



## PROSIDING

# Konferensi Nasional Komunikasi

## Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Literasi Media Online terhadap Sikap Masyarakat Peduli pada Sesama

Vera W. Sutjipto<sup>1</sup>, Maulina L. Putri<sup>2</sup>, Kinkin YS. Putri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Jakarta

Jl. Rawamangun Muka, Jakarta - Indonesia

<sup>1</sup>[verawijayanti@unj.ac.id](mailto:verawijayanti@unj.ac.id), <sup>2</sup>[maulinalarasati@unj.ac.id](mailto:maulinalarasati@unj.ac.id), <sup>3</sup>[kinkinsubarsa@unj.ac.id](mailto:kinkinsubarsa@unj.ac.id)

### Abstrak

Literasi media online sangat tidak dipahami oleh masyarakat. Masyarakat Indonesia sangat terampil teknologi informasi. Namun pemahaman terhadap isi media sangat tidak dipahami oleh masyarakat. Masalah penelitian adalah untuk melihat factor-faktor yang mempengaruhi kesadaran literasi media online terhadap sikap masyarakat kepedulian pada sesama. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi media online merupakan keterampilan masyarakat dalam isi media baru pada penggunaannya. Pendekatan penelitian adalah kuantitatif dengan responden masyarakat Jakarta yang menggunakan teknik penarikan sampel simple random sampling. Analisis statistik yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Validitas instrument penelitian adalah .89 dengan signifikansi .000. reliabilitas penelitian adalah .85. hasil regresi sederhana dengan pearson .89. artinya adalah kesadaran literasi media online masyarakat terhadap sikap masyarakat kepedulian pada sesama. Kesimpulan penelitian adalah factor yang paling mempengaruhi kesadaran literasi media online adalah keterampilan isi media yang paling banyak mempengaruhi sikap masyarakat. Saran penelitian adalah ada factor lain yang bisa mempengaruhi sikap masyarakat akan kepedulian masyarakat.

**Kata Kunci:** Literasi media, Media baru, Teknologi informasi

**Copyright © 2018 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved**

### Pendahuluan

Ketua Dewan Pers Yosep Stanley Adi Prasetyo mengatakan, Indonesia merupakan salah satu negara dengan paling banyak memiliki media. Total media di Indonesia saat ini ada sekitar 47 ribu dengan paling banyak adalah media online. Namun, Stanley, sapaan akrabnya mengungkapkan, hanya ada 168 media yang telah terdata di Dewan Pers. Sedangkan yang lainnya tidak.

"Kami perkirakan angkanya adalah 43.300 (yang tidak terdata). Bayangin. Tidak ada 1 persennya. Sisanya seperti apa? Tidak tahu, antah berantah," ungkap Stanley, usai Forum Merdeka Barat 9 'Cegah dan Perangi Aksi Teroris', di Kantor Kemkominfo, Jakarta Pusat, Rabu 16 Mei 2018.

Dia menuturkan, untuk melawan media-media bodong tersebut, pihaknya akan terus melakukan verifikasi terhadap berbagai media yang mengaku sebagai perusahaan pers tersebut.

Termasuk terhadap situs-situs radikal yang tidak berbadan hukum dan bukan perusahaan pers sebagaimana mestinya. Stanley berharap, proses verifikasi itu dapat rampung pada akhir tahun 2018 ini. "Jadi di tahun 2019, media-media yang terverifikasi itu kita berikan QR code. Dengan demikian, org bisa membedakan mana media yang asli dan mana media yang tidak," tutur dia

Stanley menceritakan, bahwa ada salah satu media besar yang dipakai namanya oleh sejumlah media bodong. Bahkan media bodong tersebut tidak hanya 1 yang menggunakan nama media besar tersebut, namun ada 14. Kemudian, lanjut dia, persoalan itu pernah membuat seorang anggota DPR mengadu dan marah-marah, karena mempertanyakan kenapa berita di media asli tersebut dapat memberitakan hal seperti itu.

Hingga akhirnya, dia pun mengecek *url* dari media tersebut dan terlihat bahwa, media itu memiliki url atau alamat website yang berbeda dengan media aslinya.

"Jadi silahkan diadukan ke Dewan Pers, Dewan Pers akan rekomendasikan kepada Polri karena ini bukan media (asli). Ada MoU antara Dewan Pers dengan Polri," dia menandakan. (liputan6.com.literasi media.diakses pada 2 Februari 2018)

### **Kerangka Teoritis**

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Inda Fitriyani pada Jurnal Komunikasi, dengan judul Literasi media pada mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. (Jurnal Komunikasi, Universitas Mulawarman, 2016). Literasi media juga pernah diteliti oleh Misbah Zaenal Muttaqin dengan judul Kemampuan Literasi Media di kalangan Rural di Kabupaten Lamongan (unair.ac.id.)

Pengertian literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk media. Literasi media merupakan seperangkat perspektif yang digunakan secara aktif saat mengakses media masa untuk menginterpretasikan pesan yang di hadapi.

Meskipun beragam definisi tentang literasi media telah dikemukakan oleh banyak pihak, namun secara garis besar menyebutkan bahwa literasi media berhubungan dengan bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Literasi media merupakan skill untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan, mengorganisasikan makna itu sehingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain.

Intinya adalah literasi media berusaha memberikan kesadaran kritis bagi khalayak ketika berhadapan dengan media. Kesadaran kritis menjadi kata kunci bagi gerakan literasi media. Literasi media sendiri bertujuan untuk, terutama, memberikan kesadaran kritis terhadap khalayak sehingga lebih berdaya di hadapan media.

Art Silverblatt menekankan pengertian literasi media pada beberapa elemen, di antaranya: (1) kesadaran akan pengaruh media terhadap individu dan sosial; (2) pemahaman akan proses komunikasi massa; (3) pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media; (4) kesadaran bahwa isi media adalah teks yang menggambarkan kebudayaan dan diri kita sendiri pada saat ini; dan (5) mengembangkan kesenangan, pemahaman, dan penghargaan terhadap isi media. Kelima elemen Silverblatt ini kemudian dilengkapi oleh Baran dengan pemahaman akan etika dan kewajiban moral dari praktisi media; serta pengembangan kemampuan produksi yang tepat dan efektif.

Silverblatt juga menyebutkan ada empat tujuan literasi media, yaitu kesadaran kritis, diskusi, pilihan kritis, dan aksi sosial. Namun kesadaran kritis yang paling utama memberikan manfaat bagi khalayak untuk mendapat informasi secara benar terkait coverage media dengan membandingkan antara media yang satu dengan yang lain secara kritis; lebih sadar akan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari; menginterpretasikan pesan media; membangun sensitivitas terhadap program-program sebagai cara mempelajari kebudayaan; mengetahui pola hubungan antara pemilik media dan pemerintah yang memengaruhi isi media; serta mempertimbangkan media dalam keputusan-keputusan individu.

Kesadaran kritis khalayak atas realitas media inilah yang menjadi tujuan utama literasi media. Ini karena media bukanlah entitas yang netral. Ia selalu membawa nilai, baik ekonomi, politik, maupun

budaya. Keseluruhannya memberikan dampak bagi individu bagaimana ia menjalani kehidupan sehari-hari.

Literasi media hadir sebagai benteng bagi khalayak agar kritis terhadap isi media, sekaligus menentukan informasi yang dibutuhkan dari media. Literasi media diperlukan di tengah kejenuhan informasi, tingginya terpaan media, dan berbagai permasalahan dalam informasi tersebut yang mengepung kehidupan kita sehari-hari.

Untuk itu, khalayak harus bisa mengontrol informasi atau pesan yang diterima. Literasi media memberikan panduan tentang bagaimana mengambil kontrol atas informasi yang disediakan oleh media. Semakin media literate seseorang, maka semakin mampu orang tersebut melihat batas antara dunia nyata dengan dunia yang dikonstruksi oleh media.

Orang tersebut juga akan mempunyai peta yang lebih jelas untuk membantu menentukan arah dalam dunia media secara lebih baik. Pendeknya, semakin *media literate* seseorang, semakin mampu orang tersebut membangun hidup yang kita inginkan alih-alih membiarkan media membangun hidup kita sebagaimana yang media inginkan.

James Potter menekankan bahwa literasi media dibangun dari *personal locus*, struktur pengetahuan, dan skill. *Personal locus* merupakan tujuan dan kendali kita akan informasi. Ketika kita menyadari akan informasi yang kita butuhkan, maka kesadaran kita akan menuntun untuk melakukan proses pemilihan informasi secara lebih cepat, pun sebaliknya. Struktur pengetahuan merupakan seperangkat informasi yang terorganisasi dalam pikiran kita. Dalam literasi media, kita membutuhkan struktur informasi yang kuat akan efek media, isi media, industri media, dunia nyata, dan diri kita sendiri. Sementara skill adalah alat yang kita gunakan untuk meningkatkan kemampuan literasi media kita.

Menurut James Potter, ada 7 keterampilan (skill) yang dibutuhkan untuk meraih kesadaran kritis bermedia melalui literasi media. Ketujuh keterampilan atau kecakapan tersebut adalah: (1) Kemampuan analisis menuntut kita untuk mengurai pesan yang kita terima ke dalam elemen-elemen yang berarti; (2) Evaluasi adalah membuat penilaian atas makna elemen-elemen tersebut; (3) Pengelompokan (grouping) adalah menentukan elemen-elemen yang memiliki kemiripan dan elemen-elemen yang berbeda untuk dikelompokkan ke dalam kategori-kategori yang berbeda; (4) Induksi adalah mengambil kesimpulan atas pengelompokan di atas kemudian melakukan generalisasi atas pola-pola elemen tersebut ke dalam pesan yang lebih besar; (5) Deduksi menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan sesuatu yang spesifik; (6) Sintesis adalah mengumpulkan elemen-elemen tersebut menjadi satu struktur baru; (7) Abstracting adalah menciptakan deskripsi yang singkat, jelas, dan akurat untuk menggambarkan esensi pesan secara lebih singkat dari pesan aslinya. (literasipublik.com. literasi media. Diakses 1 Mei 2018).

Terpaan media (*media exposure*) berbicara mengenai khalayak dalam penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan (*frequency*), maupun durasi penggunaan (*longevity*). Penggunaan jenis media meliputi media *audiovisual*, media cetak, ataupun kombinasi beberapa media (Ardianto, 2005:168).

Sikap merupakan salah satu komponen penting yang tidak bisa dihilangkan dalam setiap individu. Sikap dapat menunjukkan bagaimana seseorang berperilaku atau bertindak. Sikap adalah suatu prediposisi perilaku dari komponen kognitif, afektif dan konatif terhadap suatu obyek sikap. Komponen kognitif terdiri dari keseluruhan aspek kognisi yang dimiliki seseorang terhadap obyek tertentu. Sedangkan komponen kognisi yang memiliki seseorang terhadap obyek tertentu. Sedangkan komponen afektif terdiri keseluruhan aspek perasaan dan emosi seseorang terhadap obyek. Sementara komponen konatif terdiri dari kesiapan seseorang untuk bereaksi atau kecenderungan berperilaku tertentu terhadap suatu obyek. (Albrecht, 1987:65).

Alasan peneliti memilih media online dari kompas.com karena kompas.com merupakan situs berita terpercaya di Indonesia. Di *update* secara terus menerus selama 24 jam sehari, dengan total readership lebih dari 10 juta orang. Sedangkan tingkat kunjungan atau lebih dikenal dengan sebutan *page*

view, mencapai 40 juta setiap bulan. Selain itu kompas.com hadir untuk menjawab tantangan zaman terhadap kecepatan berita. Informasi berita yang disuguhkan bisa diakses dalam waktu yang cenderung lebih cepat tanpa perlu menunggu esok pagi untuk membaca berita terkini yang tengah terjadi di sekitar. (Sumber : <http://www.kompasgramedia.com/business/multimedia/kompascom>, diakses pada Senin 3 Februari 2014 pukul 14.05)/

Menurut Soemirat & Adianto dalam Meriani setiawan (2007:21) bahwa citra perusahaan adalah: "Kesan, perasaan dan gambaran diri publik terhadap perusahaan. Kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi".

Menurut Soemirat & Adianto dalam Meriani setiawan (2007:22) ada empat indikator/komponen dalam citra yaitu : (1) Persepsi. Adalah hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan satu proses pemaknaan. Dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang; (2) Kognisi. Adalah suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus memberikan informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya; (3) Motif. Adalah keadaandalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai satu tujuan; (4) Sikap. Adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi berfikir dan merasa dalam menghadapi ide, objek, situasi atau nilai. Siakp bukan perilaku tetapi kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu.

Keinginan sebuah organisasi untuk mempunyai citra yang baik pada publik sasaran berawal dari pengertian yang tepat mengenai citra sebagai stimulus adanya pengelolaan upaya yang perlu dilaksanakan. Ketepatan pengertian citra agar organisasi dapat menetapkan upaya dalam mewujudkan pada obyek dan mendorong prioritas pelaksanaan.

Menurut Kotler (2007 : 259), citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu obyek. Definisi citra dari Rhenald Kasali (2003 : 28), yaitu kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan.

Sedangkan menurut Frank Jefkins, (Soemirat & Ardianto, 2005:114), mendefinisikan citra perusahaan sebagai berikut :

"Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihinya, sukses ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggungjawab sosial, komitmen mengadakan riset, sebagainya".

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa citra menunjukkan kesan suatu obyek terhadap obyek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya. Terdapat tiga hal penting dalam citra, yaitu : kesan obyek, proses terbentuknya citra, dan sumber terpercaya. Obyek meliputi individu maupun perusahaan yang terdiri dari sekelompok orang di dalamnya. Citra dapat terbentuk dengan memproses informasi yang tidak menutup kemungkinan terjadinya perubahan citra pada obyek dari adanya penerimaan informasi setiap waktu.

Besarnya kepercayaan obyek terhadap sumber informasi akan memberikan dasar penerimaan atau penolakan informasi. Sumber informasi dapat berasal dari perusahaan secara langsung dan atau pihak-pihak lain secara tidak langsung. Citra perusahaan menunjukkan kesan obyek terhadap perusahaan yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber informasi terpercaya.

Pentingnya citra perusahaan dikemukakan Gronroos (Sutisna, 2003 : 332) sebagai berikut : (1) Menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal. Citra positif memberikan kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif sedangkan citra negatif sebaliknya; (2) Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. Citra positif menjadi pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknis atau fungsional sedangkan citra negatif dapat

memperbesar kesalahan tersebut; (3) Sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan; (4) Mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal. Citra perusahaan yang kurang jelas dan nyata mempengaruhi sikap karyawan terhadap perusahaan.

Menurut Rhenald Kasali (2003 : 30), citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang di dalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat yang lebih berarti bagi orang lain. Buchari Alma (2002 : 318), menegaskan bahwa citra dibentuk berdasarkan impresi, berdasar pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan.

Perasaan puas atau tidaknya konsumen terjadi setelah mempunyai pengalaman dengan produk maupun perusahaan yang diawali adanya keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan keberadaan citra perusahaan yang baik penting sebagai sumber daya internal obyek dalam menentukan hubungan dengan perusahaan.

Pada dasarnya citra perusahaan merupakan total persepsi terhadap suatu obyek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Menurut Solomon (Sutisna, 2003:62) persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, organisasikan dan di interprestasikan. Adapun tahap-tahap dalam proses pembentukan persepsi menurut Sutisna (2003: 62), adalah sebagai berikut: (1) Penangkapan informasi (*Exposure*); (2) Terjadi disaat suatu rangsangan mencapai daerah syaraf penerima indera seseorang (*sensory receptor*); (3) Perhatian (*Attention*). Untuk dapat menjadi perhatian seseorang setelah mencapai daerah syaraf penerima indera seseorang, maka selanjutnya rangsangan tersebut harus dapat menggetarkan syaraf indera dan menimbulkan respon langsung; (4) Pemahaman (*Comperhensive*). Setelah mencapai daerah syaraf indera penerima seseorang, dengan menggetarkan syaraf-syaraf dari indera tersebut kemudian menimbulkan respon langsung atau sensasi pada otak (*sensations*) yang kemudian dilakukan pemahaman terhadap sensasi-sensasi tersebut. Pada tahap pemahaman inilah persepsi terbentuk.

Citra perusahaan merupakan hal yang abstrak. Sutisna (2003 : 334), mengatakan suatu hal yang dianalisis mengapa terlihat ada masalah citra perusahaan adalah organisasi dikenal atau tidak dikenal. Dapat dipahami keterkenalan perusahaan yang tidak baik menunjukkan citra perusahaan yang bermasalah. Masalah citra perusahaan tersebut, dalam keberadaannya berada dalam pikiran atau perasaan konsumen. Kotler (2007 : 460), mengemukakan secara berkala perusahaan harus mensurvey publiknya untuk mengetahui citra.

## **Metode Penelitian**

Pendekatan penelitian adalah kuantitatif. Masalah penelitian adalah ingin melihat factor mana yang paling mempengaruhi sikap masyarakat akan kepedulian masyarakat. Responden penelitian adalah para orang tua sekolah anak-anak. Kuesioner merupakan alat bantu dalam penelitian ini dengan simple random sampling. Validitas penelitian ini adalah KMO .86 dengan signifikansi .000. reliabilitas penelitian adalah .89. artinya penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu factor analisis. Untuk menganalisis factor mana yang paling berpengaruh dalam sikap kepedulian akan sesamanya.

## **Hasil Penelitian**

Hasil deskriptif penelitian ini adalah pada dimensi mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk media pada variable literasi media. Menunjukkan bahwa dimensi mengakses merupakan dimensi tertinggi pada penelitian ini. Dimensi terendah dalam penelitian ini adalah mengevaluasi. Masyarakat tidak mengerti apa yang harus mereka evaluasi ketika mereka harus menganalisis informasi dari media baru.

Pada dimensi mengevaluasi media baru, responden mengetahui harus dapat menganalisis informasi atau data yang mereka peroleh dari media baru. Namun hal ini dapat didiskusikan dengan siapa saja. Hasil deskriptif penelitian ini adalah dengan nilai baik. Masyarakat masih dapat mengevaluasi informasi atau data dari media baru yang mereka akses.

Pada dimensi mengkomunikasikan, responden menjawab dengan sangat baik. Bahwa dengan menggunakan media baru, mereka dapat mengkomunikasikan dengan berbagai pihak. Mereka dapat mencari apapun sesuai dengan yang mereka harapkan. Mereka bagaikan memiliki dunianya sendiri.

Deskripsi hasil penelitian pada variable dependent adalah pada variabel sikap dimensi pengetahuan, responden memiliki nilai yang sangat tinggi. Pengetahuan responden mengetahui dengan sangat baik kemampuan teknologi informasi saat ini dengan mendapatkan pengetahuan, wawasan mengenai media baru, cara mengoperasikan media baru. Sampai pada hal-hal yang paling penting dan tidak penting dalam wawasan mengetahui media baru.

Pada dimensi afektif didapatkan bahwa responden tidak berusaha mencari tahu bagaimana mendapatkan informasi atau data yang mereka butuhkan. Responden hanya melihat saja bagaimana menuntun mereka untuk mendapatkan informasi atau data baru.

Pada dimensi konatif, responden sangat terampil dalam teknologi informasi baru pada hasil yang mereka dapatkan. Responden hanya melihat atau bertanya sedikit kebutuhan informasi atau data yang mereka butuhkan. Namun dalam literasi media, responden tidak terlalu terampil dalam mengakses berita atau informasi yang mereka dapatkan.

Media sosial adalah salah satu wadah yang saat ini sangat populer di kalangan masyarakat pengguna internet. Lewat media sosial, setiap orang dapat melakukan banyak kegiatan sosial mulai dari kegiatan sehari-hari melalui unggahan di linimasa hingga fitur obrolan. Selain itu banyak juga jenis sosial media yang populer di kalangan masyarakat mulai dari Facebook, Twitter, Path hingga Instagram, namun trend menunjukkan belakangan ini pengguna media sosial Instagram menurut data dari lembaga riset bernama Taylor Nelson Sofres (TNS), sejak dirilis 5 tahun yang lalu, Instagram kini memiliki pengguna aktif sebanyak 400 juta diseluruh dunia dan di Indonesia tercatat pengguna di Indonesia didominasi oleh anak-anak muda yang secara aktif menggunakan smartphone serta memiliki kemampuan finansial yang baik dan memiliki latar belakang pendidikan lulusan universitas.

Penelitian yang dilakukan secara online oleh TNS tersebut dilakukan kepada 506 pengguna Instagram dari usia 18 hingga 44 tahun. Dari responden tersebut disimpulkan rata-rata pengguna memiliki kebiasaan menggunakan Instagram sedikitnya satu kali dalam satu minggu. Kalangan anak muda (18-24 tahun) mendominasi penggunaan Instagram di Indonesia dengan persentase sebanyak 59%, sementara di urutan kedua berasal dari usia 25 – 34 tahun, dan posisi terakhir adalah pengguna yang berusia 34 – 44 tahun. Kaum wanita tercatat paling banyak menggunakan Instagram. Sementara itu fakta menarik yang juga dibagikan oleh TNS adalah sebanyak 69% pengguna Instagram merupakan lulusan universitas yang memiliki gelar sarjana, memiliki pendapatan 1,5 kali lebih tinggi dibandingkan dengan pengguna smartphone pada umumnya. (Riset TNS: Generasi Terpelajar Dominasi Penggunaan Instagram, <https://dailysocial.id> diakses Kamis 15 Maret 2018, pukul 19.00 WIB).

Perkembangan teknologi yang cukup pesat membawa manusia untuk terus belajar dalam menghadapi perkembangan teknologi saat ini. Dengan perkembangan teknologi yang cukup besar membawa manusia untuk dapat belajar apapun termasuk pembuatan media dalam teknologi tinggi, termasuk untuk para guru-guru baik dari tingkat dasar maupun lanjutan.

Komunikasi efektif merupakan tujuan diberlakukannya proses komunikasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan. Komunikator ketika menyampaikan informasi selalu tidak dapat dimengerti oleh komunikannya.

Menurut Chaplin (1995), minat merupakan suatu sikap yang kekal, mengikutsertakan perhatian individu dalam memilih obyek yang dirasakan menarik bagi dirinya dan minat juga merupakan suatu keadaan dari

motivasi yang mengarahkan tingkah laku pada tujuan tertentu. Minat dipandang sebagai reaksi yang sadar, karena itu kesadaran atau info tentang suatu obyek harus ada terlebih dahulu daripada datangnya minat terhadap obyek tersebut, cukup kalau individu merasa bahwa obyek tersebut menimbulkan perbedaan bagi dirinya.

### **Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian adalah factor yang paling banyak mempengaruhi literasi media online terhadap sikap audience adalah mengakses. Responden sangat terampil dalam dimensi mengakses. Saran penelitian adalah penelitian berikutnya dapat menggunakan teori atau metode yang lain. Sehingga dapat memperkaya kajian mengenai perkembangan teknologi informasi.

### **Daftar Pustaka**

- Mustika, Rieke 2017, 'Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia Di Akun Facebook', *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 20 No. 2, hh.136
- Didik Trio, 2017, *Begini Kronologi Anak Nafa Urbach Mendapat Pelecehan Seksual Dari Kaum Pedofili*, Banjarmasin Tribun News, diakses pada 2 April 2018 (<http://banjarmasin.tribunnews.com/2017/08/14/begini-kronologi-anak-nafa-urbach-mendapat-pelecehan-seksual-dari-kaum-pedofili>)
- Reni Lestari, 2017, *Kasus Pedofil Online Marak, Orang Tua Jangan Sembarangan Upload Foto Anak*, Okezone News, diakses pada 2 April 2018 (<https://news.okezone.com/read/2017/03/18/337/1645983/kasus-pedofil-online-marak-orangtua-jangan-sembarang-upload-foto-anak>)