

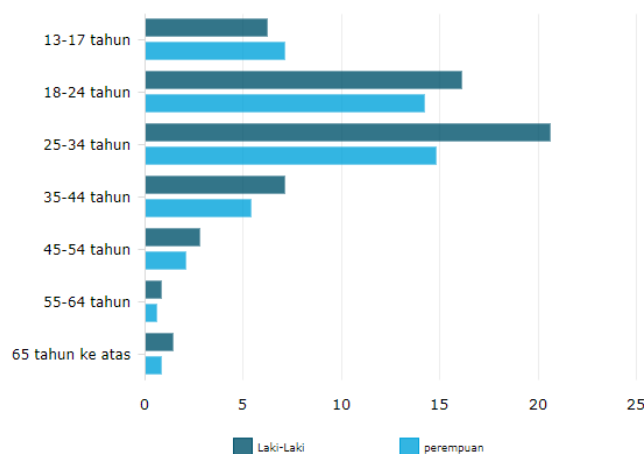
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penetrasi penggunaan internet sebagai media baru di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat dengan pesat. Menurut Katadata (2022), penetrasi internet Indonesia mencapai 76,3% dari total populasi sebanyak 267,3 jiwa. Angka tersebut menempatkan Indonesia pada urutan ke-20 diantara negara-negara Asia.

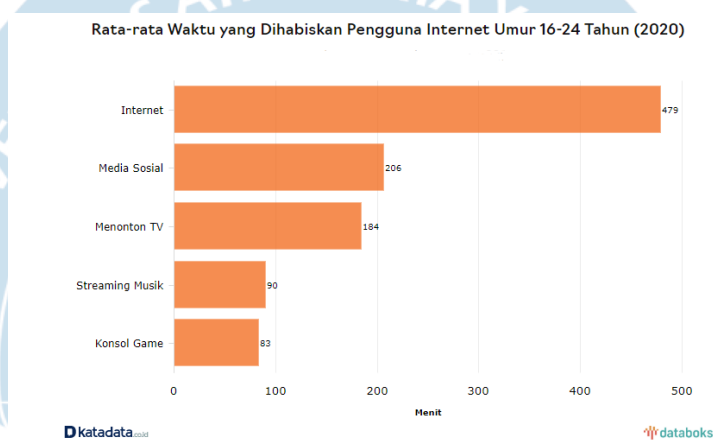
Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh orang-orang berusia 25-34 tahun dengan rincian laki-laki sebanyak 20,6% dan perempuan sebesar 14,8%. Sementara itu posisi selanjutnya adalah pengguna dengan rentang 18-24 tahun, dengan rincian pengguna laki-laki dan perempuan sebanyak 16,1% dan 14,2%. Kedua rentang umur tersebut masih merupakan bagian dari generasi milenial (Katadata, 2020b).



Gambar 1. 1

(Katadata, 2020a)

Menurut Katadata (Katadata, 2020a), rata-rata penduduk rentang usia 16-24 tahun menghabiskan waktu untuk berselancar di internet sebanyak 7 jam 59 menit dalam sehari di semua perangkat. Media sosial juga merupakan salah satu medium yang paling sering digunakan untuk menghabiskan waktu yaitu sebanyak 3 jam 26 menit.



Gambar 1. 2

(Katadata, 2020b)

Penetrasi penggunaan internet dan media baru oleh warga Indonesia ini berbanding lurus dengan aktifnya masyarakat dalam memproduksi konten ataupun berkicau di media sosial. Sebagai contoh, Jakarta merupakan kota urutan ke 5 dunia sebagai kota paling cerewet di media sosial. Dalam platform media sosial Twitter, warga Jakarta dapat membagikan kurang lebih 10 juta *tweet* perhari (Devega, 2017). Ironisnya, penggunaan teknologi informasi yang masif tidak dibarengi dengan minat baca dan literasi media yang mumpuni. Indonesia masih menjadi negara dengan peringkat rendah untuk minat baca yaitu berada di peringkat 60 dari 61 negara, sedangkan untuk tingkat literasi digital

Indonesia menduduki peringkat 56 dari 63 negara yang disurvei (Kamaliah, 2020).

Minat baca yang rendah ditambah dengan literasi media yang kurang mumpuni bukanlah suatu hal yang bisa dikatakan baik-baik saja. Hal itu bisa menyebabkan orang cenderung mempercayai informasi yang diterima tanpa melakukan *crosscheck* terlebih dahulu. Menurut Potter (2016) pesan media sekarang sudah mulai jenuh. Kebanyakan orang sudah bisa memproduksi informasi sendiri lebih banyak ketimbang sebelumnya. Terlebih lagi teknologi yang digunakan sekarang didesain semakin untuk mudah menghasilkan dan membagikan informasi sehingga semua orang bisa menggunakannya. Konsekuensi dari hal tersebut adalah terpaan media yang semakin masif karena banjir informasi dari berbagai sumber. Permasalahannya adalah tidak semua informasi yang beredar di media merupakan informasi yang terbukti kebenarannya atau malah ada informasi sengaja diberitakan secara palsu atau istilahnya hoaks.

Tingginya perputaran informasi di internet, baik itu media sosial ataupun aplikasi pesan memang menjadi salah satu faktor utama semakin berkembangnya hoaks di Indonesia dan dunia. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Mastel, dari 1.116 responden di Indonesia, sebanyak 44,3 persen masyarakat menyatakan mereka terpapar berita hoaks tiap hari. Dalam surveynya, 92,40 persen masyarakat menyatakan bahwa media sosial menjadi saluran yang sering menjadi medium mereka menerima hoaks. Selain itu, 62,80

persen menyatakan aplikasi *chatting* sebagai medium lain yang juga aktif digunakan dalam penyebaran hoaks (Gerintya, 2018).

Fenomena yang timbul akibat gejala dari banjir informasi ini seakan tidak pernah usai. Permasalahan utamanya adalah masih banyak disinformasi maupun misinformasi yang beredar di media digital. Info yang beredar tersebut masih harus dicek ulang kebenarannya sehingga tidak menyesatkan. Salah satu contohnya belum lama ini adalah polemik mengenai COVID-19. Survey yang telah dilakukan oleh BPS, 17 persen atau 45 juta masyarakat Indonesia tidak percaya akan adanya COVID-19. Masyarakat itu menganggap bahwa diri mereka tidak akan tertular oleh virus (Meiliana, 2020). Dunia maya tidak kalah heboh, *netizen* mulai meragukan atau bahkan tidak percaya mengenai keberadaan COVID-19, apalagi yang lebih berbahaya adalah mereka mulai berkicau bahwa COVID-19 hanyalah rekayasa elit global atau persaingan bisnis antar negara. Hal ini diperparah dengan adanya *influencer* seperti Deddy Corbuzier dan Anji yang memiliki jutaan *subscriber* mengunggah konten yang isinya meragukan keberadaan virus ini (Wicaksono, 2020). Hal ini tentu saja menyesatkan karena opini yang ada menjadi terpolarisasi dan pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi *audiens* sehingga mereka abai akan pandemi COVID yang berujung pada peningkatan penularan virus.

Menurut Kominfo, cara efektif untuk menangkal informasi yang terpolarisasi tersebut adalah dengan membangun literasi media. Literasi media memberikan panduan bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas informasi yang disediakan oleh media. Semakin *media literate* seseorang, maka

semakin mampu orang tersebut melihat pembatas antara dunia nyata dengan dunia yang dikonstruksikan oleh media (Poerwaningtias et al., 2013). Potter (2016) mengatakan bahwa literasi media menjadi penting karena manusia secara fisik tidak dapat menghindar dari melimpahnya informasi yang secara agresif berusaha untuk mendapatkan perhatian. Khalayak yang terliterasi tidak hanya kritis terhadap pesan media, tapi juga secara sadar mengontrol informasi yang diterima maupun mampu mencari dan memilah pesan komunikasi sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Penelitian mengenai literasi media di era polarisasi informasi seperti sekarang ini sebetulnya sudah ada bahkan sebelum pandemi ini terjadi. Penelitian yang dilakukan oleh Sabrina (2019) yang berjudul Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif menanggulangi Hoax mengemukakan bahwa literasi digital sudah menjadi sebuah keharusan karena tiga alasan. Pertama, penggunaan internet dan media sosial semakin intens dari hari ke hari. Kedua, masyarakat mulai memiliki ketergantungan terhadap mesin pencari seperti *Google*. Ketiga, untuk menyeleksi informasi dari banyaknya sumber yang ada, individu memerlukan kecakapan atau kemampuan spesifik. Sehubungan dengan hoaks yang merajalela, literasi media berfungsi menjadi *self control* sebagai pencegahan dalam diri sendiri, terlebih di era *post-truth* dimana kebohongan dan kebenaran menjadi kabur.

Aspek individu sebagai penerima pesan semakin memiliki peran krusial dalam pembangunan literasi media di era *post-truth* ini. Terlebih lagi, individu secara fisik tidak dapat terhindar dari banjir informasi yang selalu meminta

atensi setiap saat. Meskipun begitu Potter (2016) mengatakan bahwa meningkatkan literasi dengan edukasi bisa jadi menyimpang jika tanpa pemahaman yang sesuai mengenai apa yang ingin dituju. Lebih lanjut, ia memiliki *cognitive model* sebagai kerangka teoritis untuk mencapai tujuan tersebut. Model ini berguna terlebih mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi literasi secara keseluruhan, termasuk seperangkat pengetahuan yang perlu dipersiapkan ketika terpapar oleh informasi di media maupun bagaimana cara individu tersebut memproses informasi. Ia berpendapat bahwa model ini membutuhkan pemrosesan informasi secara sadar dan persiapan ketika terpapar pesan lebih banyak dari konsep literasi media sebelumnya.

Salah satu penelitian berjudul *Measuring News Media Literacy* yang ditulis oleh Maksl et al (2015) menerangkan bahwa skala penelitian yang mengadaptasi model media literasi Potter menyatakan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi lebih tinggi akan berpikir bahwa mereka percaya dapat mengendalikan pengaruh media, dapat berpikir kritis mengenai pengalaman bermedia, dan memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai dasar-dasar konten media, industri, dan efeknya. Selanjutnya, individu yang memiliki tingkat literasi yang tinggi lebih termotivasi untuk mengkonsumsi berita, lebih skeptis, dan lebih berpengetahuan terkini ketimbang teman-teman mereka yang memiliki tingkat literasi yang rendah.

Era *post-truth* seperti sekarang tiap individu dituntut untuk membekali diri dengan seperangkat kemampuan agar tidak terjebak dalam *false information* dan *miss information*. Keinginan seperti motivasi untuk mengkonsumsi berita

maupun sikap skeptis terhadap sebuah informasi menjadi keharusan. Penelitian mengenai salah satu sikap yaitu skeptis yang diteliti oleh Tsfati (2010) yang berjudul *Online News Exposure and Trust in The Mainstream Media* melihat bahwa sikap skeptis menjadi sebuah keharusan dalam melihat ke sumber-sumber media termasuk media *online*.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) bersama Katadata Insight Center meluncurkan Status Literasi Digital Indonesia pada tahun 2022. Status Literasi Digital Indonesia pada tahun 2022 mengalami kenaikan menjadi 3,54 dibandingkan dengan tahun 2021 yaitu 3,49. Skor tersebut menunjukkan kalau Literasi Digital masyarakat Indonesia berada pada kategori “sedang” (W. Danar, 2023). Survei Indeks Literasi Digital dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika setiap tahun di 34 provinsi dan mencakup 514 kabupaten/kota. Survei dilakukan secara tatap muka terhadap 10 ribu responden. Survei ini dilakukan guna mengetahui target masyarakat yang membutuhkan literasi digital, materi yang tepat untuk diberikan, serta strategi yang efektif untuk melakukan literasi digital (Kominfo, 2022).

Menurut hasil survey, provinsi yang memiliki indeks Literasi Digital tertinggi adalah D.I Yogyakarta (3,64), Kalimantan Barat (3,64), Kalimantan Timur (3,62), Papua Barat (3,62), dan Jawa Barat (3,61). Dari hasil data tersebut, Yogyakarta keluar sebagai provinsi paling melek digital. Menurut Dirjen Kominfo, masyarakat dengan literasi digital tinggi berarti mengetahui caranya untuk mengamankan diri dari pembobol data. Ia menambahkan bahwa artinya

masyarakat Yogyakarta sudah memahami bagaimana cara kerjanya, punya kemampuan dan mengerti (CNN Indonesia, 2023)

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi DIY (2020), provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki banyak perguruan tinggi yang berjumlah 110 buah yang terbagi atas 4 perguruan tinggi negeri dan 106 perguruan tinggi swasta. Banyaknya jumlah perguruan tinggi yang ada di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berbanding lurus dengan jumlah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 2020 jumlah mahasiswa yang sedang menimba ilmu mencapai 368.066 orang yang terdiri dari berbagai kampus negeri maupun swasta.

Peneliti sendiri memilih mahasiswa Yogyakarta sebagai objek penelitian karena jumlah mahasiswa yang relatif banyak. Selain itu, mahasiswa dengan rentang umur 16-24 tahun menghabiskan banyak waktu untuk mengakses internet maupun media sosial yang mana durasinya bisa mencapai 3 jam 26 menit untuk akses media sosial saja (Katadata, 2020a). Konsumsi berita dalam media sosial berkontribusi dalam penyebaran misinformasi dan ketidakpercayaan berita, dibutuhkan pendidikan literasi media yang lebih baik untuk mengantisipasi.

Berdasarkan penelitian dan data yang telah dilakukan, peneliti ingin melihat bagaimana tingkat literasi media mahasiswa dalam kemampuannya untuk menginterpretasikan informasi menggunakan model literasi Potter. Jadi peneliti

ingin meneliti mengenai korelasi tingkat literasi media mahasiswa dengan sikap skeptis menggunakan model literasi media Potter.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, rumusan masalah yang akan diteliti yaitu adakah hubungan antara tingkat literasi media dan sikap skeptis pada mahasiswa Yogyakarta menggunakan model literasi media Potter.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada korelasi antara tingkat literasi media dan sikap skeptis pada mahasiswa Yogyakarta menggunakan model literasi Potter.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah melihat apakah ada korelasi tingkat literasi media dan sikap skeptis pada mahasiswa menggunakan model literasi media Potter.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini dapat membantu pelaku literasi digital untuk memilih dan mengevaluasi informasi dengan lebih baik, serta menghindari terjebak dalam berbagai jenis disinformasi maupun misinformasi.

E. Kerangka Teori

Literasi media sangat penting di era sekarang karena media memiliki peran yang semakin dominan dalam kehidupan. Kita hidup di dunia yang penuh dengan berbagai jenis media, termasuk media sosial, platform video, situs web berita, dan lain-lain. Menurut J. W. Potter (2013), literasi media merupakan hal penting dalam kehidupan modern karena media memiliki pengaruh yang sangat besar pada perilaku, pandangan, dan nilai-nilai individu. Menurutnya individu harus memiliki kemampuan untuk memproses, menafsirkan, dan menggunakan media secara efektif agar dapat mengambil keputusan yang tepat tentang penggunaan media.

1. Literasi Media

a. Definisi Literasi Media

Literasi media memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Buckingham (2010) mendefinisikan literasi media sebagai kemampuan untuk mengakses, mengerti, dan menciptakan pesan komunikasi dalam berbagai konteks. Sementara itu Silverblatt (2014) mengatakan bahwa literasi media merupakan kemampuan untuk memilih, mengerti, mempertanyakan, mengevaluasi, dan atau menciptakan pesan atau informasi lalu memberi respon secara cermat kepada media yang dikonsumsi. Potter (2016, h. 71) berpendapat bahwa literasi media adalah seperangkat perspektif yang digunakan secara aktif saat mengakses media untuk menginterpretasikan pesan yang dihadapi. Literasi media berhubungan dengan bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Dengan literasi media setiap

jenis pesan akan dinilai maknanya, mengorganisasikan makna tersebut hingga berguna, lalu membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain.

Ketiga definisi tersebut melihat pada persoalan yang sama, yaitu literasi media berusaha memberikan kesadaran kritis bagi khalayak ketika berhadapan dengan media. Literasi yang dimaksud tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca dan menulis saja, namun lebih merujuk pada kemampuan untuk mengolah dan memahami informasi ketika sedang melakukan proses tersebut (Potter, 2016, h. 76).

Tujuan utama dari literasi media adalah memberikan kesadaran kritis terhadap khalayak sehingga lebih berdaya terhadap pesan-pesan di media. Silverblatt (2014, h.303) mengatakan bahwa literasi media memiliki empat tujuan utama yaitu kesadaran kritis, diskusi, pilihan kritis, dan aksi sosial. kesadaran kritis bermanfaat bagi khalayak untuk mendapatkan informasi yang sesuai fakta terkait dengan cakupan media dengan cara membandingkan antara media satu dengan media yang lain secara kritis; menjadi lebih sadar terhadap pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari; mengetahui pola hubungan antara pemilik media dan pemerintah yang mana dapat mempengaruhi isi media; serta mempertimbangan media dalam mengambil keputusan individu.

b. Tiga Isu Kunci Literasi Media

1). Apa itu media ?

Dalam literasi media, kita harus memperjelas media mana yang kita maksud. Beberapa ahli berfokus hanya pada satu medium seperti televisi atau komputer, atau tipe media yang digunakan (cetak atau bergambar). Peneliti sendiri ingin memperjelas bahwa media yang dimaksud dalam penelitian ini adalah definisi yang merujuk pada pengertian media oleh Potter (2013) yang mengatakan bahwa media yang dimaksud dalam literasi media adalah semua teknologi yang mengirim informasi.

2). Apa yang dimaksud dengan literasi?

Sementara itu, literasi sendiri juga memiliki jangkauan pengertian yang luas. Beberapa ahli menganggap literasi utamanya adalah meningkatkan kemampuan. Beberapa ahli yang lain berfokus pada membangun pengetahuan ataupun pemikiran kritis. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada pengertian Potter (2013) yang memberikan skema teoritis berbasis tujuh kemampuan spesifik (analisis, evaluasi, pengelompokan, induksi, deduksi, sintesis, dan abstraksi) dan lima set struktur pengetahuan (efek media, konten media, media industri, dunia nyata, dan diri sendiri).

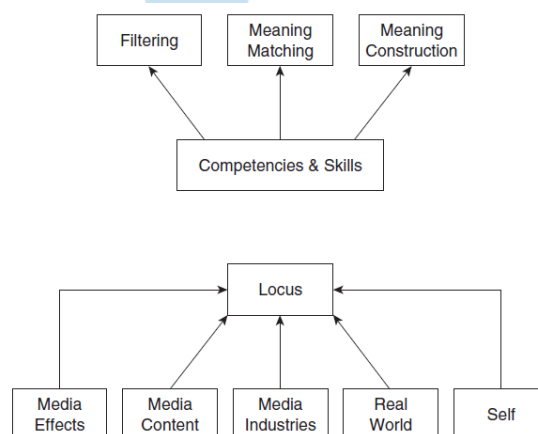
3). Apa yang harusnya menjadi tujuan literasi media ?

Tujuan seharusnya dari literasi media juga memiliki banyak interpretasi. Beberapa ahli yang diberikan pertanyaan ini menjawab bahwa

tujuannya untuk meningkatkan kualitas hidup individu, yang biasanya dengan cara memberikan mereka kontrol atas bagaimana pesan media dapat mempengaruhi mereka. Ada juga yang membahas tujuannya bermuara pada kurikulum pada pendidikan. Menarik untuk dilihat bagaimana masing-masing pandangan dari ahli mengenai definisi media literasi disajikan untuk saling melengkapi, bukannya saling berdebat definisi mana yang terbaik (W. J. Potter, 2013)

c. Model Literasi Media Potter

Model literasi media terdiri empat faktor kunci yaitu, struktur pengetahuan (*knowlegde structures*), lokus personal (*personal locus*), keterampilan (*skill*), dan yang terakhir adalah alur dari tugas pemrosesan informasi (*flow of information-processing tasks*). Kombinasi dari keempat faktor tersebut penting untuk membangun seperangkat perspektif literasi media. Keempatnya bekerja secara interaktif dalam sebuah sistem (Potter, 2016:58).



Gambar 1. 3

Sumber: (J. W. Potter, 2004)

1). Struktur Pengetahuan

Struktur pengetahuan merupakan seperangkat informasi yang tersusun secara rapi dalam memori seseorang. Informasi merupakan bagian penting dalam struktur pengetahuan, meskipun begitu tidak semua informasi memiliki tingkat kegunaan yang sama untuk menyusun sebuah struktur pengetahuan. Pondasi utama dari struktur pengetahuan adalah efek media, konten media, industri media, realitas dunia nyata, dan diri sendiri. Dengan struktur pengetahuan di kelima area tersebut, khalayak akan memiliki kesadaran yang lebih dalam tugas pemrosesan informasi, dan oleh karena itu khalayak akan membuat pengambilan keputusan secara lebih baik dalam pencarian sumber informasi maupun mengkonstruksi makna dari informasi yang ada di media.

2). Lokus Personal

Lokus personal terdiri dari dua dimensi penting, tujuan (*goals*) dan dorongan (*drives*). Tujuan dari tugas pemrosesan informasi adalah dengan menentukan informasi apa yang tersaring masuk (*filtered in*) dan informasi apa yang diabaikan (*ignored*). Semakin sadar akan tujuan, maka kita akan semakin bisa langsung menuju proses pencarian informasi yang diinginkan, dan semakin kuat dorongan dalam pencarian informasi, maka semakin besar upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Sebaliknya, jika lokus

personalnya lemah, maka media akan mengontrol kita dengan terpaan informasi secara berlebihan.

d. Tingkat Literasi Media

Dalam model literasi media Potter, lima dasar struktur pengetahuan bersinergi dengan lokus personal seseorang untuk dapat mengatur pemrosesan informasi serta mengkonstruksi makna dari informasi tersebut (Maksl et al., 2015). Menurut Potter (2004), dengan pengetahuan di kelima area tersebut, orang-orang akan lebih sadar saat penginterpretasian informasi dan karena itulah orang-orang akan lebih bisa membuat keputusan yang lebih baik mengenai pencarian informasi, menggunakan informasi, dan mengkonstruksi makna dari informasi tersebut yang akan berguna untuk tujuan pribadi. Jadi, semakin kuat lokus personal dan struktur pengetahuan, maka semakin tinggi tingkat literasi individu tersebut.

Maksl et al., (2015) menjelaskan bahwa tingkat literasi media menggunakan model Potter dapat diukur melalui dua hal yakni:

- 1). Lokus Personal (*personal locus*), yang terdiri dari tujuan dan kontrol. Selain itu, lokus personal juga termasuk dalam konsep seperti perhatian, efikasi diri, dan kompetensi, yang mana mempengaruhi motivasi dalam mengonsumsi informasi dan akhirnya saling mempengaruhi dengan pengetahuan mengenai sistem media serta mempengaruhi tingkat literasi media seseorang. Sebagai contoh, kebutuhan akan kognisi (*need for cognition*) secara psikologis

menendensikan perilaku seseorang yang menikmati aktifitas berpikir, yang mana memiliki dampak signifikan pada motivasi penggunaan media. Tingkat pengukuran yang digunakan adalah manakah yang menggunakan pikiran secara sadar dan manakah yang menggunakan pikiran secara otomatis (*mindful vs automatic thought-processing*) dalam memproses informasi. Pengukuran selanjutnya adalah sejauh mana seseorang mempersepsikan dirinya dalam kontrol, serta apa dan bagaimana media mempengaruhi, yang didasarkan pada pengujian kontrol akan lokus personal.

2.) Struktur pengetahuan (*knowledge structure*), terdiri dari lima hal dasar yaitu: konten media, industri media, efek media, dunia nyata, dan diri sendiri. Pengetahuan mengenai konten, industri, dan efek mencakup informasi seperti nilai-nilai yang mendasari informasi dan bagaimana informasi tersebut dikonstruksi, dampak ekonomi dari media, ownership, kontrol terhadap konten berita, dan exposure informasi, beserta konsekuensinya. Pengetahuan mengenai dunia nyata merujuk pada pengetahuan seseorang atas realitas sebagaimana dibandingkan dengan penggambaran realitas oleh media yang seringkali tidak lengkap, tidak akurat, atau terdistorsi. Sementara itu pengetahuan mengenai diri sendiri mengacu pada kesadaran seseorang mengenai motivasi mereka untuk mencari konten berita dan sejauh mana mereka akan menginternalisasi pesan dan informasi dari media. Kesadaran mengenai diri sendiri ini membutuhkan pengetahuan mengenai

perkembangan kognitif, emosional, dan moral, serta *goals* pribadi baik itu secara sadar atau tidak untuk memperoleh informasi.

2. Skeptisme

Skeptisme terkadang dianggap sebagai frasa yang subjektif yang disebabkan oleh kurangnya kepercayaan, dan hingga menuntun pada keraguan, mempertanyakan, atau menolak sebuah klaim yang nantinya mengarah pada perlawanan pada sebuah persuasi (Giarlo dalam Kartal et al., 2017). Skeptisisme menolak untuk menerima tanpa bukti, tanpa curiga, dan tanpa sebuah kritik dari informasi yang sedang disajikan (Urboniene dalam Kartal et al., 2017). Ketika seseorang yang skeptis tidak puas terhadap informasi yang disajikan oleh mereka, mereka mencari informasi tambahan untuk mengkonfirmasi atau mendiskontfirmasi klaim dari informasi tersebut (Hutchens dalam Kartal et al., 2017). Skeptisisme sendiri memiliki sifat yang luas yang meminjam dari banyak literatur akademik seperti akuntansi, psikologi, filsafat, manajemen, perilaku organisasi, dan yang lainnya (Giarlo dalam Kartal et al., 2017)

Sikap skeptis atau skeptisisme merujuk pada paham yang melihat sesuatu selalu dengan ketidakpercayaan atau keraguan. Menurut Tom Friedman (dalam Ishwara, 2007) skeptis merupakan sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, mewaspadaikan segala kepastian agar tidak mudah ditipu, dan meragukan apa yang diterima. Dalam melihat sesuatu, seorang skeptis akan berkata bahwa hal tersebut meragukan dan ia akan mengecek kebenarannya.

Menurut (Greco & Sosa, 1999) skeptisisme sering diasosiasikan dengan ketidakpercayaan. Seorang yang skeptis adalah ia yang mempertanyakan banyak hal. Jika orang tersebut tidak nyaman dalam pengambilan keputusan, ia akan berada dalam ketidakpastian.

Literasi media melibatkan kemampuan untuk mengevaluasi informasi secara kritis dan objektif dan hal ini berkaitan dengan sikap skeptis, yaitu sikap kritis dan curiga terhadap informasi yang diterima. Dengan memiliki kemampuan literasi media yang baik, seseorang dapat lebih awas terhadap misinformasi dan disinformasi. Sikap skeptis yang baik dapat membantu seseorang untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang suatu topik dan membantu mereka menghindari penipuan atau pembohongan informasi (Hsia, H. W., 2016).

Dalam konteks digital, dengan munculnya berbagai jenis informasi yang beredar di media sosial dan platform digital lainnya, sikap skeptis menjadi semakin penting untuk membantu seseorang membedakan antara informasi yang valid dan informasi palsu. Karenanya, literasi media dan sikap skeptis saling terkait untuk membantu seseorang memahami dan menilai informasi dengan benar (Hsia, H. W., 2016).

F. Kerangka Konsep

Suryadi et al., (2019) mendefinisikan konsep sebagai istilah yang dibuat manusia untuk merefleksikan suatu fenomena atau objek yang ada dalam dunia

empirik. Konseptualisasi memberikan makna yang pasti terhadap suatu konsep dengan menentukan satu atau beberapa indikator yang ada dalam pikiran.

1. Tingkat Literasi Media Mahasiswa

Potter (dalam Maksl et al., 2015) menjelaskan bahwa tingkat literasi media dapat diukur melalui tiga hal yakni:

a. *Need for cognition*, merupakan tendensi psikologis dalam hal menikmati proses berpikir. *Need for cognition* memiliki dampak signifikan dalam motivasi penggunaan media. Tingkat pengukuran yang digunakan adalah manakah yang menggunakan pikiran secara sadar dan manakah yang menggunakan pikiran secara otomatis (*mindful vs automatic thought-processing*) dalam memproses informasi. Pengukuran selanjutnya adalah sejauh mana seseorang mempersepsikan dirinya dalam kontrol, serta apa dan bagaimana media mempengaruhi, yang didasarkan pada pengujian kontrol akan lokus personal.

b. *Media locus of control*, merupakan derajat dimana orang melihat dirinya sebagai yang memegang kendali atas bagaimana media mempengaruhi mereka. Pengukuran selanjutnya adalah sejauh mana seseorang mempersepsikan dirinya dalam kontrol, serta apa dan bagaimana media mempengaruhi, yang didasarkan pada pengujian kontrol akan lokus personal.

c. *News media system knowledge* (Struktur pengetahuan terhadap media) terdiri dari lima hal dasar yaitu: konten media, industri media, efek media, dunia nyata, dan diri sendiri. Pengetahuan mengenai konten, industri, dan

efek mencakup informasi seperti nilai-nilai yang mendasari informasi dan bagaimana informasi tersebut dikonstruksi, dampak ekonomi dari media, *ownership*, kontrol terhadap konten berita, dan exposure informasi, beserta konsekuensinya. Pengetahuan mengenai dunia nyata merujuk pada pengetahuan seseorang atas realitas sebagaimana dibandingkan dengan penggambaran realitas oleh media yang seringkali tidak lengkap, tidak akurat, atau terdistorsi. Sementara itu pengetahuan mengenai diri sendiri mengacu pada kesadaran seseorang mengenai motivasi mereka untuk mencari konten berita dan sejauh mana mereka akan menginternalisasi pesan dan informasi dari media.

2. Sikap Skeptis

Hurtt (2010) menyempurnakan konsep sikap dalam skeptisme dengan mengembangkan skala psikologis yang multidimensi yang mengukur sikap skeptis yang terdiri dari enam karakteristik individu yang bertahan lama, yaitu *questioning mind*, *suspension of judgement*, *search for knowledge*, *interpersonal understanding*, *autonomy/self determining*, dan *self-esteem/self confidence*. Tujuan awal skala ini didesain memang sengaja untuk keperluan bisnis, namun skala skeptisme yang diciptakan Hurtt dapat digunakan untuk lintas disiplin ilmu karena skala ini dikembangkan menggunakan pengukuran psikologis yang tidak terbatas pada domain pengetahuan tertentu. Berikut penjelasan mengenai enam skala pengukuran sikap skeptis yang digunakan oleh Hurtt:

- a. *Questioning mind* adalah sebuah sikap atau pola pikir dalam aspek skeptis. Menurut McGinn (dalam Hurtt, 2010:h. 153) skeptis berarti mempertanyakan segalanya, bahkan mempertanyakan penilaiannya sendiri.
- b. *Suspension of judgement* merupakan sebuah karakteristik dimana penilaian akan ditangguhkan terlebih dahulu sampai adanya sebuah bukti yang tepat untuk membuat sebuah kesimpulan. Menurut Naess (dalam Hurtt, 2010), *suspension of judgement* merupakan sebuah sifat dasar dalam skeptis ketika dihadapkan dengan pernyataan dogmatis.
- c. *Search for knowledge* karakteristik dari *search for knowledge* berbeda dari *questioning mind* karena *questioning mind* memiliki rasa tidak percaya atau keragu-raguan, sedangkan *search for knowledge* lebih mengarah kepada rasa ingin tahu secara umum.
- d. *Self-determining* atau otoritas diri terlibat dalam sikap skeptis. Peneliti mengidentifikasi bahwa orang yang skeptis tidak mudah untuk menerima klaim dari orang lain. Orang yang skeptis mengidentifikasi kontradiksi dan kekeliruan yang ada dalam bukti atau klaim yang diajukan oleh orang lain.
- e. *Self-confidence* atau kepercayaan diri dalam tingkat tertentu juga dibutuhkan dalam skeptisime. *Self-confidence* dicirikan sebagai perasaan akan harga diri dan kepercayaan akan kemampuan diri sendiri. *Self confidence* diperlukan untuk ketenangan diri dan mengurangi gangguan atau kekacauan dalam diri.
- f. *Interpersonal understanding* atau memahami motivasi dan perilaku orang orang (*interpersonal understanding*) memberikan bukti bahwa hal tersebut

merupakan komponen fundamental dalam skeptisme. Menurut Hurtt (2010), dengan *interpersonal understanding*, orang yang skeptis dapat mengenali dan menerima bahwa masing-masing individu memiliki perspektif yang berbeda-beda mengenai objek atau peristiwa yang sama. Persepsi dan motivasi seseorang dapat menuntun mereka untuk memberikan informasi yang tidak akurat, bias, dan missinformasi. Kalau seorang skeptis tidak memiliki *personal understanding*, akan sangat sulit untuk mengenali potensi bias informasi yang ada, dan sulit untuk mendeteksi kapan orang-orang akan dengan sengaja menyediakan informasi yang *misleading*.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara, oleh karenanya perlu diuji secara empirik mengenai hubungan antar variabel yang dirumuskan dalam model penelitian (Suryadi et al., 2019).

1. Hubungan X dan Y

a. Hipotesis Teoritis

Tingkat literasi media yang tinggi pada mahasiswa berkorelasi dengan sikap skeptis.

b. Hipotesis Penelitian

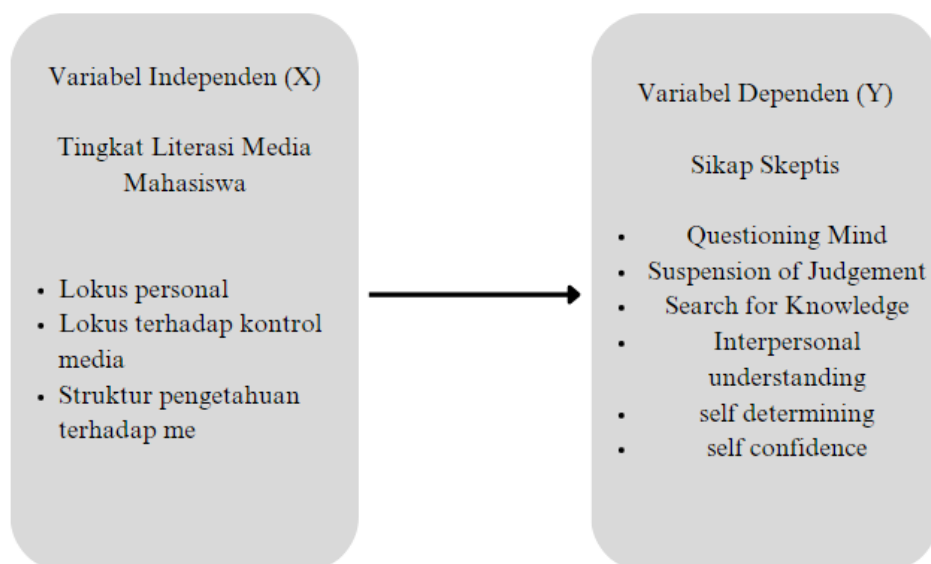
Terdapat hubungan yang positif dan saling mempengaruhi antara tingkat literasi media dengan sikap skeptis.

c. Hipotesis Statistik

Ho: Tidak ada korelasi antara tingkat literasi media mahasiswa dengan sikap skeptis.

Ha: Ada korelasi antara tingkat literasi media mahasiswa dengan sikap skeptis.

H. Model Hubungan Antar Variabel



I. Definisi Operasional

Peneliti akan menggunakan skala likert sebagai instrumen alat ukur. Skala Likert adalah jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap, persepsi, atau pendapat responden terhadap suatu topik atau pernyataan tertentu (Gliem, J. A., & Gliem, R. R, 2003). Tujuannya digunakan skala ini dalam penelitian karena peneliti menggunakan indikator-indikator yang

mengukur sikap atau persepsi responden untuk mendapatkan data mengenai tingkat literasi media dan sikap skeptis.

TABEL 1.1
Definisi Operasional

	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Variabel Independen (X) Tingkat Literasi Media Mahasiswa	Lokus Personal (<i>Personal locus</i>)	Responden suka menghadapi situasi dimana membutuhkan kemampuan berpikir secara mendalam	Skala Likert 1=sangat tidak setuju 2=tidak setuju 3=biasa saja 4=setuju 5=sangat setuju
		Responden lebih memilih untuk melakukan sesuatu yang menantang kemampuan berpikir mereka	
		Responden menyukai masalah yang kompleks	
		Berpikir keras memberikan kepuasan tersendiri untuk responden	
	Lokus terhadap Kontrol Media	Responden sadar bahwa mereka sendirilah yang memutuskan seberapa cepat mereka mendapatkan informasi yang kredibel	
		Responden sadar bahwa mereka sendiri yang memiliki kendali atas informasi yang ada di media	
		Responden sadar merekalah yang bertanggung jawab atas	

		misinformasi yang didapatkan	
		Responden memiliki kesadaran akan pilihan mengenai sumber informasi yang kredibel	
	Struktur Pengetahuan Terhadap Media	Responden mengetahui bahwa media di Indonesia mayoritas merupakan bisnis berlabat (<i>profit oriented</i>)	<i>Multiple choice scale</i>
		Responden mengetahui bahwa informasi yang mendapat sorotan dari berbagai macam media merupakan topik yang penting	
		Responden mengetahui efek dari konsumsi media berlebihan	
Variabel Dependen (y) Sikap Skeptis	<i>Questioning Mind</i>	Responden merasa sering mempertanyakan sesuatu yang ia lihat atau dengar	Skala likert 1=sangat tidak setuju
		Responden sering menolak pernyataan kecuali ia punya bukti kalau pertanyaan tersebut benar	2=tidak setuju 3=biasa saja
	<i>Suspension of Judgement</i>	Responden akan membuat keputusan ketika sudah melihat semua informasi yang tersedia	4=setuju 5=sangat setuju
		Responden memastikan kalau telah mempertimbangkan seluruh informasi yang telah tersedia terlebih dahulu sebelum membuat keputusan	

		Responden tidak suka membuat keputusan secara cepat
<i>Search for Knowledge</i>		Responden senang untuk mencari pengetahuan atau informasi
		Responden merasa bahwa ketika ia merasa senang ketika mendapatkan informasi baru
		Responden senang ketika mereka mencoba untuk menentukan informasi apa yang dibaca atau didengar itu benar.
<i>Interpersonal understanding</i>		Responden senang untuk memahami alasan dibalik perilaku seseorang
		Responden selalu memikirkan kenapa orang berperilaku dengan cara tertentu
		Responden selalu memikirkan kenapa orang berperilaku dengan cara tertentu
<i>autonomy/self-determining</i>		Responden tidak serta merta langsung menerima apa yang dilihat, baca, atau dengar
		Responden tidak mudah untuk dibujuk
<i>Self Confidence</i>		Responden memiliki kepercayaan diri dalam dirinya

		Responden percaya dengan kemampuannya	
--	--	---------------------------------------	--

J. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu cara berpikir keilmuan ditunjukkan oleh proses kuantitatif sebagai cara berpikir keilmuan ditunjukkan oleh proses berpikir secara deduktif dan induktif. Sebagai sebuah produk, penelitian kuantitatif disusun secara sistematis, rasional, objektif, empiris, dan verifikatif yang menjelaskan kausalitas mengenai gejala-gejala sosial (Suryadi et al., 2019). Jenis penelitian ini digunakan karena peneliti ingin ada atau tidaknya korelasi mengenai tingkat literasi media mahasiswa Yogyakarta dengan sikap skeptis menggunakan model literasi media Potter.

2. Metode Penelitian

Metode yang akan peneliti gunakan adalah metode survei, yaitu metode penelitian dengan menggunakan jawaban orang-orang sebagai data penelitian. Untuk memperoleh data tersebut peneliti menggunakan serangkaian pertanyaan yang dirancang dengan cara tertentu, yang disebut angket atau kuisioner (Suryadi et al., 2019). Peneliti akan mengumpulkan data dari seluruh populasi menggunakan sample.

3. Populasi dan Sampling

a. Populasi

Populasi merupakan seluruh unit analisis yang memiliki karakteristik yang menjadi perhatian penelitian. Ada dua macam populasi dalam penelitian, yaitu populasi sasaran, yaitu seluruh populasi yang memiliki karakteristik yang sama, dan populasi survey, yaitu seluruh populasi yang diliput dalam penelitian tersebut (Suryadi et al., 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta. Berdasarkan data dari bpsyogyakarta.go.id, pada tahun 2020 jumlah mahasiswa Yogyakarta mencapai 368.066 orang.

b. Sampling

Sampel merupakan pelibatan sebagian elemen populasi dalam penelitian. Hasil penelitian terhadap sample harus dapat digeneralisasikan kepada populasi, sehingga karakteristik sample dapat digunakan untuk menduga parameter populasi (Suryadi et al., 2019)

Peneliti akan menggunakan teknik *non probability sampling*. Menurut (Suryadi et al., 2019) setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sample. Lebih lanjut, peneliti ingin menggunakan *purposive sampling* sebagai cara agar peneliti dapat menarik sampel berdasarkan kriteria tertentu. Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian berdasarkan pada keyakinan bahwa anggota populasi yang dijadikan sampel dapat memberikan informasi yang diperlukan.

Untuk menjadi responden, terdapat syarat yang harus dipenuhi untuk dapat menjadi sampel. Syarat untuk menjadi sampel adalah mahasiswa aktif yang sedang berkuliah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara spesifik adalah mahasiswa yang masih aktif berkuliah dalam rentang tahun 2017-2023.

Penelitian ini akan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran dan anggota sampel (Suryadi et al., 2019), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

N : ukuran populasi

n : ukuran sampel

e : *margin error*²

Bila dihitung maka:

$$n = \frac{368.066}{1 + 368.066 (0,10^2)}$$

$$n = \frac{368.066}{3681,66}$$

$n = 99,97$ dibulatkan menjadi 100

Maka sample yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berupa kuisisioner. Kuisisioner atau bisa disebut dengan angket adalah instrumen penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan dan atau pernyataan yang harus dijawab atau diisi oleh responden (Suryadi et al., 2019). Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data ini karena dapat menjangkau responden penelitian dalam jumlah besar.

Peneliti ingin membagikan kuisisioner secara *online* dengan cara menyebarkan *link*. Peneliti akan menggunakan pertanyaan penyaring terlebih dahulu untuk mengetahui apakah responden sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh peneliti.

5. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan sebuah pengujian untuk melihat apakah instrumen telah mengukur konsep atau konstruk yang seharusnya diukur. Dengan kata lain validitas berkaitan dengan kebenaran konsep atau konstruk yang diukur (Suryadi et al., 2019). Salah satu teknik menguji validitas adalah dengan menggunakan Korelasi *Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Perhitungan dapat dilakukan dengan rumus manual seperti di atas atau menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS, atau menggunakan perangkat lunak

lainnya seperti Ms. Excel. Hasil perhitungan dari koefisien korelasi (r) dibandingkan dengan nilai r yang diperoleh pada tabel dengan $\alpha = 5\%$ (Suryadi et al., 2019). Butir-butir dinyatakan valid apabila:

$$r_{\text{hit}} > r_{\text{tab}}$$

Di mana

r_{hit} : koefisien korelasi hasil perhitungan

r_{tab} : nilai r

Dengan r tabel sebesar 0,361, maka menurut hasil yang didapat dari program SPSS, data yang didapatkan peneliti adalah sebagai berikut:

TABEL 1.2

Uji Validitas Variabel X

Dimensi	No Item	r hitung	r tabel	Kriteria
Lokus Personal	1	0,704	0,361	Valid
	2	0,521	0,361	Valid
	3	0,402	0,361	Valid
	4	0,517	0,361	Valid
Lokus terhadap	5	0,541	0,361	Valid
	6	0,486	0,361	Valid

Kontrol Media	7	0,553	0,361	Valid
	8	0,352	0,361	Tidak Valid
Struktur Pengetahuan Terhadap Media	9	0,249	0,361	Tidak Valid
	10	0,264	0,361	Tidak Valid
	11	0,450	0,361	Valid

Sumber: Data peneliti (2023)

Menurut tabel diatas, data uji validitas instrumen penelitian variabel X dinyatakan valid jika memenuhi syarat $r_{hit} > r_{tab}$. Jadi uji validitas dari variabel X diatas, 8 dari 11 pertanyaan kuesioner dinyatakan valid dengan memenuhi kriteria r hitung lebih besar dari 0,361. Jadi pada penelitian serta uji reliabilitas, data yang tidak valid tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Uji Validitas Variabel Y

TABEL 1.3

Uji Validitas Variabel Y

Dimensi	No item	r hitung	r tabel	Kriteria
<i>Questioning mind</i>	1	0,858	0,361	Valid
	2	0,754	0,361	Valid
	3	0,787	0,361	Valid

<i>Suspension of Judgement</i>	4	0,805	0,361	Valid
	5	0,836	0,361	Valid
<i>Search for Knowledge</i>	6	0,733	0,361	Valid
	7	0,846	0,361	Valid
	8	0,851	0,361	Valid
<i>Interpersonal understanding</i>	9	0,757	0,361	Valid
	10	0,810	0,361	Valid
	11	0,746	0,361	Valid
<i>autonomy/self- determining</i>	12	0,788	0,361	Valid
	13	0,790	0,361	Valid
<i>Self Confidence</i>	14	0,894	0,361	Valid
	15	0,746	0,361	Valid

Sumber: Data peneliti (2023)

Menurut tabel diatas, data uji validitas intrumen penelitian variabel Y dinyatakan valid jika memenuhi syarat $r_{hit} > r_{tab}$. Jadi uji validitas dari variabel Y diatas, 15 dari 15 pertanyaan kuesioner dinyatakan valid dengan memenuhi kriteria r hitung lebih besar dari 0,361.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Seperti halnya validitas, reabilitas instrumen yang reliabel adalah instrumen yang memberikan hasil yang konsisten (Suryadi et al., 2019). Peneliti akan menguji reabilitas instrumen menggunakan Koefisien Alpha dari Cronbach, (Suryadi et al., 2019), seperti berikut:

$$a = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

a : koefisien alfa

k : jumlah item

σ_i^2 : varian dari item i

σ_x^2 : varian total

Menurut Wiratna (2014), kuesioner akan dikatakan reliabel jika koefisien alfa > 0,6.

Dalam uji reliabilitas, peneliti menggunakan program SPSS untuk melihat seberapa konsisten serta stabilnya instrumen penelitian. Peneliti melakukan uji reliabilitas bagi kedua variabel yang telah lolos uji validitas dengan hasil sebagai berikut:

TABEL 1.4.

Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.632	8

Lalu pada variabel Y diberlakukan dengan cara yang sama dan hasilnya sebagai berikut:

TABEL 1.5.

Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.957	14

Kedua tabel diatas telah menjelaskan bahwa dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan sudah konsisten dan stabil. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien alfa pada masing-masing variabel lebih dari 0,6.

6. Teknik Analisis Data

a. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi dalam penelitian kualitatif digunakan dalam membantu peneliti mengetahui penyebaran frekuensi dari data penelitian (Kriyantono, 2006).

Perhitungan data dengan teknik distribusi frekuensi dapat dilakukan dengan menghitung data penelitian yang ada kemudian dipresentasikan (Bungin, 2005). Menurut Bungin (2005), perhitungan distribusi frekuensi dapat dihitung dengan cara:

$$N = \frac{fx}{N} \times 100\%$$

Dimana:

N = Jumlah kejadian

fx = Frekuensi individu

b. Analisis korelasi

Korelasi linear digunakan pada penelitian ini karena peneliti hanya akan meneliti dua variabel. Dua variabel dapat disebut berkorelasi linear jika pemetaan nilai pengamatan kedua variabel dalam *scatter diagram* (diagram pencar) cenderung membuat sebuah garis lurus (Benu & Agus, 2019:262). Penelitian ini sendiri akan menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Koefisien Korelasi Pearson's Product Moment paling banyak digunakan untuk menghitung derajat keeratan hubungan antara dua variabel. Asumsi yang digunakan dalam korelasi Product Moment ini adalah sebagai berikut:

- 1) Terdapat hubungan linear di antara variabel yang diteliti.
- 2) Kedua variabel terkait secara kausal, satu variabel bebas dan satunya adalah variabel terikat.

3) Data terdistribusi normal.

Nilai korelasi berkisar antara -1 sampai dengan +1, dimana nilai -1 merupakan hubungan negatif sempurna, nilai 0 merupakan tidak ada hubungan, dan nilai 1 merupakan hubungan positif sempurna (Suryadi et al., 2019).

