

**PEMAHAMAN LITERASI MEDIA PADA GENERASI
MUSLIM MILENIAL DI ERA DIGITAL**

(Studi pada Mahasiswa UDINUS Semarang)



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memeroleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Konsentrasi Televisi Dakwah

Disusun Oleh :

DAMAR ALWANDARU SUNJAYA

(1801026009)

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UIN WALISONGO SEMARANG

2022

NOTA PEMIMBING

Lamp. : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran
Islam (KPI)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara :

Nama : Damar Alwandaru Sunjaya
NIM : 1801026009
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi : KPI/ Televisi
Judul : Kemampuan Literasi Media Pada Generasi Milenial
Muslim Di Era Digital (Studi pada mahasiswa Udinus
Semarang)

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 13 September 2022

Dosen Pembimbing

Silvia Riskha Fabriar M.S.I

NIP. 198802292019032013

PENGESAHAN

SKRIPSI

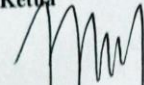
PEMAHAMAN LITERASI MEDIA PADA GENERASI
MUSLIM MILENIAL DI-ERA DIGITAL
(Studi Pada Mahasiswa Udinus Semarang)

Di susun oleh:

Damar Alwanda Sunjaya
1801026009

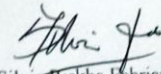
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 September 2022 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Susunan Dewan Penguji

Ketua



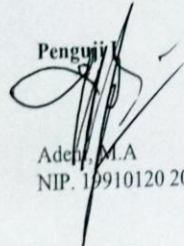
Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003

Sekretaris



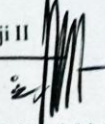
Silvia Riskha Fabriar, M.S.I.
NIP. 198802292019032013

Penguji I



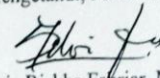
Adeh, M.A.
NIP. 19910120 201903 1 006

Penguji II



Mustofa Hilmi, M. Sos.
NIP. 199202202019031 010

Mengetahui, Pembimbing




Silvia Riskha Fabriar, M.S.I.
NIP. 198802292019032013

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 7 September 2022



Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Damar Alwanda Sunjaya

NIM : 1801026009

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 13 September 2022

Peneliti



Damar A.S

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah kepada hamba-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pemahaman Literasi Media Pada Generasi Muslim Milenial Di Era Digital (Studi pada Mahasiswa UDINUS Semarang)” dapat terselesaikan dengan baik meskipun ada beberapa rintangan dan hambatan. Tak lupa, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang semoga di kemudian hari syafaatnya terlimpahkan kepada kita semua, Aamiin.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepadaberbagai pihak yang telah membantu. Adapun ucapan terima kasih secara khusus akan penulissampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. H. M. Alfandi, M. Ag selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dan Nilnan Ni'mah, M. SI. selaku Sekretaris Jurusan KPI.
4. Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd. selaku dosen wali juga dosen pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabaran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat baik dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan staf karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang khususnya dosen jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, yang telah memberikan pengetahuan dan berkenan membantu dalam proses skripsi ini.
6. Mamah dan Papah, Suniti dan Suhendra, yang senantiasa menjaga, merawat, melindungi, dan mendo'akan keselamatan, kesehatan, kemudahan, dan kebaikan kepada saya. Terima kasih tak terhingga atas cinta kasih yang telah kalian berikan kepada saya.

7. Adik saya, Raissa Sekar Rarasasmita. Terima kasih sudah hadir menjadi saudara yang baik untuk saya.
8. Segenap saudara dan keluarga besar Hj. Munawar dan keluarga Bpk. Jaeni, yang memberikan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat saya selama di bangku perkuliahan, Ida, Naurah, Una, Safik, Haikal, dan Zen yang selalu ada di kala suka maupun duka. Terima kasih telah menjadi sahabat yang baik, yang selalu mengerti, dan selalu mendukung saya.
10. Teman-teman KPI angkatan 2018, khususnya KPI A'18 Nusantara. Terima kasih telah menjadi teman sekaligus saudara yang baik semasa kuliah.
11. Rekan-rekan crew Walisongo TV, Forum Literasi Media, Gandhes Luwes. Terima kasih sudah mau berbagi ilmu dan pengalaman dengan saya.

Peneliti menyadari skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, sangat dibutuhkan kritik, saran, dan masukan demi kebaikan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Semarang, 13 September 2022

Peneliti,



Damar Alwandaru Sunjaya

MOTTO

*“Hiduplah penuh dengan Cinta, karena tanpa Cinta hidup bagaikan
taman tak berbunga.”*

-Rhoma Irama-

ABSTRAK

Media sosial (medsos) merupakan situs untuk berinteraksi, berguna untuk mempermudah melacak data tentang topik dan artikel apa pun dari mana saja. Medsos juga dapat merugikan orang lain. Selain membahayakan perlindungan orang tersebut, akibat buruk yang dapat terjadi adalah fitnah, pembullying, dan pelecehan. Generasi muslim milenial yang cerdas dalam bermedsos membutuhkan literasi media. Literasi media tersedia sebagai pertahanan bagi orang-orang untuk tidak terperdaya oleh konten media. Jurusan Ilmu Komunikasi UDINUS Semarang memiliki mahasiswa muslim yang banyak. Mata kuliah yang disuguhkan tidak jauh dengan media-media yang ada. Literasi media salah satunya. Walaupun sudah memiliki ilmu dalam berliterasi media, tetapi masih banyak mahasiswa yang belum memiliki pemahaman literasi media yang baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman literasi media mahasiswa muslim di UDINUS Semarang. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan baru mengenai Literasi Media dalam ruang lingkup Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya konsentrasi kepenyiaran televisi

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis Miles dan Huberman yang bertujuan untuk melihat pemahaman literasi media pada generasi muslim milenial di era digital pada mahasiswa muslim Udinus Semarang. Sumber data penelitian ini adalah informasi mahasiswa muslim jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang angkatan 2018. Terdapat tiga tahapan analisis yang digunakan, yakni mereduksi data yang telah disampaikan informan tentang pemahaman literasi media mahasiswa generasi muslim milenial, *mendisplay* data satu persatu dari informan, lalu menarik kesimpulan dari hasil *display* data pemahaman literasi media mahasiswa yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman literasi media mahasiswa Udinus Semarang telah memiliki pemahaman literasi media dengan melalui tiga aspek, yakni *pertama* mengakses, mahasiswa memahami dalam hal mengakses media sosial mulai dari *login*, menjalankan media sosial, dan memahami fitur yang ada di media sosial. *Kedua*, menganalisis, mahasiswa memahami analisis informasi atau berita atau konten yang berada dalam media sosial. Mahasiswa memahami memilih berita mana yang benar dan palsu. *Ketiga*, memproduksi informasi, mahasiswa memahami produksi informasi untuk dibagikan ke publik. Dalam hal ini, mahasiswa mengetahui mengelola dan membuat informasi sehingga informasi yang mahasiswa produksi tidak merugikan orang lain

Kata kunci : Pemahaman Literasi Media, Media Sosial, Generasi Muslim Milenial

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	9
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	9
2. Definisi Konseptual.....	10
3. Sumber dan Jenis Data	10
4. Teknik Pengumpulan Data.....	11
5. Teknik Analisis Data.....	11
BAB II LITERASI MEDIA DAN GENERASI MILENIAL MUSLIM	13
A. Literasi Media	13
1. Pengertian Literasi Media	13
2. Jenis-jenis Literasi Media	20
3. Literasi Media Dalam Perspektif Islam	21

B. Generasi Milenial dan Milenial Muslim	24
1. Pengertian Generasi Milenial dan Milenial Muslim	24
2. Karakteristik Generasi Milenial	24
BAB III AKTIVITAS LITERASI MEDIA DI JURUSAN ILMU KOMUNIKASI	
UDINUS SEMARANG	27
A. Profil Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang.....	27
B. Media Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang	28
C. Gambaran Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UDINUS Semarang.....	31
1. Pemahaman Literasi Media Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus	
Semarang.....	32
2. Pemahaman Mengakses Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu	
Komunikasi Udinus Semarang.....	36
3. Pemahaman Analisis Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi	
Udinus Semarang	44
4. Pemahaman Memproduksi Informasi Media Sosial Mahasiswa Jurusan	
Ilmu Komunikasi Udinus Semarang	40
BAB IV ANALISIS PEMAHAMAN LITERASI MEDIA PADA GENERASI	
MUSLIM MAHASISWA UDINUS SEMARANG.....	55
A. Analisis Pemahaman Literasi Media Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi	
Udinus Semarang	55
1. Pemahaman Mengakses Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu	
Komunikasi Udinus Semarang.....	55
2. Pemahaman Analisis Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi	
Udinus Semarang	60
3. Pemahaman Memproduksi Informasi Media Sosial Mahasiswa Jurusan	
Ilmu Komunikasi Udinus Semarang	66
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Aspek Media Literasi	18
Gambar 2. Tampilan Instagram Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang.....	29
Gambar 3. Tampilan Situs Web Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang	30

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial (medsos) mungkin sudah biasa di Indonesia. Medsos merupakan media berbasis web, dimana orang-orang dapat berbagi, mengikuti, dan membuat konten yang menggabungkan situs, komunitas informal, wiki, pertemuan, dan alam semesta virtual untuk semua maksud dan tujuan. Jurnal web, komunitas informal, terlebih lagi wiki adalah jenis media virtual paling terkenal yang digunakan oleh orang atau pertemuan di dunia ini (Cahyono, 2016). Media sosial sebagai “sebuah kelompok software berbasis internet yang membangun pada atas dasar ideologi serta teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran user-generated content” (Haenlein, Keplan, 2010).

Medsos juga merupakan situs untuk berinteraksi, berguna untuk mempermudah melacak data tentang topik dan artikel apa pun dari mana saja. Media sosial dapat menghasilkan pengaturan dan informasi yang ditingkatkan dan sekolah. Khusus untuk dunia persekolahan, sangat baik dapat dimanfaatkan untuk mendistribusikan dan berbagi substansi (Cahyono, 2016).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan pada 2018 Indonesia memiliki 171,17 juta orang pengguna internet (APJII, 2018). Pada tahun 2020, Hootsuite dan We Are Social menemukan net user di Indonesia terhitung 64% atau setara dengan 174 juta orang dari seluruh populasi Indonesia. (Andi Riyanto, 2022). Indonesia banyak menggunakan YouTube yang tentunya menjadi #1 di antara orang-orang Indonesia dengan jumlah akses sekitar 88% dan kemudian diikuti oleh medsos WhatsApp 84%, Instagram 79%, dan Facebook 79%. Per Januari 2022, user net di Indonesia mencapai 204,7 juta. Jumlah ini mencakup 73,7% dari total penduduk Indonesia. Terlihat pengguna medsos jaringan internet di Indonesia

sangat banyak dan umur pun beragam mulai dari usia 16 hingga 64 tahun (Dwi Jayani, 2022).

Generasi Milenial ialah individu/kelompok paling kuat dengan peristiwa kemajuan virtual ini. Salah satu kendala yang dihadapi adalah terkait dengan berita atau data melalui medsos (Budiman, 2017). Dengan data yang beredar secara luas khususnya remaja, mereka dihadapkan pada berbagai jenis berita atau info palsu. Jika pembaca atau audiens tidak hati-hati dalam memutuskan kebenaran awal mula informasi atau berita, maka biarkan kata atau informasi tersebut keluar. Itu akan menyebabkan berita atau data atau info yang menyesatkan, setelah itu menjadi menular dan dengan cara ini menyebarkan penipuan. Sedikit berbagi berita atau data yang tidak autentik akan merugikan pihak mana pun yang terlibat dalam penyampaian berita atau data tersebut (M. Azmi, 2019).

Generasi Milenial yang cerdas dalam bermedsos membutuhkan literasi media. Literasi media tersedia sebagai pertahanan bagi orang-orang untuk tidak terperdaya oleh konten media. Menurut Potter, literasi media memberikan arahan tentang metode yang paling baik untuk mengedukasikan atas info yang diberikan oleh media. Semakin teredukasinya media terhadap seorang individu, semakin mampu individu tersebut untuk melihat batas-batas realitas masa kini dan dunia yang dikembangkan oleh media. Sederhananya, semakin melek media seseorang, semakin bagus individu dalam meningkatkan eksistensi yang diinginkan daripada mengizinkan media mengkonstruksi kehidupan kita sesuai dengan yang dibutuhkan media. Kesadaran yang kritis merupakan dasar dari slogan pengembangan literasi media. Literasi media sendiri berencana memberikan perhatian dasar kepada khalayak agar lebih aktif di hadapan media. Silverblatt mengatakan literasi media merupakan Literasi media adalah pemahaman dalam mengakses, menganalisis, dan memproduksi informasi untuk tujuan-tujuan tertentu. ada empat tujuan kemahiran media, khususnya dasar, percakapan, keputusan dasar, dan aktivitas sosial. Kesadaran yang kritis memberi

keuntungan kepada orang banyak untuk mendapatkan info yang benar terkait dengan pertimbangan media melihat media dan dengan lainnya secara mendasar, menjadi tersadarkan adanya dampak media setiap hari, menguraikan pesan media, membangun keengganan terhadap kegiatan seperti berkonsentrasi pada budaya, menemui contoh keterkaitan antara pemilik media dan otoritas publik yang menyinggung media konten, lalu berpikir tentang media dalam pilihan individu. Keakraban dasar dengan kebenaran media adalah tujuan mendasar dari literasi media. Hal ini dengan alasan bahwa media memang bukan merupakan unsur yang tidak memihak. Yang umumnya menyampaikan kualitas moneter, politik, dan sosial. Seluruh efek pada orang terhadap bagaimana mereka melakukan rutinitas rutin mereka (I Poerwoningtias, 2013).

Sebagai generasi muslim milenial, sepatutnya memiliki sifat tabayyun. kunci tabayyun terletak pada kemauan manusia sebagai umat muslim untuk melakukan pengecekan ulang sebuah informasi. Hal ini terletak pada ayat Al-Quran surah Al-Hujurat (49):6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ تَدْمِينًا

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang yang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."*

Menurut Quraish Shihab dalam Tafsir al-Mishbah, bahwa ayat tersebut menggunakan kata *in* (jika), biasanya digunakan untuk sesuatu yang tidak kerap terjadi. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan orang fasik terhadap orang yang beriman tidak kerap terjadi atau jarang. Dikarenakan orang-orang yang beriman tidak mudah dibohongi, mereka akan lebih teliti jika menemukan sebuah informasi. Orang fasik pun mengetahui hal tersebut, sehingga yang fasik akan susah membohongi. Apabila orang fasik membuat berita atau informasi bohong, maka berita bohong tersebut yang akan mempermalukannya. (Nisak C, 2020)

Surah Al-Hujurat ayat 6 yang berisi peringatan Allah kepada para hambanya dari informasi yang dibawa oleh manusia yang tidak beriman kepada-Nya. Sebagai seorang muslim yang menerima suatu berita, wajib menjamin kebenaran suatu berita sebelum menerima dan menyebarkannya. Hal tersebut bertujuan supaya suatu kabar tersebut tidak menjerumuskan mereka kedalam perbuatan zalim (Dariyanto Erwin, 2022). Dalam surah Al-Quran tersebut telah disebutkan bahwa kita sebagai manusia muslim harus memiliki literasi dalam menyikapi suatu media yang didalamnya memiliki beragam informasi. Dalam generasi milenial saat ini, pemuda-pemudi muslim sudah banyak yang mengetahui tentang adanya media, salah satunya mahasiswa.

Perguruan Tinggi Dian Nuswantoro (UDINUS) Semarang merupakan perguruan tinggi swasta yang didirikan oleh Dian Nuswantoro Semarang. Pendirian ini terdiri dari beberapa sekolah menengah yang memperhatikan disiplin ilmu tertentu, khususnya Sekolah Data dan PC Eksekutif, Sekolah Keuangan, Sekolah Bahasa Internasional, dan Sekolah Kesejahteraan (Quiper Campus, 2022)

Universitas Dian Nuswantoro Semarang memiliki media yang kuat, terutama pada Fakultas Komputer jurusan Ilmu Komunikasi. Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus memiliki visi yang mengunggulkan “penguasaan kompetensi komunikasi berbasis teknologi informasi dan creativepreneurship” (Admin, 2022). Jurusan Ilmu Komunikasi juga memiliki mitra yang sangat berpengaruh, seperti layanan *broadcasting* sendiri seperti TVKU, yang merupakan media production yang di unggulkan disana

Jurusan Ilmu Komunikasi UDINUS Semarang memiliki mahasiswa muslim yang banyak. Mereka pun memiliki pengajaran tentang bermedia dari awal masuk kuliah. Mata kuliah yang disuguhkan tidak jauh dengan media-media yang ada. Literasi media salah satunya. Walaupun sudah memiliki ilmu dalam berliterasi media, tetapi masih banyak mahasiswa yang belum memahami dan mengamalkan ilmunya dan terjebak dengan kelamnya media.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui kemampuan generasi milenial muslim dalam berliterasi media di Udinus Semarang. Generasi milenial merupakan generasi yang menjadi fokus terbesar dalam kasus ini. Hal ini disebabkan latar belakang kasus ini yaitu banyaknya korban penyalahgunaan informasi dalam bermedia. Permasalahan dan kondisinya adalah kurangnya penerapan literasi media dalam kehidupan sehari-hari dalam menyaring informasi yang didapatkan dan kurangnya pengetahuan dalam berliterasi. Generasi muslim milenial menjadi fokus dalam penelitian ini karena berdasarkan Q.S Hujurat ayat 6 sebagai umat muslim memiliki sifat *tabayyun*. Sifat *tabayyun* tersebut adalah sifat yang dimana seseorang tersebut memastikan adanya kebenaran suatu berita sebelum mempercayai dan menyebarkannya. Dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan penerapan literasi media sangat mempengaruhi kondisi kehidupan dalam berselancar media sosial. Dengan harapan penelitian ini kasus yang sempat terjadi bisa dijadikan bahan pembelajaran untuk lebih berhati-hati dalam proses bermedia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti adalah: bagaimana pemahaman literasi media mahasiswa muslim di UDINUS Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman literasi media mahasiswa muslim di UDINUS Semarang

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain adalah:

- a) Manfaat Teoritis
 - 1) Penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan baru mengenai Literasi Media dalam ruang lingkup Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya konsentrasi kepenyiaran televisi.
 - 2) Menambah wawasan dan pengetahuan tentang pentingnya Literasi Media bagi generasi milenial muslim dengan pendekatan naratif pada mahasiswa Udinus perihal Literasi Media.
- b) Manfaat Praktis
 - 1) Menjadi rujukan bagi peneliti lain yang ingin menganalisis permasalahan mengenai Literasi Media.
 - 2) Menjadi bahan masukan, informasi, referensi dan melengkapi bahan kepustakaan bagi pihak yang membutuhkan, khususnya akademisi dan praktisi.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk membantu proses berjalannya penelitian, maka peneliti merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya.

Pertama, Sari Sapta (2019), judul jurnal “*Literasi Media Generasi Milenial di Era Digital*”. Jurnal tersebut meneliti tentang keadaan literasi media orang-orang generasi milenial pada masa serba digital. Memanfaatkan kualitatif yang menekankan pada penelitian kepustakaan, peneliti berusaha mengungkap dan menyelidiki informasi tentang kemajuan literasi media melalui buku-buku referensi, jurnal. Hasil penelitiannya adalah literasi media sebagai media pendidikan di era yang serba maju ini masih belum terlaksana di publik meskipun saat ini mereka sudah mampu memanfaatkan perangkat yang maju. Terlihat terdapat banyaknya informasi yang masih belum jelas yang disebarkan melewati media oleh masyarakat pada umumnya. Kemudian yang kedua generasi milenial merupakan istilah pada usia dibawa lingkup 1980 hingga 2000. Seseorang yang seharusnya menjadi usia milenial adalah

usia yang sekarang sekiranya dari 19 tahun hingga 40 tahun, usia produktif/kerja. Ketiga, keterkaitan era milenial dengan media sosial di masa yang lebih maju. Usia ini memang lebih suka berselancar melalui internet untuk berbagi informasi, *refreshing*, menampilkan kehidupan mereka, menghabiskan waktu dengan banyak pembicaraan melalui via online. Selain itu, keempat peningkatan kemampuan media pada generasi ini masih belum benar-benar sesuai dengan harapan. Era milenial masih terdapat banyaknya pengetahuan informasi yang baik tentang penguasaan media, sehingga pelanggaran dalam medsos masih banyak, terutama perihal memisahkan dan menyebarkan informasi ke masyarakat umum.

Kedua, Gracia, Martha & Yolanda (2015), judul jurnal "*Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa*". Jurnal tersebut menggunakan kualitatif deskriptif. Kajian ini dimaksudkan untuk memutuskan sampai mana internet memiliki pengguna yang dihubungkan untuk literasi media. Hasil dari penelitian ini adalah mahasiswa yang menjadi informan dapat menjalankan internet berulang kali sekitar 5 jam sehari, pada umumnya mereka hanya menjalankan internet antara 30 menit hingga 4 jam per hari. Saksi banyak menjalankan internet untuk bermedsos, misalnya *Facebook* dan SMS lalu WhatsApp dan line melalui *smartphone*. Sumber membuka situs berita terlebih dahulu untuk mendengar info dari teman atau keluarga dan untuk menyelesaikan tugas kuliah. Sumber lainnya menyatakan 5 jam untuk mengakses internet dalam sehari suka mendapatkan suatu berita melewati media cetak atau media elektronik seperti TV. Tingkat pentingnya pesan media yang mereka konsumsi tidak sepenuhnya masuk ke dalam nasumber. Untuk sebagian besar, sumber lebih tidak percaya pada informasi yang menonjol bagi mereka. Tidak hanya mengakui tentang apa yang disampaikan oleh media tetapi mereka akan mencari dan membedakan media dan menguraikan pesan yang ditangkap dari media berdasarkan pemahamannya sendiri. Selanjutnya, untuk situasi ini literasi media benar-benar dituntut untuk siap untuk

mengelak akibat buruk dari penyebaran pesan melalui komunikasi yang luas.

Ketiga, Lestari dan Rizqi (2020), judul jurnal "*Kecakapan Literasi Media di Kalangan Generasi Milenial*". Jurnal ini menggunakan kualitatif studi kasus. Peneliti mencoba membedah kemampuan mahasiswa generasi milenial pada Jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana dalam bermedia. Hasil penelitian ini adalah kemampuan kecakapan media dari tujuh mahasiswa, termasuk kemampuan untuk mendapatkan, menyelidiki, menilai, dan menghasilkan pesan komunikasi yang luas, baik media lama maupun media baru. Dalam hal kemampuan literasi media, ketujuh mahasiswa sebagai narasumber dapat dikatakan telah memenuhi kebutuhan akan kemampuan media. Dimana tempat narasumber berada sangat erat kaitannya dengan bidang penyiaran, dengan adanya pembelajaran dan praktek melalui mata kuliah yang diperoleh dapat memberikan kapasitas dasar pertimbangan para mahasiswa dalam memilih dan mengkonsumsi isi media. Komitmen eksplorasi ini adalah untuk menyadarkan para generasi muda, khususnya para mahasiswa yang kuliah Broadcasting Universitas Mercu Buana, tentang pentingnya memiliki kemampuan literasi media. Dengan demikian, usia yang lebih muda dapat menjadi spesialis literasi media untuk daerah sekitarnya.

Keempat, Sulthan dan Istiyanto (2019), meneliti "*Model Literasi Media Sosial Pada Mahasiswa*". Jurnal ini menggunakan kualitatif. Titik fokus penelitian tersebut pemilihan sumber dengan pemeriksaan secara sengaja (purposive sampling). Peneliti sedang mencoba mencari cara untuk mengamati model literasi media online untuk mahasiswa Unsoed Purwokerto. Hasilnya adalah narasumber dari Jurusan Komunikasi FISIP Unsoed memiliki alasan dan inspirasi tersendiri untuk memanfaatkan literasi media yang ditunjukkan dengan kebutuhan dan keanehan internet yang ada, baik dari bertukar informasi maupun mengikuti perkembangan zaman. Pendampingan untuk penjelasan di balik sistem pembelajaran, ekonomi, pengalihan, dan realisasi diri.

Narasumber dari Jurusan Komunikasi FISIP Unsoed, diketahui akibat buruk dan penyimpangan akibat pemanfaatan media sosial yang tidak tepat. Juga mereka punya cara untuk benar-benar mengurangi akibat buruk yang dapat terjadi dalam pemanfaatan hiburan online yang ada. Narasumber dari Unsoed fakultas FISIP jurusan komunikasi mengungkapkan, latihan *media literacy* diharapkan dapat mencegah dampak buruk dari internet bagi mereka. Bagaimanapun, sebagian narasumber menyatakan bahwa mereka telah secara efektif terlibat dalam sosialisasi dan persiapan latihan tentang literasi media.

Dalam empat rujukan penelitian tersebut, penelitian saya meneliti tentang literasi media pada generasi milenial muslim di era digital (studi pada mahasiswa Udinus Semarang). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Fokus penelitian saya adalah objek penelitian mahasiswa Udinus Semarang. Universitas tersebut adalah universitas yang memiliki teknologi dan pengajaran media yang modern. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pemahaman dalam berliterasi media mahasiswa muslim jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan strategi kualitatif, khususnya pemeriksaan yang tidak ambigu menghasilkan deskriptif, seperti kata-kata yang dikumpulkan atau dikomunikasikan dari orang-orang dan cara berperilaku yang dipikirkan (Moleong, 2013). Metode kualitatif digunakan untuk memeriksa keadaan objek alamiah. Peneliti merupakan alat kunci, strategi pengumpulan data diselesaikan dengan triangulasi, pemeriksaan data bersifat induktif, dan konsekuensi dari penyelidikan emosional menggarisbawahi pentingnya menekan dengan teori (Sugiyono, 2013).

Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memaknai kekhasan tersebut sedalam-dalamnya melalui berbagai macam informasi

sedalam-dalamnya yang dapat diharapkan, dengan tujuan agar informasi yang diperoleh bersifat menyeluruh atau sempurna (Kriyantono, 2006). Dalam tinjauan ini, masalah yang akan diteliti adalah untuk melihat bukti pemahaman literasi media di kalangan mahasiswa UDINUS. Hasil dari eksplorasi pada teknik kualitatif ini digarisbawahi untuk memberikan gambaran kondisi asli dari objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, hasilnya akan menggunakan wawancara yang akan menjelaskan pemahaman dari mahasiswa Muslim Udinus Semarang terhadap literasi media dapat tersampaikan dengan jelas. Serta jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan Naratif.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual digunakan sebagai klarifikasi agar tidak terjadi kesalahan dalam mengartikan judul, sehingga peneliti perlu memberikan klarifikasi dan batasan-batasan yang terdapat dalam judul skripsi, diharapkan bisa beri gambaran dan kerangka fikir agar pembaca dapat memahami penelitian ini dengan mudah.

Dalam penelitian ini memanfaatkan gagasan dari Silverblatt bahwa literasi media adalah pemahaman dalam mengakses, menganalisis, dan memproduksi informasi. Dalam gagasan tersebut, peneliti ingin meneliti pemahaman mahasiswa dalam mengakses, menganalisis dan memproduksi informasi untuk melek media dalam bermedia sosial. Bentuk media sosial/online yang akan digunakan peneliti adalah Instagram, Facebook, WhatsApp, Tik-tok, Twitter. Dalam penelitian ini batasan generasi muslim milenial yang di maksud adalah mahasiswa yang sudah semester 6-8 Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang.

3. Sumber dan Jenis Data

Lofland menyusun bahwa sumber data dalam pengujian kualitatif adalah kata-kata dan kegiatan, sisanya adalah data tambahan seperti catatan dan lain-lain (Moleong, 2013). Sumber penting dalam penelitian ini adalah informasi mahasiswa muslim

Udinus jurusan Komunikasi sebanyak 12 orang yang memiliki pemahaman literasi media dengan angkatan 2018 dan 2019 yang sekarang merupakan semester 6 dan 8, dari perempuan hingga laki-laki

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu sistem teratur dan baku sampai mendapatkan data yang diharapkan (Tanzeh, 2009). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi

Wawancara yang disinggung dalam penelitian ini terkait dengan pemahaman tentang literasi media yang ada di mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang, konten media sosial, kasus, dan situs internet, yang dapat mendukung objek penelitian.

Observasi dalam penelitian ini mengamati aktivitas/kegiatan yang dilakukan terkait penggunaan media sosial mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang tanpa ikut terlibat didalamnya

5. Teknik Analisis Data

Seperti yang ditunjukkan oleh Miles dan Huberman, kualitatif merupakan sumber penggambaran yang luas dan dapat diandalkan, serta berisi penjelasan tentang siklus yang terjadi di iklim lingkungan. Dengan informasi kualitatif dapat mengikuti dan mendapatkan perkembangan peristiwa yang berurutan, mengevaluasi keadaan dan hasil logis dalam kepribadian orang-orang terdekat dan memperoleh banyak penjelasan yang bermanfaat. Juga, informasi kualitatif terikat untuk mengarahkan kita untuk memperoleh pengungkapan yang sudah luar biasa dan untuk membentuk sistem hipotetis baru; informasi ini membantu analisis dengan mendorong maju dari asumsi dan struktur pengantar (Ulber Silalahi, 2012). Miles dan Huberman berpendapat bahwa pada menganalisa data kualitatif dilakukan secara intuitif hingga berlanjut sampai selesai, sehingga informasinya jenuh. Teknik dalam analisis

data adalah reduksi data, penyajian informasi dan penarikan akhir/kesimpulan.

1) Reduksi data

Proses pemilihan dan pemusatan suatu perhatian dengan menyederhanakan data pengabstrakan, tranformasi data kasar yang muncul dari sumber data.

2) *Display Data*

Menampilkan sekumpulan informasi yang telah tersusun dan memberi suatu kemungkinan buat menarik kesimpulan.

3) Mencapai Inferensi/Kesimpulan

Kesimpulan disini adalah kesimpulan akhir untuk verifikasi suatu data yang telah melewati penyajian data (M.B. Miles, A.M Huberman, 2009).

BAB II

LITERASI MEDIA DAN GENERASI MILENIAL MUSLIM

A. Literasi Media

1. Pengertian Literasi Media

Sejarah literasi media sudah berlangsung sejak lama, tepatnya dimulai pada tahun 1964 ketika UNESCO mengembangkan sebuah model program pendidikan media, dimana program tersebut akan diterapkan di seluruh dunia. Sejak saat itulah dunia mulai menaruh perhatian pada literasi media, salah satunya adalah dengan memajukan literasi media melalui jalur pendidikan formal dan non formal. Di Indonesia sendiri, kegiatan literasi media sudah dikenal sejak tahun 2000an seiring dengan bermunculannya dampak media massa kepada khalayak. Saat itu media massa menjadi bagian kehidupan yang akrab di kalangan masyarakat umumnya dan remaja khususnya.

Gerakan Literasi Nasional sudah dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sejak tahun 2016. Panduan Gerakan Literasi Nasional yang diterbitkan kemendikbud tahun 2017, membagi dimensi literasi menjadi enam dasar, yaitu literasi baca tulis, literasi numerasi, literasi sains, literasi digital, literasi finansial dan literasi budaya kewargaan. Literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas cermat, tepat, dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari hari (Nilnan, Alifa, Fitri, 2021).

Bahasa Inggris yang menjadi dasar kata literasi media, spesifiknya *media literacy* dimana artinya kata *media* adalah suatu pesan diperjual belikan dan *literacy* yang mengandung arti melek. Litmed atau literasi media dapat dicitrakan sebagai kapasitas untuk

menyalurkan konten yang diperoleh dari komunikasi luas dari surat kabar, TV, radio, selebaran, dan berbagai media. Baran dan Dennis menyatakan bahwa literasi media sebagai pengembangan dari latihan penguasaan media, khususnya melengkapi penguasaan media dimaksudkan untuk meninggikan penguasaan seseorang atas perangkat pesan apa yang digunakan ketika mengirim dan menerima pesan. Untuk situasi ini, Baran berpendapat bahwa literasi media adalah keahlian yang dapat diasah dan diciptakan dalam jangka panjang, sehingga kita dapat terus-menerus menjadi ahli media dalam situasi, waktu, dan semua media yang berbeda (Nilnan, Alifa, Fitri, 2021).

Literasi media adalah benteng bagi orang banyak untuk mengutuk konten media, karena kebutuhan mungkin muncul dari media. W. James Potter menyatakan bahwa literasi media merupakan sekumpulan sudut pandang yang digunakan secara efektif saat kita berkomunikasi secara luas. Pada saat menguraikan pesan yang dikelola, Potter menekankan bahwa kecakapan media didasarkan pada lokus pribadi, struktur, dan *ability*. Lokus individu adalah motivasi dan perintah kita atas informasi. Ketika kita mengetahui tentang informasi yang benar-benar kita inginkan, perhatian kita akan mendorong interaksi yang lebih cepat dalam memilih data. Struktur informasi adalah sekumpulan data yang terkoordinasi dalam jiwa kita. Dalam kecakapan media, pastinya menginginkan struktur informasi yang solid untuk dampak media, konten media, industri media, realitas saat ini, dan diri sendiri. Sedangkan *ability* adalah instrumen yang digunakan kita untuk lebih mengembangkan suatu kemahiran media pendidikan kita (I Poerwoningtias, 2013).

Menurut Potter, terdapat tujuh keterampilan (*skill*) yang dibutuhkan untuk meraih kesadaran kritis bermedia melalui literasi media. Ketujuh keterampilan atau kecakapan tersebut adalah analisis, evaluasi, pengelompokan, induksi, deduksi, sintesis, dan

abstracting. Kemampuan analisis menuntut untuk mengurai pesan yang diterima ke dalam elemen-elemen yang berarti. Evaluasi adalah membuat penilaian atas makna elemen tersebut. Pengelompokan (*grouping*) adalah menentukan elemen yang memiliki kemiripan dan elemen yang berbeda untuk dikelompokkan ke dalam kategori yang berbeda. Induksi adalah mengambil kesimpulan atas pengelompokan di atas kemudian melakukan generalisasi atas pola-pola elemen tersebut ke dalam pesan yang lebih besar. Deduksi menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan sesuatu yang spesifik. Sintesis adalah mengumpulkan elemen tersebut menjadi satu struktur baru. Dan *abstracting* adalah menciptakan deskripsi yang singkat, jelas, dan akurat untuk menggambarkan esensi pesan secara lebih singkat dari pesan aslinya (I Purwaningtias, 2013).

Suatu laporan dalam Ofcom yang dinyatakan David Buckingham, pengontrol perusahaan korespondensi otonom Inggris, menjelaskan arti literasi media sebagai “*kemampuan untuk mengakses, memahami, dan menciptakan komunikasi dalam berbagai konteks*”, Kemampuan mengakses media mengacu pada kemampuan untuk menetap pada konten media sesuai dengan kebutuhan mereka dan menjauhi konten media yang tidak berguna. Padahal kapasitas untuk menyinggung apa yang dilakukan individu ketika mereka mengikuti data dan kemampuan membuat adalah kemampuan menulis di media (I Poerwaningtias, 2013).

Satu definisi umum digunakan ialah makna Pertemuan Otoritas Publik tentang Pendidikan Media yang mencirikan literasi media suatu “*kemampuan untuk mendapatkan, meruntuhkan, menilai, dan memproduksi media untuk alasan tertentu*”. Definisi ini dibangun dengan Sonia Livingstone pada artikel dengan judul “*Apa itu Literasi Media?*” Mencirikan kecakapan media merupakan kemampuan mendapatkan, menyelidiki, menilai, dan membuat pesan dalam berbagai pengaturan (Inda Fitryarini, 2016).

Silverblatt mengatakan literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan memproduksi informasi untuk tujuan-tujuan tertentu. Ada empat tujuan literasi media, khususnya kesadaran kritis, diskusi, keputusan dasar, dan aktivitas sosial/*share*. Kesadaran kritis memberikan keuntungan kepada orang banyak untuk mendapatkan informasi yang benar terkait dengan inklusi media dengan membandingkan satu media dan media lainnya pada dasarnya, lebih memperhatikan kehidupan pada dampak bermedia, menguraikan berita media, mengembangkan keengganan siaran sebagai pendekatan untuk berkonsentrasi pada kultur, mengetahui contoh ikatan antara pengguna media dan otoritas publik yang memengaruhi konten media, berpikir tentang media dengan pilihan seseorang. Keakraban dasar dengan orang banyak tentang kebenaran media adalah tujuan utama kecakapan media. Hal ini dengan alasan bahwa media bukanlah substansi nonpartisan. Ini umumnya menyampaikan nilai-nilai, apakah keuangan, politik, atau sosial. Semua itu memengaruhi cara dia menjalani kehidupannya sehari-hari (I Purwaningtias, 2013).

Peneliti literasi digital bernama Douglas A.J. Belshaw menyatakan ada delapan elemen esensial untuk mengembangkan literasi digital, yaitu: *pertama* kultural, yaitu pemahaman ragam kinteks oenggunaan dunia digital, *kedua* konitif, yaitundaya piker dalam menilai konten, *ketiga* konstruktif, yaitu reka cipta sesuatu yang ahli dan actual, *keempat* komunikatif, yaitu memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital, *kelima* kepercayaan diri yang bertanggungjawab, *keenam* kreatif, yaitu melakukan hal baru dengan cara yang baru, *ketujuh* kritis dalam menyikapi konten, *kedelapan* Bertanggung jawab secara sosial (Nilnan, Alifa, Fitri, 2021).

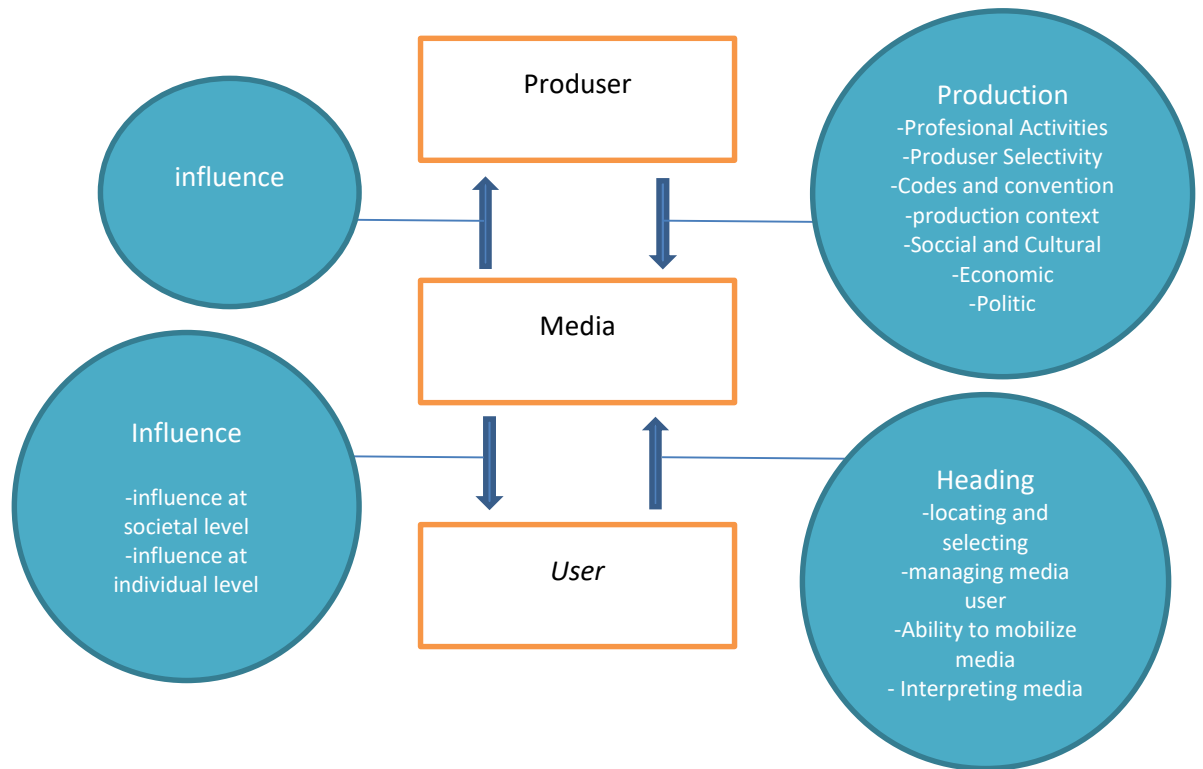
Baran dan Dennis yang menyatakan bahwa literasi media sebagai suatu rangkian kegiatan meleak media yaitu gerakan meleak media yang dirancang untuk meningkatkan control individu

terhadap media yang mereka gunakan untuk mengirim dan menerima pesan. Dalam hal ini Baran mengemukakan bahwa melek media merupakan sebuah keterampilan yang dapat diasah dan dikedangkan seiring berjalannya waktu, dengan tujuan agar kita dapat selalu melek terhadap media dalam berbagai situasi, setiap waktu, serta terhadap semua media (Nilnan, Alifa, Fitri, 2021).

Sedangkan menurut Aspen, *Media Literacy Leadership Institute* (1992), literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, meneliti, mengevaluasi, dan menciptakan media didalam bermacam wujud yang berlian dengan kemampuan tiap tiap individu dalam beragam tahapan aktivitas literasi media. Definisi literasi media yang ditawarkan oleh New Media Consortium (2005) adalah: “*the set of abilities and skills where aural, visual and digital literacy overlap. These include the ability to understand the power of images and sounds, to recognize and use that power, to manipulated and transfrom digital media, to distribute them pervasively and to easily adapt them to new farm*” (Nilnan, Alifa, Fitri, 2021).

Model hierarki tentang apa yang mempengaruhi sebuah isi media dibuat oleh Shoemaker dan Reese. Mereka menyatakan bahwa lima level yang memengaruhi sebuah isi media, yaitu level individual, level rutinitas media, level organisasi, level ekstramedia, dan terakhir leve ideology. Lima level tadi berpengaruh dengan semua isi media ini harus dikehatui oleh masyarakat agar masyarakat mengetahui secara kritis apa saja yang bergerak dibalik sebuah pesan yang disampaikan oleh media.

Selain sistem yang bergerak dibalik sebuah media, masyarakat perlu memahami bagaimana hubungan antara media dengan pihak-pihak yang bekerja didalamnya dan bagaimana hubungannya dengan media itu sendiri. Rosebaum, Beentjes, dan Konig membuat *mapping* dimana literasi media bergerak dalam hubungan antara produser, media, dan user (I Purwaningtias, 2013).



Gambar 1. Aspek media literasi

Sumber: (Nilnan, Alifa, Fitri, 2021)

Mapping tersebut menjelaskan bahwa media memengaruhi produser maupun masyarakat, maupun sebaliknya. Media memengaruhi piikiran produser tentang produksi media. Sementara produser juga mengonstruksikan isi media. Media memengaruhi khalayak dalam level sosial dan individual. Meski demikian, masyarakat memiliki kemampuan untuk *menghandel* media. Kemampuan tersebut berkaitan dengan bagaimana menginterpretasikan isi media. Literasi media bergerak dalam keempat hubungan tadi (I Purwaningtias, 2013).

Workshop Nasional Konsep dan Imprementasi *Media Literacy* di Indonesia tahun 2011 menyepakati bahwa tujuan kegiatan literasi media dapat dilihat dari konteks proksionis, pemebrdayaan, dan studi media. Pertama, tujuan proteksionis. Media dianggap berpotensi merugikan dan dapat menimbulkan dampak negatif

sehingga masyarakat pengguna media perlu diberi kegiatan literasi media. Kedua, tujuan pemberdayaan, media memiliki fungsi positif sebagai salah satu sumber belajar. Kegiatan literasi media dilakukan untuk memberi pengetahuan dan keterampilan pada khalayak agar mendapat mengoptimalkan isi media untuk kepentingannya. Ketiga, tujuan studi media. Literasi media dilakukan dengan titik berat pada mempelajari struktur isi pesan media berdasarkan media yang berbeda, teknik produksi, dan pengemasan isi berita, yang lebih dimaksudkan sebagai upaya untuk mempelajari medianya (I Purwaningtias, 2013).

Kemampuan literasi media dapat diukur dengan menggunakan *Individual Competence Framework* dalam *Final Report Testing and Refining Criteria to Asseses Media Literacy Levels in Europa* tahun 2009 yang dilaksanakan oleh lembaga Riset *European Commission* dengan menyesuaikan indikator-indikator dengan indikator media baru. *European Commission, dalam Study of Assessment.*

Criteria for Media Literacy Levels merumuskan dan mendefinisikan *Individual Competence* sebagai kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media. Diantaranya kemampuan untuk menggunakan memproduksi, menganalisis, dan mengkomunikasikan pesan melalui media. *Individual competence* ini terbagi menjadi dua kategori:

1) *Personal competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan media dan menganalisis konten-konten media.

Personal competence terdiri dari dua kriteria:

a) *Use (Technical skills)* yaitu kemampuan teknik dalam menggunakan media. Artinya, seseorang mampu mengoperasikan media dan memahami semua jenis instruksi di dalamnya. *Use (Technical skills)* ini mencakup beberapa komponen, yaitu:

i. Kemampuan menggunakan komputer dan internet.

- ii. Kemampuan menggunakan media secara aktif.
 - iii. Kemampuan menggunakan internet secara advance
- b) *Critical understanding* yaitu kemampuan kognitif dalam menggunakan media seperti kemampuan memahami menganalisis, dan mengevaluasi konten media. Kriteria *critical understanding* adalah:
- i. Kemampuan memahami konten dan fungsi media (understanding media content and its functioning)
 - ii. Memiliki pengetahuan tentang media dan regulasi media (knowledge about media and media regulation)
 - iii. Perilaku pengguna dalam menggunakan media (*user behaviour*)

2) *Sosial competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dan membangun relasi sosial lewat media serta mampu memproduksi konten media. *Sosial competence* terdiri dari *communicative abilities*, yaitu kemampuan komunikasi dan partisipasi melalui media. *Communicative abilities* ini mencakup kemampuan untuk membangun relasi sosial serta berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat melalui media. Selain itu *Communicative abilities* ini juga mencakup kemampuan dalam membuat dan memproduksi konten media yaitu:

- a) Kemampuan berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media
- b) Kemampuan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media
- c) Kemampuan untuk memproduksi dan mengkreasikan konten media (Tarigan, 2021)

2. Jenis-Jenis Literasi Media

Literasi Media memiliki beberapa jenis yang patut diketahui, jenis literasi media adalah:

- a) Media Cetak (Media lama). Media cetak ialah salah satu jenis media lama. Melek media untuk situasi ini sebagian besar mencakup pemanfaatan karya dan gambar tertentu serta representasi untuk menyampaikan pesan. Media yang paling terkenal adalah makalah dari majalah yang sebenarnya ada sebagai sumber berita. Sampai saat ini media ini merupakan akar berita bagi masyarakat umum dan masyarakat pada umumnya masih sangat terkenal, khususnya surat kabar. Meski keberadaannya mulai berkurang, karya tulis tetap digemari di kalangan masyarakat luas, dari sang pembaca ataupun sang penulis.
- b) Televisi. TV ialah salah satu literasi media dimana memperlihatkan teks dan reka adegan, namun meperlihatkan juga ucapan melewati penggambaran audio dan video. Untuk situasi ini, TV berubah menjadi media yang secara efektif terbuka untuk populasi umum sebagai sumber informasi.
- c) Internet/Digital (Media Baru). Zaman Teknologi yang tinggi mempengaruhi kemajuan *media literacy*. Diantaranya ialah pengenalan media baru, khususnya media sosial atau internet. Saat ini *browser* memang sesuatu yang sudah kurang menarik namun saat ini masih sangat ringan untuk dijalankan kapanpun dan dimanapun. Bahkan, kelebihanannya ialah jangkauan siaran yang besar dan tidak sedikit (Nilnan, Alifa, Fitri, 2021).

3. Literasi Media Dalam Perspektif Islam

Kemajuan teknologi saat ini menjadikan mahasiswa menggunakann media sosial untuk mencari berbagai informasi. Akibatnya banyak terjadi kesimpangsiuran suatu informasi yang terjadi karena mudahnya seseorang menyajikan suatu berita melalui

media sosial tanpa batas. Penyajian informasi yang tanpa batas tersebut, kini terkadang tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenaran atas informasinya. Tidak jarang apabila terjadi fitnah, mencaci maki, menghujat, sehingga mengakibatkan perpecahan, kebencian dan tindakan negatif lainnya. Mahasiswa harus peduli terhadap setiap berita yang datang, dengan berkontribusi dan menyiasati kebenaran yang ada, terutama kepada berita *hoax*. Maka dari itu, masyarakat harus teliti serta selektif dalam menerima sebuah informasi. Dalam Alqur'an sikap teliti serta selektif dinamakan dengan *tabayyun*. Islam memberikan petunjuk dan ajaran agar terhindar dari kekeliruan dalam berkomunikasi dan menerima berita, yakni dengan cara klarifikasi (*tabayyun*). Perintah *tabayyun* sangatlah penting, ketika prasangka yang semakin menguat menjadikan perpecahan umat. (Laily, 2022)

Dalam Al-Quran Surah Al-Hujurat ayat 6, telah dijelaskan agar selalu bertabayyun ketika menerima berita:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ تَدْمِينًا

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang yang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."*

Pada Tafsir al-Mishbah, ayat tersebut menggunakan kata *in* (jika), dan kata tersebut digunakan untuk sesuatu yang tidak kerap terjadi. Kata ini menunjukkan bahwa keberadaan orang fasik terhadap orang yang beriman tidak kerap terjadi atau jarang. Hal ini, dikarenakan orang-orang yang beriman tidak mudah dibohongi, orang yang beriman akan lebih teliti jika menemukan sebuah informasi. Orang fasik pun pasti mengetahui hal tersebut, sehingga yang fasik akan

susah membohongi kaum muslim dan mencari cara lain untuk menyesatkan orang beriman. Penyebaran berita pada media sosial memang sangatlah cepat.

Selanjutnya, ayat tersebut memiliki kata *fasiq*, pada kata tersebut digunakan untuk menggambarkan buah yang sudah matang atau rusak. Begitu juga dengan orang yang durhaka, yang biasa dikarenakan oleh dosa besar maupun sering melakukan dosa kecil. Hal itu yang termasuk keluar dari tuntunan agama. Kata *naba'* biasanya digunakan untuk *hal yang penting (berita)*, yang dimaksud disini adalah memilah informasi itu perlu. Dalam memilah informasi pun perlu dibatasi dengan memilah informasi yang sekiranya penting. Apabila informasi tersebut tidak penting, maka tidak perlu diteliti. Karena hal tersebut akan membuang waktu dan tenaga yang sia-sia. Kata *bi jahalah* artinya adalah *tidak mengetahui, tidak menyadari* atau bisa diartikan dengan *kejahilan*, perilaku seseorang yang tidak wajar dan kehilangan kendali, baik dari kepicikan pandangan, kepentingan sementara hingga dari dorongan hawa nafsu. Hal tersebut bisa dikategorikan sebagai istilah yang melalaikan perintah Allah (Nisak C, 2020).

Sebagai seorang muslim, Islam mengajarkan untuk melakukan tiga hal sebelum menyampaikan kepada orang lain berita yang kita terima. *Pertama*, klarifikasi. Hendaknya meneliti suatu berita yang diterima dengan selektif sehingga tidak langsung menerima dan mempercayainya. *Kedua*, menjauhi prasangka. Ketika seseorang terpancing menambah-nambahi informasi yang akan dia sampaikan dengan prasangka pribadi, yang menjadikan informasi tersebut tidak asli lagi sehingga menjurus ke opini. Kebanyakan manusia menggunakan sangkaan tanpa mempunyai dasarnya, dan apa yang diperoleh dari sangkaan tersebut bukanlah suatu jalan keluar, karena bersandarkan pada sangkaan dalam suatu masalah tidak akan memberikan manfaat apa-apa. Maka dari itu, ketika hendak menyampaikan berita hendaknya menyampaikan dengan utuh tanpa

ditambahi dan juga dikurangi. *Ketiga*, berbicara dengan baik ataupun diam saja. Jika kita hendak menyampaikan suatu berita, maka periksa terlebih dahulu bahwa informasi yang dibawa tersebut merupakan informasi yang baik, maksudnya baik, serta di sampaikan dengan cara yang baik pula. (Laily, 2022)

B. Generasi Milenial dan Milenial Muslim

1. Pengertian Generasi Milenial dan Milenial Muslim

Neil Howe dan William Strauss (2000) mencirikan generasi milenial merupakan orang yang turun ke dunia pada tahun 1982 hingga sekitar dua puluh tahun kemudian. Generasi milenial ini dikenal sebagai Usia Y. Istilah usia Y mulai digunakan pada artikel kertas penting AS pada Agustus 1993. Usia tersebut menggunakan inovasi korespondensi instan yang besar, seperti SMS, e-mail dan media sosial seperti Facebook dan Twitter, dll. Generasi Y ialah generasi yang menjalani waktu usia dini di *web time* yang berkembang pesat (Yanuar, 2017). Hasil penelitian yang disampaikan oleh Seat Exploration Center, menjelaskan bahwa generasi milenial suka menggunakan digitalisasi, musik dan internet telah menjadi kebutuhan penting zaman ini (H Wahana, 2016).

Generasi milenial merupakan individu atau kelompok yang lahir diatas tahun 1982. Selain itu generasi milenial muslim, generasi ini merupakan generasi milenial yang memiliki status agama islam dan hidupnya selalu memiliki nilai keislaman serta modernitas yang berjalan bersamaan. (Raharjo, Rozi, Burhani, Raya, 2020).

2. Karakteristik Generasi Milenial

Generasi milenial memiliki karakteristik diantaranya:

- a) Generasi Milenial lebih mempercayai Konten Buatan Pengguna daripada informasi satu arah

Milenial memiliki rasa ragu pada berita tidak langsung. Milenial pada perusahaan dan iklan besar memiliki rasa ragu yang besar,

justru pengalaman pribadi daripada iklan atau ulasan konvensional lebih di pentingkan bagi kaum milenial. Misalnya, beli produk di toko, milenial lebih memilih nilai produk dimata masyarakat sebelum membelinya.

b) Milenial lebih memilih handphone dibanding TV.

Dalam keberadaan zaman ini bagian penting ialah internet. Para milenial, biasa menjauhkan iklan di TV. Milenial lebih menyukai dapatkan info dari ponsel mereka, melewati pencarian *Google* atau chatting di pertemuan-pertemuan, yang diikuti oleh generasi ini pada umumnya untuk mendapatkan informasi lengkap tentang kehidupan lingkungan mereka.

c) Milenial wajib memiliki media sosial.

Percakapan yang tiba-tiba melonjak dalam permintaan untuk generasi milenial sangat lancar. Namun, itu tidak berarti bahwa komunikasi biasanya terjadi secara dekat dan pribadi, tetapi juga kebalikannya yang luar biasa. Sejumlah besar generasi milenial ini melakukan semua komunikasi mereka melalui medsos atau juga berbicara di internet, caranya menciptakan suatu akun yang berisi data diri mereka, seperti Facebook, Twitter, hingga Line. Medsos digunakan sebagai tempat untuk realisasi diri dan artikulasi, dengan suatu yang dijelaskan padanya adalah apa yang dibaca oleh semua orang. Oleh karena itu, nyaris seluruh Generasi milenial pasti mempunyai akun medsos tempatnya berbagi dan berkomunikasi.

d) Milenial kurang suka membaca secara konvensional

Jumlah penduduk di Indonesia pada individu yang suka membaca buku pasti menurun di era milenial. Untuk generasi ini, menulis dianggap membingungkan dan melelahkan. Usia milenium dapat dikatakan cenderung untuk memeriksa gambar

e) Milenial cenderung tidak loyal namun bekerja efektif

Tahun 2025 diperkirakan, generasi milenial ini akan memiliki 75% dari angkatan kerja di seluruh dunia. Saat ini, tidak sedikit dari

posisi otoritas dan administrator telah terlibat oleh generasi milenial. Seperti yang diungkapkan oleh penelitian Sociolab, generasi milenial akan sering meminta kompensasi yang signifikan, meminta jam kerja yang dapat disesuaikan, dan meminta kenaikan segera. Mereka juga tidak setia pada organisasi atau asosiasi.

f) Millennial lebih tau teknologi dibanding orang tua mereka

Masa ini memandang dunia tidak secara langsung, namun secara bergantian, terutama dengan menunggangi dunia maya, dengan tujuan mereka mengetahui semuanya. Mulai dari menyampaikan, berbelanja, mendapatkan informasi dan berbagai kegiatan (Hidayat, 2019).

BAB III

AKTIVITAS LITERASI MEDIA DI JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UDINUS SEMARANG

A. Profil Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Jurusan Ilmu Komunikasi pada Udinus Semarang adalah jurusan yang berada dalam Fakultas Teknologi Komunikasi yang berdiri pada tanggal 25 November 2013. Prodi S1 Jurusan Ilmu Komunikasi ini mendapatkan ijin penyelenggaraan dari DIKTI melalui surat keputusan Nomor 564/E/O/2013 pada tanggal 25 November 2013. Di Udinus Semarang Program Studi S1 Ilmu Komunikasi mulai beroperasi pada tahun 2014. Pada tanggal 2015, S1 Ilmu Komunikasi telah terakreditasi B sesuai dengan SK BAN PT nomor: 395/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2015 yang tercatat pada tanggal 15 Mei 2015.

Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang dipimpin oleh kepala jurusan Dr. Rahmawati Zulfiningrum, S.I.Kom., M.I.Kom. Jurusan ini memiliki gedung kuliah yang berlokasi di Jl. Karang Anyar VII, Gabahan, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah.

Adapun visi dan misi Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang adalah sebagai berikut:

1) Visi

Menjadi Program Studi Pilihan Utama Di Bidang Komunikasi Dengan Keunggulan Penguasaan Kompetensi Komunikasi Berbasis Teknologi Informasi dan Creativepreneurship

2) Misi

1. Menyelenggarakan proses pendidikan unggulan di bidang komunikasi, dengan penguasaan keilmuan, serta keahlian komunikasi yang berbasis teknologi informasi.
2. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui melalui pendidikan, pendekatan ilmu dan keterampilan komunikasi untuk menghasilkan para creativepreneur di masa depan.

3. Meningkatkan kerjasama secara institusional dengan berbagai lembaga dalam lingkup nasional dan internasional yang relevan untuk pengembangan program studi.
4. Menyelenggarakan penelitian di bidang ilmu komunikasi yang berkualitas, serta melaksanakan pengabdian masyarakat dengan prinsip menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada masyarakat luas sehingga bermanfaat bagi pembangunan nasional. (Profil Ilmu Komunikasi Udinus Semarang yang di kutip pada tanggal 26 Mei 2022).

B. Media Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi UDINUS Semarang

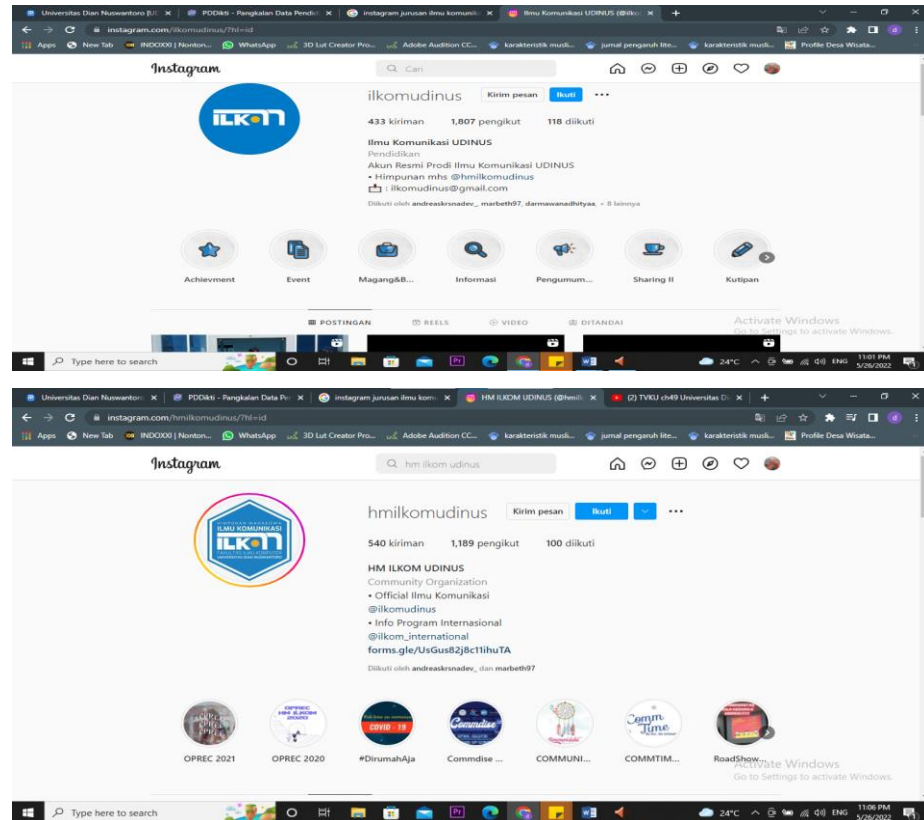
1. Instagram

Media yang digunakan oleh jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang adalah Instagram. Instagram adalah nama media sosial yang berasal dari kata “insta” atau “instan”. Kata itu diambil seperti kamera polaroid yang sebelumnya diketahui dengan “kamera instan”. Sedangkan untuk kata “gram” merupakan penggalan dari kata “telegram”, cara kerjanya mengirim dengan cepat informasi kepada orang lain (Untari, Dewi, Endah Fajariana, 2018).

Selain itu, medsos ini merupakan suatu bentuk komunikasi dengan fitur baru dimana penggunanya dapat berbagi tentang dirinya melalui foto dan video yang kemudian *diposting*. Uniknya dalam Instagram memiliki fitur jumlah pengikut yang tergantung dari seberapa banyak *share postingan* di Instagram. Jadi semakin banyak foto yang di *share*, semakin memungkinkan pula banyak pengikutnya (Nilnan, Alifa, Fitri, 2021). Hal ini sejalan dengan apa yang sudah dilakukan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang, melalui anggota media dari kampus dan himpunan mahasiswanya menggunakan Instagram untuk memperkenalkan Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang.

Jurusan Ilmu Komunikasi menggunakan Instagram tidak hanya untuk menginformasikan tentang kegiatan jurusan, tetapi juga memperkenalkan berbagai potensi jurusan Ilmu Komunikasi. Saat ini Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus memiliki *followers* sebanyak 1,807

followers. Adapun akun pendukung jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang yang berasal dari himpunan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi yaitu @hmlkomudinus. Akun ini memiliki jumlah *followers* 1.189 pengikut.



Gambar 2. Tampilan Instagram Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Sumber: (<https://www.instagram.com/ilkomodinus/?hl=id>)

2. Situs Web

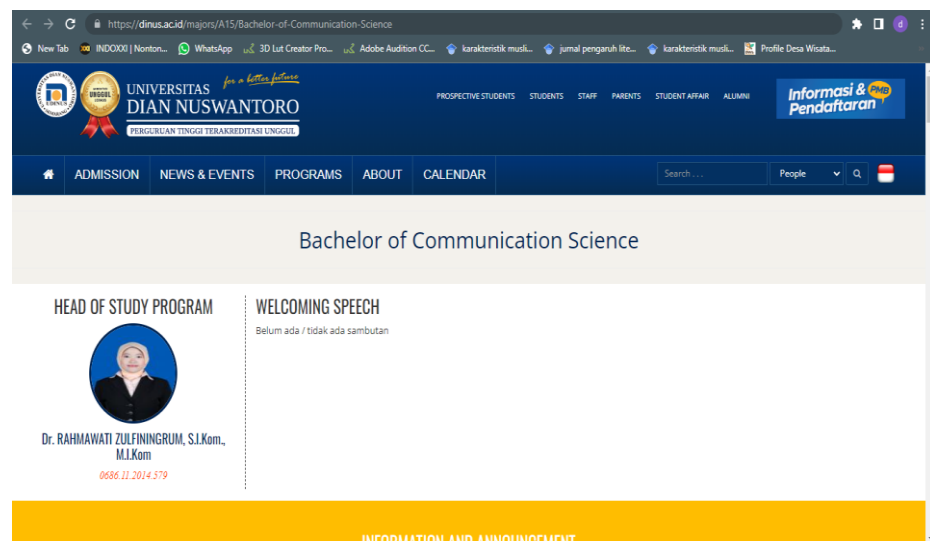
Situs Web yang digunakan oleh jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang bergabung dengan situs web resmi dari web Udinus Semarang. Alamat webnya dinus.ac.id/majors/A15/Bachelor-of-Communication-Science.

Dalam halaman resminya, terdapat beragam macam fitur yang bisa dilihat. Bukan hanya biodata dan visi misi yang berada pada halaman resmi Udinus, tetapi juga terdapat beragam macam informasi

kegiatan yang dilakukan oleh jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang.

Dalam situs web Jurusan Udinus Semarang, memiliki beragam macam informasi yang terdapat pada jurusan Ilmu Komunikasi. Diantaranya informasi nama nama dosen yang berada di jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang. Semua nama yang ada lengkap dengan mata kuliah yang diampunya. Tertera juga mata kuliah yang akan diajarkan untuk mahasiswa, dan informasi tujuan jurusan setelah mahasiswa lulus dari kampus.

Yang menarik dalam situs web jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang adalah situs web ini memiliki fitur kumpulan skripsi ataupun penelitian yang pernah dibuat oleh mahasiswa dan juga dosen jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang. Sehingga mahasiswa bisa terbantu ketika ingin mencari contoh penelitian yang pernah dibuat oleh mahasiswa dan dosen Udinus.



Gambar 3. Tampilan Situs Web Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Sumber: (<https://dinus.ac.id/majors/A15/Bachelor-of-Communication-Science>)

C. Gambaran Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UDINUS Semarang

Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang mengajarkan mahasiswanya mata kuliah literasi media dengan nama “Literasi Informasi”. Jumlah mahasiswa per angkatan 2018 dan 2019 jurusan Ilmu Komunikasi memiliki total 125 orang. Dalam kelas dibagi sekitar 12 mahasiswa atau lebih. Data terakhir ada beberapa mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang yang sudah lulus kuliah sehingga sudah meninggalkan Udinus Semarang.

Angkatan 2018 dan 2019 jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang mendapatkan sistem pembelajaran *offline* dan *online*. Mahasiswa mengikuti kuliah *offline* pada tahun 2018-2020, wabah covid-19 melanda Indonesia pada tahun 2020-2022 diberlakukan kuliah *online*.

Mahasiswa yang berada dalam jurusan Ilmu Komunikasi diajarkan beberapa mata kuliah. Pada mata kuliah tersebut tidak jauh dengan dunia komunikasi penyiaran. Komunikasi penyiaran memiliki mata kuliah sangat menunjang *skill* mahasiswa Udinus sendiri. Mahasiswa Udinus diajarkan jurnalistik, *broadcasting*, periklanan, *public speaking*, film, cinematografi, dan literasi informasi yang didalamnya berisi literasi media. Mata kuliah tersebut merupakan tujuan dari jurusan untuk menghasilkan mahasiswanya bekerja di bidang penyiaran yang profesional.

Mata kuliah literasi media atau dikenal dengan literasi informasi diampu oleh Bapak Muslih M.Kom. Menurut para mahasiswa, cara pengajarannya sangat asik dan mudah dipahami. Cara pengajarannya tidak selalu terfokus dengan materi langsung, tetapi selalu ada penalaran dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu bapak Muslih M.Kom memberi tips dan trik untuk mendapatkan informasi yang mudah dan benar agar di kehidupan mahasiswa tidak memakan informasi sembarangan. Itulah yang membuat mahasiswa dengan *enjoy* dengan mata kuliah literasi informasi.

Untuk mengetahui pemahaman literasi media yang dimiliki oleh mahasiswa, peneliti menggunakan indikator melalui teori Silverbatt yaitu pemahaman literasi merupakan pemahaman untuk mengakses, menganalisis, dan memproduksi informasi. Dari indikator yang ada, peneliti memiliki beberapa data dari 6 informan mahasiswa muslim jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang:

1. Pemahaman Literasi Media Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Peneliti memperoleh informan yang merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang menggunakan media sosial yang berusia angkatan 2018. Informan tersebut merupakan generasi muslim milenial di jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang. Selama pandemi covid-19, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang melaksanakan kuliah *online*. Walaupun demikian adapun melaksanakan kuliah online di kampung halamannya masing masing, dan ada pula yang kuliah *online* yang menetap di Semarang. Masing-masing mahasiswa yang kuliah *online* di Semarang, memiliki alasan tersendiri. Ada yang menetap di Semarang dikarenakan *disambi* kerja, ada pula yang menetap karena tidak bisa pulang lantaran kampung halaman yang terletak sangat jauh. Para informan yang kuliah *online* di kampung halaman ada delapan orang, sedangkan kuliah *online* di Semarang ada empat orang. Total informan ada dua belas orang.

Dalam menjalankan sosial media, masing masing Informan memiliki kecenderungan dengan hobi atau berhubungan dengan pekerjaan. Berikut data masing masing informan.

Informan 1 Indah Puspitasari. Indah dalam bermedia lebih menyukai hal-hal yang mengandung hiburan. Media sosial yang ada didalamnya tidak jauh dengan konten hiburan. Menurutnya nonton yang lucu-lucu bisa mencairkan suasana ketika sedang stress. Tapi untuk kegiatan sehari – harinya bisa memprioritaskan mana waktu

untuk berbisnis dan mencari waktu untuk menonton hiburan di media sosial.

Informan 2 Silvia. Ia menetap di Semarang karena kerja. Menurut Silvia, ia ingin kuliah tidak hanya sekedar kuliah, tetapi ia ingin memiliki penghasilan sendiri dari hasil kerja. Silvia menyukai *fashion*. Isi dalam media sosial juga tidak jauh dari *fashion*. Dengan begitu, Silvia mengakui sering mendapatkan informasi tentang *fashion* dan memahami bagaimana cara membedakan barang yang bodong dan barang yang asli. Menurut Silvia ada beberapa hal yang harus di perhatikan agar terhindar dari penipuan barang bodong. Diantaranya kita harus teliti dan melihat *review* dari *customer* lain yang terlebih dulu minat terhadap barang tersebut.

Informan 3 Hanantya Prasetya, Hanan melaksanakan kuliah *online* di rumah asalnya. Rumah asalnya di Tegal. Beda dengan informan sebelumnya, Hanan lebih tertarik dengan ilustrasi seni dan juga konten berita dalam media sosial. Dari hobinya menonton seni Hanan dapat mengasah kreativitas nya seperti menggambar anime, membuat video, dan mengedit gambar. Sedangkan Hanan, apabila menonton informasi di media sosial dia menambah wawasan dan pengetahuan yang positif agar menjadi ilustrator.

Informan 4 Salsabila Zahira, Salsabila sama dengan informan 2, ia kuliah *online* sambil kerja di Semarang. Media sosial yang dipakainya pun sama dengan informan 1 bahwa media sosial yang dipakai untuk hiburan semata untuk meredakan stress. Informasi yang didapatkan lebih banyak tentang informasi komedi dari pada berita. Menurutnya berita hanya untuk sekedar tau saja dan hanya berita yang menarik saja yang sering Salsa baca. Karakter salsa yang cenderung kurang tertarik terhadap berita, salsa sering ketinggalan informasi baru yang terjadi.

Informan 5 Candra Zida Arinta, Candra kuliah *online* selama pandemi. Candra informan yang menarik di sini. Ini dikarenakan menurutnya media sosial yang sering dia pakai digunakan untuk

“*mental health*”. *Mental health* yang digunakan akan sangat membantu untuk meredakan *stress* ketika menghadapi skripsian. *Mental heath* tersebut sering digunakan juga untuk membantu orang lain yang memiliki rasa tidak percaya pada diri sendiri. Candra juga sering membagikan informasi tentang *mental health* di media sosialnya.

Informan 6 Idam Kanarang. Selama pandemi covid-19, Idham melakukan kuliah *online* di rumah asalnya, Tegal. Idham Kanarang merupakan angkatan 2018. Idham kanarang menyukai fotografi. Semua media sosial yang ia ikuti didalamnya tidak jauh dengan tayangan fotografi. Selain itu Idham Kanarang juga menyukai membaca berita dan olahraga. Menurutnya berita juga penting untuk dirinya supaya selalu *update* kejadian yang terjadi diluar sana. Idham sering menggunakan media sosialnya untuk kebutuhan fotografi dan juga untuk berbisnis. Tujuan idham dalam menonton media soal juga untuk mencari tahu trik agar bisa mengasah skill saat bermain sepak bola.

Informan 7 Boy Prakoso. Selama pandemi covid-19, Boy melaksanakan kuliah *online* di kampung halamannya. Hal yang ia sukai adalah olahraga. Hal yang berhubungan dengan media sosialnya tidak jauh dengan olahraga. Menurutnya berita olahraga adalah kepentingan tersendiri karena hobi. Melewati hobinya yang menyukai olahraga, informasi yang sering ia dapatkan tidak jauh dari olahraga. Olahraga yang dimaksud Bo adalah olahraga sepak bola. Informasi yang didapatkan, tidak jauh tentang informasi dunia sepak bola dalam negeri ataupun luar negeri.

Informan 8 Celi Ayu Safitri. Selama pandemi covid-19, ia melaksanakan kuliah *online* di Semarang. Itu dikarenakan ia mengisi waktu luang kuliah dengan bekerja. Hobi yang ia sukai adalah makanan dan *fashion*. Isi dari konten media sosial yang di miliknya tidak jauh dengan dunia makanan dan *fashion*. Menurutnya, informasi tersebut bisa membantu bisnis yang ia lakukan saat ini.

menurut Celi, media sosial bisa memanfaatkan dan menghasilkan uang. Sehingga Celi melalui hobinya tersebut, memanfaatkan media sosial untuk berbisnis fashion melewati media sosial.

Informan 9 Sarah. Sarah. Hal yang paling di sukai dengan Sarah adalah *quotes* dakwah dari para ulama. Hal yang sering ia lakukan adalah *merepost quotes* yang menjadikan pedoman hidup dan membagikannya di media sosial. Menurutnya, karena Sarah adalah seorang muslim ketika mendapatkan *quotes* dakwah dari para ulama lewat media sosial bisa membantu orang lain juga. Menurutnya, membantu orang lain ini dalam hal untuk mendapatkan motivasi hidup. Cara yang ia lakukan juga unik. Yaitu mendengarkan ceramah yang ada di media sosial, lalu ia menangkap kata kata yang bisa dijadikan tulisan, dan lalu membagikan tulisan itu melewati *story* di media sosialnya atau dengan memposting foto di media sosialnya.

Informan 10 Nur Amelina Putri Hal yang paling ia sukai adalah membaca berita. Membaca berita akan selalu mendapatkan wawasan luas apa yang terjadi di sekitarnya. Karena kesukaannya itu, Amelina sering menemukan berita berita bodong yang mengganggu kenyamanan pengguna medsos dan sering membedakan berita mana yang benar dan asli. Tidak jarang Amelina melakukan penelusuran lebih lanjut tentang berita yang Amelina baca, sering Amelina turut andil melakukan pelurusan berita yang memang harus diperbaiki agar tidak mengganggu kenyamanan public.

Informan 11 Agista, Hal yang paling ia sukai adalah *dance*. Ia sangat menyukai *dance* sehingga konten di media sosial yang ia miliki pun berisi dengan *dance*. Bukan hanya konten dance, tetapi juga ia mengikuti akun dari *dancer* tersebut, dan berita berita *dance* yang update tiap harinya. Dengan demikian, Agista juga sering memposting dirinya dengan gerakan *dance* yang ia sukai di media sosial. Menurutnya, informasi seperti ini sangat membuat hatinya terus semangat dalam hidup.

Informan 12 Salma. Kesukaannya adalah dunia fashion dan wisata kuliner. Hal yang ia tangkap dengan berita tersebut ia sering mendapatkan informasi yang berguna untuk kesukaannya seperti berita wisata terkini, ataupun tempat kuliner nikmat yang ada. Walaupun demikian, seringkali ia menyurvei dahulu dari akun resmi yang ada pada tempat wisata dan kuliner serta rating dari tempat tersebut, ia mengatakan bahwa pernah mendapatkan tempat yang baik.

2. Pemahaman Mengakses Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Mengakses merupakan suatu kemampuan mengakses media mengacu pada pemahaman untuk menetap pada konten media sesuai dengan kebutuhan mereka dan menjauhi konten media yang tidak berguna.

Pada penelitian ini, peneliti memasukkan beberapa indikator untuk menggambarkan *pemahaman mengakses* mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi untuk menggambarkan kesadaran penggunaan media sosial.

Indah Puspitasari merupakan informan pertama di dalam penelitian ini. perangkat yang di pakai Indah untuk mengakses media sosial adalah *smartphone*, dalam penggunaanya karena menurut Indah merasa mengakses media sosial melewati *smartphone* jauh lebih efisien dibandingkan melewati perangkat lain seperti laptop.

“menurut saya, karena jaman sekarang jaman modern, pake smartphone buat akses media sosial tu yang paling mudah sih untuk generasi milenial sekarang. Karena mau apa apa tu gampang. Tinggal klik klik,, udah deh langsung ada hasilnya”

Selain itu Indah juga memahami bagaimana cara untuk mengakses media sosial yang ada di dalam *smartphone*. Mengakses media sosial sudah menjadi kebiasaan bagi Indah, biasanya ia mengakses media sosial pada pagi siang dan malam sebelum tidur.

Dalam sehari, Indah mampu mengakses media sosial selama 3 jam bahkan lebih, di dalam durasi tersebut biasanya Indah mengakses medsos untuk membuka Instagram. menurut informan, mengakses Instagram sudah tidak perlu repot repot lagi, karena jika ingin mengakses hanya tinggal *Log-in* memakai akun yang sudah tersimpan di Instagram. Biasanya yang ia akses di Instagram adalah reel dan video lucu. Alasan Indah sering hanya mengakses Instagram dari pada media sosial yang lain karena Indah hanya suka menonton tayangan lucu lucu.

“yaa... kalo ngakses media sosial mah gampang. Tinggal buka, terus ya tinggal Log in saja si pake akunku. Soalnya kan Instagram juga udah bisa nyimpen username sama password si, jadi gak perlu repot ngotak ngatik lagi untuk log-in. terus ya kalo ngakses medsos paling 3 jam lebih aku buka media sosial, itu juga ya gak keterusan. Biasanya aku ngakses medsos ya buat nonton video lucu dari reel yang lewat di Instagramku.”

Selanjutnya informan 2 Silvia, Silvia lebih memilih perangkat *smartphone* untuk mengakses media sosial. Ini dikarenakan perangkat *smartphone* sangat menjunjung media sosial yang sering ia akses yaitu media sosial Tik-tok. Menurutya mengakses media sosial Tik-tok sangat mudah diakses dan tidak perlu *log-in* juga tidak masalah. Walaupun demikian, Silvia memiliki akun tersendiri di Tik-tok. Berbeda dengan Instagram, menurut Silvia, mengakses Tik-tok sangat mudah karena ketika *log-in*, tidak perlu mengisi username ataupun password, melainkan langsung masuk kedalam akun tersebut.

“wah andai kamu tau, tik-tok tu penyelamaat aku ketika lagi stress karena pekerjaan. Sebenarnua ngakses tik-tok lebih mudah dari pada ngakses media sosial lainnya. Soalnya kalo ngakses Tik-tok tu gak perlu yang namanya Log-in. ya walaupun aku punya akun sendiri si sekarang.”

Silvia suka mengakses media sosial Tik-tok karena didalamnya mengandung beragam audio visual secara acak ada di dalamnya dan

penggunaannya lebih mudah dibandingkan media sosial lainnya yang ia miliki. Dalam 1 hari Silvia merupakan orang yang paling sering mengakses Tik-tok dibanding media sosial lainnya. Silvia bisa mengakses Tik-tok selama 3 jam lebih untuk *scroll* Tik-tok untuk menontonnya, biasanya Silvia menonton pada malam hari setelah pulang kerja dan sudah menjadi kebiasaan baginya untuk menonton Tik-tok sebelum tidur.

“Ya maka itu abis kerja aku buka tik-tok. Soalnya kalo gak buka tik-tok rasanya agak hampa gitu. Kalo berapa lamanya aku scroll tik-tok tu ya sekitar 2 atau 3 jam lebihan. Walaupun scroll doing ya, itu kita tu ya bisa liat video random dari banyak akun yang gak kita kenal”

Informan yang ketiga adalah Hanantya Prasetya adalah seorang mahasiswa yang kesukaannya hanya dengan seni rupa. Hanantya mengakses media sosial diantaranya Instagram, twitter, facebook. Ia sering menggunakan ketiga media sosial yang ia miliki saat ini. walaupun begitu, hanan lebih mengatakan bahwa ia lebih sering mengakses Instagram. Ia mengakses media sosial menggunakan *smartphone*. Menurutnya, mengakses media sosial sangat mudah dan tidak perlu repot. Dalam artian, Hanan mampu untuk mengakses media sosial seperti *Log-in* dan menggunakan Instagram sebagai media sosial yang ia pakai. Tambahnya, mengakses sosial media merupakan hal yang sudah awam bagi orang yang sama generasinya dengannya.

“kalo aku ngakses medsos paling yang paling sering Instagram. soalnya Instagram tu gampang, login ya cuman isi data seperti pake akun yang berkaitan seperti akun facebook. Jadi ya gak perlu repot repot. Pokoknya jaman sekarang, orang orang atau generasi seperti kita itu pasti udah tau lah cara akses media sosial kayak gimana”

Hanan sudah sejak lama mengakses media sosialnya untuk edukasi tentang ilustrasi seni rupa. Biasanya Hanan mengakses

media sosial pada sore dan malam hari. Hanan mengakses media sosial 3 jam lebih jam perharinya.

“ya paling liat liat ilustrasi gitu si. Ya mau gimana lagi ya, aku sukanya nggambar dari kecil. Kadang ilmu ya bisa diambil dari mana saja. kek aku ini ambil ilmu dari medsos. Kalo seringnya aku ngakses medsos bisa sekitar 3 jam lebih si.”

Informan yang keempat yaitu Salsabila Sahira. Media sosial yang sering ia akses adalah Instagram, WhatsApp, Tik-tok. Media sosial yang paling ia akses adalah Instagram. Menurutnya mengakses Instagram adalah hal yang paling mudah. Karena mengakses Instagram hanya *login* memakai akun yang terhubung dengan Facebook.

“Instagram itu yang biasa aku akses sih. Soalnya disitu gampang ngaksesnya. Hanya buka, login pakai akun yang udah ada di Facebook, terus udah enjoy ngakses gitu. Terus ya kalo ngakses Instagram bisa langsung masuk ke akun walaupun udah keluar dari aplikasinya.”

Ketika mengakses media sosial, Salsa mengakses medsos dengan durasi 3 jam lebih perharinya, karena ia hanya aktif melihat Instagram pada malam hari sebelum ia tidur untuk mencari hiburan dan juga mengisi waktu luang sebelum tidur.

“banyak sekali informasi dan hiburan yang penting. Kadang aku kalo ngakses tu suka sama yang video lucu buat mencairkan suasana. Biasanya aku kalo buka instagram bisa lebih dari 3 jam.”

Informan yang kelima ialah Candra Zida Arinta, yang merupakan sosok mahasiswa yang menyukai konten yang megandung “*mental helath*”. Media sosial yang sering ia akses adalah media sosial Instagram. Menurutnya mengakses media sosial yang adalah perkara yang mudah. Candra mengatakan jika ingin mengakses media sosial hanya tinggal buka aplikasi saja. Karena sebelumnya sudah *login* dan terdaftar di media sosial tersebut.

“Instagram sih biasanya. Kalo perkara akses si, gampang banget. Ya ini menurutku saja si, mungkin karena udah terbiasa, atau mungkin karena aku anak milenial juga kan. Kalo awal awal ya itu paling cuman disuruh login, terus setelah login gak perlu login lagi karena udah terdaftar terus ya tinggal buka aplikasi saja”

Dalam mengakses Instagram, Candra menghabiskan waktu 2 bahkan 3 jam untuk mengakses Instagram setiap harinya. Candra sering mengisi waktu luangnya di rumah pada siang hari, dan yang paling banyak pada malam hari.

“ kalo aku akses medsos tu suka cari kata motivasi, banyak sekali konten mental helath yang ada disitu. Ya sebenarnya gak mental helath juga yang selalu ingin cari di dalam Instagram. Tapi juga hiburan yang aku butuhin di Instagram. Selama 2 jam bahkan sampe 3 jaman aku ngakses Instagram kalo ditotal”

Selanjutnya informan yang keenam adalah Idam Kanarang. Saat ini media sosial yang diakses oleh Idam adalah Instagram dan WhatsApp. Media sosial yang paling sering ia akses adalah Instagram untuk mencari informasi dan WhatsApp untuk berkomunikasi dengan orang lain. Namun Idam lebih suka mengakses Instagram karena kesukaannya dengan mencari informasi tentang fotografi. Menurutnya mengakses Instagram adalah hal yang sudah biasa yang ia lakukan dan mudah di lakukan. Menurut Idam, hal itu juga menjadi suatu keanehan pada diri sendiri karena begitu mudahnya kalo ia mengakses media sosial. Apalagi ketika *login* aplikasinya.

“kalo misal akses medsos ya aku sukanya Instagram. Perkara bagaimana mengaksesnya aku juga gak tau ya, ini mungkin lebihhanku karena mungkin aku orang milenial yang suka dengan mengakses kayak gituan. Dilhatnya mudah saja. Seperti login, ngisi data untuk login, dll”

Biasanya Idam mengakses Instagram dalam durasi sekitar 3 jam perharinya, ia hanya aktif pada malam hari, dan biasanya Idam mengakses Instagram untuk bahan jualan jasa fotonya.

“Kamu tau sendiri kan aku suka foto, nah disitu ngakses instagram tu juga buat mempromosikan jasa fotoku lewat Instagram. Ya kalo diitung itung bisa lebih dari 3 jaman aku ngaksesnya”

Selanjutnya adalah informan ke tujuh, Boy Prakoso. Saat ini media yang ia akses adalah Instagram. Media ini sering ia gunakan untuk dijadikan bisnis dan mencari referensi. Menurutnya mengakses media sosial adalah hal mudah. Hanya buka-lihat-*scroll*-lihat lagi dan itu bukan hal yang sulit. Lalu menurut Boy bahwa media sosial yang ia miliki adalah karena fitur media sosial tersebut sudah lengkap

“mudah banget pake Instagram. Kan tinggal buka, scroll, liat lagi. Gitu aja terus. Jadi ya lengkap sekarang tu Instagram”

Selain itu, Boy Prakoso mengakses Instagram memiliki durasi lebih dari 3 jam, bahkan hingga lebih dari 12 jam. hal ini dikarenakan Ia terobsesi dengan olahraga sepak bola. Ia hanya ingin tidak tertinggal berita tentang bola di setiap harinya.

“ya mau gimana lagi. Aku akses lebih dari 12 jam. mungkin karena hobiku si ya, jadinya aku kek aku gak mau ketinggalan berita lagi kayak dulu.”

Selanjutnya informan kedelapan yaitu Celi Ayu Safitri. Saat ini media yang sering ia akses adalah Instagram dan Tik-tok. Walaupun itu, Instagram adalah media sosial utama yang sering ia akses. Media ini sering ia pakai untuk mencari referensi makanan dan *fashion*. referensi makanan dan *fashion* tersebut merupakan suatu hiburan tersendiri untuk Celi

“fashion sama makanan tu yang sering aku buka. Soalnya aku kan suka makan dan suka liat baju baju bagus juga. Kadang juga aku suka liat tutorial style hijab atau apa gitu”

Selain itu, Celi mengakses media sosial lebih dari 3 jam dan bahkan bisa 8 jam. ini ia gunakan ketika Celi sedang senggang dan tidak ada kegiatan.

“kalo senggang aja sih. Sekitar 8 jam lah”

Selanjutnya informan kesembilan, Sarah. Sarah saat ini menggunakan sosial media. Media sosial yang ia sering pakai adalah instagram. Menurut ia, mengakses media sosial adalah hal yang mudah. Isi media sosial yang sering ia akses biasanya adalah quotes ulama. Menurut Sarah, *quotes* ulama tersebut dijadikan untuk pencerahan hidup Sarah.

“biasanya aku kalo buka medsos lebih ke quotes sih. Quotes dakwah dari ulama. soalnya entah kenapa kalo liat quotes tuh seperti dituntun gitu menjadi kearah yang benar”

Sarah mengakui bahwa ia mengakses media sosial lebih dari 12 jam. hal ini digunakan ia hanya untuk mengoleksi quotes yang ada pada media sosial untuk disimpan.

“berapa lama akses? Kalo aku gak nentu, bisa seharinya lama, bisa juga juga bentar. Ya kalo rata rata aku paling ngakses medsos bisa 12 jam ataupun lebih”

Informan kesepuluh adalah Nur Amalina Putri. Amalina memiliki media sosial yang sering ia pakai adalah Instagram dan WhatsApp. Menurutnya Instagram dengan WhatsApp memiliki fungsi yang berbeda. WhatsApp untuk berkomunikasi, jika Instagram untuk hiburan. Menurut Amalina mengakses media sosial itu mudah. Hal ini mungkin dikarenakan sudah terbiasa dengan apa

yang ia lakukan dari awal ia mengenal media sosial. Hal yang sering ia akses di media sosialnya adalah berita dan juga *lifestyle*.

“aku megang medsos ya gampang gampang aja. Soalnya mungkin karena sudah biasa kali ya.. haha”

Nur Amalina Putri mengaku durasi mengakses media sosial yang ia pakai adalah bisa lebih dari 12 jam. Hal ini merupakan kewajiban Amalina dikarenakan ia melakukan kerja sampingan di bidang media sosial juga. Sehingga itu suatu merupakan hal yang sudah biasa ia lakukan

“karena kerjaanku juga berhubungan dengan berita di media sosial, yo aku harus akses media sosial selama mungkin. Ya biar aku gak ketinggalan info atau berita”

Informan kesebelas adalah Agista. Agista memiliki media sosial yang sering ia pakai adalah Instagram. Menurutnya Instagram merupakan sarana informasi yang sekarang ini updatannya sangat cepat. Menurutnya, mengakses media sosial sangat mudah, ini dikarenakan alat yang digunakan untuk mengakses media tersebut sangat memadai.

“kalo ngakses media sosial tu paling mudah sekarang. Alasannya ya perangkat kita ngaksesnya itu memadai gitu lho. Berat aplikasinya juga enteng. Jadi enak lah pokoknya”

Agista mengaku jika mengakses media sosial bisa mencapai 5 hinga 5 jam perharinya.

“ya paling 4-5 jaman lah. Kalo kelamaan biasanya capek”

Informan keduabelas adalah Salma. Salma memiliki media sosial yang sering ia pakai adalah Instagram. Menurutnya mengakses media sosial sangat mudah, ini dikarenakan alat yang digunakan untuk mengakses media tersebut sangat memadai. Bukan

hanya itu, Instagram bukan hanya bisa untuk seseorang melihat postingan saja, tetapi bisa juga untuk berkomunikasi melewati fitur *Message*.

“lho ngakses media sosial tu gampang lho. Apalagi instagram”

Salma mengaku mengakses media sosial tersebut sekitar lebih dari 3 jam bahkan 8 jam per harinya.

3. Pemahaman Analisis Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Menganalisis yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan media seperti memahami isi pesan mengevaluasi konten media atau kemampuan memahami konten. Seorang mahasiswa harus memiliki pengetahuan dan kritis dalam menganalisis akan konten yang terdapat di media sosial. Media sosial sudah sangat dekat dengan masyarakat Indonesia terutama pada generasi muslim milenial.

Informan pertama dalam penelitian ini, Indah Puspitasari menyatakan bisanya ketika mendapat informasi atau berita, hal yang akan ia lakukan menganalisisnya terlebih dahulu. Cara yang ia pakai saat menganalisis yaitu membedakan informasi benar atau palsu dengan melakukan pengecekan terlebih dahulu. Apalagi dengan akun yang tidak *terverified* itu membuat Indah tidak mudah percaya dengan berita tersebut. bukan hanya itu saja, ada tiga akun yang di percaya oleh Indah. Seperti akun Narasi, Kompas, Radar

“kadang banyak akun hoax ya, itu yang buat aku khawatir kalo buka instagram dengan akun yang belum terpercaya. Apalagi belum centang biru, itu sudah pasti harus di cek dulu. Tapi ada si beberapa akun yang aku percaya isinya, ya seperti akun Narasi, Kompas, Radar,”

Menganalisis berita atau informasi selanjutnya adalah analisis berita atau informasi yang kurang mengena. Menurut Indah ketika mendapatkan atau informasi yang tidak mengena, Indah

menganalisis dengan tenang dan sepemahaman dia. Menganalisis dari Indah adalah ketika mendapatkan berita yang tidak mengenakan yang terjadi dengan teman, atau orang lain, komentar dan jawaban yang dilontarkan sama dengan pernyataan diatas. Menurutnya semua berita yang diterima di media sosial, semuanya harus dicek terlebih dahulu. Bisa dicek kepada pihak yang bersangkutan, atau akun yang menerangkan hal yang serupa dan dibandingkan

“kalo saya melihat berita gak bisa mas langsung percaya mas. Misal dapat berita yang gak enak yang terjadi kepada teman saya, ya itu saya harus bisa bertanya dahulu kepada yang bersangkutan, bener atau nggak dia mengalami hal itu. Atau yang terjadi kepada keluarga saya, tetap saya hubungi salah satu keluarga buat menyatakan kebenarannya, atau misal berita yang gak mengenakan yang menimpa orang lain, ya aku gak langsung percaya dengan semua itu, semuanya butuh yang namanya klarifikasi mas.”

Sementara informan ke 2 pada penelitian ini, Silvia menyatakan bahwa menganalisis informasi sangat mudah ketika medapati informasi atau berita, dengan mencari refrensi berita dari banyak tempat atau akun terlebih dahulu supaya tidak asal mengambil informasi yang nanti terjatuh dalam hoax. Hal ini dikarenakan banyak sekali akun yang mengandalkan *click bait* pada judul untuk mencari viewers..

“nek aku tu ya nganilsisnya dengan bedain berita palsu gampang. Tinggal cari refrensi berita dari banyak tempat atau akun, nah disitu kita bisa liat tuh inti dari persoalnya. Soalnya kan gini, kalo misal gak melakukan hal itu ya kita bisa saja masuk dalam hoax. Soalnya banyak sekali tuh akun akun yang menggunakan click bait di judul untuk mencari viewers”

Menurut Silvia, menganalisis berita atau informasi ketika mendapatkan informasi yang kurang mengenakan menimpa teman atau keluarga ataupun orang lain, ia akan tetap membantunya dengan catatan, itu sudah ada klarifikasi dan tidak terkena mentah mentah dari judul yang ada.

“kalo ada temen, keluarga atau orang lain ya tentu aku tolong, tapi harus ada klarifikasi lho ya. Soalnya kalo nggak klarifikasi ya aku gak akan percaya dengan berita itu”

Informan ke tiga adalah Hanan, Membedakan informasi benar atau palsu yang sering ia lakukan yaitu dengan analisis terlebih dahulu. Analisisnya itu dengan cara membandingkan dengan sisi lain pada akun yang berbeda. Pada saat itu bisa dilihat cocok apa tidaknya berita tersebut. Selain itu, Hanan lebih memilih untuk melaporkan kepada pihak yang berwajib jika menemukan yang merugikan orang lain atau *hoax* dengan akun *Turn Back Hoax*

“ya kalo aku analisisnya si cara bedain berita palsu tu gampang tinggal cari informasi yang beda lain akun, terus ya kalo udah ada yang cocok nih, itu baru aku percaya. Tapi kalo aku sih kalo ada berita yang mengandung merugikan, itu biasanya aku lapor sama Turn Back Hoax di Instagram”

Menurut Hanan, analisis selanjutnya ketika mendapatkan informasi yang tidak mengenakan menimpa teman teman, keluarga atau orang lain, ia bejhar dari kesalahan yang pernah terjadi padanya. Dan analisis yang akan ia lakukan adalah *cross cek* ketika mendapat informasi tersebut. karena menurutnya jaman sekarang sudah banyak dan memakan korban, termasuk korban penipuan.

“dih kalo dapet berita kayak gitu tentu aku crosscek dulu atuh mas. Sekarang banyak sekali lho yang kena tipu karena dapat informasi yang kayak gitu. Jadi ya harus di cross sek dulu kepihak sananya buat pastiin bener apa nggaknya. Soalnya aku pernah kejadian kayak gitu, ngomongnya temen sendiri, eh malah aku kena tipu ratusan ribu. Itu kan lumayan gede mas. Jadi ya belajar dari kesalahan”

Selanjutnya pada penelitian ini informan ke 4 Salsabila Zahira menyatakan bahwa hal yang akan ia lakukan untuk membedakan informasi benar atau palsu dengan melakukan perbandingan berita itu mengandung positif atau negatif. Menurutnya, jika segi

bahasanya mudah negatif atau menjatuhkan itu sudah pasti *hoax* atau tidak 100% benar.

“tergantung, jika bahasanya negatif ya aku gak akan percaya dengan itu berita. Soalnya banyak sekali yang gak 100% berita itu dapat dipercaya lho”

Menurutnya, analisis selanjutnya yang ia lakukan ketika mendapati informasi yang menimpa dengan teman atau anggota keluarga, dalam analisisnya itu semua tergantung dari status pertemanan. Salsa mengatakan bahwa ia akan membantu teman atau orang lain yang sudah lama kenal dan dekat dengannya. Jika memang sudah kenal dan dekat, ia gak akan mewaspadaai berita informasi yang tidak mengenai yang menimpa kepada teman atau keluarganya itu.

“ya aku sih juga tergantung. Misalkan temen dekat ya gaperlu lah di crosscek, pasti aku bantu. Tapi kalo misal gak dekat walaupun kenal ya aku itu tetap harus aku waspadaai. Soalnya gak dekat”

Informan selanjutnya informan 5 Chandra Zida Arinta, menurutnya hal yang akan ia lakukan untuk membedakan informasi benar atau palsu dengan melakukan pencarian berita atau informasi yang sama di akun lain. Hal ini sama dengan pendapat dari informan 2.

“selalu baca dulu, terus cek di akun yang berbeda cari kesamaan beritanya”

Analisis lainnya yang ia gunakan dengan perihal apa yang akan terjadi jika ada berita yang mengenai yang menimpa dengan teman atau keluarga atau orang lain, ia hanya membutuhkan klarifikasi dari pihak yang terkait. Dengan begitu ia akan membantu temannya untuk klarifikasi.

“ya kalo memang teman aku gak melakukan hal itu ya mana mungkin aku diem aja, tentu aku bantu agar semuanya tercerahkan dan namanya gak jatuh”

Informan 6 Idham Kanarang, menyatakan bahwa membedakan informasi benar atau palsu yang dilakukan dengan cara melakukan perbandingan berita dengan akun lainnya. Hal ini serupa dengan pernyataan informan 2 dan informan 5.

“wah ini lagi hipe hipenya lho media sosial. Saking hipenya, medsos tu penuh dengan informasi. Maka itu harus pintar milih milih biar gak kecebak.”

Menurutnya, medsos sekarang merupakan sumber informasi yang didalamnya banyak tempat untuk mencari sumber rejeki. Walaupun demikian, Idam menyatakan banyak juga yang pake rejeki kotor dan juga rejeki yang halal atau bersih. Menurut Idham, informasi yang kurang mengenakan menimpa kepada teman atau keluarga itu bisa jadi sumber keuntungan orang lain yang dilakukan dengan cara kotor yaitu dengan menjatuhkan nama orang lain. Hal ini yang membuat Idham harus mencari kebenaran melewati sisi informasi yang berbeda walaupun isi yang sama

“tentu jika kondisi saat ini media sosial sangat bagus untuk melakukan banyak hal. Bisa mencari uang, dan juga bisa menjatuhkan orang. Maka itu kalo misal ada kabar tidak mengenakan dari keluarga atau teman di medsos, aku perlu lah yang namanya cari klarifikasi lewat sisi yang berbeda”

Informan ketujuh dalam penelitian ini, Boy Prakoso, ia melakukan analisis dengan cara sendiri. Cara yang ia pakai saat menganalisis yaitu memahami dulu dari isi berita, lalu membedakan berita tersebut dengan akun lain tetapi topik yang sama.

“kalo aku analisisnya tu ya paling disamaain dulu beritanya sama akun lain, baru nanti di analisis isnya seperti apa”

Informan kedelapan dalam penelitian ini Celi Ayu Safitri, ia menyatakan bahwa dirinya merupakan penikmat dari media sosial yang ada. Ia menyaring informasi dengan menganalisis bahwa ia melakukan analisis mencari sumber yang tepat dengan berita yang sama melalui akun yang berbeda. Walaupun begitu, Salma tidak melakukan analisis hingga terlalu dalam. Hal ini dikarenakan ia memiliki trauma tersendiri dengan *bullying*.

“aku hanya penikmat saja, aku gak sampai segitu dalamnya dengan media sosial”

Informan kesembilan ini Sarah. Sarah menganalisis informasi dengan mencari sumber, editor, dan penulis. Menurutnya itu sudah bisa dilihat untuk analisis informasi. Menurutnya hal yang juga patut dianalisis informasi dalam media sosial adalah tergantung dengan pemilihan kata. Menurutnya, informasi yang tepat tidak akan memakai kata kata yang baik dan benar.

“menurutku analisis itu mudah. Bisa dengan melihat dari tulisa, kata, editor, bahkan penulisnya”

Informan kesepuluh Nur Amelina, Amelina menyatakan yang ia lakukan untuk menganalisis informasi adalah dengan cek terlebih dahulu sebelum menganggap informasi tersebut valid.

“analsisis versi saya ya, cek cek dulu sebelum menindak lanjutin itu berita, terus ya aku samain deh cocokin deh beritanya. Jadi bisa tau yang berita bener mana, yang salah yang mana”

Informan kesebelas ini Agista, Agista menyatakan ketika mendapat informasi atau berita, ia akan melakukan analisis terlebih dahulu. Cara yang ia pakai saat menganalisis yaitu mencari sumber dahulu yang benar dan terpercaya lalu cek ke sumber sumber lain.

“kalo nganalisis aku tinggal mencari sumber dulu yang benar, terus ya cari ke sumber lain atau akun lain sih biasanya”

Informan kedua belas Salma, ia menyatakan bahwa ia akan melakukan analisis seperti melihat sumber berita yang terpercaya lalu mencari berita yang sama dengan berita lainnya ketika mendapatkan suatu berita.

“intinya gini, nganalisis kalo aku gakperlu sampe segitunya, kalo aku intinya kalo udah dapet informasi yang sumbernya terpercaya”

4. Pemahaman Memproduksi Informasi Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Memproduksi Informasi yaitu kemampuan seseorang dalam memproduksi suatu informasi yang dibuat untuk media seperti membuat suatu penjelasan pada suatu informasi atau pesan pada konten. Seorang mahasiswa harus memiliki pengetahuan dan kritis dalam membuat suatu informasi yang akurat akan konten yang terdapat di media sosial. Hal ini berguna untuk memberi informasi yang benar kepada masyarakat agar tidak terhasut informasi yang bohong atau palsu.

Informan pertama pada penelitian ini, Indah Puspitasari Menurutnya, memproduksi suatu informasi adalah perkara yang mudah. Hal tersebut biasa dilakukan oleh Indah ketika sedang ingin menulis *story* atau postingan yang ingin ia *posting* di Instagram. Informan mengaku, Informasi yang biasa dilontarkan oleh informan merupakan informasi yang berupa hiburan, juga unek-unek pemikiran terhadap informasi yang ada disekitarnya.

“ya biasa sih, kalo mau berbagi informasi biasanya aku posting di Instagram. Terus postingan apa aja. Kadang hiburan, unek unek, atau hal yang lain.”

Informan kedua pada penelitian ini Silvia. Menurutnya, memproduksi informasi merupakan hal yang jarang Silvia lakukan. Hal tersebut dilakukan karena Silvia tidak terlalu ingin menerima informasi dan mengelolanya sendiri. Yang ia produksi hanyalah

seperti *story* di media sosialnya saja untuk membagikan kegiatan yang ia lakukan sehari-harinya

“memproduksi ya? Kalo memproduksi informasi si jarang, soalnya aku hanya penikmat konten saja. Tapi ya jarang juga si aku bagi bagi informasi ke medsos, paling ya seperti story Instagram”

Informan ketiga pada penelitian ini Hanantya. Menurutnya, memproduksi suatu informasi adalah hal yang biasa ia lakukan. Produksi informasi biasa ia lakukan berkaitan dengan hobinya yaitu menggambar dan ilustrasi. Hal tersebut biasa dilakukan oleh Hanan ketika sedang ingin membagikan informasi tentang hasil gambar dan ilustrasi yang ia buat, selanjutnya diposting di media sosial miliknya. Menurut Hanan, memproduksi informasi itu penting juga untuk menjadikan itu bahan edukasi untuk orang lain, sehingga itu sangat berguna untuk orang lain.

“ya aku biasa buat informasi. Informasi tentu ya gak jauh si sama gambar gamabar. Biasanya aku ngirim hasil gambarku kepostingan Instagramku, atau juga ke story Instagram atau status WhatsApp”

Informan keempat pada penelitian ini Salsabila Zahira. Menurutnya, memproduksi informasi itu tidaklah sulit. Hal tersebut biasa dilakukan oleh Salsa ingin memproduksi informasi yang sudah ada. Seperti informasi konten hiburan dan edukasi. Walaupun begitu, salsabila lebih suka membagi informasi tersebut kepada teman teman terdekatnya saja, sehingga semua informasi tersebut hanya di ketahui oleh teman teman terdekatnya saja.

“aku kalo produksi informasi bisa, cuman aku agak malu kalo di up public, jadi aku seringnya bagi informasi yang aku buat paling ya ke teman teman terdekat saja dan juga keluarga”

Informan kelima pada penelitian ini Candra Zida Arinta. Menurutnya, memproduksi suatu informasi adalah yang sering ia

lakukan sehari-hari. Hal tersebut biasa dilakukan oleh Candra ketika ingin membuat informasi kata kata motivasi yang ia buat. Ia biasa membuat kata motivasi dalam bentuk postingan foto ataupun video. Lalu diposting untuk umum di *story* atau postingan Instagram.

“biasa sih kalo memproduksi informasi, aku tu suka buat informasi yang insyaallah berguna untuk masyarakat. Informasinya ya biasa aku buat ya kata kata motivasi kehidupan. Apalagi khusus untuk temen temen pejuang skripsi, insyaallah kata kata motivasi yang aku buat membantu mereka mendapatkan semangat yang tinggi”

Informan keenam pada penelitian ini adalah Idam Kanarang, Menurutnya, hal tersebut sering Idam lakukan ketika ingin menulis *story* atau postingan yang ingin ia posting. Informasi yang biasa lontarkan adalah informasi mengenai fotografi. Bukan hanya itu, ia mengelola informasi tersebut dalam bentuk *tutorial*/pelatihan fotografi untuk umum.

“biasa sih aku buat informasi keorang lain, ya aku bagi informasi yang aku buat untuk bagi informasi mengenai hal fotografi”

Informan ketujuh pada penelitian ini adalah Boy Prakoso, Boy Prakoso. Menurutnya, memproduksi suatu informasi itu jika memang beritanya benar, biasanya Boy memproduksi suatu informasi berdasarkan data yang benar tersebut. produksi yang sering ia sebar adalah berita seputar olahraga dan sepak bola.

“ya aku biasanya emang suka buat informasi atau berita gitu. Cuma ya biasanya aku beritanya seputar olahraga dan sepak bola aja”

Informan kedelapan ini adalah Celi Menurutnya, Celi sering produksi informasi ketika ingin menulis *story* atau postingan yang ingin ia posting. Informasi yang biasa lontarkan adalah informasi mengenai *fashion*.

“karena aku suka fashion juga, sering tu aku buat informasi tentang dunia fahsion, ya bagi bagi tips dan lain lain lah”

Informan kesembilan Sarah. Menurutnya, Hal memproduksi informasi ini dilakukan oleh Sarah karena kebiasaanya di posisi humas. Informasi yang biasa lontarkan adalah informasi mengenai informasi kegiatan organisasi dan lain-lain. Bukan hanya itu, ia mengelola informasi tersebut untuk mempromosiin produk bisnis jualannya tersebut.

“berawal dari humas, sering buat informasi ke medsos kan, terus kelanjutan jadi kebiasaan ketika jualan online”

Informan kesepuluh pada penelitian ini Nur Amalina. Menurutnya, hal memproduksi informasi biasa ia lakukan. Itu dikarenakan hubungannya dengan pekerjaannya yang sekarang tidak jauh dengan berita. Dalam perkerjaannya, ia biasa melakukan *repost* berita yang benar dari *hoax*.

“produksi informasi sudah menjadi kebiasaanku sih. Soalnya kerjaanku kan di media sosial. Terus ya sering cari berita berita, informasi disekitar semarang dan luar, ya gitu gitu”

Informan kesebelas dalam penelitian ini Agista. Berbeda dengan informan lain, Agista lebih suka dengan dunia *dance*. Memproduksi informasi yang biasa lakukan banyak dengan bentuk video *dance*. Agista mengaku jika memproduksi informasi dalam bentuk tulisan lebih sering lewat “*story*” Instagram atau WhatsApp

”jarang aku mas memproduksi informasi gitu ke instagram. Paling ya kalo produksi informasi ya dengan karya danceku mas. Oiya paling ya kalo produksi informasi dalam bentuk tulisan, lebih sering aku upload ke story sih. Kalo gak ya kadang kata kata mutiara yang berbau dance gitu lho mas”

Informan keduabelas Salma, salma sering memproduksi informasi berkaitan dengan konten wisata. Hal ini dikarenakan hobi yang ia sukai yaitu berwisata ke tempat yang belum pernah ia datangi. Salma mengakui bahwa dengan memproduksi informasi kaitannya dengan wisata, akan membuat orang lain mengetahui tempat wisata tersebut dan dapat membantu pendapatan tempat wisata itu menjadi ramai.

“kalo produksi informasi gak jauh jauh dari tepat wisata sih mas. Aku kan suka kemana mana kan mas. Ya lumayan untuk bagi bagi info ke orang lain tentang tempat wisata mana aja yang ada di sekitar kita. Apalagi kan ada banyak juga wisata yang belum terjamah sama orang lain. Jadi ya bisa bantu bantu lah untuk menambah pendapatan tempat wisata itu jadi rame”

BAB IV

ANALISIS PEMAHAMAN LITERASI MEDIA PADA GENERASI MUSLIM MAHASISWA UDINUS SEMARANG

A. Analisis Pemahaman Literasi Media Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Berdasarkan penelitian yang diperoleh, analisis pemahaman literasi media yang dimiliki mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang adalah sebagai berikut:

Jumlah Informan sebanyak dua belas mahasiswa. Informan tersebut mewakili mahasiswa muslim jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang angkatan 2018 dan 2019 atau semester 6 dan 8. Mahasiswa tersebut merupakan generasi muslim milenial yang merupakan generasi yang bergantung tinggi dengan *smartphone*. Dengan demikian sebagai generasi muslim milenial, informan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang tidak ketinggalan teknologi. Informasi dan hiburan diakses melalui Internet seperti Instagram, Tik-tok, dan sebagainya. Indikator untuk mengetahui pemahaman mahasiswa terkait literasi media adalah mengakses, menganalisis dan juga memproduksi suatu informasi.

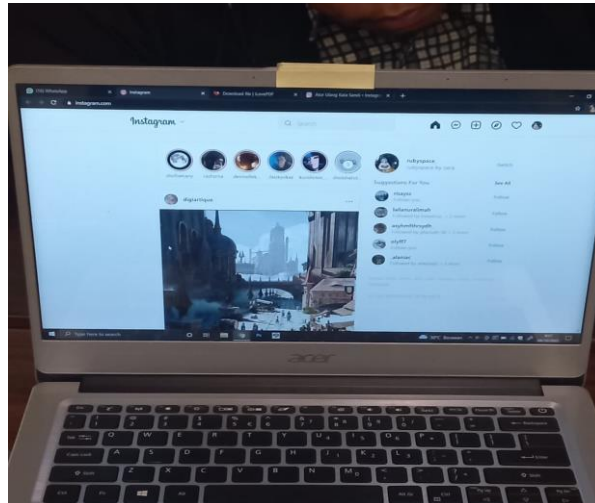
1. Pemahaman Mengakses Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Dalam penelitian ini, peneliti memasukkan beberapa indikator untuk menggambarkan *skill* mengakses seseorang untuk menggambarkan penggunaan media sosial mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang, yaitu kepemilikan media sosial, intensitas mengakses dalam keseharian mahasiswa, dan kegunaan media sosial bagi mahasiswa.

Analisis wawancara informan, penelitian menunjukkan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang mengakses media sosial. Dalam KBBI, mengakses sendiri merupakan kata dari

membuat (membuka) akses (KBBI, 2022). Mengakses yang dimaksud pada indikator ini adalah membuat akses dalam bermedia sosial. Mahasiswa mampu mengakses media sosial memakai perangkat komunikasi. Perangkat yang digunakan dalam mengakses media sosial adalah laptop dan *smartphone*. Walaupun demikian, perangkat yang sering digunakan oleh mahasiswa adalah *smartphone*. Alasan mahasiswa memakai *smartphone* karena dengan pembawaannya ringan dan mudah. Selain itu, dengan perkembangan jaman, perkembangan perangkat elektronik *smartphone* juga semakin pesat dan canggih. Apapun bisa dan mudah dengan menggunakan *smartphone*.

Selanjutnya, media sosial yang sering mereka pakai adalah Instagram, Tik-tok, WhatsApp, Twitter. Sebagian besar mahasiswa lebih sering memakai media sosial Instagram. Hal itu karena media sosial Instagram masih menjadi andalan mahasiswa yang penyebaran informasinya tinggi, sehingga informasi apa saja bisa masuk di Instagram tersebut. Bukan itu saja, informasi yang tersebar dalam Instagram lebih cepat dibanding media sosial lainnya, sehingga Instagram merupakan aplikasi media sosial yang menjadi primadona untuk mahasiswa dan eksis hingga sekarang. Media sosial Instagram memiliki fitur fitur yang unik dan mudah diakses mahasiswa. Selain Instagram digunakan untuk melihat informasi atau berbagi informasi, Instagram juga memiliki kelebihan lain yaitu pesan jarak jauh. Mahasiswa menggunakan Instagram juga untuk mengirim pesan untuk teman ataupun keluarga yang berada jauh dari mahasiswa.



Banyak kegunaan media sosial Instagram. Keseharian mahasiswa melihat berita dan informasi yang di inginkan. Selain itu, mahasiswa menilai Instagram penyebaran informasinya tinggi, aplikasi ini bisa digunakan untuk berdagang atau berbisnis. Instagram bisnis berguna sebagai alat untuk berbagi informasi mengenai barang dagangan mahasiswa tersebut.

Selanjutnya, media sosial termasuk Instagram merupakan aplikasi yang mudah diakses. Mahasiswa sudah mengetahui cara dari pendaftaran akun, lalu masuk kedalam aplikasi, lalu *scroll* atau mengakses aplikasi, keluar aplikasi, dan berlangsung berulang-ulang. Mahasiswa sudah terbiasa dengan mengakses media sosial.

Pada mengakses media sosial lainnya, mahasiswa rata rata mengakses dengan durasi diatas 3 jam. Bahkan, ada mahasiswa yang mengakses media sosial hingga 12 jam. Walaupun demikian, mengakses media sosial dengan jangka waktu lama juga tidak berdampak baik untuk kesehatan. Salah satunya adalah mata. Mata termasuk organ penting pada tubuh manusia yang fungsinya untuk melihat.

Mahasiswa yang mengakses Instagram mengikuti hobi masing masing. Berbeda beda hobi dari masing masing mahasiswa, ada yang mengakses untuk hiburan atau edukasi atau *lifestyle*. Dengan begitu, mahasiswa yang mengakses media sosial tersebut merasa puas dengan apa yang ada karena itu adalah informasi kesukaan dari

mahasiswa masing-masing. Walaupun begitu, mahasiswa yang mengakses media sosial ada pula yang hanya menjadi penikmat informasi yang ada di media sosial.

Dengan kelebihan dan kecanggihan media sosial yang ada saat ini, media sosial tetap memiliki kekurangan ketika mengaksesnya. Kekurangan tersebut ialah jaringan data internet yang masuk kedalam perangkat *smartphone*, lalu ada sistem yang kurang mendukung perangkat lunak, sehingga terjadinya *leg/patah frame/ngehang*.

Kemampuan mahasiswa mengakses media sosialnya, terbukti dengan karakteristik generasi muslim milenial selaku penggunanya. Generasi muslim milenial lebih memahami *smartphone*, dikarenakan generasi ini sangat lekat dengan *smartphone* yang membuat penggunanya memiliki rasa ketergantungan dengan *smartphone*. *Smartphone* sendiri merupakan alat komunikasi canggih yang mampu mendapatkan informasi dengan cepat melalui jaringan internet dibandingkan iklan atau berita yang muncul di TV. Sehingga membuat para milenial memiliki keterkaitan lebih terhadap *smartphone*. Milenial lebih menyukai dapatkan info dari ponsel mereka, melewati pencarian *Google* atau *chatting* di grup, yang diikuti oleh generasi ini pada umumnya untuk mendapatkan informasi lengkap tentang kehidupan lingkungan mereka.

Karakteristik selanjutnya adalah generasi muslim milenial yang wajib memiliki media sosial. Hal ini dikarenakan kebutuhan komunikasi dan informasi generasi muslim milenial yang sangat besar. Kebutuhan komunikasi dan informasi pada generasi milenial ini tersalurkan melewati media sosial. Oleh karena itu, hampir seluruh generasi muslim milenial pasti mempunyai akun media sosial tempat untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Generasi milenial yang lebih mengenal teknologi. Generasi ini memandang dunia tidak secara langsung, tetapi generasi lebih memandang dunia dengan media sosial. Dengan media sosial, tujuan

mereka mengetahui semuanya. Mulai dari menyampaikan, berbelanja, mendapatkan informasi dan berbagai kegiatan (Hidayat, 2019).

Kenyataannya, mahasiswa jurusan Udinus Semarang mengakses informasi tidak memiliki kendala apapun. Hal yang dilakukan oleh mahasiswa ketika mengakses media sosialnya adalah membuka *beranda* dan juga *explorer*. Semuanya tergantung dari kebiasaan mahasiswa sendiri. Ketika mengakses *beranda* media sosial miliknya, informasi yang sering mahasiswa temukan merupakan informasi yang mahasiswa tersebut ikuti atau *follow*. Jika mahasiswa mengakses *explorer* media sosial miliknya, mereka akan menemukan informasi lainnya yang selain mahasiswa ikuti atau *follow*. Setelah mendapatkan informasi yang mahasiswa tertarik untuk membukanya, hal yang mahasiswa lakukan like atau komentar, ada juga yang tidak melakukan apa apa tetapi menyimak informasi dari awal hingga akhir. Hal yang dilakukan mahasiswa ketika mendapatkan informasi yang membuat mahasiswa itu tertarik, mereka akan *save*, *download*, atau juga *screenshot* informasi tersebut.

Uniknya, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang tidak hanya mengakses media sosial untuk hiburan semata, tetapi mereka mengakses media sosial juga untuk menjadi jembatan mencari uang. Mencari uang yang dilakukan oleh para mahasiswa pun berbeda-beda, ada yang dengan cara menjual hasil karya, dan juga berdagang dengan barang yang sudah ada. Hasil karya yang mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang tentu karya berbentuk gambar dan juga video.

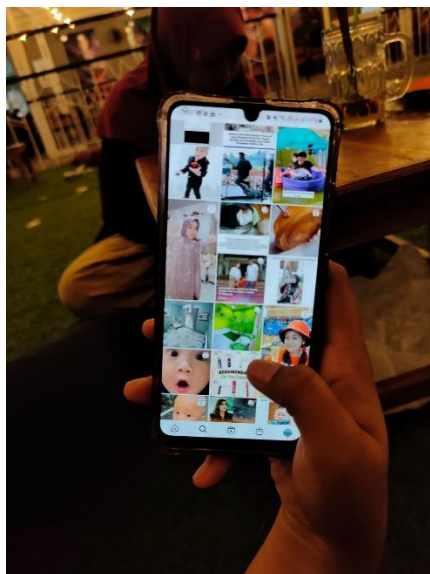
Para individu fasih dalam penggunaan media sosial, mengetahui, memahami dan mengamalkan dalam mengakses media sosial. Hal ini tergambar mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang dengan mudahnya mengakses media sosial dimulai dari *login* dan intensitas pemakaian yang tinggi serta media

sosial dengan tujuan hanya untuk memperoleh hiburan dan edukasi. Agar kita terhindar dari akun bodong, kita harus teliti dalam melihat foto atau video apakah itu akun resmi atau tidak, apabila akun itu resmi pasti akan selalu memberikan informasi yang terbaru dan *terupdate*. Lain halnya kalau akun bodong, akun tersebut terdapat sebuah informasi yang kurang jelas, dan kebanyakan hasil review dari orang lain.

Seperti halnya menghasilkan sebuah gambar atau video yang ada di Instagram dan Tik-tok, untuk kebutuhan bisnis maupun hiburan. Banyak dari pengguna Instagram membuat video maupun untuk *Feed* dan *Reels* agar tertarik untuk menonton dan menambah *followers* atau pengikut. Instagram dan Tik-tok akan lebih bagus lagi apabila disertai *caption* yang unik dan menarik. Dalam membuat *caption* tidak menggunakan bahasa yang menyinggung atau memprovokasi karena bisa termasuk pelanggaran ITE.

2. Pemahaman Analisis Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

Menganalisis yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan media seperti kemampuan memahami isi pesan mengevaluasi konten media, atau kemampuan memahami konten. Seorang mahasiswa harus memiliki pengetahuan dan kritis dalam menganalisis akan konten yang terdapat di media sosial. Media sosial sudah sangat dekat dengan dengan masyarakat Indonesia terutama pada generasi muslim milenial.



Mahasiswa generasi muslim milenial jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang mampu menganalisis suatu informasi atau berita yang ada di media sosial. Masing masing mahasiswa memiliki cara untuk menganalisis suatu informasi atau berita. Analisis yang dilakukan mahasiswa adalah mencermati isi dari informasi atau berita tersebut, lalu memilih informasi dengan mencari informasi yang sama di akun lain, dan menjawab isi dari informasi atau berita tersebut. Mahasiswa menyaring informasi yang ada di media sosial dikarenakan mahasiswa tidak ingin terjebak dengan berita yang belum ada kebenarannya.

Keduabelas informan peneliti menilai dirinya sudah mengakses tayangan dari konten media sosial yang baik dan berguna untuk dirinya. Para informan menyatakan sebelum mengakses informasi, cek terlebih dahulu kebenarannya karena menyajikan informasi yang mendidik bagi pengaksesnya. Media sosial seperti Instagram, adalah *platform* favorit mahasiswa karena menyajikan banyak konten yang positif dengan menampilkan hiburan dan edukasi. Hal ini ada kaitannya dengan hobi dari diri mereka sendiri. Mereka mendapatkan banyak hal- hal yang positif dari media sosial. Mulai dari edukasi, hiburan dan juga untuk berdagang.

Hampir seluruh Informan merasakan adanya dampak negatif dari mengakses media sosial. Dampak negatifnya adalah masih adanya

konten atau informasi yang merugikan orang lain dan juga *hoax*. *Hoax* merupakan penyebaran informasi palsu yang menjadikan keuntungan bagi oknum tetapi merugikan orang lain. Hal yang merugikan tersebut bisa menimbulkan kegaduhan di masyarakat. Walaupun demikian para informan bisa mengatasi agar tidak terlarut dengan berita yang merugikan untuk diri sendiri dan untuk orang lain.



Literasi media merupakan kemampuan seseorang untuk mengakses, menyaring, dan menilai suatu informasi yang beredar di media. Hal ini sesuai dengan anjuran agama Islam bahwa mahasiswa sepatutnya memiliki sifat *tabayyun*. kunci *tabayyun* terletak pada kemauan manusia sebagai umat muslim untuk melakukan pengecekan ulang sebuah informasi. Hal ini terletak pada ayat Al-Quran surah Al-Hujurat (49):6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ تَدْمِيمًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang yang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."

Pada Tafsir al-Mishbah, ayat tersebut menggunakan kata *in* (jika), dan kata tersebut digunakan untuk sesuatu yang tidak kerap terjadi. Kata ini menunjukkan bahwa keberadaan orang fasik terhadap orang yang beriman tidak kerap terjadi atau jarang. Hal ini, dikarenakan orang-orang yang beriman tidak mudah dibohongi, orang yang beriman akan lebih teliti jika menemukan sebuah informasi. Orang fasik pun pasti mengetahui hal tersebut, sehingga yang fasik akan susah membohongi kaum muslim dan mencari cara lain untuk menyesatkan orang beriman (Nisak C, 2020). Penyebaran berita atau informasi di media sosial memang sangatlah cepat. Hampir tidak ada saringan atau *filtering* pada media sosial yang bisa membendung semua informasi yang masuk di media sosial. Banyak pula orang-orang yang tidak bertanggung jawab atas menyebarkan di media sosial. Dengan begitu, masyarakat banyak pula termakan dengan informasi atau berita hoax.

Surah Al-Hujurat ayat 6 yang berisi peringatan Allah kepada para hamba-Nya dari informasi yang dibawa oleh manusia yang tidak beriman kepada-Nya. Sebagai seorang muslim yang menerima suatu berita, wajib menjamin kebenaran suatu berita sebelum menerima dan menyebarkannya. Hal tersebut bertujuan supaya suatu kabar tersebut tidak menjerumuskan mereka kedalam perbuatan zalim (Dariyanto Erwin,2020). Mengakses media mengacu pada kemampuan untuk menetap pada konten media sesuai dengan kebutuhan mereka dan menjauhi konten media yang tidak berguna.

Tabayyun merupakan pemahaman terhadap sesuatu secara teliti. Dalam Al-qur'an, *tabayyun* yang artinya adalah mencari kejelasan hakikat suatu atau kebenaran suatu fakta dengan teliti, seksama dan hati-hati. Turunnya ayat ini untuk mengajarkan kepada kaum muslimin termasuk mahasiswa muslim agar berhati-hati dalam menerima berita dan informasi. Sebab informasi sangat menentukan mekanisme pengambilan keputusan, dan bahkan entitas, mekanisme keputusan itu sendiri. Bila melihat fenomena pemberitaan di media

sosial saat ini, dalam konteks *tabayyun* kita berdasarkan surat Al-Hujarat ayat 6, Allah swt tidak memerintahkan manusia atau mahasiswa muslim agar menolak berita orang fasiq atau menerimanya, karena bisa jadi beritanya benar atau salah. Karenanya wajib diteliti terlebih dahulu agar kita tidak menyesal atas kurangnya kehati-hatian kita.

Mahasiswa muslim jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang melakukan literasi media dengan konsep *tabayyun*. Cara *tabayyun* mahasiswa muslim sama dengan yang dilakukan dalam Islam. Islam mengajarkan *bertabayyun* dengan tiga tahap, yaitu klarifikasi, menjauhi prasangka, dan berbicara atau diam. Pertama, klarifikasi yang dimaksud adalah meneliti suatu berita yang diterima dengan selektif sehingga tidak langsung menerima dan mempercayainya. Ketika mendapatkan informasi di media sosial, mahasiswa membutuhkan klarifikasi dengan cara mencari berita lain yang sama dengan akun yang berbeda. Dengan begitu, mahasiswa dapat membedakan informasi yang benar dan tidak benar.

Kedua, menjauhi prasangka. Maksud dari menjauhi prasangka adalah ketika seseorang terpancing menambah-nambahi informasi yang akan disampaikan dengan prasangka pribadi, yang menjadikan informasi tersebut tidak asli lagi sehingga menjurus ke opini. Kebanyakan manusia menggunakan sangkaan tanpa mempunyai dasarnya, dan apa yang diperoleh dari sangkaan tersebut bukanlah suatu jalan keluar, karena sangkaan dalam suatu masalah tidak akan memberikan manfaat apa-apa. Mahasiswa muslim jurusan Ilmu Komunikasi Udinus tidak menganggap berita tersebut langsung dengan serius. Ketika mendapatkan berita, mahasiswa melihat menganalisis kembali berita tersebut merupakan berita yang berbentuk opini atau berita yang *real* apa adanya.

Ketiga berbicara dengan baik ataupun diam saja. ketika seseorang hendak menyampaikan suatu berita, maka periksa dahulu bahwa informasi yang dibawa tersebut merupakan informasi yang baik serta

disampaikan dengan cara yang baik pula. Karena komunikasi secara lisan yang baik dalam menyampaikan berita adalah dengan menghindari perkataan yang menyakitkan dan juga yang mengandung makian. Dalam konteks ini, mahasiswa muslim ada beberapa yang menyebarkan informasi atau berita kembali ketika mendapatkan informasi atau berita, dan ada pula yang tidak membagi informasi tersebut dan hanya untuk asupan informasi mahasiswa muslim tersebut. Mahasiswa yang membagikan informasi kembali tersebut, sebagian merupakan mahasiswa yang ingin berbagi informasi kepada teman-teman perkuliahannya. Setelah melakukan klarifikasi, berbagi informasi atau berita tentu yang baik dan juga menguntungkan untuk dirinya atau orang lain.

Uniknya, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang melakukan analisis informasi media sosial tersebut dengan cepat. mahasiswa melakukan analisis informasi dari melihat tata bahasa dari informasi tersebut. Mahasiswa menunjukkan jika bahasa dari informasi atau pesan tersebut mengandung opini, mahasiswa tersebut langsung tidak menanggapi. Mahasiswa lebih memilih menunggu informasi yang sama dari akun media sosial yang sudah resmi atau *terverified*.

Dalam hal ini, mahasiswa sebagai generasi muslim milenial melaksanakan kewajibannya sebagai seorang yang menyandang *tabayyun* yang artinya seseorang yang suka mengecek ulang kembali. Mahasiswa muslim jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang mengakses media sosial dengan berhati-hati dengan konten informasi yang ada di media sosial. Masing-masing memiliki cara tersendiri untuk menjamin kebenaran suatu berita yang tersebar melewati media sosial. Walaupun demikian, mahasiswa jurusan Udinus Semarang berbeda dengan UIN Walisongo Semarang yang mahasiswanya tidak diajarkan mendalam tentang *tabayyun*. Pada UIN Walisongo Semarang diajarkan hubungan *tabayyun* dengan kehidupan mahasiswa. Sedangkan di Udinus Semarang tidak

diajarkan tentang *tabayyun*. *Tabayyun* merupakan istilah Islami yang digunakan untuk seorang muslim termasuk mahasiswa muslim. Rata-rata mahasiswa muslim pada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang tidak mengerti istilah *tabayyun*.

3. Pemahaman Memproduksi Informasi Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang

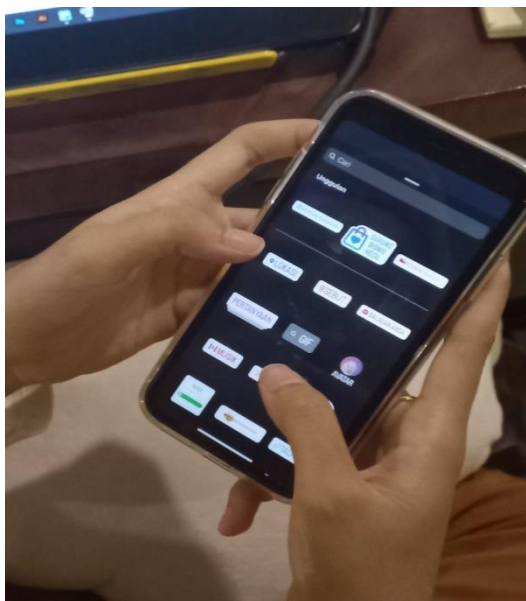
Memproduksi Informasi yaitu seorang yang memproduksi suatu informasi dibuat untuk media seperti kemampuan membuat suatu penjelasan pada suatu informasi atau pesan pada konten. Seorang mahasiswa harus memiliki pengetahuan dan kritis dalam membuat suatu informasi yang akurat melalui konten yang terdapat di media sosial. Hal ini berguna untuk memberi informasi yang benar kepada masyarakat agar tidak terjebak dengan adanya informasi yang bohong atau palsu.

Keduabelas informan, peneliti menganalisis mahasiswa muslim jurusan Ilmu Komunikasi Udinus sudah pernah melakukan produksi informasi dengan tayangan dari konten media sosial dengan benar. Semua informan menyatakan informasi tersebut dilakukan karena hobi dan juga karena kebiasaan masing-masing perorang. Tentu dalam memproduksi informasi, informan menetapkan keaslian dan kebenarannya pada informasi tersebut. Media sosial seperti Instagram merupakan platform favorit mahasiswa. Ini dikarenakan tersajinya informasi dalam bentuk tulisan, foto, ataupun video audio. Memproduksi informasi adalah hal positif dengan menampilkan konten hiburan dan edukasi untuk dibagikan ke masyarakat.

Menyalurkan hobi dan kesukaan merupakan hal positif untuk dibagikan ke masyarakat. Seperti contoh informan ketika menyatakan membagikan postingan tentang wisata dan kuliner. Informan tersebut melakukan riset terlebih dahulu setelah mengetahui informasi yang ada pada media sosialnya tersebut. Alasan mahasiswa melakukan riset adalah karena mahasiswa tidak

mau terhasut informasi yang belum jelas diterima. Mahasiswa ingin bukti nyata dengan melakukan riset. Selain itu, mahasiswa mendalami informasi yang telah tersebar dalam internet. Riset tersebut juga akan membantu dalam membuat pesan untuk produksi informasi. Riset ini termasuk cara untuk membuktikan benarnya informasi tersebut atau tidak. Dalam riset, mahasiswa melakukan pencarian dahulu, lalu setelah mengetahuinya mahasiswa akan datang ke tempat yang menjadi tujuannya itu. Setelah mengetahui tempat wisata atau kuliner tersebut, mahasiswa merasakan dan mengabadikan tempat tersebut dengan cara membuat konten foto atau video atau sekedar mengupload jika memang tempat tersebut *recommended* atau sesuai fakta dengan informasi yang mahasiswa dapat dari media sosial.

Memproduksi konten foto atau video di media sosial merupakan hal mudah bagi mahasiswa. Mahasiswa informan mengakui bahwa sekarang banyak aplikasi yang memudahkan mahasiswa untuk mengedit foto atau video untuk di posting media sosial. Apalagi aplikasi tersebut sekarang bisa diunduh *smartphone* mahasiswa. Dengan ilmu yang didapat semasa kuliah, mahasiswa mengakui tidak memiliki kesulitan dalam mengedit foto atau video. Hal ini di karenakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang dilatih untuk menguasai *editing* video dan foto. Karena *editing* merupakan mata kuliah sesuai dengan jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang.



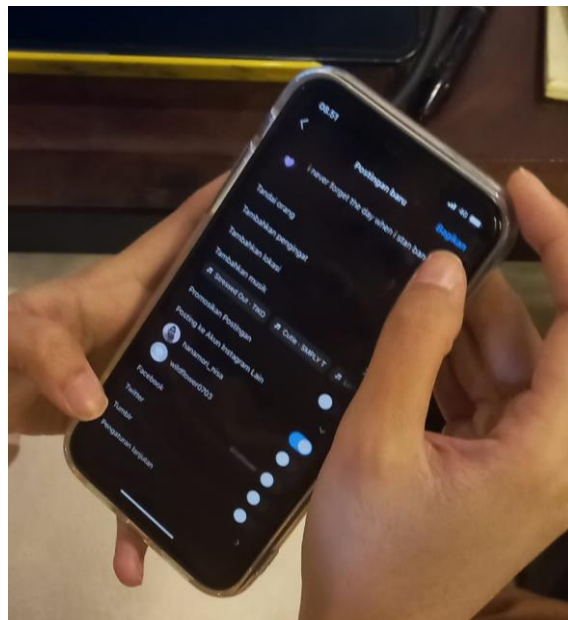
Walaupun demikian, ketika memproduksi video atau foto, mahasiswa memilih *smartphone* sebagai alat editing ketika sedang terburu buru saja. Dalam hal memproduksi informasi yang sebenarnya, mahasiswa lebih memilih mengedit menggunakan aplikasi di laptop. Itu dikarenakan, mengedit menggunakan aplikasi di laptop dipercaya membuat hasil foto atau video yang lebih maksimal. Bukan hanya itu saja, mahasiswa telah terlatih mengedit menggunakan aplikasi *editing* di laptop. Ini dikarenakan, Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang mengajarkan mahasiswanya *skill* editing di laptop. Pengerjaan *editing* di laptop tentu memiliki kendala, terutama kendala waktu. Tetapi mahasiswa tetap *enjoy* ketika memproduksi informasi menggunakan laptop.

Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang bukan hanya dilatih untuk mengedit video dan juga foto, tetapi juga dilatih untuk melatih membuat kata-kata indah atau *quotes*. Melatih menulis *quotes* berguna untuk melatih otak berpikir lebih luas. Selain itu, melatih menulis *quotes* ini digunakan untuk mahasiswa agar menulis kata kata yang benar sehingga berguna untuk diri sendiri dan orang lain.

Setelah mengedit bahan untuk *diposting*, mahasiswa mulai menyiapkan kata-kata atau *caption* untuk di bagikan ke media

sosialnya. Mahasiswa mengatakan bahwa untuk menulis *caption* harus semenarik mungkin dan kata-kata yang sopan serta sesuai dengan kenyataan. Walaupun sesuai kenyataan, mahasiswa berhati-hati dalam mengetik *caption*, ini dikarenakan mahasiswa mengerti jika *caption* seseorang bisa menjatuhkan *rating* tempat tersebut dan menyebabkan sepi pengunjung.

Caption adalah hal terpenting dalam media sosial. *Caption* bisa menjatuhkan ataupun menaikkan *rating* suatu tempat atau orang lain. Mahasiswa harus selalu waspada dengan tulisan yang mereka ketik. Mahasiswa menginginkan *postingan* tersebut bisa bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.



Ada beberapa alasan mahasiswa memproduksi informasi media sosial. Ada yang memproduksi informasi karena pekerjaan. Ada juga yang memproduksi informasi dikarenakan tertarik dengan berbagi informasi ke masyarakat. Walaupun demikian, kebanyakan mahasiswa muslim jurusan Ilmu Komunikasi Udinus memproduksi informasi karena sudah terbiasa menggunakan media sosial dan tertarik dari awal memiliki akun media sosial.

Dengan ini, dalam memproduksi informasi para individu sudah baik. Hal ini terlihat bahwa mahasiswa muslim dengan mudah

memproduksi informasi di media sosial dengan teliti dan mengandung informasi yang positif untuk umum.

Dari poin ini dapat disimpulkan media sosial dapat memberikan inspirasi dalam dunia bisnis maupun edukatif seperti memotivasi seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya itu, dalam membuat sebuah foto dan video disertai *caption* yang dibuat masing-masing individu dapat mengisi waktu luang yang bermanfaat. Dari segi edukatif individu dapat membuat sebuah *caption* dari beberapa sumber. Misalnya individu mengakses akun yang sering membuat kata-kata motivasi. Kemudian *share* dan motivasi tersebut dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam pengimplementasian tersebut berarti harus mengambil yang positif dan meninggalkan yang negatif. Banyak manfaat yang didapatkan dari akun motivasi. Pertama, dapat meredakan stress, kedua, dapat menjadi pedoman agar menjadi lebih baik dan bisa menjadi nasehat untuk orang lain.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dalam penelitian ini, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang terlibat dalam melakukan literasi media. Diantaranya yang mereka memiliki kemampuan mengakses, menganalisis, dan memproduksi informasi dalam menggunakan media sosial. Dalam hal mengakses, mahasiswa muslim mengakses media sosial dimulai dari *login* hingga fitur-fitur apa yang ada di media sosialnya. Dalam hal menganalisis, mahasiswa muslim menganalisis informasi yang beredar di media sosial. Sehingga tidak mudah terhasut dengan informasi yang beredar di media sosial. Dalam hal memproduksi informasi, mahasiswa memproduksi informasi dengan cara riset informasi dan membagikan informasi tersebut dengan *caption* sehingga pihak mana pun memahami pesan informasi tersebut. Mahasiswa muslim mengelola dan menyaring informasi yang didapatkannya. Mahasiswa muslim bukan hanya mengelola informasi saja, tetapi juga memproduksi informasi untuk membuat informasi yang benar.

B. Saran

Dari hasil yang diperoleh, muncul beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran untuk para mahasiswa untuk lebih bergerak lagi dalam bidang literasi media. Era sekarang serba digital dan penyebaran informasi semakin luas, para mahasiswa diharapkan lebih diasah kembali ilmu literasi medianya. Seperti mengikuti seminar media dan mengamalkan ilmu literasi media
2. Saran untuk para mahasiswa agar lebih berhati-hati dan lebih kritis lagi dalam memilih informasi yang beredar saat ini.

Demikian skripsi saya. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu mohon maaf jika ada salah kata dalam penulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku dan Jurnal Ilmiah

- Azmi, M., Rafiuddin, M., Kamalanathan, S., & Safar, J. (2019). Media Sosial dan Generasi Muda Menurut Islam. Kertas Kerja Dibentangkan di Seminar Sains Teknologi dan Manusia.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157
- Fitryarini, I. (2016). Literasi media pada mahasiswa prodi ilmu komunikasi Universitas Mulawarman. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 51-67
- Hidayat, A. (2018). Metode Pendidikan Islam untuk Generasi Millennial. *FENOMENA*, 55-76.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Grup.
- Laily, L. N. (2022). *Tabayyun dalam Al-Qur'an: studi kitab tafsir Turjuman Al-Mustafid Karya Syekh Abdul Rauf Al-Sinkili*. Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Lestari, C. A., & Dwijayanti, R. I. (2020). Kecakapan Literasi Media di Kalangan Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 48-62
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya

- N.Nilnan, N.F Alifia, M.Fitri. (2021). Strategi Literasi Media Dalam Meningkatkan Nalar Kritis Santri Mahasiswa Di Pondok Pesantren Fadhul Fadhlun Kecamatan Mijen Kota Semarang. Semarang
- Nisak, Choirun. (2020). Konsep Tabayyun Untuk Menagkal Berita Hoax Di Era Digital (Kajian Tafsir Tematik). IAIN KUDUS
- Poerwaningtias, I., Rianto, P., Ni'am, M., Adiputra, W. M., Marganingtyas, D., Mirasari, E., ... & Arditya, D. (2013). Model-model gerakan literasi media dan pemantauan media di Indonesia. Yogyakarta: Pusat Kajian Media dan Budaya Populer.
- Raharjo, N. P., Rozi, B., Burhani, R., & Raya, M. K. F. (2020). Indeks Literasi Digital Muslim Milenial di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 370-408
- Sari, S. (2019). Literasi Media pada Generasi Milenial di Era Digital. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(2), 30-42
- Silalahi Ulber, MA, (2012), *Metode Penelitian Sosial*, Bandung,
- Shofiyah, S. (2019). Generasi Milineal, Entrepreneurship dan Globalisasi Ekonomi. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 2(1), 52-65.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tanzeh, Ahmad. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras
- Tarigan, M. R. (2021). *Tingkat Individual Competence Framework Ibu Rumah Tangga Penonton Sinetron Ikatan Cinta*.
- UNTARI, Dewi; FAJARIANA, Dewi Endah. Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@

subur_batik). Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 2018, 2.2: 271-278.

B. Internet

Admin, 2022, Informasi Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang <https://dinus.ac.id/majors/A15/Bachelor-of-Communication-Science> diakses pada 17 Februari 2022 pada pukul 22.30

KBBI, 2022, Arti Kata Mengakses Di Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI

<https://kbbi.lektur.id/mengakses#:~:text=Menurut%20Kamus%20Besar%20Bahasa%20Indonesia,negara%20yang%20baru%20merdeka%20itu>. Diakses pada 9 September 2022 pada pukul 21.45

Quiper Campus, 2022, informasi Udinus Semarang, <https://campus.quipper.com/directory/universitas-dianuswantoro> diakses pada 17 Januari 2022 pukul 22.30

Dariyanto Erwin, 2020, Tabayyun yang Sering Dilupakan <https://news.detik.com/berita/d-5279121/tabayyun-yang-sering-dilupakan>. Diakses pada 17 Januari 2022 pukul 22.01

Andi Riyanto, 2020, Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020 <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> diakses pada 17 Januari 2022 pukul 20.21

Instagram, 2022, profil Instagram jurusan Ilmu Komunikasi Udinus <https://www.instagram.com/ilkomudinus/?hl=id> diakses pada 26 Mei 2022 pukul 23.04

Web Udinus Semarang, 2022, Profil Web Jurusan Ilmu Komunikasi Udinus Semarang <https://dinus.ac.id/majors/A15/Bachelor-of-Communication-Science>) diakses pada 15 juni 2022 pada pukul 01.44

Jayani Dwi, 2020, 10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia> diakses pada 17 Februari 2022 pada pukul 21.00

Yayasan Learn Quran, 2020, Tafsir Surah Al Hujurat ayat 6,

<https://tafsir.learn-quran.co/id/surat-49-al-hujurat/ayat-6> diakses pada 5 Juli 2022 pukul 20.30

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Damar Alwandaru Sunjaya
2. Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 06 November 1999
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Agama : Islam
5. Alamat : Jl. Masjid Babussalam Rt.3/Rw.3
Kec.Dukuhturi, Kab Tegal
6. Nomor HP : 083837120162
7. E-mail : damarkesenian06@gmail.com

B. Pendidikan Formal

1. SDN Kejambon 2 Kota Tegal : 2006-2012
2. SMP N 1 Kota Tegal : 2013-2015
3. SMA N 3 Kota Tegal : 2015-2017

C. Media Sosial

1. Instagram : @ndarusunjaya
2. Facebook : Damar Kesenian

Semarang, 13 September 2022

Damar Alwandaru Sunjaya