



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Penggunaan Media Digital sebagai Keterampilan Dasar Literasi Informasi dan Media

Putri Limilia¹, Benazir Bona P²

¹Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjdjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM 21 Jatinangor, (022) 7796954

1. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjdjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM 21 Jatinangor, (022) 7796954

p.limilia@unpad.ac.id, benazir_bona@yahoo.com

Abstract

Adolescents is one of the biggest internet user in Indonesia. Big internet penetration among adolescent is driven by many factors. One of them is their uniqueness as digital natives. As digital natives, they are accustomed to use information and communication technology since they are young. Teenagers do various activity in the internet. Finding entertainment, information, and connecting with others are the most frequently activities that adolescent does in the internet. Unfortunately, this active activity was not commensurable with internet skill among parent, especially mother. In consequence, mother can't help in reducing negative effect of internet. The aim of this research is to draw digital media usage pattern among mothers. The digital media usage pattern consists of duration, media ownership, media type, and media content. This research uses quantitative methods and descriptive analysis. The research shows that mother is a heavy internet user. On the average, they use internet more than two hours each day. Social media and chatting was the most frequently activities that they do in the internet. Moreover, the research also present that facebook is the main information source for them.

Keywords: Social media, usage pattern, information source, mother, quantitative

Abstrak

Remaja merupakan pengguna internet terbesar kedua di Indonesia. Jumlah penetrasi yang besar didorong oleh berbagai macam faktor. Salah satunya adalah karakteristik remaja sebagai *digital native* yang sudah terbiasa dengan teknologi informasi dan komunikasi semenjak lahir. Berbagai macam aktivitas dilakukan oleh remaja di internet. Aktivitas mencari hiburan, informasi, dan terhubung dengan teman merupakan aktivitas yang paling sering dilakukan oleh remaja di internet. Aktifnya remaja di internet tidak diimbangi dengan kemampuan orangtua khususnya ibu dalam menggunakan internet. Sehingga, ibu tidak bisa membantu remaja dalam mengurangi dampak negatif dari internet. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan pola penggunaan media digital di kalangan ibu-ibu. Pola penggunaan tersebut meliputi durasi penggunaan, kepemilikan media, jenis media yang menjadi sumber informasi, dan konten media yang dikonsumsi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis

deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ibu-ibu termasuk pengguna berat internet dengan durasi akses per harinya lebih dari dua jam. Kegiatan yang paling sering dilakukan oleh ibu-ibu di internet adalah membuka media sosial dan bertukar pesan. Selain itu, ibu-ibu juga menggunakan media sosial khususnya *facebook* sebagai sumber informasi.

Keywords: media sosial, pola penggunaan, sumber informasi, ibu-ibu, kuantitatif

Copyright © 2017 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu pengguna internet terbesar di dunia. Data yang dilansir oleh APJI di laman *kompas.com* menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet Indonesia pada tahun 2016 berjumlah 132 juta orang. Lebih lanjut APJI menyebutkan bahwa jumlah pengguna tersebut mengalami kenaikan dari dua tahun sebelumnya sebesar 51.8%. Pertumbuhan pengguna internet yang begitu cepat didorong oleh ketersediaan teknologi yang murah dan mudah untuk digunakan. Temuan menarik lainnya dari survei APJI 2016 adalah penetrasi internet terbesar didominasi oleh pengguna dengan rentang usia 25-34 tahun (75.8%) yang kemudian diikuti oleh pengguna dengan rentang usia 10-24 tahun (75.5%). Selisih penetrasi di antara kedua kelompok usia tersebut tidaklah besar. Semetara itu, perbedaan yang cukup besar ditemukan antara penetrasi mahasiswa dan pelajar dalam menggunakan internet. Besarnya penetrasi penggunaan internet oleh mahasiswa adalah 89.7%. Sedangkan, penetrasi penggunaan internet oleh pelajar adalah 69.8%.

Besarnya penetrasi internet di kalangan remaja didorong oleh berbagai macam faktor. Salah satu faktornya adalah remaja merupakan digital native yang semenjak lahir kehidupannya tidak pernah terlepas dari teknologi dan internet. Sehingga, teknologi dan internet merupakan bagian dari keseharian mereka. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian UNICEF yang menyebutkan bahwa media sosial dan digital menyatu dalam kehidupan sehari-hari remaja. Terbukti dengan data yang menyebutkan bahwa 98 persen dari

anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan bahwa 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet. Fenomena remaja yang menyatu dengan internet bisa dianalogikan seperti fenomena generasi *babyboomers* yang terbiasa menonton televisi untuk mencari hiburan. Karena pada saat itu, televisi adalah satu-satunya perangkat hiburan bagi masyarakat.

Penetrasi internet yang begitu besar di kalangan remaja juga ditandai dengan kemampuan digital mereka yang lebih canggih bila dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Apabila generasi sebelumnya menggunakan internet hanya untuk berkomunikasi, lain halnya dengan remaja. Saat ini, remaja tidak hanya menggunakan internet sekedar mencari hiburan atau informasi. Tetapi juga melakukan aktivitas online lainnya seperti berjualan.

Motif penggunaan internet di kalangan remaja menjadi studi yang belakangan ini banyak diminati. Berbagai macam ranah dan perspektif digunakan dalam mengkaji motif penggunaan internet. Salah satunya adalah UNICEF yang menemukan bahwa motif remaja menggunakan internet adalah mencari informasi, terhubung dengan teman, dan mencari hiburan. Hal senada juga diungkapkan oleh Baso Saleh dalam penelitiannya berjudul *Motif Penggunaan Internet di Kalangan Remaja di Kota Makasar*. Saleh mengungkapkan bahwa motif terbesar remaja dalam menggunakan internet adalah untuk hiburan dan hanya sedikit remaja yang menggunakan internet untuk mencari pengetahuan. Beberapa penelitian lainnya juga menunjukkan hasil yang sama yaitu motif remaja menggunakan internet

adalah untuk mencari hiburan, informasi, berkomunikasi, dan lain-lain.

Pemenuhan kebutuhan atas motif tersebut dicapai dengan mengakses berbagai macam platform media sosial di internet. Remaja selalu mengetahui platform media sosial terbaru di internet. Mereka juga gemar mencoba platform baru sebagai sarana eksistensi diri maupun sebagai

sarana pemenuhan kebutuhan. Setiap platform media sosial menawarkan fasilitas yang berbeda. Misalnya, *facebook* dan *twitter* menawarkan fitur berbagi ide kepada sesama, *youtube* menawarkan fasilitas video *streaming*, *instagram* menawarkan fasilitas berbagi ide melalui foto, dan lain-lain.

Selain fasilitas-fasilitas tersebut, setiap platform juga menawarkan konten-konten yang berbeda guna menarik minat pengguna. Seperti *facebook* yang menawarkan beberapa konten seperti update status, berbagi link berita, bermain game, dan lain-lain. Hal serupa juga ditemukan pada *youtube*, dimana pengguna dapat menemukan berbagai macam konten di dalam satu platform tersebut. Seperti video tutorial hobi, belajar bahasa, video klip, film, dan lain-lain.

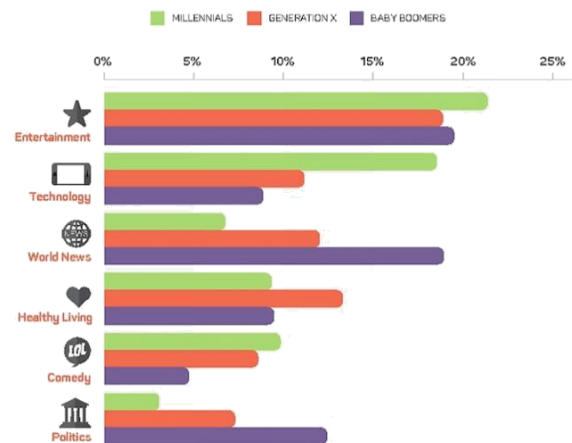
Penetrasi internet yang besar dalam penggunaan media sosial oleh remaja tidak perlu diragukan lagi. Hal ini terbukti dengan frekuensi penggunaan media sosial yang lebih dari sekali setiap harinya. Sebenarnya, tidak hanya media sosial yang ramai digunakan oleh remaja. Akan tetapi, belakangan ini, remaja juga marak menggunakan internet untuk bermain game online dengan tujuan untuk mencari hiburan. Namun, motif tersebut terkadang berubah menjadi adiksi yang membuat remaja lalai dan abai terhadap kehidupan sehari-hari.

Penelitian yang dilakukan oleh *statistika.com* di Canada menemukan bahwa konten yang paling banyak diakses oleh pengguna internet adalah service, hiburan, dan portal. Sementara itu, di Indonesia, APJII menyebutkan terdapat beberapa konten yang banyak diakses oleh pengguna internet di

Indonesia yaitu hiburan 96,8%, berita 96,4%, dan pendidikan 93,8%.

Lebih lanjut APJII menyebutkan konten hiburan yang paling digemari oleh pengguna internet adalah 41% menonton film online, 35,5% mendengarkan musik online, dan 12,3% menonton olahraga. Situs pendidikan yang laing sering di akses adalah Wikipedia dengan persentase sebesar 40,8%, situs keagamaan dan sosbud sebesar 17,8%, dan situs pendidikan sebesar 13,6%.

Kedua penelitian di atas menyebutkan akses konten online yang dilakukan oleh keseluruhan pengguna internet tanpa membedakan kategori usia. Salah satu penelitian yang dimuat di laman *adweek.com* menyebutkan bahwa terdapat perbedaan kategori konten yang diakses berdasarkan perbedaan usia. Remaja (generasi milenial) lebih menggemari konten hiburan, teknologi, dan olahraga. Sedangkan orang tua mereka (generasi babyboomers) lebih menggemari konten hiburan, berita dunia, dan politik. Berikut grafik perbedaan konten yang diakses oleh masing-masing generasi.



Gambar 1 Konten yang paling banyak dikonsumsi

Berdasarkan ketiga hasil penelitian di atas, kita seolah-olah disuguhi sebuah fakta yang sangat menyenangkan bahwa internet bukanlah dunia yang menyeramkan seperti apa yang selama ini digambarkan. Karena internet menyuguhkan berbagai macam konten yang baik. Akan tetapi, realitas di lapangan

menyatakan hal yang berbeda. Internet bukan hanya milik mereka yang ingin berbagi konten positif tetapi juga konten negatif baik disengaja atau tidak dengan motif tertentu.

Cho dan Cheon (2005) dalam penelitiannya berjudul *Children's Exposure to Negative Internet Content: Effects of Family Context* menyebutkan bahwa internet menawarkan dua sisi mata uang yang saling berlawanan yaitu peluang untuk belajar dan peluang untuk terpapar konten negatif seperti kekerasan, pornografi, isolasi, predator, dan lain-lain.

Penelitian Cho dan Cheon (2005) juga menyebutkan bahwa anak-anak sering secara insidental terpapar konten-konten negatif di internet. Seperti iklan pop up banner di web atau iklan di youtube dan berbagai macam platform media sosial lainnya. Cho dan Cheon juga mengutip hasil penelitian Finkelhor dkk yang menyebutkan bahwa 25% responden sering secara tidak disengaja terpapar konten seksual ketika mereka mengakses internet.

Peneliti juga menemukan fakta yang sama di Indonesia. Remaja sering secara tidak disengaja terpapar konten-konten negatif di internet baik melalui web, media sosial, maupun game. Beberapa orang mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang peneliti wawancarai mengaku bahwa mereka pertama kali terpapar konten negatif (pornografi) melalui iklan pop up banner di web dan anime yang beredar di media sosial. Sementara itu, mereka sering

terpapar konten negatif berupa kekerasan melalui game online. Meskipun mereka sering tidak menyadarinya.

Muhamad Nur Awaludin pendiri aplikasi kakatu mengungkapkan bahwa ia pertama kali terpapar konten negatif (pornografi dan kekerasan) melalui game online. Awaludin mulai aktif menggunakan game online semenjak SMP. Bermain game membuat ia lupa waktu dan tidak memiliki ketertarikan untuk melanjutkan pendidikannya. Selain itu, Awaludin menilai game merupakan

pelarian yang menyenangkan dari kehidupan nyata.

Hal tersebut karena melalui game online, Awaludin mendapatkan banyak kenalan bahkan orang tua asuh yang sangat peduli dengannya. Awaludin juga merasakan mendapatkan apresiasi dari game online melalui kata-kata tertentu di dalamnya. Seperti *good job, try again*, dan lain-lain. Lebih lanjut, Awaludin mengungkapkan bahwa apresiasi tersebut jarang ia dapatkan dari ke dua orang tuanya. Akibatnya, Awaludin merasa dihargai di game online yang pada akhirnya membuat ia merasa lebih nyaman di kehidupan maya bila dibandingkan dengan kehidupan nyata.

Cerita Awaludin adalah salah satu dampak nyata dari konten-konten negatif di internet. Livingstone (2009) menyebutkan terdapat dua bahaya yang mengancam anak di internet adalah pedofil dan *bullying*. Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa kedua bahaya tersebut muncul karena tidak adanya sanksi yang jelas terhadap pelaku di media online. Sehingga pelaku merasa tidak takut untuk melakukan atau mengulangi lagi aktivitas tersebut.

Guan dan Subrahmanyam (2009) dalam artikelnya menyebutkan bahwa internet tidak hanya memberikan dampak positif terhadap anak tetapi juga negatif. Dampak negatif yang banyak menimpa anak adalah sikap agresif, seks bebas, *bullying*, dan lain-lain. Selain itu, internet juga dapat mempengaruhi kemampuan remaja dalam berperilaku dengan lingkungan sekitarnya. Penelitian yang dilakukan oleh Ceulemans (2012) menunjukkan bahwa ketergantungan akan internet membuat remaja tidak sensitif terhadap gesture atau ekspresi ketika berinteraksi secara tatap muka.

Salah satu dampak internet yang perlu juga diwaspadai adalah krisis identitas atau nilai moral yang perlahan tapi pasti terkikis. Hal tersebut karena remaja mendapatkan informasi yang begitu banyak ketika mengakses internet. Sedangkan perkembangan pikirannya yang belum cukup matang membuat remaja tidak bisa memilah informasi. Sehingga, remaja

dengan sangat mudah terpengaruh oleh nilai-nilai dari luar yang berlawanan dengan nilai moral yang ada. Hal ini senada

dengan penelitian yang dilakukan oleh Umeogu dan Ojiakor (2014). Mereka menemukan bahwa remaja di Nigeria mengalami dekadensi moral yang disebabkan oleh internet.

Banyaknya dampak negatif dari internet di atas membuat kita menyadari bahwa perlunya peran orang tua dalam mengurangi dampak tersebut. Karena internet tidak sepenuhnya memberikan dampak buruk bagi penggunaannya. Tetapi juga memberikan peluang positif untuk terus belajar. Oleh karena itu, orang tua dituntut untuk memiliki keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi.

Dewasa ini, orang tua (sebagian besar berasal dari generasi *babyboomers* dan X) belum memiliki ketiga kemampuan tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh O'Keeffe (2014) menunjukkan bahwa generasi *babyboomers* memiliki skil dasar dari literasi digital, dimana mereka hanya memiliki kemampuan untuk mengakses konten seperti berita, cuaca, resep masakan, dan informasi kesehatan.

Hal ini sangat mengkhawatirkan karena remaja memiliki kemampuan digital yang lebih canggih dari orang tuanya. Sehingga, orang tua cenderung tidak bisa mengawasi penggunaan internet oleh anaknya. Meskipun, saat ini, sudah banyak sekali aplikasi yang dapat membatasi atau mengantisipasi anak dari konten yang tidak diinginkan. Akan tetapi, aplikasi tersebut dirasakan tidak efektif mengingat remaja yang dapat mencari celah untuk mengakses konten negatif.

Penelitian yang dilakukan oleh perusahaan antivirus McAfee menunjukkan bahwa 70% orang tua mempercayai anaknya tidak akan mengakses konten negatif. Faktanya, 43% anak tetap mengakses konten kekerasan, 36% anak mengakses diskusi online tentang seks, dan 32% anak mengakses konten pornografi. Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa orang tua juga mengakses internet agar

dapat memonitor anaknya di dunia maya. Akan tetapi, 70% anak dapat mengetahui cara menghindari control dari orang tua dan 45% anak dapat menyembunyikan kegiatan online dari orang tuanya.

Fenomena anak yang memiliki kemampuan digital bila dibandingkan orang tua di satu sisi memberikan sebuah harapan. Namun, di sisi lain, kemampuan tersebut sangat mengkhawatirkan. Karena orang tua tidak dapat mengawasi perilaku anak dan segera bertindak ketika anak dirasa sudah melanggar aturan dan norma yang berlaku. Akibatnya, orang tua tidak dapat mendidik anak dengan efektif dan efisien.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk memetakan pola konsumsi media di kalangan ibu-ibu sebagai tahapan awal dalam mengidentifikasi keterampilan literasi informasi dan media.

Peneliti ingin mendapatkan gambaran mengenai frekuensi, jenis media, sumber informasi, dan konten yang sering dikonsumsi oleh kaum ibu. Hal ini untuk menghasilkan gambaran seberapa dekat kaum ibu berinteraksi atau memanfaatkan teknologi khususnya internet.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan strategi penelitian survei dalam rangka memperoleh data pemetaan sosial dan informasi seputar penggunaan media digital oleh ibu-ibu. Analisis data yang digunakan bersifat deskriptif karena penelitian ini merupakan penelitian pendahulu (*preliminary research*). Data primer awal penelitian ini didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada kelompok sasaran, yakni ibu-ibu dengan anak usia remaja (dalam rentang 10 – 18 tahun) pengguna internet.

Populasi penelitian ini meliputi orang tua dengan anak usia remaja di Kabupaten Bandung Barat yang terdiri dari 16 kecamatan. Besarnya wilayah cakupan yang sangat luas maka penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling bertahap (*multistage sampling*). Dari masing-masing

kecamatan sampel tersebut kemudian diambil satu desa dengan jumlah KK terbanyak. Dari satu desa tersebut kemudian diambil satu RW secara acak. Setiap RW kemudian diambil 10 orang ibu yang memiliki anak usia remaja pengguna internet.

Hasil dan Pembahasan

1. Frekuensi Penggunaan Media

Penggunaan media digital merupakan persyaratan penting dalam menentukan keterampilan literasi media dan digital. Beberapa model literasi media dan informasi mengungkapkan bahwa penggunaan atau akses terhadap media digital dan informasi merupakan keterampilan dasar yang dibutuhkan untuk menciptakan keterampilan literasi media dan informasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap responden memiliki preferensi yang berbeda-beda dalam lama waktu penggunaan media digital. 50% responden terkategori kepada *heavy user* dengan durasi pemakaian lebih dari dua jam per hari. Bahkan, salah seorang responden dapat menggunakan telepon pintar enam jam per hari. Temuan ini sejalan dengan laporan “US Mothers' Digital Usage: What Matters More, What Matters Less” yang dikeluarkan oleh emarketer tahun 2017. Laporan tersebut menyebutkan bahwa 95% ibu di Amerika merupakan pengguna internet dengan waktu akses tiga sampai tiga setengah jam perhari.

Ragam aktivitas dilakukan responden ketika menggunakan telepon pintar. Aktivitas yang sering dilakukan diantaranya adalah membuka *facebook* dan melakukan percakapan melalui whatsapp atau BBM. Hasil penelitian ini menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Sigma Research yang menyebutkan bahwa ketika mengakses internet, ibu-ibu muda sering membuka aplikasi *chatting* dan media sosial (sumber: indotelco.com).

Responden yang aktif dalam menggunakan media digital sebagian besar berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Meskipun ada tiga orang ibu bekerja yang juga terkategori

sebagai pengguna aktif media digital. Ibu yang tidak terlalu aktif menggunakan media digital dengan durasi pemakaian di bawah dua jam per hari, rata-rata memiliki alasan tersendiri. Misalnya saja internet yang membutuhkan kuota (pulsa), loading internet yang lambat, dan banyaknya aktivitas di rumah yang harus dikerjakan.

Selain media digital, media yang paling sering dan lama digunakan oleh responden adalah televisi. Televisi tetap menjadi primadona dengan durasi konsumsi berbeda-beda. Sebagian besar responden mengkonsumsi televisi selama dua jam lebih setiap harinya. Durasi konsumsi televisi terlama adalah selama 10 jam setiap harinya. Responden memaknai televisi sebagai media yang dapat menemani mereka disaat beristirahat setelah beraktivitas seharian. Hal ini terlihat dari responden yang rata-rata menyalakan televisi di malam hari menjelang beristirahat.

2. Kepemilikan Media

Rata-rata responden tidak hanya memiliki satu media di rumah. Penulis mendefinisikan media sebagai medium atau perangkat yang dapat digunakan untuk transfer informasi. Definisi ini sejalan dengan definisi media di dalam kamus media dan komunikasi mendefinisikan media sebagai “segala bentuk medium yang dapat digunakan untuk transfer informasi atau berbagai bentuk, perangkat, dan sistem yang dapat dikategorikan sebagai komunikasi massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan portal online” (Danesi, 2009). Hasil penelitian yang tergambar dalam tabel 5 di bawah ini menunjukkan bahwa terdapat tiga media yang paling banyak dimiliki oleh responden yaitu *smartphone*, televisi, dan komputer.

Tabel 1 Kepemilikan media responden

	Telepons eluler	Smartp hone	Radio	elevisi	omputer	nternet	abl et
a	20	25	11	25	16	9	6
ida k	6	1	15	1	10	7	2
ota l	26	26	26	26	26	26	26

3. Jenis Sumber Informasi

Setiap media berfungsi sebagai sumber informasi bagi khalayaknya. Akan tetapi, tidak semua khalayak memiliki preferensi yang sama dalam memilih sumber informasi. Tabel 6 memperlihatkan bahwa ada tiga media yang sering digunakan oleh responden sebagai sumber informasi yaitu televisi, media sosial, dan internet. Temuan ini memperkuat hasil penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa televisi dan telepon seluler merupakan media komunikasi yang sering digunakan (Insani, 2012).

Hasi wawancara mendalam penulis dengan beberapa orang responden menemukan bahwa televisi dipilih sebagai sumber informasi karena kredibilitasnya yang tinggi. Selain itu, televisi merupakan media yang tidak terpisahkan dari responden. Hal ini tercermin dari durasi penggunaan televisi responden yang rerata lebih dari dua jam per harinya.

Sementara itu, media sosial dipilih sebagai sumber informasi karena responden tidak memerlukan usaha lebih untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Media sosial saat ini dipandang sebagai sebuah platform yang bisa menyediakan berbagai macam informasi seperti politik, kesehatan, resep masakan, gossip artis, dan lain-lain. Sehingga, cukup dengan satu aplikasi media sosial (sebagain besar menggunakan *facebook*) segala informasi akan menghampiri. Meskipun terkadang

informasi tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan responden.

Internet juga merupakan salah satu sumber informasi yang digunakan oleh responde. Tapi tidak seluruh responden dapat memanfaatkan internet untuk pencarian informasi. Hal ini sangat bergantung kepada keterampilan yang dimiliki oleh responden. Beberapa orang responden sudah terbiasa menggunakan aplikasi ‘google’ di telepon genggam dalam mencari informasi. Bahkan, ada seorang responden yang dapat menggunakan ‘google’ melalui browser di komputer.

Tabel 2 Sumber informasi responden

Statistics

	R adio	Te levisi	urat kab arnline	Port al berita	M edia sosial	B log	In ternet
l a	10	25	6	10	20	1	14
idak	16	1	0	16	6	6	12
otal	26	1	6	26	26	9600	26

4. Konten Media yang Dikonsumsi

Setiap media menawarkan bentuk dan karakteristik konten yang berbeda-beda. Bentuk konten tersebut menyesuaikan dengan karakteristik dari media yang ada. Misalnya saja televisi memiliki karakteristik medium berupa adanya audio dan visual, maka konten yang disajikanpun harus memiliki kedua elemen tersebut. Contoh lainnya adalah media sosial. Karakteristik media sosial yang juga menyediakan fitur teks, foto, dan video. Akan tetapi, media sosial tidak mewajibkan ketika karakteristik ini hadir dalam satu konten. Produsen konten boleh memilih salah satu atau salah dua dari karakteristik yang ada.

Karakteristik konten yang berbeda-beda dari setiap media membuat khalayak aktif dalam memilih konten media yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Sebagai contoh, apabila khalayak membutuhkan konten yang memuat informasi laporan langsung dari tempat perkara kejadian maka mereka akan cenderung menggunakan televisi sebagai medium.

Selain itu, setiap media memiliki segmentasi pasar yang berbeda-beda. Sehingga, konten yang diproduksi juga menyesuaikan dengan pasar. Media sosial sebagian besar menasar generasi muda maka konten yang diproduksi menyesuaikan dengan selera mereka. Youtube, sebagai contoh, memproduksi banyak sekali konten-konten hiburan atau informasi dengan gaya penyajian lebih segar dan santai berbeda dengan media lainnya. Sedangkan televisi dengan segmentasi pasar yang relatif sama dan tidak berubah dari zaman dahulu, tetap memproduksi program-program dengan gaya penyajian klasik.

Faktor-faktor yang menentukan preferensi konsumsi konten khalayak seperti yang sudah dijelaskan di atas tergambar dari hasil penelitian ini. Hasil wawancara mendalam yang penulis lakukan dengan beberapa orang responden menunjukkan bahwa setiap responden memilih media berbeda untuk pemenuhan kebutuhan yang berbeda.

Televisi merupakan media yang dipilih oleh responden untuk mendapatkan konten hiburan dan berita. Stasiun televisi yang sering diakses untuk mendapatkan hiburan adalah RCTI (program

dashyat dan sinetron), SCTV (program sinetron), Trans TV (komedi), Trans 7 (on the spot), dan ANTV (talkshow dan sinetron India). Sedangkan konten berita banyak diakses melalui stasiun televisi TV One dan Metro TV.

Responden juga memanfaatkan radio untuk mendapatkan konten hiburan berupa lagu atau musik. Mereka memilih radio karena musiknya yang enak didengar. Radio menjadi teman bagi responden ketika sedang mengerjakan aktivitas lainnya. Ada beberapa

radio yang menjadi favorit responden yaitu Dahlia, Arch, Litasari, Rama, dan Cakra.

Selain televisi, beberapa orang responden memilih koran dan portal berita online dalam mengakses dan mengkonsumsi berita. Koran yang banyak dibaca adalah Pikiran Rakyat. Sedangkan portal berita yang paling sering diakses adalah detik.com, aplikasi 'babe' dan liputan6.com.

Sebagian besar responden memanfaatkan media sosial hanya untuk mengupload kegiatan harian seperti foto dan update status. Konten yang dikonsumsi relatif sama yaitu kegiatan harian dari teman-teman atau orang terdekat. Akan tetapi, ada juga beberapa responden yang mengkonsumsi informasi seputar kesehatan, gosip artis, dan politik dari media sosial. Facebook merupakan media sosial yang paling sering digunakan oleh responden dalam mengonsumsi konten tersebut.

Simpulan dan Saran

Di era digital, setiap individu dituntut untuk bisa mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi yang ada termasuk kaum ibu. Tingkat adopsi yang dilakukan oleh kaum ibu dapat dikategorikan cukup tinggi. Terlihat dari frekuensi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kaum ibu terbiasa menggunakan telepon seluler dan internet lebih dari dua jam per hari. Meskipun, frekuensi ini masih kalah bila dibandingkan dengan penggunaan televisi yang lebih dari tiga jam per hari.

Aktivitas yang paling sering dilakukan oleh ibu di internet adalah berkomunikasi melalui aplikasi pengirim pesan ataupun mencari informasi. Aplikasi pengirim pesan yang sering digunakan adalah BBM dan whatsapp. Dalam pencarian informasi, ibu-ibu menggunakan beberapa cara diantaranya adalah dengan aktif mencari melalui internet atau hanya menunggu informasi yang disebar oleh teman-temannya.

Facebook merupakan salah satu sumber informasi yang paling sering digunakan sebagai sumber informasi terutama bagi ibu-ibu yang bersikap pasif dalam mencari informasi. Kefasifan ibu dalam mencari informasi disebabkan oleh ketidakmahiran mereka dalam menggunakan teknologi yang ada. Sementara itu, ibu-ibu yang mahir dalam menggunakan teknologi cenderung aktif dalam mencari informasi. Mereka juga memiliki kemampuan dalam memanfaatkan berbagai media dalam mencari informasi seperti *google*.

Konten yang dikonsumsi oleh responden relatif bervariasi bergantung kepada jenis media yang digunakan. Responden cenderung mengonsumsi konten hiburan dan berita dari televisi. Radio dipilih ketika ibu ingin mengonsumsi konten hiburan berupa musik yang dapat menemani mereka beraktivitas. Sementara itu, internet khususnya media sosial hanya digunakan untuk mendapatkan konten informasi berupa kesehatan, resep makanan, gosip artis, dan lain-lain.

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah adanya penggunaan metode dan analisis yang lebih mendalam serta penggunaan sampel yang lebih luas. Hal ini agar hasil penelitian dapat lebih mendalam. Selain itu, penulis juga menyarankan agar menggunakan berbagai perspektif keilmuan agar hasil penelitian lebih beragam.

Daftar Pustaka

APJII. (2016). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta.

Adimihardja, Kusnaka., Hikmat, Harry. 2004. *Participatory Research Appraisal dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat*. Humaniora Utama Press. Bandung.

Buckingham, David. 2007. Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of the Internet. *Research in Comparative and International Education*, Volume 2, Number 1, 2007.

. 2006. Defining digital literacy What do young people need to know about digital media?. *Digital Kompetensi* | 4-2006 | Vol. 1 | Side 263–276

Cho, Chang-Hoan. Cheon, Hongsik John. 2005. Children's Exposure to Negative Internet Content:

Effects of Family Context. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.49, No. 4.

Çoklar, A. N., Yaman, N. D., & Yurdakul, I. K. (2017). Information literacy and digital nativity as determinants of online information search strategies. *Computers in Human Behavior*, 70, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.050>

Curtis, A. C. (2015). Defining Adolescence. *Journal of Adolescent and Family Health*, 7(2), 1–39. Retrieved from <http://scholar.utc.edu/jafh%5Cnhttp://scholar.ut.edu/jafh/vol7/iss2/2>

Dingli, A., & Seychell, D. (2015). *The New Digital Natives Cutting. The New Digital Natives:*

Cutting the Chord. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-46590-5>

Emarketers. 2017. US Mothers' Digital Usage: What Matters More, What Matters Less. <https://www.emarketer.com/Report/US-Mothers-Digital-Usage-What-Matters-More-What-Matters-Less/2002075>.

Hafnie, Aeranie Nur. 2014. Tren Penggunaan Smartphone di Kalangan Ibu Rumah Tangga. <http://www.solopos.com/2014/09/30/tren-penggunaan-smartphone-di-kalangan-ibu-rumah-tangga-540698>.

Helsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British* 592

Educational Research Journal, 36(3), 503–520.
<https://doi.org/10.1080/01411920902989227>

Karg, T., & Braesel, S. (2017). *Edition DW Akademie | Media and information literacy: A practical guidebook for trainers*. (H. Walsh, Ed.). Germany: Deutsche Welle.

Limilia, P. (2016). Peran Fitur Anonim Media Sosial Dalam Keputusan Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Remaja. Jakarta: Serikat Pekerja Pers.

Livingstone, Sonia. 2009. *Children and the internet*. United Kingdom: Polity Press

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
<https://doi.org/10.1108/10748120110424816>

Topaloglu, M., & Tekkanat, E. (2015). Identifying the Usage of Information Technologies and Literacy Levels. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 182, 574–583.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.784>

Umeogu, Bonachristus. Ojiakor, Ifeoma. 2014. The Internet Communication and the Moral Degradation of the Nigerian Youth. *International Journal of Computer and Information Technology*, Volume 03 – Issue 02, March 2014

Unicef. (2011). *Adolescence An Age of Opportunity*. Unicef. <https://doi.org/423>

UNESCO. (2013). *Global media and information literacy assessment framework: Country*

readiness and competencies. Paris: UNESCO. https://doi.org/ISBN978_92_3_001221_2

Van Dijk, J. A. G. M., & Van Deursen, A. J. A. . (2014). *Palgrave Macmillan 's Digital Education and Learning Series Editors* :

van Dijk, J. A. G. M., & van Deursen, A. J. A. M. (2014). *Digital Skills*. <https://doi.org/10.1057/9781137437037>
 2016. Ini profil penggunaan

<http://www.indotelko.com/kanal?c=pi&it=profil-penggunaan-inter>