

**EFEKTIVITAS MEDIA PENYAMPAIAN PESAN PADA KEGIATAN LITERASI MEDIA  
(Studi pada SMA Negeri 2 Bandar Lampung)**

**MEDIA EFFECTIVENESS OF MEDIA LITERACY FOR HIGH SCHOOL STUDENTS  
(A Case of SMA Negeri 2 Bandar Lampung)**

**RUTH YUNITA GLORIA**

**ILMU KOMUNIKASI**

**0916031071**

[ruthyunitagloria@gmail.com](mailto:ruthyunitagloria@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini diangkat karena melihat kondisi pers di Indonesia saat ini. Berbagai pemberitaan di media massa semakin memprihatinkan, contohnya televisi. Oleh karena itu, masyarakat, khususnya pelajar, harus mengetahui apa itu literasi media untuk meningkatkan jiwa kritis mereka akan pemberitaan media yang cenderung tidak baik sekarang ini. Penyampaian pesan literasi media tidak terlepas dari media penyampaian yang digunakan. Bila media yang digunakan tepat dan efektif, hasilnya pun akan optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media. Berangkat dari adanya fenomena tersebut, maka peneliti mengangkat penelitian mengenai efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media di lingkungan SMA Negeri 2 Bandar Lampung.

Responden dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Data penelitian diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan Koefisien Korelasi *Pearson's Product Moment*, Koefisien Alfa (*Cronbach*), dan Uji SST Anova atau *One Way Anova*.

Hasil penelitian didapatkan nilai R sebesar 0.475 yang menyatakan terdapat hubungan yang cukup antara media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media. Besarnya tingkat efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media adalah 42,1%. Secara parsial, semua variabel X (X1, X2 dan X3) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel Y, dengan hasil variabel X1 (video) menempati media penyampaian yang paling efektif dibandingkan *slide show* dan forum diskusi dengan  $t_{stat}$  sebesar 3.827 dan nilai Sig yaitu  $0.005 < 0.05$  dengan koefisien regresi sebesar 0.563.

Kata kunci: Literasi Media, Efektivitas Media, Pembelajaran Efektif

## ABSTRACT

Argument behind the research based on Indonesian pers condition which was quite concerned. One of the concerned is television's impact on the audience. People, especially young people in Indonesia, ought to know what is media literacy toraise and increase their critical mind to all of informations from mass media nowadays. Communicating media literacy's message is closely connected into what media we used. If we use the exact and effective media, the result will be optimal. So, i attempted to look at media effectiveness of media literacy for high school student, especially in SMA Negeri 2 Bandar Lampung.

The respondent in the reasearch was selected by using Simple Random Sampling. Data of the research was analized by using Pearson's Product Moment Correlation, Alpha Cronbach Coefficient, and Simple Linear Regression by using One Way Anova test.

Through a series of statistic test, R total score was 0.475 and the correlation between two variables such appertain enough. The high number of media effectiveness of media literacy for high school student in the research was 42,1%. From significance test, partially, all of variables X (X1, X2, and X3) have a significant correlation to variable Y, with the result is variable X1 (video) is the most effective media than slide show and discussion with  $t_{stat}$  score is 3.827, Sig score is  $0.005 < 0.05$ , and regression coefficient is 0.563.

Keywords: Media Literacy, Media Effectiveness, High Learning

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi terjadi begitu cepat. Hal ini menjadi tantangan berat bagi dunia pendidikan dan orangtua dalam menyiapkan anak didik untuk dapat menghadapi 'banjir informasi' yang dibawa oleh media digital melalui beraneka ragam bentuk dan format. Tanpa ada penyiapan yang sistematis dan sungguh-sungguh, maka bisa diperkirakan bahwa anak-anak dan remaja akan menjadi korban dari perkembangan teknologi media yang didominasi dengan hiburan yang cenderung tidak sehat dengan muatan bisnis yang kental. Untuk media televisi misalnya, dampak negatif dari tayangan-tayangan yang tidak aman tentunya perlu diwaspadai. Dewasa ini, media televisi sangat memengaruhi anak-anak dengan program-programnya yang banyak menampilkan adegan kekerasan, hal-hal yang terkait dengan seks, mistis, dan penggambaran moral yang menyimpang. Tayangan televisi yang sangat liberal membuat tidak ada lagi jarak pemisah antara dunia orang dewasa dan anak-anak. Fenomena seperti ini tidak hanya terjadi di negara-negara liberal, namun juga di negara-negara berbudaya timur karena besarnya infiltrasi media televisi di

berbagai penjuru dunia. Dengan kata lain, anak-anak zaman sekarang memiliki kebebasan untuk melihat apa yang seharusnya hanya ditonton oleh orang dewasa. (Faizal, 2012)

Beberapa hal yang telah dijelaskan di atas merupakan kondisi dimana masyarakat, khususnya para pelajar, membutuhkan adanya bentuk literasi media. Literasi media merupakan istilah lain dari melek media. Seseorang pengguna media yang mempunyai literasi media atau melek media akan berupaya memberi reaksi dan menilai sesuatu pesan media dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab (Mulyana, 2008), sehingga literasi media bukan hanya persoalan mengenai benar atau salah, melainkan tumbuhnya jiwa kritis dalam setiap individu dalam menyikapi isi pesan media. Sudah dapat dipastikan penting bagi kita untuk memahami secara khusus pemahaman media untuk mengetahui unsur-unsur dasar dan keterampilan yang diperlukan. Hal ini sangat berbeda dengan menjalani kehidupan paham media. Hal ini mungkin tampaknya tidak sesulit pada awalnya. Satu hal, kita menjalani hidup yang hampir selalu dipenuhi oleh media dan pesannya, sehingga kesempatan untuk mempraktekan pemahaman media selalu ada. Akan tetapi, kita dapat (dan harus) berbuat lebih banyak. Kita dapat hidup dalam hidup paham media dan membuat literasi media yang merupakan sebuah hal yang membangun. Kita dapat mendorong pemahaman media dan mengajarkan kepada orang lain akan nilainya. (Baran, 2011: 31)

Pelajar wajib memiliki kemampuan literasi media karena mereka hidup di jaman yang penuh dengan informasi yang datang dari berbagai media secara bebas dan tak terbatas. Pendidikan akan melek media harus diberikan kepada para pelajar agar mereka cakap dalam menganalisis muatan media dan mampu menanggulangi berbagai pengaruh buruk dari pesan media yang dapat mempengaruhi perilaku maupun pola pikir mereka dalam masa perkembangannya. Melihat pentingnya literasi media dalam kehidupan bermedia tersebut, maka media yang digunakan dalam menyampaikan pesan literasi media haruslah media yang paling efektif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan diaplikasikan dengan baik oleh pelajar (peserta literasi media). Pendidikan mengenai literasi media dapat disampaikan melalui berbagai media

penyampaian. Namun tidak semua media penyampaian pesan dapat dikatakan efektif karena setiap media memiliki dampak yang berbeda-beda kepada si penerima pesan yang beragam kriteria dan karakternya. Kita tidak bisa menyamakan metode maupun media penyampaian yang digunakan negara lain untuk diterapkan pula di negara kita dalam menyampaikan pesan literasi media. Oleh sebab itulah, penelitian ini diangkat untuk mengetahui media penyampaian pesan yang efektif dalam kegiatan literasi media.

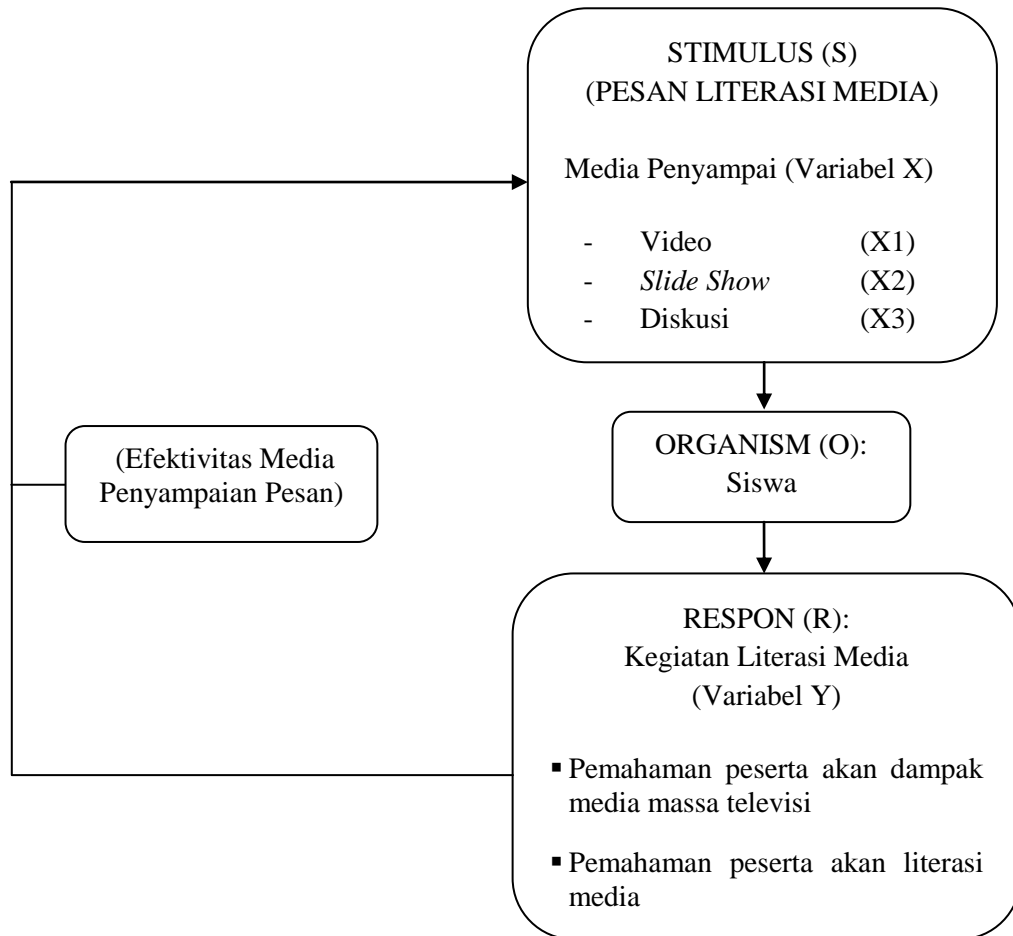
Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu pertama, apakah terdapat hubungan antara efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media dan seberapa besar efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media? Kedua, media penyampaian pesan manakah yang paling efektif dalam menyampaikan pesan literasi media? Sedangkan tujuan dari penelitian ini antara lain: Satu; untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media dan seberapa besar efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media, khususnya di lingkungan SMA Negeri 2 Bandar Lampung. Dua; untuk mengetahui media penyampaian pesan manakah yang paling efektif dalam menyampaikan pesan literasi media.

Salah satu bentuk dari komunikasi adalah komunikasi massa. Komunikasi dalam komunikasi massa pada dasarnya dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio, siaran, televisi, film, dan media *on-line* (internet). Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia karena dapat dipastikan 99% masyarakat memiliki televisi dirumahnya. Tayangan televisi mereka dipenuhi hiburan, berita, dan iklan yang pengaksesannya bebas dan tak terbatas (Baran, 2011 : 32). Media televisi merupakan suatu gambaran penting bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi maupun hiburan untuk pengetahuan dan dalam proses pembentukan diri, khususnya pelajar. Pelajar diharapkan memiliki kemampuan literasi media dalam

menyikapi pesan yang dibawa oleh media massa, seperti televisi. Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan isi pesan media. Dari definisi itu dipahami bahwa fokus utamanya berkaitan dengan isi pesan media. (Guntarto, 2011)

Perkembangan teknologi komunikasi yang cepat membutuhkan komunikasi yang baik untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan. Pemilihan saluran dan media pengiriman pesan komunikasi merupakan faktor yang perlu diperhatikan karena berpengaruh terhadap efektivitas penyampaian pesan. Saluran dan media komunikasi menentukan gaya, nada, dan seluruh komposisi pesan. Pemilihan saluran dan media dalam penyampaian pesan membedakan tingkat efektivitas komunikasi dalam menyampaikan isi pesan. Efektivitas komunikasi melalui media komunikasi tercermin dari kemampuan media tersebut untuk mempengaruhi kelompok sasaran sesuai dengan yang diinginkan. Pemberian media pun harus hati-hati, media yang diberikan haruslah yang berkaitan dengan materi yang diberikan sehingga tidak menimbulkan kebingungan pada peserta. (Santy, 2006 : 1)

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori S-O-R. Teori S-O-R dari Hovland ini merupakan singkatan dari Stimulus – Organism – Response yang semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi, unsur-unsur dalam teori ini adalah pesan (stimulus, S). komunikan (Organism, O), dan efek (Response, R)(Effendy, 2003 : 254). Penelitian ini menggunakan Teori S-O-R karena keefektifan media penyampaian pesan diukur melalui respon peserta di kegiatan literasi media yang berupa pemahaman akan stimulus yang diberikan (umpan balik secara tepat) mengenai media televisi dan literasi media itu sendiri yang dapat dilihat pada kerangka pikir di bawah ini:



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

Ht : Terdapat hubungan antara efektivitas media penyampai pesan pada kegiatan literasi media

H0 : Tidak terdapat hubungan antara efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data yang pokok. (Singarimbun dan Effendi, 2008 : 3). Metode survey yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk eksplanasi (*explanatory research*) yaitu penelitian yang menyoroti pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya (Singarimbun, 2008 : 5).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (variabel pengaruh) adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya. Biasanya variabel bebas ditandai dengan simbol X (Kriyantono, 2010 : 21). Variabel bebas dalam penelitian ini antara lain :

X1 = media penyampai pesan menggunakan media video

X2 = media penyampai pesan menggunakan *slide show*

X3 = media penyampai pesan melalui forum diskusi

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (variabel terpengaruh) adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel ini adalah diobservasi dan nilainya diasumsikan tergantung pada efek dari variabel pengaruh. Variabel terikat biasanya ditandai dengan simbol Y. (Kriyantono, 2010 : 21)

Variabel terikat penelitian ini adalah kegiatan literasi media.

Hubungan variabel bebas dan variabel terikat dapat berupa hubungan antara dua variabel saja (hubungan bivariat) atau antara lebih dari dua variabel, biasanya antara satu variabel terpengaruh dan beberapa variabel pengaruh (hubungan multivariat). (Singarimbun dan Effendi, 2008 : 55) Variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini menggunakan hubungan asimetris multivariat.

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Singarimbun dan Effendi, 2008 : 46). Adapun indikator-indikatornya antara lain :

## 1. Media Penyampaian Pesan

Media penyampaian pesan bertindak sebagai variabel X menggunakan jenis variabel multivariat. Variabel X dalam penelitian ini digunakan sebagai media dalam menyampaikan stimulus pada peserta. Adapun indikator-indikatornya yaitu :

### a. Video (Variabel X1)

- Kejelasan video bagi peserta dalam menyampaikan pesan literasi media

### b. *Slide Show* (Variabel X2)

- Kejelasan slide show bagi peserta dalam menyampaikan pesan literasi media

### c. Diskusi (Variabel X3)

- Kejelasan forum diskusi bagi peserta dalam menyampaikan pesan literasi media

## 2. Kegiatan Literasi Media

Kegiatan literasi media bertindak sebagai variabel Y yang indikator pengukurannya menggunakan indikator respon dari Teori S-O-R. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur pemahaman akan literasi media yaitu pemahaman peserta akan dampak media massa televisi dan pemahaman peserta akan literasi media.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah siswa-siswi kelas X SMA Negeri 2 Bandar Lampung yang berjumlah 280 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yang melalui rumus perhitungan Taro Yamane didapatkan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian berjumlah 74 siswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden yang disebut juga angket (Kriyantono, 2010 : 97). Instrumen uji validitas diuji menggunakan perhitungan Korelasi *Product Moment*, uji reliabilitas menggunakan perhitungan Koefisien Alfa (*Cronbach*), dan teknik analisis data menggunakan Uji F dengan test *One Way Anova*.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk hasil pengujian instrumen penelitian yang pertama yaitu uji validitas. Uji validitas dilakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan (kuesioner) kepada 84 responden yaitu siswa-siswi kelas X IPA 3, X IPA 7, dan X IPA 8 SMA Negeri 2 Bandar Lampung. Melalui perhitungan *Product Moment*, didapatkan hasil bahwa validitas setiap instrumen variabel X1 (video), X2 (*slide show*), X3 (diskusi), dan variabel Y (kegiatan literasi media) dinyatakan valid.

| Variabel                               | Instrumen Pertanyaan                |  |                                       |                                 |                                 |                                       |                                    |  |  |                                   | R-Hitung     | Keterangan   |
|--|-------------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|--|--|-----------------------------------|--------------|--------------|
|  | 1                                   | 2  | 3                                     | 4                               | 5                               | 6                                     | 7                                  | 8  | 9  | 10                                |              |              |
| <b>X1<br/>(Video)</b>                  | Suara video jelas                   | Dialog jelas                             | Gambar jelas                          | Pergerakan gambar dapat diikuti | Pesan perbedaan jelas           | Alur cerita jelas                     | Pesan keseluruhan jelas            | Inti cerita jelas                        | Kesimpulan dimengerti                      | Mampu menceritakan kembali cerita | <b>0,220</b> | <b>VALID</b> |
| <b>X2<br/>(Slide Show)</b>             | Visualisasi jelas                   | Pesannya jelas                           | Pesan dapat dipahami                  | Konsumsi media jelas            | Kesadaran akan pengetahuan      | Informasi media jelas                 | Isi pesan media dapat dipahami     | Cara menjadi melek media                 | Tahu apa KPID dan fungsinya                | Kesimpulan Dimengerti             |              |              |
| <b>X3<br/>(Diskusi)</b>                | Forum dapat diikuti                 | Berkomunikasi dengan teman satu kelompok | Berdiskusi dengan teman kelompok lain | Memahami perintah               | Memahami penjelasan             | Menjawab pertanyaan                   | Memecahkan dan memeragakan pesan   | Menangkap peragaan pesan dari teman lain | Pesan dalam forum jelas                    | Kesimpulan Dimengerti             |              |              |
| <b>Y<br/>(Kegiatan Literasi Media)</b> | Informasi di TV tidak semuanya baik | TV dapat dijadikan media pembelajaran    | TV tidak memiliki dampak apapun       | Perlu diet media                | TV tidak pernah bersifat netral | Realita berbeda dengan yang ada di TV | Mengerti konsumsi media yang tepat | Tahu media yang tepat untuk diri sendiri | Memakai media yang sesuai dengan kebutuhan | Mampu menyaring info dari TV      |              |              |

Tabel 1. Tabel Uji Validitas Variabel X1, X2, X3, dan Variabel Y

Untuk pengujian reliabilitas, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel setelah dilakukan pengujian menggunakan perhitungan Koefisien Alfa (*Cronbach*). Berikut ini tabel Uji Reliabilitas penelitian ini:

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .660             | .666   | 10         |

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel X1 (Video)

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .628             | .644   | 10         |

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel X2 (Slide Show)

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .771             | .774   | 10         |

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel X3 (Diskusi)

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .624             | .648   | 10         |

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel Y (Kegiatan Literasi Media)

Perhitungan analisis data mengenai efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media di lingkungan SMA Negeri 2 Bandar Lampung dalam penelitian ini menggunakan Uji SST Anova atau *One Way Anova* yang sering disebut dengan perancangan sebuah faktor, yang merupakan salah satu alat analisis statistik yang bersifat satu arah (satu jalur). Anova merupakan metode untuk menguji hubungan antara suatu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen.

#### ANOVA

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |          |     |     |               |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
|       |                   |          |                   |                            | R Square Change   | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1     | .475 <sup>a</sup> | .421     | .316              | 4,632                      | .421              | 4,571    | 3   | 80  | .000          |

Tabel 6. Hasil Uji Anova

Dari tabel di atas, terlihat bahwa hasil analisis menunjukkan nilai  $R=0.475$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup antara media penyampaian pesan yaitu video (variabel X1), *slide show* (variabel X2), dan diskusi (variabel X3) secara bersama-sama pada kegiatan literasi media (variabel Y). Artinya, jika variabel X1, X2, dan X3 meningkat, maka variabel Y juga ikut meningkat (korelasi positif), sehingga apabila efektivitas media penyampaian meningkat, maka kegiatan literasi media (pemahaman peserta) juga akan semakin meningkat. Selanjutnya, untuk menghitung besarnya efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media, digunakan R Square yang disebut juga Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KD} &: r^2 \times 100\% \\ &: (0.475)^2 \times 100\% \quad \rightarrow 42,1\% \end{aligned}$$

Angka tersebut menunjukkan bahwa besarnya efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media ialah sebesar 42,1% sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya yang berasal dari luar model anova ini atau di luar penelitian ini.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, terlebih dahulu diketahui besarnya  $t_{\text{hitung}}$ . Adapun rumus statistik  $t$  adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t_{\text{hitung}} &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0.475 \sqrt{84-2}}{\sqrt{1-(0.475)^2}} = 5.55\% \end{aligned}$$

Nilai  $t_{\text{hitung}}$  yang didapatkan sebesar 5.55% tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya tingkat efektivitas masing-masing media penyampaian pesan (Variabel X1, X2, dan X3) pada kegiatan literasi media (Variabel Y).

Secara parsial, semua variabel X (X1, X2, dan X3) mempunyai hubungan yang signifikan. Hal ini bisa dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  maupun Sig, dimana nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , sedangkan nilai Sig masih dibawah Alpha 0,05. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka didapatkan bahwa variabel X1 (video) hubungannya signifikan pada kegiatan literasi media ( $t_{hitung} = 3.827 > t_{tabel} = 1.664$ ). Demikian juga nilai Sig =  $0.005 < 0.05$  dengan koefisien regresi sebesar 0.563. Variabel X2 (*slide show*) hubungannya signifikan pada kegiatan literasi media ( $t_{hitung} = 3.521 > t_{tabel} = 1.664$ ). Demikian juga nilai Sig =  $0.005 < 0.05$  dengan koefisien regresi sebesar 0.462. Dan variabel X3 (diskusi) hubungannya signifikan pada kegiatan literasi media ( $t_{hitung} = 3.154 > t_{tabel} = 1.664$ ). Demikian juga nilai Sig =  $0.005 < 0.05$  dengan koefisien regresi sebesar 0.436. Hal ini menyimpulkan bahwa  $H_0$  diterima.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media dan seberapa besar efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media, khususnya di lingkungan SMA Negeri 2 Bandar Lampung dan juga untuk mengetahui media penyampaian pesan manakah yang paling efektif dalam menyampaikan pesan literasi media. Dari hasil analisis data berupa pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada 84 responden, yaitu siswa-siswi kelas X SMA Negeri 2 Bandar Lampung yang terdiri dari X IPA 3, X IPA 7, dan X IPA 8, maka didapatkan jawaban dari tujuan penelitian ini yaitu yang pertama, berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa tingkat keeratan hubungan antara efektivitas media penyampaian pesan (variabel X) pada kegiatan literasi media (variabel Y) di lingkungan SMA Negeri 2 Bandar Lampung adalah sebesar 0.475, yang jika dilihat ke dalam tabel kriteria penilaian korelasi adalah cukup. Jadi, terdapat hubungan yang cukup antara media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media. Untuk variabel Y, kegiatan literasi media menggunakan dua dimensi pengukuran berupa pemahaman mengenai dampak media massa televisi dan pemahaman mengenai literasi media itu sendiri. Dari segi pemahaman mengenai dampak media massa televisi, pada umumnya responden mengetahui fakta dan informasi mengenai isi pesan media massa pada

televisi di Indonesia dengan mayoritas jawaban yang tepat. Sedangkan untuk pemahaman mengenai literasi media, responden pada umumnya menunjukkan tingkat pemahaman yang sudah cukup tinggi. Hal ini menunjukkan pesan yang disampaikan melalui media penyampaian pesan (video, *slide show*, dan diskusi) mampu menyampaikan informasi secara baik kepada responden. Besarnya efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media adalah 42,1%. Jika dikaitkan dengan penggunaan Teori S-O-R yang mengkaji tentang stimulus khusus yang menghasilkan suatu respon khusus. Efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Effendy, 2003 : 255). Teori S-O-R dalam penelitian ini menjadi teori pendukung sebagai perantara antara variabel X dan variabel Y. Stimulus khusus (Variabel X) yang diberikan pada penelitian ini ialah pesan literasi media yang disampaikan melalui tiga media penyampaian yaitu video, *slide show* (Variabel X2), dan diskusi (Variabel X3). Media penyampaian pesan ini dianggap sebagai media yang mampu menyampaikan pesan literasi media kepada khalayak untuk menumbuhkan pemahaman akan literasi media (Variabel Y) yang dengan kata lain, respon yang ditunjukkan sesuai dengan harapan sehingga diharapkan mampu merubah perilaku khalayak. Dengan demikian, melalui penelitian ini, Teori S-O-R menyatakan keefektifan media penyampaian pesan yang digunakan untuk menyampaikan stimulus kepada khalayak mampu menimbulkan respon yang sesuai dengan harapan. Selain itu, hasil perhitungan untuk kuesioner mengenai kegiatan literasi media yang diberikan kepada responden, didapatkan hasil bahwa kemampuan responden dalam menjawab pertanyaan seputar mengukur pemahaman mereka mengenai dampak televisi dan kemampuan literasi media mereka adalah baik, yang dapat dilihat pada keseluruhan persentase jawaban mereka atas sepuluh butir pertanyaan yang diajukan. Hal ini menunjukkan reaksi yang ditunjukkan peserta tergolong tepat, sesuai dengan perkiraan, yang dengan kata lain bahwa terdapat kesesuaian antara pesan (stimulus) yang disampaikan melalui tiga media penyampaian pesan dengan reaksi komunikasi (respon) yang dapat dilihat pada ketepatan jawaban yang dihasilkan melalui kuesioner hingga mempraktekkan pesan, menggunakan informasi yang didapat melalui

pesan literasi media tersebut, sehingga dapat mengubah perilaku responden dalam mengkritisi pesan-pesan yang dibawa oleh media massa (kemampuan literasi media responden meningkat).

Kedua, media video yang digunakan dalam menyampaikan pesan literasi media kepada peserta dinyatakan media yang paling efektif dibandingkan dengan media-media lainnya (*slide show* dan diskusi) dengan hasil koefisien regresi sebesar 0.563. Dengan penyajian video yang baik dan diiringi pesan yang menarik pula, efektivitas dari penggunaan video sebagai salah satu alat atau media untuk menyampaikan pesan, hasilnya dapat lebih baik lagi. Untuk media *slide show* yang digunakan dalam menyampaikan pesan literasi media kepada peserta dinyatakan efektif dengan hasil koefisien regresi sebesar 0.462. Hasil yang didapat memang tidak sebesar video, namun hasil ini tetap menyatakan *slide show* merupakan media penyampaian pesan yang cukup efektif untuk menyampaikan pesan, khususnya literasi media, kepada peserta untuk memaksimalkan penerimaan peserta terhadap pesan yang disampaikan. Dan untuk forum diskusi, keefektifan dari media ini tidak diukur dengan kejelasan audio-visual maupun visual yang ditampilkan seperti video dan *slide show*, diskusi diukur melalui peserta diskusi sendiri, bagaimana mereka menangkap instruksi dan melakukannya secara tepat, juga bagaimana peserta diskusi memaknai pesan yang dapat mereka ambil dari jalannya forum ini terkait dengan tema dan pesannya, yang dapat dilihat dan diukur melalui kuesioner (yang merupakan alat ukur dalam penelitian ini). Forum diskusi yang digunakan dalam menyampaikan pesan literasi media kepada peserta dinyatakan efektif dengan hasil koefisien regresi sebesar 0.436. Selain itu, setiap butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tingkat keefektifan dari masing-masing media ini dinyatakan valid dan reliabel.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data yang diperoleh pada penelitian yang dilaksanakan di lingkungan SMA Negeri 2 Bandar Lampung mengenai efektivitas media penyampaian pesan terhadap resepsi pesan peserta literasi media, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang cukup yaitu sebesar 0.475 antara media penyampaian pesan yaitu video (variabel X1), *slide show* (variabel X2), dan diskusi (variabel X3) secara bersama-sama pada kegiatan literasi media (variabel Y). Artinya, jika variabel X1, X2, dan X3 meningkat, maka variabel Y juga ikut meningkat (korelasi positif). Dan besarnya tingkat efektivitas media penyampaian pesan pada kegiatan literasi media dalam penelitian ini adalah 42,1%, sedangkan sisanya 57,9% disebabkan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil dari hipotesis penelitian ini, didapatkan bahwa media penyampaian pesan dalam bentuk video merupakan media penyampaian pesan yang paling efektif bagi peserta literasi media dibandingkan dengan dua media lainnya, yaitu *slide show* dan forum diskusi dengan  $t_{hit}$  sebesar 3.827.

Mengenai penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Hendaknya para pemateri, khususnya pemateri pesan literasi media, kedepannya dapat lebih memaksimalkan efisiensi dan efektivitas media penyampaian pesan yang digunakan dalam menyampaikan pesan (materi) kepada peserta dikarenakan mengingat pentingnya pesan literasi media bagi generasi muda sebagai penerus bangsa. Dengan penggunaan media penyampaian yang efektif, pesan pun dapat tersampaikan secara efektif pula, sehingga pemahaman peserta dapat terbentuk secara optimal.
2. Kiranya para remaja atau generasi muda dapat menyadari pentingnya menumbuhkan jiwa kritis atas pemberitaan di media, semakin terbebani akan keadaan pers di Indonesia saat ini, dan kiranya para remaja maupun kalangan lainnya dapat memahami literasi media itu sendiri dan mempraktekannya ke dalam kehidupan sehari-hari demi kehidupan bermedia yang lebih baik lagi.
3. Sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini tentunya memiliki beberapa kelemahan, namun kiranya penelitian ini setidaknya dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan efektivitas media, maupun bagi peneliti lain yang hendak menyampaikan pesan atau materi, khususnya literasi media.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa (Literasi Media dan Budaya)*. Jakarta: Salemba Humanika
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Faizal, Ahmad Riza. 2012. The Hyperselectives. *Sekilas tentang Literasi Media dan Informasi*. Diunggah pada 21 Februari 2012. Diunduh pada 24 September 2012. <http://ahmadriza.com/2012/02/21/sekilas-tentang-literasi-media-dan-informasi/>
- Guntarto. 2011. Kidia (Kritis! Media untuk Anak). *Perkembangan Literasi Media di Indonesia*. Diunggah pada 9 Pebruari 2011. Diunduh pada 12 Februari 2013. <http://www.kidia.org/news/tahun/2011/bulan/02/tanggal/09/id/187/>
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, Slamet. 2008. Slamet Mulyana. *Perkembangan Media Massa dan Media Literasi*. Diunggah pada 22 Desember 2008. Diunduh pada 12 Februari 2013. <http://wsmulyana.wordpress.com/2008/12/22/perkembangan-media-massa-dan-media-literasi/>
- Santy. 2006. Skripsi: *Efektivitas Media Komunikasi Internal English First Surabaya Sebagai Media Penyampaian Pesan Marketing Publik Relations Kepada Siswa*. Surabaya: tidak diterbitkan.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES