

**Seks dan Keindahan** Kedua unsur di atas sifatnya universal dan menarik perhatian khalayak. Tidak heran jika media massa baik cetak maupun elektronik selalu menyelipkan sesuatu yang mengandung unsur seks dan keindahan tersebut. Seperti perihal cerita – cerita romantis, artis/ aktor seksi yang berpenampilan menarik selalu menjadi daya tarik tersendiri. Dalam media film unsur ini sangat terasa dalam hampir semua jenis film (Vera, 2008).

**Bencana dan Kriminal** Hal – hal yang berkaitan dan menyentuh kebutuhan dasar manusia seringkali bisa menimbulkan emosi dan simpati khalayak, misalnya; berita bencana alam, pembantaian, kelaparan, dan lain – lain yang menyangkut keselamatan hidup manusia menjadi daya tarik khalayak karena keselamatan merupakan prioritas utama manusia (Vera, 2008).

**Nostalgia** Hal – hal yang mengungkapkan pengalaman masa lalu. Kenangan seseorang baik yang berkesan atau yang tidak menyenangkan di masa lalu biasanya selalu diingat. Acara – acara yang memutar lagu – lagu nostalgia dapat menjadi pelipur lara bagi khalayak (Vera, 2008).

*Human Interest* Menyangkut kehidupan orang lain terutama terutama yang menyentuh perasaan, peristiwa yang membangkitkan emosi manusia seperti sedih, lucu, dramatis, hal – hal yang aneh semuanya menarik jika dilihat dari segi human interest.

Literasi media telah dilakukan secara sistematis sejak tahun 1960 menekankan pada pengajaran tentang media daripada melalui media. Istilah literasi media tidak hanya digunakan secara khusus untuk media, tetapi dapat digunakan secara luas pada ranah yang berbeda. Banyak istilah yang muncul seperti literasi komputer, literasi digital, literasi politik yang ditemui pada banyak literatur. Literasi media pun kadang didefinisikan lebih merujuk pada jenis teknologi yang digunakan. Perkembangan teknologi komunikasi, terutama melalui internet, memunculkan istilah baru

dalam praktik literasi media yaitu literasi digital. Literasi digital pada dasarnya sama dengan literasi media, yaitu praktik yang menawarkan kapasitas atau kompetensi memanfaatkan media, baik memahaminya, memproduksinya, atau mengetahui perannya dalam masyarakat. (Wahid & Pratomo, 2017)

Kebudayaan berasal dari kata sansekerta *buddayah*, yang artinya budi atau akal. Kebudayaan berarti hal-hal yang bersangkutan dengan akal. Menurut Taylor ahli antropologi kebudayaan adalah keseluruhan yang kompleks yang didalamnya terkandung ilmu pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat-istiadat, dan kemampuan lain, serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat (Ranjabar, 2006). Definisi lain dikemukakan oleh Linton bahwa kebudayaan adalah konfigurasi dari tingkah laku yang dipelajari dari hasil tingkah laku, yang unsur-unsur pembentukannya didukung dan diteruskan oleh anggota masyarakat tertentu (Sukidin, 2005).

### **Metode Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Dalam pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Hasil dalam suatu pemecahan masalah tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis (Kriyantono, 2010). Pendekatan kuantitatif digunakan sebagai landasan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam. Laporan dengan pendekatan ini harus mempunyai fokus yang jelas, dan memenuhi kaidah penulisan metode kuantitatif (Ronny, 2004).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini paradigm positivis. Paradigma positivis adalah pandangan melihat suatu realitas adalah tunggal. Bahwa realitas dalam penelitian ada dalam suatu sudut yang sama. Tidak melihat sudut lainnya (Parasuraman, 2017). Objektivitas dalam paradigm positivis sangat berlaku. Genralisasi hasil penelitian sangat diperlukan agar penelitian berikutnya dapat menggunakan alat ukur yang sama dalam penelitian berikutnya. (Baby, 2016)

Kuesioner disebarkan kepada responden generasi muda yang ada di kecamatan Bayah, Banten. Generasi muda yang dimaksud dalam penelitian ini adalah individu yang berusia 15 sampai 20 tahun. Usia produktif yang masih sekolah sampai usia 20 tahun. daerah ini merupakan daerah pertumbuhan ekonomi terdapat pusat ekonomi tambang tradisional dan beberpa pabrik semen dan tekstil yang berada dalam daerah ini (wawancara dengan Camat Bayah, 2018).

## Hasil Penelitian dan Diskusi

Media baru sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Perlahan namun pasti pola hidup manusia saat ini berubah sedikit demi sedikit karena teknologi terbaru ini. Perkembangan teknologi tidak dapat dihindarkan. Namun isi media seharusnya dapat mengedukasi para poenggunanya.

Isi media tidak lagi menjadi penting bagi pengguna. Ketika packaging media baru itu sangat menarik, maka pengguna akan memakainya sekaligus akan menyebarkan informasi yang diterima. Informasi yang diterima belum tentu juga kebenarannya. Ketika informasi diterima seharusnya penerima pesan melihat dengan seksama isi pesan tersebut. Ketika divalidasi kebenarannya maka pesan tersebut dapat di teruskan atau dipublikasikan kembali oleh penerima.

Gambaran umum hasil penelitian ini adalah literasi media di Bayah belum diterapkan oleh komunikai generasi muda di Bayah. Mereka updated dalam teknologi informasi yang berkembang saat ini. Mengunduh informasi yang dibutuhkan masyarakat pada saat itu yang sedang ini saat itu. Namun tidak mengerti maksud dari informasi disampaikan. Informasi yang diakses oleh informan adalah informasi bukan yang dapat memberdayakan masyarakat. Namun informasi yang sedang in saat itu. Misalnya komunikasi yang masih sekolah di tingkat menengah dan atas mengunduh informasi permainan dan video nyanyian yang saat itu paling in. dan menirukan apa yang disajikan oleh media tersebut.

Hasil penelitian ini juga menggambarkan tumbuhnya budaya baru dalam literasi media baru sangat diperlukan. Komunikasi dapat mahir dalam mendapatkan teknologinya namun tidak mengerti harus memahami isi pesan yang disampaikan. Budaya yang sedikit demi sedikit tergeserkan dalam masyarakat Indonesia mulai Nampak. Tidak saja di perkotaan namun sudah merambah ke daerah pedesaan.

Teknologi informasi media baru menimbulkan budaya baru dalam masyarakat. Misalnya kedekatan antara anggota keluarga sudah mulai bergeser ke arah individualism. masyarakat mulai tidak mengenal tetangga dan opinion leader dalam kelompok mereka. Komunikasi lebih percaya pada informasi yang disampaikan oleh media baru daripada bertatap muka langsung dengan opinion leader atau anggota masyarakat yang dituju. Mereka lebih akrab dan mengetahui sendiri informasi yang disukai bukan yang dibutuhkan. Dan mereka tidak mengetahui apakah informasi yang diperoleh sudah valid dengan sumber sebenarnya. Keterampilan dan pemahaman mereka dalam menerima informasi pun belum mereka kuasai.

Saat ini adalah ketika komunikasi menerima pesan maka penerima akan mengirimkan ke lingkungannya. Tanpa memverifikasi kebenaran pesan tersebut.

### **Kesimpulan dan Saran**

Literasi media sangat diperlukan dalam masyarakat. Keterampilan teknologi informasi sudah sangat dikuasai oleh komunikasi. Namun pemahaman dan keterampilan literasi media masih sangat diperlukan. Karena masyarakat belum memahami literasi media. Jika tidak memahami literasi media dengan baik maka pesan destruktif yang akan diterima oleh masyarakat pengguna bukan target tujuan yang dimaksud oleh pengirim informasi.

### **Referensi**

Kountur, Ronny. 2004. *Metode Penelitian: Untuk Penelitian Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia) Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Ranjabar, Jacobus. 2006. *Sistem Sosial Budaya Indonesia Suatu Pengantar*. Bandung: Ghalia Indonesia.

Sukidin, B, 2005. *Pengantar Sosiologi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Vera, Nawiroh. 2010. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Renata Pratama Media.

Wahid, Abdul dan Dhinari Aji Pratomo. 2017. *Masyarakat dan Teks Media (Membangun Nalar Kritis Masyarakat pada Teks Media)*. Malang: UBPress.

### **Jurnal.**

Downey, John and Natalie Fenton. 2003. *New Media, Counter Publicity and the Public Sphere*. Sage Journals Publication, Volume 5 (2). Diakses dari <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444803005002003> pada 27 Juni 2018 pukul 15.11

Khan, Richard and Douglas Kellner. 2004. *New Media and Internet Activism: from the 'Beatle of Seattle' to Blogging*. Sage Journals Publication, Volume 6 (1). Diakses dari <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444804039908?journalCode=nmsa> pada 27 Juni 2018 pukul 15.23

Setiawan, Rudy. 2013. *Kekuatan New Media Dalam Mengunggah Video Musik di Youtube*. E-Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 1 (2). Diakses dari [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Junal%20Rudi%20Ganjil%20\(06-01-13-04-50-33\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Junal%20Rudi%20Ganjil%20(06-01-13-04-50-33).pdf) pada 27 Juni 2018 pukul 16.42



# **LITERASI DIGITAL DI SEKOLAH DASAR (Studi Kasus 4 SD Swasta di Kodya Yogyakarta)**

Dyna Herlina S, Benni Setiawan, Siti Machmiyah

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi memungkinkan akses bebas terhadap media digital. Tak berbeda dengan kecenderungan di seluruh dunia, media digital di Indonesia semakin terbuka bagi berbagai kalangan dan usia. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Nielsen Cross-Platform pada tahun 2017, penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 44%. Media internet dengan penetrasi yang cukup tinggi tersebut, cukup membuktikan bahwa masyarakat Indonesia kini gemar mengakses beragam konten melalui teknologi digital (nielsen.com).

Dari segi profesi, pengguna Internet didominasi oleh kelompok pekerja/wiraswasta sebanyak 62% atau 82.2 juta orang. Mengejutkan, pada peringkat kedua, ibu rumah tangga menjadi pengguna internet terbanyak dengan jumlah 22 juta orang atau 16.6%. Pada peringkat ketiga, terdapat kelompok mahasiswa dengan jumlah 10.3 juta (7.8%). Kelompok pelajar berjumlah 8.3 juta orang (6.3%) (nielsen.com).

Literasi digital disusun atas tiga literasi. Literasi informasi adalah kemampuan mengakses, mengevaluasi, menggunakan dan mengelola informasi secara etis dan efisien. Literasi media adalah kemahiran mengakses, memilih, mengevaluasi dan memproduksi media. Sedangkan literasi komputer/TIK berkaitan dengan ketrampilan teknis menggunakan piranti lunak dan keras yang tersedia untuk keperluan produktif: menyelesaikan tugas, memecahkan masalah dan mengambil keputusan. Artinya, literasi digital merupakan kemampuan kognitif, psikologis, teknis, dan sosial dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan efisien. Untuk meningkatkan ketrampilan literasi digital ada dua jalur pendidikan yang dapat digunakan yaitu pendidikan sekolah (formal) dan masyarakat (informal dan non formal). Di sekolah, literasi digital dapat dimasukkan ke dalam beberapa mata pelajaran seperti bahasa, Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), kesehatan dan komputer. Sedangkan pendidikan masyarakat melalui kelompok pengajian, PKK, Karang Taruna, komunitas hobi dan sebagainya (Dyna Herlina, dkk, 2012).

Penelitian ini hendak menjawab pertanyaan penelitian, bagaimana potret kegiatan literasi digital di tingkat sekolah dasar.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Literasi Media di Sekolah Dasar

Di Indonesia, berbeda dengan UK dan Amerika, tidak dikenal mata pelajaran media (pendidikan media/literasi media) meskipun demikian media dikenal dan digunakan untuk pembelajaran. Para guru mengembangkan media pembelajaran baik yang manual (gambar, maket, bagan, puzzle dan sebagainya) dan digital (gambar/foto, video, games, aplikasi dll). Sebagian upaya itu dilakukan untuk menarik perhatian siswa. Beberapa sekolah juga meminta siswa membuat media untuk mengembangkan kreatifitas. Dalam hal itu, literasi media telah digunakan di sekolah Indonesia walau tidak sistematis dan terukur.

Ada beberapa pendekatan dalam pendidikan literasi media: Pertama, proteksionisme yang ditujukan untuk mengajarkan cara mengakses teknologi dan konten media secara aman. Kedua, analisis kritis yang mengajak khayak menemukan ideologi dan pesan tersembunyi di balik media. Ketiga, pendekatan creative media yang menunjukkan kebebasan memproduksi media sehingga khayak terdorong mempertimbangkan proses pembentukan realitas objektif menjadi realitas media melalui proses produksi. Keempat, pendekatan media fun yang menekankan pada kenikmatan produksi media sebagai bagian dari pembentukan kreatifitas, aktivitas menarik dan gaya hidup. Kelima, sudut pandang active audience yang terdiri dari aktivitas: pemilihan (electivity), pemenuhan kebutuhan (utilitarianism), penggunaan (intentionality), perenungan (involvement) dan perlindungan dari konten media (imperviousness to influence). Ketrampilan masing-masing pendekatan itu dijelaskan oleh bab berikut ini.

Meski sulit melakukan generalisasi tentang berbagai praktik literasi media di kalangan guru sekolah dasar-menengah, ada dua pola umum. Pertama, guru yang hendak mengembangkan kreatifitas dan ekspresi diri yang otentik di kalangan siswanya. Kedua, guru hendak mengeksplorasi masalah ekonomi, politik, budaya dan sosial di masyarakat kita saat ini melalui media (Hobbs, 2004: 43). Pada awalnya para guru menggunakan media di kelas untuk tujuan pragmatis seperti seperti meningkatkan perhatian siswa lalu dilengkapi diskusi, analisis, menulis dan aktivitas produksi media untuk menawarkan pembelajaran kritis (Flood, Lapp, & Bayles-Martin, 2000 dalam Hobbs, 2004: 44). Pendidikan literasi media di sekolah dapat masuk melalui berbagai mata pelajaran: bahasa, seni, ilmu sosial, kesehatan, perpustakaan dan komputer.

Tabel 2.1  
Pendekatan Literasi Media

	Akses	Pemahaman	Analisis	Kritik	Produksi	Apresiasi
Protectionist	√	-	-	-	-	-
Critical Analytical	√	√	√	√	-	-
Creative Media	√	√	√	√	√ (produksi kreatif)	√
Media Fun	√	√	-	-	√ (untuk kesenangan)	√
Social Participation	√	√	√	√	√ (untuk masyarakat)	-
Active Audience	√	√	-	-	√ (untuk fungsi tertentu)	-

Sumber: (Theresia Amelia Jordana dan Dyna Herlina Suwarto, 2017)

Literasi media merupakan materi pendidikan yang penting di abad 21 karena ada beberapa tantangan pendidikan yang harus diselesaikan oleh masyarakat, khususnya institusi pendidikan. Ada tiga isu utama: (1) ketrampilan komunikasi dan informasi, (2) ketrampilan berpikir dan memecahkan masalah, (3) ketrampilan mengarahkan diri dan interpersonal.

Dunia yang dihadapi anak-anak saat ini dan masa depan akan sangat berbeda dengan dunia yang dialami oleh para guru. Perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK) dan media akan sangat pesat sehingga cara hidup akan sangat berubah. Keberadaannya tidak lagi sekedar menjadi pelengkap di sekolah tetapi merupakan keharusan bahkan hal mendasar yang perlu dikembangkan agar anak-anak dapat berperan dalam partisipasi digital.

Partisipasi digital sebagai hak bagi semua kaum muda di era media digital yang sedang berkembang. Sebuah hak yang dipahami secara luas sebagai pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman yang dibutuhkan untuk terlibat secara sosial, kultural, politik dan ekonomi dalam kehidupan

sehari-hari (C Hague dan B Williamson, 2009: 3). Tanpa ketrampilan memanfaatkan teknologi dan media digital maka murid akan kesulitan mengambil peran dalam e-commerce, e-governance, dan e-service dsb. Akibatnya, mereka kesejahteraan fisik dan mental tidak dapat tercapai.

### **Peran Pustakawan dalam Literasi Digital di Sekolah**

Salah satu pemeran penting dalam pengembangan literasi digital di sekolah adalah pustakawan yang memahami literasi informasi sebagai salah satu komponen penting literasi digital. Literasi informasi menekankan akses dan evaluasi informasi, mampu menggunakannya secara etis (Wilson et.al, 2014: 9). Pengertian literasi digital menurut The American Library Associations Digital Literacy Task Force (2011) kemampuan menggunakan teknologi komunikasi dan informasi untuk menemukan, mengevaluasi, menciptakan dan mengkomunikasikan informasi, memiliki keterampilan kognitif dan teknis (Martin and Roberts, [www.ala.org](http://www.ala.org)).

Ada 6 elemen literasi informasi. Pertama, ketrampilan mendefinisikan dan menyampaikan kebutuhan informasi. Kedua, merumuskan strategi untuk mencari informasi. Ketiga, kemahiran menemukan dan mengakses informasi dengan kemampuan teknis yang tertentu seperti menemukan dengan katalog, piranti lunak, piranti keras dsb. Keempat, kemampuan melakukan evaluasi kritis terhadap berbagai informasi yang tersedia menyangkut kesahihan dan kredibilitas. Kelima, kemampuan menggunakan informasi sesuai kebutuhan dengan etis (sintesis). Keenam, keahlian mengkomunikasikan informasi pada para pihak yang membutuhkan (Wilson et.al, 2014: 9).

Pustakawan memiliki setidaknya tiga peran dalam peningkatan literasi informasi di sekolah. Pertama, sebagai penyedia informasi yang relevan seperti buku, klipng koran dan website terkait. Kedua, mengadakan kelas literasi informasi yang melatih siswa menggunakan beragam sumber informasi, ketrampilan pencarian informasi digital, penggunaan katalog perpustakaan, pencarian melalui pangkal data. Ketiga, menilai efektifitas penggunaan berbagai sumber informasi dan ketrampilan pencarian informasi (Chu et al., 2011: 140).

Penelitian Lance, Rodney, Hamilton-Pennell (2000) di 500 sekolah Pennsylvania menunjukkan bahwa tingkat literasi siswa sangat dipengaruhi oleh peran pustakawan dalam beberapa aspek. Pertama, durasi jam kerja pustakawan dan staf pendukungnya berkorelasi positif terhadap tingkat literasi siswa. Kedua, ketersediaan TIK dalam hal jumlah komputer yang dapat diakses siswa dan guru; dan akses terhadap website dan pangkal

data secara signifikan meningkatkan kemampuan membaca siswa. Ketiga integrasi literasi informasi yang berkaitan dengan waktu pustakawan bekerjasama dengan guru; mengajarkan literasi informasi secara mandiri; menyediakan pelatihan untuk guru; memenuhi standar dan kurikulum yang ditetapkan; mengelola teknologi informasi. Keempat, semakin banyak sumber informasi yang tersedia baik cetak maupun elektronik; tingkat integrasi literasi informasi terhadap standar dan kurikulum sekolah; waktu yang disediakan pustakawan untuk mengembangkan literasi informasi secara tidak langsung meningkatkan tingkat literasi guru dan siswa.

Dalam lingkungan digital, peran pustakawan sangat penting agar guru dan murid memiliki kemampuan yang berkait dengan literasi informasi. Hal ini berhubungan dengan kemampuan kognitif seperti: pengenalan kata kunci, topik terkait, membaca gambar (grafis, infografis, foto, video dsb), memahami aneka suara (musik, podcast, alam dsb), nyaman membaca teks online, pengetahuan mengenai hak intelektual. Selain itu ada ketrampilan yang perlu dikuasai seperti mengakses ujian/test online, menggunakan mesin pencari dengan efektif, Untuk bisa mendapatkan informasi digital, pengguna harus memiliki pengetahuan mengenai kata-kata kunci, topik yang berkaitan, penggunaan mesin pencari secara efektif, menggunakan berbagai gawai untuk menemukan informasi. Seluruh kemampuan kognitif dan ketrampilan itu perlu diajarkan pustakawan pada murid sekolah dasar.

Agar pustakawan dapat menjalankan perannya dengan optimal, kepala sekolah perlu mendesain pembelajaran kolaboratif antara guru kelas dan guru pustakawan. Dengan demikian, para guru dan murid dapat belajar untuk mendapatkan variasi informasi melalui pustakawan selain itu pustakawan dapat mempromosikan penggunaan berbagai teknologi dan aplikasi yang bermanfaat untuk pembelajaran. Pembelajaran kolaboratif adalah kunci keberhasilan pendidikan di era digital.

Pustakawan memiliki setidaknya tiga peran dalam peningkatan literasi informasi di sekolah. Pertama, sebagai penyedia informasi yang relevan seperti buku, kliping koran dan website terkait. Kedua, mengadakan kelas literasi informasi yang melatih siswa menggunakan beragam sumber informasi, ketrampilan pencarian informasi digital, penggunaan katalog perpustakaan, pencarian melalui pangkal data. Ketiga, menilai efektifitas penggunaan berbagai sumber informasi dan ketrampilan pencarian informasi (Chu et al., 2011: 140).

Era digital membuat cara mendapatkan pengetahuan sangat berubah. Pengetahuan tidak lagi tersedia dengan rapi di buku teks dan

ensiklopedia tetapi tersedia gratis melalui pencarian menggunakan kata kunci. Sumber berbeda membuat perbedaan intepretasi terhadap data yang sama atau bahkan ada data berbeda dalam topik yang sama. Oleh karena itu guru perlu kritis terhadap berbagai sumber pembelajaran karena pengetahuan didapatkan berbagai sumber dari internet dalam berbagai bentuk (gambar, simulasi, video, suara dan sebagainya) (Hague dan Williamson, 2009:4-5). Dalam situasi ini ketrampilan literasi informasi yang dimiliki pustakawan sangat dibutuhkan dalam proses pembelajaran.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dikerjakan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang ditujukan untuk menyediakan gambaran detail, kategorisasi, konteks mengenai subyek. Penelitian kualitatif memiliki beberapa ciri. Pertama, peneliti berupaya memahami perilaku manusia dari sudut pandang aktor dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Kedua, Peneliti menggunakan perspektif yang digunakan bersifat subyektif sedekat mungkin dengan data. Ketiga, instrumen dikembangkan secara sementara, spesifik, sesuai dengan latar belakang masalah dan kondisi subyek penelitian. Keempat, sumber validitas penelitian adalah kedalaman data dan penafsirannya oleh peneliti. Kelima, data berbentuk kata, dokumen, observasi, transkrip. Keenam, analisis dilakukan dengan cara ekstrasi tema dari temuan riset yang dilengkapi dengan kutipan wawancara, dokumen atau deskripsi observasi. Ketujuh, pengambilan kesimpulan secara induktif sehingga dapat tersusun tema, gambaran dan taksonomi (klasifikasi/kategorisasi) (Neuman, 2007).

## **HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI**

Penggunaan TIK untuk pembelajaran di masing-masing sekolah dimulai pada tahun yang berbeda-beda namun didasari oleh alasan yang kurang lebih sama. SD Budya Wacana mulai mencanangkan penggunaan TIK untuk pembelajaran pada tahun 2004 ketika mereka melakukan pembaharuan visi misi sekolah yang dikaitkan dengan globalisasi. SD Muhammadiyah Sapeen melakukan transisi penggunaan media konvensional ke multimedia sejak 2009 untuk meningkatkan interaksi pembelajaran. SD Tarakanita di tahun yang sama juga melakukan program standarisasi TIK karena melakukan perubahan kurikulum. Sedangkan SD Tumbuh 2 mencanangkan pembelajaran digital sejak tahun 2014 dengan mengintegrasikan pembelajaran menggunakan media digital karena

dianggap dapat meningkatkan kualitas pendidikan inklusif seperti tujuan mereka. Meski dimulai pada tahun yang berbeda, tujuan penggunaan media digital di keempat sekolah itu serupa yaitu meningkatkan kualitas pembelajaran.

Keempat sekolah memiliki laboratorium komputer dan perangkat media digital di kelas yang memadai. SD Muhammadiyah Sapen yang memiliki murid lebih banyak daripada ketiga sekolah lain, hampir 2000 siswa, jadi ia memiliki 2 laboratorium. Pada masing-masing laboratorium di empat sekolah ada 15-30 komputer yang dapat digunakan siswa pada jam pelajaran. Dalam pembelajaran TIK di SD Tarakanita, SD Muhammadiyah Sapen, 1 komputer digunakan 1 siswa. Sedangkan di 2 sekolah lain, 1 komputer digunakan oleh 2 siswa selama pelajaran. Di SD Budya Wacana dan SD Tarakanita siswa dapat mengakses laboratorium komputer sesuai jam sekolah untuk mengerjakan tugas. Sedangkan di dua SD lain, laboratorium tertutup sesuai jam sekolah.

Sekolah-sekolah yang dipilih menjadi subyek dalam penelitian ini adalah SD Swasta favorit di Kodya Yogyakarta yang memiliki latar belakang, nilai-nilai yang berbeda. Pada bagian ini akan dijelaskan visi-misi sekolah dan kaitannya dengan tujuan pembelajaran digital yang diterapkan.

SD Muhammadiyah Sapen didirikan pada 1 Agustus 1967 oleh beberapa orang anggota Yayasan Muhammadiyah di dusun Sapen. Sekolah ini mendapat perhatian dari Yayasan Pusat pada tahun 1971 dengan hibah tanah dan bangunan permanen. Visi dari sekolah ini: menghasilkan pribadi muslim yang unggul, mulia, berbudaya dan berwawasan global. Sekolah ini didirikan dan dikembangkan dengan mengikuti nilai-nilai islami dan globalisasi. Pembelajaran berbasis TIK dirumuskan secara eksplisit dalam misi sekolah.

Jika memperhatikan tujuan penyelenggaraan pendidikan di SD Muhammadiyah Sapen dapat diketahui arah pembelajaran secara umum dalam pelajaran kelas, TIK dan perpustakaan. Sekolah ini dikenal sebagai sekolah yang sangat mengutamakan prestasi kompetitif. Anak-anak diarahkan untuk menguasai berbagai bidang: ilmu, bahasa, teknologi, seni, olahraga dsb agar dapat berkompetisi secara global. Mereka mengembangkan berbagai program unggulan sekolah untuk meningkatkan prestasi akademik dan non-akademik di level nasional dan internasional. Penggunaan TIK diarahkan untuk mencapai tujuan kompetitif itu sekaligus melindungi identitas mereka sebagai muslim yang memiliki nilai-nilai moral tertentu.

Nilai perlindungan siswa dari konten negatif mendapatkan perhatian yang besar dari sekolah. "Semua bapak/ibu guru adalah guru agama maka diwajibkan untuk memberikan wawasan bagaimana menyikapi konten negatif dari internet (diselipkan) ketika mengajar. Seminggu sekali ada kegiatan jumat dan keputrian setiap jumat disampaikan soal konten negatif" (Agung Rahmanto, Kepala Sekolah SD Muhammadiyah Sopen). Pendekatan perlindungan berbasis oleh nilai-nilai agama Islam.

SD Budya Wacana telah aktif menjalankan pendidikan sejak tahun 1972. Sekolah ini didirikan oleh Yayasan Pendidikan dan Pengajaran Nasional Budya Wacana yang terafiliasi dengan Gereja Kristen Indonesia (GKI) Ngupasan, GKI Wongsodirjan. Yayasan ini menyelenggarakan pendidikan TK-SMA.

SD Budya Wacana juga memiliki perspektif yang serupa dengan SD Muhammadiyah Sopen: globalisasi dan agama (kristen). Visi sekolah kristen ini adalah "Menjadi insan Budya Wacana untuk memenuhi panggilanNya sebagai pemenang yang beriman, berpengetahuan, berkarakter, dan berwawasan kebangsaan". Selanjutnya dalam misi "menyediakan pendidikan yang berkualitas dengan berbasis pada proses pertumbuhan iman, karakter, dan berwawasan kebangsaan, serta perkembangan teknologi informasi". Ada dua nilai yang ditekankan: iman kristen dan keunggulan dalam berkompetisi.

Menurut Ibu Agnes, Kepsek SD Budya Wacana, ada satu credo kristiani yang seringkali diajarkan para guru di sekolah "hindari kata-kata yang sia-sia, di era digital artinya hindari membaca, menonton dan menikmati konten yang tidak ada gunanya. Hal itu ditekankan terutama oleh guru-guru pelajaran karakter, agama dan IPS pada topik masalah sosial."

Sedangkan tuntutan globalisasi menurutnya dapat dijawab melalui pembelajaran digital. Menurut Ibu Agnes, seluruh pembelajaran digital membuat siswa "Jadi tidak kuper, tidak buta berita, komunikasi cepat, anak-anak mengikuti jenjang yang lebih tinggi tidak kesulitan, supaya anak bisa bersaing dengan dunia luar". Persaingan dunia global dengan beresetia pada iman kristiani itulah yang menjadi penekanan sekolah ini.

SD Tarakanita juga serupa dengan dua sekolah di atas. Berinduk pada Yayasan Tarakanita yang berakar pada Kongregasi CB sejak tahun 1837 di Belanda dan 1929 di Bengkulu. Pada tahun 1952, Yayasan Tarakanita resmi didaftarkan sebagai yayasan sosial di Republik Indonesia. Mereka membuka beberapa sekolah dari tingkat KB-SMA sejumlah 69 di



beberapa kota : Jakarta, Bengkulu, Yogyakarta, Surabaya, Tangerang, Lahat. Yayasan Tarakanita memiliki credo Bela Rasa yaitu bermurah hati pada sesama makhluk Tuhan.

Visi SD Tarakanita: Unggul dalam prestasi akademik, berbudi pekerti luhur, cinta lingkungan sebagai cerminan pribadi yang utuh atas dasar semangat cinta kasih. Serupa dengan SD Sapen prestasi akademik sangat diutamakan diiringi dengan nilai-nilai cinta kasih (belarasa) agama Katolik. Oleh karena itu semua pembelajaran, termasuk literasi digital diarahkan untuk meraih kedua nilai utama itu.

Yayasan Tarakanita tidak segan menginvestasikan dana besar untuk melakukan digitalisasi sekolah mulai 2009. Beberapa cara dilakukan: pelatihan intensif untuk semua guru mata pelajaran dan TIK. Selain itu infrastruktur dilengkapi tidak saja di laboratorium komputer dan kelas tetapi juga sistem penilaian dan administrasi sekolah. Bahkan sekolah menyelenggarakan cctv dan sambungan wifi yang sangat baik.

Standar kurikulum yang ditetapkan Yayasan Tarakanita terkait pembelajaran TIK lebih canggih daripada kurikulum pemerintah dengan tujuan agar siswa lebih kompetitif. Mereka dapat mengembangkan ketrampilan lebih cepat dibandingkan anak seusianya. Menurut Bapak Arif, Wakasek 1 SD Tarakanita, “seluruh pembelajaran digital diarahkan agar anak memiliki ketrampilan teknologi yang mengikuti perkembangan jaman. Membuat anak memiliki nilai lebih, dapat memanfaatkan TIK dengan bijak (karena) TIK bisa menjadi madu dan racun”. Madu dan racun adalah perumpamaan konten positif dan negatif dari internet. TIK ditetapkan menjadi salah satu standarisasi pendidikan yayasan yang terdiri dari: 4 Standarisasi: TIK, Pembelajaran berbasis Riset (2010), Pembelajaran Bahasa Asing (2014), Experiential Learning (2016).

Nilai humanisme bela rasa yang diusung oleh yayasan ini juga ditekankan dalam penggunaan TIK. Prinsip yang ditekankan pada siswa, guru dan wali murid “TIK adalah sebuah alat yang membantu semua aktivitas siswa dan guru tapi yang paling utama ada manusia bagaimana memanusiaikan orang lain. Kita tidak boleh tergantung pada TIK” (Arif, Wakasek 1 SD Tarakanita). Beberapa tahun lalu, siswa diperbolehkan membawa ponsel ke sekolah untuk pembelajaran dan komunikasi namun ternyata justru memunculkan persaingan diantara wali murid hingga berbuah konflik kesenjangan sosial. Maka sekolah mengambil keputusan untuk melarang penggunaan ponsel di lingkungan sekolah. Bahkan wali murid yang menjemput dipersilahkan menggunakan ponsel di luar pagar

sekolah. Guru hanya boleh membuka ponsel saat jam istirahat. Saat mengajar, ponsel disimpan di laci meja masing-masing di kantor guru.

SD Tumbuh 2 memiliki latar belakang nilai yang berbeda dengan 3 SD di atas. SD Tumbuh 2 berprinsip pada nilai inklusif bukan keagamaan. Hal ini juga memberikan corak pembelajaran literasi yang berbeda dengan ketiga SD lain. Pendekatan literasi digital yang diterapkan tidak saja proteksionisme dan media fun tetapi juga creative media dan social participation.

SD Tumbuh 2 mengikuti panduan yang ditetapkan Yayasan Edukasi Anak Nusantara untuk melaksanakan pendidikan inklusif. Sekolah inklusif diharapkan menjadi ruang bagi anak untuk menjadi individu yang bangga pada potensi dirinya dan menghargai keragaman di masyarakat. Para siswa diharapkan menjadi pembelajar sepanjang hayat, menghargai perbedaan (etnis, agama dan kemampuan), mencintai bangsa dan kesadaran sebagai bagian dari masyarakat dunia.

Mulai tahun 2014, SD Tumbuh 2 menerapkan metode pembelajaran: digital learning (pembelajaran digital). Menurut Bapak Jamil, Kepala Sekolah SD Tumbuh 2, "digital learning merupakan pendekatan belajar dengan menggunakan media digital. Materi dari buku dapat diwujudkan dalam berbagai media sehingga belajar makin asyik dan mudah dipahami. SD tumbuh percaya belajar tidak saja untuk tujuan akademis (nilai yang tinggi) namun bagaimana anak bisa enjoy dalam belajar. Nilai angka sejalan dengan semangat anak belajar. Anak harus senang belajar." Pembelajaran digital diharapkan mampu meningkatkan kesenangan anak dalam belajar. Penekanan pada kesenangan belajar selaras dengan pendekatan creative media yang mengutamakan proses pembelajaran literasi digital untuk memanfaatkan karakter media yang mengutamakan kreatifitas dan kesenangan.

SD Tumbuh 2 merupakan sekolah inklusif yang menerima siswa dengan kebutuhan khusus dalam kelas yang sama dengan siswa biasa. Oleh karena itu proses pembelajaran selalu mempertimbangkan kerjasama, keharmonisan dan kohesi sosial diantara siswa di kelas. Digital learning dianggap dapat memfasilitasi pembelajaran di kelas yang mengakomodasi perbedaan kompetensi dan kecepatan belajar. Pak Frans, penanggungjawab digital learning menuturkan pengalaman menarik soal ini. "ada seorang murid tuna rungu dan tuna wicara tapi bisa membaca bibir sehingga bisa membaca kemudian pengenalan terhadap internet sehingga bisa mengembangkan diri menggunakan internet: mencari informasi/ pengetahuan, belajar berbagai aplikasi." Internet yang mudah dimodifikasi

dan disesuaikan dengan tujuan dan pengguna diyakini dapat memfasilitasi siswa berkebutuhan khusus. Dalam hal ini, literasi digital diarahkan untuk meningkatkan partisipasi siswa dalam kehidupan sosial.

Bentuk lain partisipasi sosial dengan menggunakan media digital adalah tugas pengamatan sosial sesuai dengan materi pembelajaran. Misalkan, materi tentang jenis kendaraan, maka siswa diminta memotret jenis-jenis kendaraan yang ditemukan di sekitar rumah mereka. Tujuannya bukan sekedar menyelesaikan tugas tetapi meningkatkan interaksi siswa dengan lingkungan sosialnya.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian adalah bahwa pada aspek infrastruktur semua kasus telah mampu membentuk lingkungan pembelajaran digital yang terhubung. Situasi agak berbeda terjadi pada dua dimensi lain. Hanya 1 kasus (SD) yang telah mampu proaktif dan menciptakan lingkungan pembelajaran baru sedangkan 3 kasus lain menggunakan TIK sebagai orientasi ketrampilan dan sarana kurikulum.

## DAFTAR PUSTAKA

Chu, S. K. W., Tse, S. K., & Chow, K. (2011). Using collaborative teaching and inquiry project-based learning to help primary school students develop information literacy and information skills. *Library & Information Science Research*, 33(2), 132-143.

Hague, C., & Williamson, B. (2009). Digital participation, digital literacy, and school subjects: A review of the policies, literature and evidence. Bristol: Futurelab.

Herlina, Dyna. dkk. (2012). *Gerakan literasi media Indonesia*. Yogyakarta; Rumah Sinema.

Hobbs, R. (2004). A review of school-based initiatives in media literacy education. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 42-59.

Jordana, Theresia Amelia dan Dyna Herlina Suwanto. (2017). Pemetaan Program Literasi Digital di Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Informasi*, Vol. 47. N0. 2. 2017. Hal 167-180.

Lance, K. C., Rodney, M. J., & Hamilton-Pennell, C. (2000). *Measuring Up to Standards: The Impact of School Library Programs & Information Literacy in Pennsylvania Schools*.

Neuman, L. W. (2007). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*.

Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2014). *Media and information literacy curriculum for teachers*. UNESCO Publishing.

<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html>

<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2016/GEN-Z-KONSUMEN-POTENSIAL-MASA-DEPAN.html>

[http://www.ala.org/aasl/sites/ala.org.aasl/files/content/aaslissues/MartinRoberts\\_JF15.pdf](http://www.ala.org/aasl/sites/ala.org.aasl/files/content/aaslissues/MartinRoberts_JF15.pdf)