

**SOCIAL MEDIA, SOCIAL COMPETENCE DAN REMAJA
(Studi Tingkat Literasi Media Digital Mahasiswa Jakarta)**

Khotimatus Sholikhati

Jurusan Ilmu Komunikasi STIKOM LSPR Jakarta

E-mail: otim@lspr.edu

ABSTRACT

Social media is one of the results of the development new media. It grows with a wide variety of information and technology applications and has a great demand by all levels of society. The use of social media can provide a dual effect on the social fabric of society, especially the youth, because youth are the active users of social media. Students as a young generation need to be prepared with digital media literacy skills to be able to use digital media intelligently and effectively. This study aims to determine the ability of the digital media literacy of students STIKOM LSPR Jakarta, in particularly of the usegae of social media. The research used the instrument of Social Competence Framework based on European Commission (2009) to determine the level of digital media literacy of students. The results showed that the media literacy of students STIKOM LSPR including medium level based on their social competence. Moreover, the result can be used as a foundation in creating digital media literacy education programs.

Keyword: digital media literacy, social competence, teenagers, social media

Pendahuluan

Media sosial menjadi fenomena baru akhir-akhir ini yang tumbuh dengan berbagai macam definisi, baik dalam konteks publik ataupun akademik. Media sosial secara umum digunakan untuk memungkinkan terjadinya interaksi komunikasi dua arah. Perkembangan media sosial berdampak pada cara berkomunikasi secara individu dan organisasi. Melalui media sosial, seseorang mudah untuk berbagi ide, foto, video dengan dunia pada umumnya dan juga dengan mudah mencari tahu apa perasaan dan pikiran seseorang yang dicurukannya ke dalam media sosial. Munculnya web 2.0 memungkinkan orang membangun hubungan bisnis dan sosial serta berbagi informasi. Aplikasi ini memberikan apa yang media tradisional (radio, TV, surat kabar, majalah) tidak pernah bisa berikan, juga memberi kesempatan masyarakat untuk berinteraksi dan melibatkan diri sendiri dan juga orang lain.

Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: blog, Twitter, Facebook, Wikipedia, dan YouTube. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat tajam dalam beberapa tahun ini. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah Facebook dan Twitter. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna Facebook terbesar di Asia (kominfo.go.id). Adapun menurut Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2013 diprediksikan mencapai 82 juta orang (APJII, 2013). Adapun pengguna internet anak-anak dan remaja di Indonesia mencapai 30 juta dengan rincian 98 persen dari anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet serta media digital saat ini menjadi pilihan utama saluran komunikasi yang mereka gunakan (kompas.com).

Data diatas didukung dengan pra-penelitian yang dilakukan di STIKOM LSPR bahwa sebanyak 52.9% mahasiswa menggunakan Facebook sebagai situs jejaring sosial utama dengan frekuensi pemakaian yang bervariasi, mulai dari kurang dari 10 menit hingga lebih dari 3 jam perhari. Selain itu, 58% mahasiswa paling banyak mengakes Facebook di kampus dari pada di tempat-tempat lain. Penggunaan Facebook ini paling banyak didorong oleh

faktor afektif dan integrasi sosial dibandingkan dengan faktor kognitif (Khotimatus Sholikhati & Fiona Suwana, 2014). Fakta ini kemudian memunculkan dugaan dan kekhawatiran bahwa mungkin saja banyak mahasiswa STIKOM LSPR yang tidak memanfaatkan Facebook dengan efektif dan mengaksesnya pada waktu perkuliahan berlangsung.

Beberapa dampak negatif penggunaan media sosial lainnya yaitu penyalahgunaan media sosial untuk melakukan kejahatan, pemalsuan identitas, untuk penipuan, dsb. Indonesia juga merupakan negara terbesar ke-4 sebagai pengakses kata “sex” atau “porn” dalam mesin pencari google. Dimana 90 persen dari video tersebut pemerannya adalah pelajar dan mahasiswa (kominfo.go.id).

Mengacu data-data di atas, untuk menghadapi tantangan media sosial tersebut dibutuhkan konsep literasi media digital untuk membangun pemahaman yang utuh dalam bermedia. Literasi media digital adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuk (Hobbs, 1999). Literasi media digital bertujuan membantu seseorang termasuk remaja mengembangkan pemahaman yang lebih baik, sehingga memiliki kemampuan mengendalikan pengaruh media dalam kehidupan mereka sehari-hari. Kontrol terhadap pengaruh media tidak dipahami dengan membatasi terpapar media, tapi lebih menekankan pada pemahaman mana isi media yang positif dan mana yang merusak. Proses untuk mengidentifikasi konten media meliputi kognitif, emosi, estetika dan moral (Tamburaka, 2013). Literasi media digital merupakan upaya pembelajaran bagi khalayak media sehingga menjadi khalayak yang berdaya hidup di tengah dunia yang disebut dunia sesak-media (*media-saturated*) (Iriantara, 2009). Selain itu, literasi media digital juga diperlukan untuk mempersiapkan warga masyarakat bersentuhan atau diterpa (*exposure*) media (Buckingham, 2001).

Berdasarkan hal tersebut, dapat kita lihat bahwa sebenarnya saat ini kondisi masyarakat cukup mengkhawatirkan. Oleh karena itu, kemampuan literasi media digital menjadi sangat penting untuk menyiapkan dan memproteksi masyarakat dari dampak-dampak negatif media. Selain itu, literasi media juga penting untuk peningkatan kualitas media, merubah cara pandang masyarakat terhadap media massa (Iriantara, 2009), pengembangan demokratisasi dan partisipasi (Kellner, 2003), melindungi anak-anak dan

dewasa dari efek buruk komunikasi massa moden (Curry, 1999), dan memperbaiki ketimpangan besar antara negara-negara industri yang mengontrol pembuatan dan penyebaran produk-produk komunikasi dengan negara-negara lain (Hobbs, 1999).

Dengan demikian, literasi media menjadi pengetahuan wajib yang harus dikuasai oleh remaja dalam hal ini mahasiswa agar mereka siap dalam menghadapi tantangan-tantangan di era sesak-media ini. Mahasiswa harus mampu menjadi manusia literat yang menguasai kompetensi-kompetensi literasi salah satunya kompetensi sosial. Kompetensi sosial merupakan kompetensi yang harus dimiliki seseorang dalam melakukan komunikasi dan membangun relasi sosial melalui media serta mampu memproduksi konten pada media. Jika kompetensi tersebut tidak terpenuhi, maka mahasiswa dikhawatirkan akan terpengaruh efek negatif media serta tidak mampu bersaing di era globalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan literasi media digital mahasiswa sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan dalam merancang program-program pendidikan literasi media digital di beberapa institusi Pendidikan.

Tinjauan Teori / Konsep

a. Literasi Media di Era Digital

Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuk (Hobbs, 1999). Sementara itu, Pasal 52 Undang-undang No. 32/2003 tentang Penyiaran memaknai literasi media sebagai “kegiatan pembelajaran untuk meningkatkan sikap kritis masyarakat” (Iriantara, 2009). *Center for Media Literacy* merumuskan literasi media sebagai “kemampuan berkomunikasi secara kompeten melalui semua media baik elektronik maupun cetak” (Iriantara, 2009).

Center for Media Literacy (CML, 2003) menyebutkan bahwa literasi media mencakup beberapa kemampuan, yaitu:

- a. Kemampuan mengkritik media
- b. Kemampuan memproduksi media
- c. Kemampuan mengajarkan tentang media
- d. Kemampuan mengeksplorasi sistem pembuatan media
- e. Kemampuan mengeksplorasi berbagai posisi

f. Kemampuan berpikir kritis atas isi media

Sementara itu, deskripsi literasi media menurut European Comission dalam (European Commission, 2009) adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis dan mengevaluasi makna gambar, suara, pesan yang kita hadapi setiap hari dan merupakan bagian penting dari budaya kontemporer kita, serta untuk berkomunikasi secara kompeten dalam media yang tersedia secara pribadi. Selain itu, literasi media juga berhubungan dengan semua media, termasuk televisi dan film, radio, dan musik recorder, media cetak, internet dan teknologi baru komunikasi digital lainnya.

Literasi digital adalah kemampuan yang dibutuhkan untuk mencapai kompetensi digital, penggunaan Teknologi Informasi secara kritis dan percaya diri untuk bekerja, belajar dan berkomunikasi. Kemampuan tersebut adalah kemampuan dasar seperti menggunakan komputer untuk mencari, mengakses, menyimpan, menciptakan, mempresentasikan dan bertukar informasi untuk berkomunikasi dan berpartisipasi dalam hubungan kolaborasi melalui internet (*DG Information Society and Media Group, 2008*). Sedangkan, tiga bidang yang layak dianggap dalam pengembangan kompetensi digital, seperti: keterampilan komunikasi; kapasitas produksi, menemukan, menyimpan, berbagi, dan mengevaluasi informasi; berpikir kritis; kesadaran online risiko dan peluang, kemampuan untuk membaca dan menganalisis media pesan; kegiatan kreatif dan kemampuan untuk menghasilkan konten, Check pendapat, dan untuk dapat menggunakan alat digital media dalam cara-cara inovatif (Rivoltella, 2009).

b. Social Competence Framewok

Social Competence merupakan kemampuan seseorang dalam melakukan komunikasi dan membangun relasi sosial melalui media serta mampu memproduksi konten pada media. *Social Competence* terdiri dari *Communicative abilities*, yakni suatu kemampuan untuk membangun relasi sosial serta berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat melalui media. *Communicative Abilities* mencakup beberapa dimensi, yakni:

- **Kemampuan berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media internet (*social relations*).** Beberapa situs networking yang memasuki kesadaran publik, yaitu MySpace (2003), Facebook (2005), Bebo (2005), Twitter (2006) telah terbukti populer dan telah menyediakan para individu kesempatan untuk menampilkan diri

mereka sendiri secara remotely, untuk memiliki hubungan dan kehidupan sosial online yang aktif. Kehidupan sosial ini menampilkan kapasitas akan pengguna untuk menghubungi individu lainnya, untuk bekerja dalam hubungan dengan mereka dan membangun jaringan dan komunitas yang berbeda. Kemampuan-kemampuan tersebut dimanifestasikan dalam beberapa kemampuan sebagai berikut:

- 1) Membuat dan menjaga kontak melalui media dan media sosial
 - 2) Mengikuti tren yang disebarkan oleh media dan kelompok bermain (European Commission, 2009).
- **Kemampuan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media internet (*citizen participation*)**. Partisipasi di dalam kehidupan publik melalui media baru dibagi ke dalam 2 kategori, yaitu penggunaan e-government (layanan pemerintah yang tersedia di dalam internet, seperti layanan perpustakaan atau aplikasi paspor) dan partisipasi di dalam kehidupan publik dalam nuansa politik (menggunakan media untuk keterikatan dan berkomunikasi dengan pemerintah dan individu lainnya dengan tujuan untuk membentuk kebijakan). Kedua aktivitas tersebut terkait dengan partisipasi warga negara di dalam kehidupan publik, dimana bisa mengambil bentuk sederhana antara individu dengan institusi pemerintah untuk melakukan kerjasama yang lebih baik dan rumit, seperti formasi atau keanggotaan akan partai politik atau organisasi akan kelompok protes. Secara detil, kemampuan ini mencakup:
 - 1) Memelihara partisipasi dengan kelompok yang berbagi model secara umum
 - 2) Menggunakan media sosial untuk mengatur kontak secara strategis dengan lainnya secara pragmatis
 - 3) Penampilan secara pantas (profil)
 - 4) Interaksi dengan berbagai institusi secara pantas (European Commission, 2009)
 - Kemampuan untuk memproduksi dan mengkreasikan konten media internet (*content creation*). Kemampuan-kemampuan ini terkait dengan kapasitas individual untuk menghasilkan konten baru dan memproduksi pesan media secara original. Kemampuan tersebut termanifestasi dalam kemampuan pengguna untuk menggunakan, mengidentifikasi, dan memahami informasi di dalam pesan media dan merespon secara pantas. Kapasitas ini untuk menghasilkan tingkatan yang

berbeda akan kompleksitas, yang berentang dari tingkat yang paling dasar sampai yang lebih canggih. Secara detail, kemampuan ini termasuk:

- 1) Berbagi peralatan yang dihasilkan secara umum
- 2) Merangsang kerjasama dan kolaborasi kerja secara aktif
- 3) Menyelesaikan masalah melalui kerjasama dan kolaborasi secara aktif
- 4) Mengkonseptualisasikan, menghasilkan dan memproduksi teks media baru
- 5) Menghasilkan pesan media secara orisinil (European Commission, 2009)

Berdasarkan European Commission (2009), bobot kriteria *communicative ability* terbagi menjadi tiga kategori, yaitu kemampuan berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media (*social relations*) 20%, kemampuan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media (*citizen participation*) 50%, dan kemampuan memproduksi dan mengkreasikan konten media (*content creation*) 30%. Untuk lebih jelas, pembobotan untuk masing-masing komponen dapat dilihat dalam tabel berikut:

Communicative Abilities	Weight	Weighted Component
User Created Content	50%	
Profile on Social Network	50%	
Social Relation	100%	20%
Internet for Cooperation	0%	
User Centricity of Online Public Services	50%	
Citizen Participation Activities Ever Done	0%	
E-Government Usage by the Individuals	50%	
Participation	100%	50%
Media Production Skills	0%	
Experience of Creativity	0%	
User Created Content	100%	
Content Creation	100%	30%
Total		100%

Berikut ini indikator untuk mengukur kompetensi sosial:

COMPONENTS	INDICATORS
1. SOCIAL RELATIONS	Item: Post messages to chat rooms, news grouping and forums. 1. Networking web page. Creating a profile or sending a message in a social networking website.
2. CITIZEN	1. Internet for cooperation

PARTICIPATION	Ability to propose and foster active collaborative work and cooperation through media. Do you use Internet to keep any kind of cooperation for social or cultural activities with a specific citizen group? 2. "User Centricity" on online public services 3. Citizen Participation activities ever done 4. E-government usage by the individuals Percentage of individuals for interaction with public authorities.
c. CONTENT CREATION	1. Media Production skills Individuals regularly using the media to produce media 2. Experience of creativity media <input type="checkbox"/> Uploading photos to the internet; <input type="checkbox"/> Setting up a personal profile on a social networking website; <input type="checkbox"/> Contributing comments to someone else's blog; <input type="checkbox"/> Setting up a website or blog; <input type="checkbox"/> Making a short video and uploading it to the internet; and <input type="checkbox"/> Contributing to a wiki. 3. User created content (created web pages)

Communicative Abilities Indicators (European Commission, 2009)

c. Tingkatan Literasi Media

Kemampuan *media literacy* seseorang berdasarkan European Commission (2009) dikelompokkan menjadi tiga tingkatan yang diukur berdasarkan indikator diatas, secara umum tiga tingkatan media literasi tersebut yakni *basic*, *medium*, dan *advanced*.

1. *Basic*: Kemampuan dalam mengoperasikan media tidak terlalu tinggi, kemampuan dalam menganalisa konten media tidak terlalu baik, dan kemampuan berkomunikasi lewat media terbatas. Nilai untuk tingkat kemampuan *basic* ini adalah dibawah 70.

2. *Medium*: Kemampuan mengoperasikan media cukup tinggi, kemampuan dalam menganalisa dan mengevaluasi konten media cukup bagus, serta aktif dalam memproduksi konten media dan berpartisipasi secara sosial. Nilai untuk tingkat kemampuan *medium* ini dibawah adalah 70-130.

3. *Advanced*: Kemampuan mengoperasikan media sangat tinggi, memiliki pengetahuan yang tinggi sehingga mampu menganalisa konten media secara mendalam, serta mampu berkomunikasi secara aktif melalui media. Nilai untuk tingkat kemampuan *advanced* ini adalah diatas 130.

Tingkat kemampuan literasi media tersebut dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

Tingkatan Literasi Media

Tingkatan Literasi Media Level	Deskripsi Kemampuan
Basic	Individu memiliki seperangkat kemampuan yang memungkinkan penggunaan dasar media. Individu dalam tingkatan ini masih memiliki keterbatasan dalam penggunaan media internet. Pengguna mengetahui fungsi dasar, dan digunakan untuk tujuan-tujuan tertentu tanpa arah yang jelas. kapasitas pengguna untuk berpikir secara kritis dalam menganalisis informasi yang diterima masih terbatas. Kemampuan komunikasi melalui media juga terbatas
Medium	Individu sudah fasih dalam penggunaan media, mengetahui fungsi dan mampu melaksanakan fungsi-fungsi tertentu, menjalankan operasi yang lebih kompleks. Pengguna media internet dapat berlanjut sesuai kebutuhan. Pengguna mengetahui bagaimana untuk mendapatkan dan menilai informasi yang dia butuhkan, serta menggunakan strategi pencarian informasi tertentu.
Advanced	Individu pada tingkatan ini sangat aktif dalam penggunaan media, menjadi sadar dan tertarik dalam berbagai regulasi yang mempengaruhi penggunaannya. pengguna memiliki pengetahuan yang mendalam tentang teknik dan bahasa serta dapat menganalisis kemudian mengubah kondisi yang mempengaruhinya. Dapat melakukan hubungan komunikasi dan penciptaan pesan. Dibidang sosial, pengguna mampu mengaktifkan kerjasama kelompok yang memungkinkan dia untuk memecahkan masalah

Tingkat Kemampuan Literasi Media (European Commission, 2009)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif yang akan mengukur bobot penilaian tiap variabel sehingga dapat menentukan tingkat kemampuan literasi media. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei. Dalam

proses pemilihan sampel, digunakan *two-step sampling procedures* (prosedur sampling dua tahap). Adapun pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik acak sistematis (*systematic random sampling*) dengan populasi sebesar 1.000 mahasiswa pada semester genap 2013/2014 STIKOM LSPR . Sehingga dihasilkan sampel sebesar 100 mahasiswa STIKOM LSPR. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Pertanyaan pada kuesioner dibuat berdasarkan *Social Competence* yang telah dibahas diatas. Selanjutnya responden diminta untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan untuk kemudian dianalisis dan disimpulkan.

Hasil dan Pembahasan

a. Hasil deskripsi penggunaan media sosial mahasiswa

Hasil kuesioner literasi media berjumlah 17 pertanyaan yang terdiri dari 3 dimensi kompetensi sosial. Pertanyaan tersebut dijawab berdasarkan 5 poin skala (1= tidak pernah, 2= jarang, 3= kadang-kadang, 4=sering, 5= selalu). Daya diskriminasi masing-masing item tersebut antara 0,69-0,74, sedangkan secara keselur

uhan koefisien reliabilitas alpha cronbach sebesar 0,72. Data kuesioner yang dibagikan ke 100 mahasiswa menunjukkan responden terdiri dari mahasiswa (40%) dan mahasiswi (60%) dengan rata-rata usia 19-22 tahun. Jumlah account media sosial yang mereka miliki rata-rata berjumlah 2-5 account (83%), sedangkan media sosial yang sering dikunjungi dalam sehari terdiri dari 1-2 media sosial (64%) dengan akses > 5 kali (49%) dan menggunakan Smart Phone/HP (53%) di beberapa tempat seperti rumah, kampus, kendaraan, area public (35%).

Data tersebut sejalan dengan data dari okezone yang menyatakan bahwa pengguna Smartphone di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Okezone menerbitkan berita mengenai salah satu penyedia telekomunikasi di Indonesia, Telkomsel mencatat bahwa 18 juta pelanggan merupakan pengguna Smartphone, whospend rata-rata 500 MB data (fmh, 2013). Demikian pula, Budi Setiawan (Dirjen sumber daya pos perangkat dan Informatika - Kementerian ICT) menyatakan bahwa berdasarkan penelitian Nielsen, Indonesia adalah pengguna tertinggi perangkat mobile Byas sebanyak 48 persen, diikuti oleh Thailand dan Singapore. Dalam hal ini usia pengguna internet paling banyak adalah orang-orang muda (Wahyudi, 2013).

b. Hasil Penelitian

Kemampuan literasi media merupakan kemampuan dasar yang harus dimiliki seseorang termasuk mahasiswa ketika terpaan media sosial begitu kuat dan terkadang sulit untuk dikendalikan. Dengan kemampuan itu, harapan minimalnya mahasiswa tidak mengalami disorientasi informasi, akibatnya hari-harinya hanya “menyantap dan memposting” informasi sajian media sosial yang tidak jelas, apakah itu berguna bagi dia, atautkah informasi itu benar-benar memenuhi kebutuhannya atau tidak. Individu yang mengalami disorientasi ini seakan-akan bahkan mungkin telah terjadi, hidupnya benar-benar dikendalikan oleh media sosial. Dengan memperhatikan kondisi itu, maka kesadaran literasi media dari segi kompetensi sosial menjadi penting agar khalayak menjadi lebih cerdas, lebih kritis dan lebih bijak dalam memilah dan memilih penggunaan sosial media yang dimiliki.

Kompetensi sosial mahasiswa merupakan kemampuan yang menjadi pelengkap mahasiswa dalam bersosialisasi dengan lingkungannya. Kompetensi ini lebih menitikberatkan pada penguasaan kompetensi personalnya. Dalam kompetensi sosial ini ada tiga hal yang diidentifikasi dalam penelitian ini, yakni kemampuan berkomunikasi mahasiswa dengan sub hubungan interaksi sosial, partisipasi sosial dan kreativitas dalam menciptakan konten. Adapun dari ketiga kemampuan ini, kemampuan berkomunikasi mahasiswa dengan sub hubungan interaksi sosial menunjukkan prosentase yang lebih tinggi (Mean=3,63) dibandingkan dengan kreativitas dalam menciptakan konten (mean=2,61) dan partisipasi sosial (2,64). Untuk lebih detailnya, berikut ini tabel prosentase literasi media digital berdasarkan kompetensi sosial mahasiswa:

Tabel
Persentase dari Tingkat Literasi Media Digital

Selalu	Mean	Tidak Pernah	Jarang	Kadang-	Sering	
		(1)	(2)	kadang (3)	(4)	(5)
-		0	1 %	20 %	63%	16
%	3,94					
-		0	5%	25%	49%	
	21%					3,86

- Memposting status di media sosial 26% 3,74	0	5%	42%	27%
- Menggunakan emoticon untuk 3% 3,00	4%	22%	47%	24%
Menggambarakan perasaan/perilaku				
- Menggunakan situs media sosial untuk 7% 3,60	0	8%	31%	54%
Kerjasama aktivitas sosial dan budaya				
- Menggunakan media sosial untuk pelayanan publik 1% 2,40	18%	39%	29%	13%
- Menggunakan media sosial untuk partisipasi publik 0 2,44	20%	28%	40%	12%
- Menggunakan media sosial untuk e-government 2% 2,00	41%	31%	17%	9%
- Memiliki kemampuan untuk memproduksi media 12% 2,85	18%	17%	39%	14%
- Pengalaman dalam mengunakan kreativitas di media sosial				
Upload foto 18% 3,91	0	1%	25%	56%
Melakukan setting terhadap profil pribadi 6% 3,19	0	19%	49%	26%
Berkontribusi komentar pada informasi orang 11% 3,12	0	35%	29%	25%
Membuat situs jejaringan sosial 0 2,07	41%	18%	34%	7%
Membuat blog atau situs sendiri 0 2,45	17%	37%	30%	16%
Membuat dan upload video sendiri 8% 2,54	28%	16%	38%	10%
Berkontribusi kepada Wikipedia 0 1,73	52%	23%	25%	0
- Menggunakan media sosial untuk 0 1,90	38%	38%	20%	4
memproduksikonten media				

i. Social Relation

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek hubungan interaksi sosial, prosentase yang dimiliki mahasiswa STIKOM LSPR sangat baik dalam menggunakan media

sosial atau media online. Tercatat prosentase angka yang cukup signifikan, yaitu 47%- 63% aktif atau sering menggunakan media sosial ketika berinteraksi dengan indikator sering membuat profil di media sosial, sering mengirimkan pesan di media sosial, sering memposting status di media sosial dan kadang-kadang menggunakan emoticon untuk menggambarkan perasaan/perilaku.

Dalam perspektif transparansi, tampak mahasiswa STIKOM LSPR sangat baik. Kondisi ini bisa jadi dipengaruhi mindset mahasiswa STIKOM LSPR yang harus berkata jujur dalam setiap interaksi termasuk ketika berinteraksi melalui media sosial. Pada indikator social relation, ditemukan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata yang baik pada kegiatan mengakses akun media sosial seperti facebook dan twitter untuk memperluas jaringan dan menjalin komunikasi dengan teman. Seperti yang ditemukan oleh peneliti Nugroho dan Syarief (2011) bahwa media sosial telah menjadi ruang publik online dimana orang bisa terlibat dari berbagai kegiatan, misalnya dari pertemanan menjadi perdagangan, dari berbagi berita kepada jaringan. Hal ini menjadi terkait ketika hasil penelitian ini menunjukkan prosentase yang baik di dalam hubungan sosial mengingat bahwa media sosial menjadi sangat penting untuk pertemanan dan relasi sosial.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa para mahasiswa LSPR sudah memiliki kemampuan yang baik dalam mengunggah foto, video dan mengkreasikan blog atau website pribadi. Hasil tersebut menunjukkan perkembangan yang semakin baik diantara anak muda dan dunia digital, mengingat proporsi pengguna internet di Indonesia yang berpartisipasi di dalam jejaringan sosial secara global berada peringkat kedua setelah Brasil. Indonesia telah menunjukkan hubungan yang kuat untuk mengkonsumsi dan berpartisipasi dalam berita melalui platform media sosial. Ada budaya blogging bisa tercermin dengan adanya konferensi online dan pertemuan-pertemuan komunitas blogging di seluruh negeri. Partisipasi dalam menghasilkan berita utama secara online juga meningkat, sehingga bisa memperluas kesempatan bagi pengguna untuk menghasilkan konten (Open Society Foundation, 2013). Ketika indikator *social relation* sudah memiliki nilai rata-rata yang baik bagi anak muda terutama di dalam kegiatan mengakses akun media sosial seperti facebook dan twitter untuk mengembangkan hubungan dan berkomunikasi, serta juga sudah memiliki kemampuan untuk mengunggah foto, video dan menghasilkan blog atau website pribadi.

Hal ini menunjukkan perkembangan baik mengingat adanya penggunaan media digital khususnya media sosial untuk melakukan hubungan sosial.

ii. Citizen Participation

Aktivitas interaksi sosial yang menggunakan media sosial memberikan konsekuensi pada tingkat partisipasi yang dilakukan mahasiswa juga cukup baik dengan prosentase 40%-54%. Hal tersebut didasarkan pada intensitas seringnya mahasiswa menggunakan situs media sosial untuk kerjasama aktivitas sosial dan budaya serta kadang-kadang menggunakan media sosial untuk partisipasi publik mulai dari yang menghadiri seminar yang dipromosikan melalui media sosial atau media online, hingga acara-acara sosial yang memerlukan dukungan dari khalayak secara luas, bahkan tingkat partisipasi pada kegiatan sosial.

Namun partisipasi tersebut sedikit menurun ketika kegiatan yang memerlukan partisipasi itu berkaitan dengan ranah menggunakan media sosial untuk pelayanan publik dan menggunakan media sosial untuk e-government, pengawasan program pemerintah ataupun kritik sosial yang tercatat pada rentang 39%-41% dengan gradasi jarang berpartisipasi dan tidak pernah. Lim (2013) juga menemukan bahwa konteks politik di internet telah ada di Indonesia, tetapi hanya di pinggiran kegiatan sosial. Selain itu, kebanyakan orang Indonesia yang berumur di bawah 25 memiliki blog yang berkisar tentang musik, artis idola, tren fashion, sinetron atau mereka memposting link mengenai sensasi artis pop global di Facebook dan Twitter. Jadi, tidak ada banyak kemajuan mengenai partisipasi politik secara online di Indonesia karena remaja Indonesia yang menggunakan Internet lebih tertarik untuk hiburan, budaya dan gaya hidup urban dibandingkan isu-isu politik. Beberapa faktor yang dapat dilanjutkan dengan penelitian selanjutnya adalah kurangnya pengetahuan mengenai politik dan berpikir kritis di kalangan anak muda, sehingga ketika ada gerakan-gerakan kritis yang dilakukan di sosial media, sambutan dan partisipasi yang diberikan juga masih terbatas, sebaliknya yang terjadi hampir sebagian besar mahasiswa lebih menyukai akan penggunaan media sosial yang terkait aktualisasi diri ataupun sekedar "update" status tanpa makna.

iii. Content Creation

Aspek komunikasi lain yang menggambarkan kompetensi sosial mahasiswa adalah kemampuan menciptakan konten kreatif dalam sebuah media. Secara umum prosentase tersebut berada pada level cukup baik (34%-56%), dimana mahasiswa memiliki kemampuan untuk memproduksi media (kadang-kadang=39%), memiliki pengalaman dalam menggunakan kreativitas di media sosial seperti mengupload foto (sering=56%), melakukan setting terhadap profil pribadi (kadang-kadang=39%), berkontribusi komentar pada informasi orang (jarang=35%), membuat blog atau situs sendiri (kadang-kadang=37%), membuat dan upload video sendiri (kadang-kadang=38%), dan menggunakan media sosial untuk memproduksi konten media (38%). Hal ini mengingat media sosial dapat dimanfaatkan

Namun kemampuan menciptakan konten tersebut menurun ketika kegiatan tersebut berkaitan dengan kemampuan untuk berkontribusi kepada Wikipedia (52%), membuat situs jejaringan sosial (41%), dan menggunakan media sosial untuk memproduksi konten media (38%) dengan gradasi tidak pernah atau jarang. Kondisi tersebut berdasarkan pengamatan peneliti didasari oleh beberapa faktor, antara lain variasi program studi yang ada di mahasiswa STIKOM LSPR yang notabene tidak semua mahasiswa mendapatkan materi kajian media, terutama proses membuat produk media yang menarik. Selanjutnya, faktor ketakutan mahasiswa dalam menciptakan konten adalah perasaan takut dianggap jelek atau tidak memahami produk media. Akibatnya, mereka menjadi terjebak pada ketakutan semu yang menjadikannya tidak kreatif, aktif dan menjadi penghasil produk atau konten media secara online.

Ketika kemampuan mengkreasi produk media kurang begitu baik, namun sebenarnya sudah ada kemampuan yang berpotensi, yaitu mahasiswa bisa memiliki kemampuan untuk mengekspresikan pengalamannya dalam media sosial. Dari hasil penelitian ini menunjukkan mahasiswa memiliki dan aktif dalam menggunakan akun facebook, twitter dan path, bahkan isi update status yang mereka lakukan hampir selalu dari ekspresi pengalaman mereka dalam keseharian. Terlepas dari kualitas ekspresi tersebut, ketika mereka mau membagikan pengalamannya di media sosial maka itu memberikan asumsi bahwa mahasiswa sudah mampu melakukannya. Walaupun mereka masih perlu pembelajaran lebih lanjut sehingga ekspresi pengalamannya bisa menjadi lebih baik dan

berguna bagi publik. Kondisi ini didukung oleh angka prosentase yang menunjukkan angka cukup baik dengan kisaran 49%-56% dan gradasi yang meningkat ini suatu potensi yang dapat dimaksimalkan.

Selanjutnya yang terakhir adalah kreasi isi pesan dalam media. Sejalan dengan data sebelumnya pada kreasi pengalaman dalam media, kreasi isi pesan dalam media menunjukkan posisi yang simetris dengan angka prosentase 38%. Angka ini seakan memperkuat asumsi bahwa keberanian mahasiswa mengekspresikan pengalaman mereka dalam media, perlu didukung dengan kemampuan mengkreasikan dan memvariasikan isi pesan yang produk. Jika mengacu pada media sosial yang mereka gunakan, dapat diamati hampir semua isi pesannya kurang begitu variatif. Isi pesan lebih mengarah pada aktualisasi diri dalam bentuk pemaparan pribadi yang teramat singkat. Seharusnya dengan sedikit sentuhan pengetahuan dan pelatihan dalam membentuk isi pesan, maka update status yang mereka lakukan menjadi lebih bermakna tidak sekedar aktualisasi diri. Ini menunjukkan pengetahuan mahasiswa tentang media khususnya media sosial tidak sebanding dengan nilai kebermanfaatan dari kehadiran teknologi media. Seperti yang diungkapkan oleh Davies, et all (2011) bahwa literasi media baru adalah suatu kemampuan untuk menilai secara kritis dan mengembangkan konten yang menggunakan bentuk-bentuk media baru, dan untuk memanfaatkan media baru untuk persuasif komunikasi. Pandangan pada literasi media bisa secara luas tetapi hasilnya adalah literasi media kritis, sebagai contoh adalah pemikir kritis, pencipta, komunikator, dan agen perubahan sosial. Jika kondisi ini bisa diketahui dan dipelajari oleh anak muda di Indonesia bukan tidak mungkin mereka bisa lebih terfasilitasi ekspresinya dengan baik. Bahkan, kehadiran media sosial tidak sekedar untuk menjalin interaksi sosial dan media ekspresi diri, namun juga bisa pembuat konten informasi, komunikator, serta agen sosial untuk perubahan yang lebih baik di publik.

Kesimpulan

Berpijak dari paparan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Kemampuan mahasiswa STIKOM LSPR dalam berkomunikasi dan membangun relasi sosial (*social relations*) melalui media sosial sangat baik dibandingkan kemampuan untuk

memproduksi dan mengkreasikan konten media internet (*content creation*) dan kemampuan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media internet (*citizen participation*) dengan kisaran prosentase 47%- 63%, sedangkan kemampuan mahasiswa STIKOM LSPR dalam berpartisipasi dengan masyarakat melalui media internet (*citizen participation*) menunjukkan cukup baik dengan kisaran prosentase 40%-54% dan kemampuan mahasiswa STIKOM LSPR untuk memproduksi dan mengkreasikan konten media internet (*content creation*) menunjukkan kisaran prosentase cukup baik pula antara 34%-56%, maka kemampuan literasi media mahasiswa STIKOM LSPR secara umum berada pada level **medium** atau **menengah**. Level *medium* yang diperoleh mahasiswa mahasiswa STIKOM LSPR secara umum dibantu dari faktor akses dan lingkungan sosial.

2. Faktor-faktor yang ikut menentukan kemampuan literasi media mahasiswa STIKOM LSPR adalah faktor (a) keikutsertaan mahasiswa dalam kegiatan pembelajaran kampus ; merupakan salah satu faktor yang menjadikan mahasiswa sadar akan penggunaan akan media digital (b) internal diri mahasiswa; kemauan akan penggunaan dan pembelajaran akan media; merupakan faktor yang senantiasa harus ditumbuhkan dan dikembangkan di dalam lingkungan kampus sehingga mahasiswa dapat berpikir kritis terhadap setiap produk media khususnya media digital, (c) budaya kritis di kalangan mahasiswa yang masih perlu dikembangkan; faktor ini merupakan kata kunci untuk menjadikan mahasiswa lebih aktif dan bisa berpartisipasi, sehingga mereka tidak hanya menjadi konsumen namun juga produsen. Namun, budaya kritis ini harus dibangun secara sistemik, sehingga menjadi budaya yang mengakar dalam diri dan lingkungan mahasiswa (d) kurangnya intensivitas gerakan literasi media di lingkungan kampus; faktor ini harus didorong lebih kuat dan didukung penuh oleh civitas akademika, agar gerakan literasi media tidak sebatas kegiatan sementara, tapi menjadi satu gerakan terpadu dan sistemik yang bisa mengembangkan mahasiswa menjadi generasi muda untuk penerus bangsa.

Daftar Pustaka

- Buckingham, D. 2001. *Media Education: A Global Strategy for Development. A Policy Paper for UNESCO Sector of Communication and Information*. Diakses pada 10 Juni 2014, dari www.ccsonline.org.uk/mediacenter/Research_Pro-jects/UNESCO_policy.html
- CML. 2003. *What Media Literacy is Not*. Diakses pada 5 Juni 2014, dari Center for Media Literacy/CML: <http://www.medialit.org/reading-room/what-media-literacy-not>
- Curry, M.J. 1999. *Media Literacy for English Language Learner: A Smiotics Approach*. *Literacy and Numeracy Studies*, 9 (2).
- Davies, A., Fidler, D., & Gorbis, M. 2011. *Future world skills 2020*. Palo Alto, CA: Institute for the Future for Apollo Research Institute. Retrieved from http://apolloresearchinstitute.com/sites/default/files/future_work_skills_2020_full_research_report_final_1.pdf.
- European Commission. 2009. *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. Brussels.
- fmh. 2013. Pengguna *Smartphone* Telkomsel Rata-rata Habiskan 500MB. Available from <http://techno.okezone.com/55/795648/redirect>
- Hobbs, R. 1999. The acquisition of media literacy skills among Australian adolescents. *Media Literacy Review*.
- Hurlock, E. 2008. *Psikologi perkembangan : suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

- Iriantara, Y. 2009. *Literasi Media*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kellner, D. 2003). *Teori Sosial Radikal*. Yogyakarta: Syarikat Indonesia.
- Kemenkominfo. Diakses 25 Juli 2014.
- Panji, A. 2014. *Hasil Survei Pemakaian Internet Remaja Indonesia*. Di akses pada 19 Februari 2014 dari tekno.kompas.com.
- Rivoltella, P.C. 2009. Media Literacy in Europe Controversies, Challenges and Perspectives. Retrieved from http://www.euromeduc.eu/IMG/pdf/Euromeduc_ENG.pdf
- Santrock, J.W. 2003. *Adolescent: Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Sarlito, W. S. 2006. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sholihuddin, M. 2010. *Pengaruh Kompetensi Individu (Individual Competence) Terhadap Literasi Media Internet Di Kalangan Santri*. Skripsi Tidak dipublikasikan, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Sindang, E. 2012. *Manfaat Media Sosial dalam ranah pendidikan dan pelatihan*. Jakarta: Puduklat KNPK.
- Selwyn, N. 2011. *Social media in higher education*. Routledge: The Europa World of Learning 2012
- Suwana, F. 2011. *Developing Indonesia's Youth with New Media Literacy*.
- Tamburaka, A. 2013. *Literasi Media: Cerdas bermedia khalayak media massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- <http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-indonesia-20140326.pdf>.
- Wahyudi, Reza. 2011. Naik 13 Juta, Pengguna Internet Indonesia 55 Juta Orang. Available from <http://tekno.kompas.com/16534635/Naik.13.Juta..Pengguna.Internet.Indonesia.55.Juta.Orang>