

**PENGARUH PRESTASI BELAJAR BAHASA INDONESIA TERHADAP
TINGKAT LITERASI MEDIA SOSIAL SISWA KELAS XII SMK
MA'ARIF NU 04 PAKIS DI KECAMATAN PAKIS, KABUPATEN
MALANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Minat
Utama Komunikasi Massa**

Oleh :

Seylvia Rhoyhana Rihlaty Syah

NIM. 105120200111035



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Terhadap Tingkat Literasi Media Sosial Siswa Kelas XII SMK Ma'arif NU 04 Pakis, di Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang

SKRIPSI

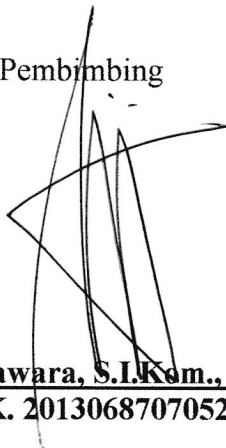
Disusun Oleh :

Seylvia Rhojhana Rihlaty Syah

NIM. 105120200111035

Telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam Ujian Sarjana Pada Hari Jumat tanggal 4 Agustus 2017

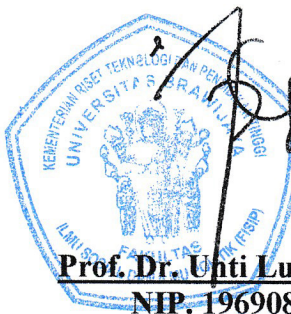
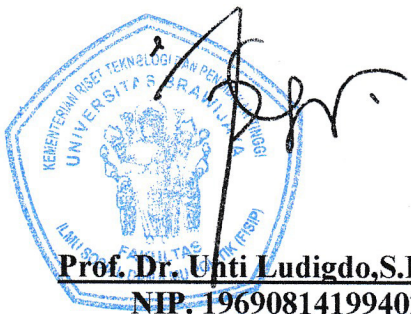
Pembimbing



Sinta Swastikawara, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP/NIK. 2013068707052001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


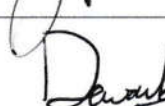
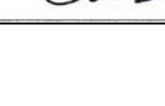


Prof. Dr. Unti Ludigdo, S.E., M.Si.AK *ell*
NIP. 1969081419940210 01

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

NAMA : Seylvia Rhojhana Rihlaty Syah
NIM : 105120200111035
TANGGAL UJIAN : 4 Agustus 2017
JURUSAN : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Komunikasi Massa
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Prestasi Belajar Bahasa Indonesia terhadap Tingkat Literasi Media Sosial Siswa Kelas XII SMK Ma'arif NU 04 Pakis, di Kecamatan Pakis Kabupaten Malang

TELAH DIREVISI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI

No.	NAMA	TANDA TANGAN
1.	Sinta Swastikawara, S.I.Kom., M.I.Kom	
2.	Isma Adila, S.I.Kom., M.A	
3.	Dewanto Putra Fajar, S.Sos., M.Si.	

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Surat persetujuan ini diberikan kepada :

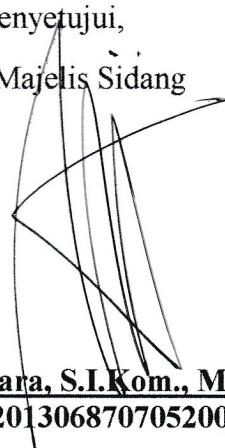
Nama : Seylvia Rhoyhana Rihlaty Syah
NIM : 105120200111035
Judul Skripsi : **“Pengaruh Prestasi Belajar Bahasa Indonesia terhadap Tingkat Literasi Media Sosial Siswa Kelas XII SMK Ma’arif NU 04 Pakis, di Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang”**

Untuk melangsungkan ujian skripsi dan komprehensif karena telah memenuhi segala persyaratan dan telah dinilai cukup siap karyanya untuk diuji oleh majelis penguji.

Demikian surat persetujuan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan dilanjutkan untuk mengurus kelengkapan selanjutnya.

Malang, 25 Juli 2017

Menyetujui,
Ketua Majelis Sidang



Sinta Swastikawara, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP/NIK. 2013068707052001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Seylvia Rhoyhana Rihlaty Syah

NIM : 105120200111035

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Terhadap Tingkat Literasi media Sosial Siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis di Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya diberi tanda dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi saya, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Malang, 27 Juli 2017



Seylvia Rhoyhana R.S.
105120200111035

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Seylvia Rhoyhana Rihlaty Syah
Nama panggilan : Via/Icha
Tempat, tanggal lahir : Malang, 25 April 1992
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : WNI
Pekerjaan : Mahasiswi
Tinggi Badan : 158 cm
Berat Badan : 50 kg
Alamat asal : Jl Bunut Wetan RT 04 RW 06, Kec. Pakis, Kab.
Malang
Hobi : Travelling, Bermusik
Mobile / Handphone : 08976404291
E-mail : seylviarsyah@gmail.com



PENDIDIKAN

1997 – 1999 TK Muslimat Al-Hidayat, Bunut Wetan
1999 – 2004 MI Al-Hidayat, Bunut Wetan
2004 – 2007 MTsN Malang 1
2007 – 2010 MAN 3 Malang
2010 – sekarang S1 ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS BRAWIJAYA

PERSONALITAS

Berpenampilan menarik, sopan, memiliki kemampuan bekerja sama dalam satu tim maupun secara personal, bermotivasi tinggi, cepat tanggap, disiplin,

tanggung jawab, mampu belajar dengan cepat serta beradaptasi dengan lingkungan yang baru, dan juga pendengar yang baik.

PENGALAMAN KEGIATAN

- Membuat iklan layanan masyarakat bertema penghijauan (untuk memenuhi tugas mata kuliah sinematografi)
- Membuat film pendek berjudul “*Dear Mate*” (untuk memenuhi tugas mata kuliah sinematografi)
- Membuat liputan *feature* tentang komunitas *Save Street Child* Malang (SSCM) (untuk memenuhi tugas mata kuliah Praktik Televisi Non-Berita)
- Membuat *video clip* untuk lagi berjudul Terindah dari Native-Band (untuk memenuhi tugas mata kuliah Praktik Televisi Non-Berita)
- Vokalis Kiyora Band 2015 – sekarang

PENGALAMAN ORGANISASI

- Anggota Pramuka MTsN Malang 1 tahun 2004 - 2007
- Anggota Pramuka MAN 3 Malang tahun 2008 – 2010
- Anggota Paduan suara MAN 3 Malang tahun 2008 – 2010
- Anggota UKM Taekwondo Universitas Brawijaya
- Anggota divisi Kesra UKM Taekwondo Universitas Brawijaya periode 2011 – 2012
- Sekretaris II UKM Taekwondo Universitas Brawijaya periode 2010-2013

PENGALAMAN KERJA

- Admin media sosial dari Indonesia Medika (untuk memenuhi Praktek Kerja Nyata jurusan Ilmu Komunikasi) selama satu bulan.

ABSTRAK

Seylvia Rhojhana Rihlaty Syah. 105120200111035. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya Malang. Pengaruh Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Terhadap Tingkat Literasi Media Sosial Siswa Kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang.
Pembimbing : Sinta Swastikawara S.I.Kom, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang positif dan signifikan antara prestasi belajar Bahasa Indonesia terhadap tingkat literasi media sosial pada *digital natives*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis korelasional sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang dengan jumlah siswa sebanyak 98 siswa. Instrumen pengambilan data pada penelitian ini adalah dokumentasi untuk variabel prestasi belajar Bahasa Indonesia siswa, dan kuesioner untuk variabel tingkat literasi media sosial. Uji validitas yang dihitung menggunakan program SPSS 16.0 *for windows* menunjukkan bahwa semua aitem yang berjumlah 26 aitem dari kuesioner tingkat literasi media sosial adalah valid. Sedangkan uji reliabilitasnya menunjukkan hasil 0,877 dan dinyatakan reliabel karena nilainya lebih dari 0,600.

Analisis data hasil penelitian dimulai dengan analisis data deskriptif pada setiap variabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat prestasi belajar Bahasa Indonesia siswa berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 65,3% dari total siswa. Analisis deskriptif pada variabel literasi media sosial dibagi menjadi empat bagian, sesuai masing-masing dimensi (tiga dimensi) dan analisis secara keseluruhan. Pada dimensi *use* sebagian besar siswa berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 55,1%. Begitu pula pada dimensi *critical understanding* sebagian siswa berada pada kategori sedang sebanyak 71,7%. Pada dimensi *communicative abilities* pun sebagian besar siswa berada pada kategori sedang dengan total prosentase 61,5%. Tingkat literasi media sosial siswa sebagian besar berada pada level medium yaitu sebanyak 65,3%.

Kemudian analisis dilanjutkan dengan analisis uji asumsi klasik berupa uji normalitas dan uji linieritas, yang kemudian dilakukan uji hubungan menggunakan korelasi sederhana *pearson product moment*. Setelah diketahui koefisien korelasinya kemudian di uji signifikansi nya menggunakan uji t.

Hasil yang didapatkan melalui analisis data tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat lemah antara prestasi belajar Bahasa Indonesia dengan tingkat literasi media sosial siswa. Koefisien korelasinya menunjukkan nilai -0,008. Sedangkan pada uji signifikansi tidak terdapat hubungan yang signifikan antara prestasi belajar Bahasa Indonesia dengan tingkat literasi siswa karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,066 < 1,668$.

Kata kunci : prestasi belajar bahasa Indonesia, literasi media sosial.

ABSTRACT

Seylvia Rhojhana Rihlaty Syah. 105120200111035. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya Malang. Pengaruh Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Terhadap Tingkat Literasi Media Sosial Siswa Kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang.
Pembimbing : Sinta Swastikawara S.I.Kom, M.I.Kom

The purpose of this research is to show if there any positive and significant relations between the learning achievement on Indonesian language subject and the social media literacy level on digital natives. This research is a quantitative research with simple correlational analysis. The population of this research is the 3rd grade students of SMK MA'ARIF NU 04 Pakis, Pakis district in malang city with the number of the student is 98 students. The data collection in this research is using documentation for the learning achievement on Indonesian language's variable, and questionnaire for the media social literacy level's variable. The SPSS 16.0 for windows program that used to calculate the validity test shows that all the 26 items from the questionnaire of media social literacy level are valid. Meanwhile the result of reliability test is 0,877 which means it is reliable because it is more than 0,600.

The data analysis's result with descriptive data analysis on every variable. The analysis's result show that most of the students' learning achievement on Indonesian language subject are on the medium category. Which is 55,3% from the total of the students. The descriptive analysis's result of the social media literacy's variable is divided into 4 parts, based on each dimension (three dimension) and over-all analysis. On the *use* dimension, most of the student are on the medium category with the total percentage is 55,1%. As well as on the *critical understanding* dimension, it hits the medium category with the total percentage 71,7%. On the *Communicative abilities* dimension, it also shows that most of the students are on the medium category which is 61,5%. The student's social media literacy level are on the medium level, that is 65,3%.

Hereafter, the analysis continued classic assumption test in the form of normality test and linearity test, and later on it continued with correlation test using the simple correlation of pearson product moment. Once the coefficient of the correlation are clear, it continued with significant test using t-test.

The obtained result of the data analysis mentioned above shows that the relation between the learning achievement of Indonesian language subject and the social media literacy level is very low, and the coefficient of the correlation showed the result of -0,008. Meanwhile on the significant test, there is no significant relation between the learning achievement on Indonesian language subject with the students' literacy level, because of $t_{hitung} < t_{tabel}$ value that is $-0,066 < 1,668$.

Keywords : student achievement, Indonesian language, social media literacy

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Remaja SMA sebagai <i>digital natives</i>	12
2.2 Media Sosial	16
2.3 Literasi Digital	30
2.4 Mata pelajaran Bahasa Indonesia.....	56
2.5 Penelitian Terdahulu.....	62
2.6 Kerangka Pemikiran.....	63
2.7 Hipotesis	64
BAB III	65
METODE PENELITIAN.....	65
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	65
3.2 Definisi Konseptual.....	67
3.3 Definisi Operasional.....	68

3.4 Lokasi Penelitian.....	71
3.5 Populasi dan Sampel	71
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	73
3.7 Uji Instrumen	78
3.8 Teknik Analisis Data	80
BAB IV	87
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	87
4.1 Hasil Penelitian	87
4.2 Pembahasan	106
BAB V	114
KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Kesimpulan	114
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	115
5.3 Keterbatasan Penelitian	115
5.4 Saran.....	116
Daftar pustaka.....	117
Lampiran	120

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 AKUN TWITTER MILIK KEMENDIKBUD RI	4
GAMBAR 2 AKUN FACEBOOK MILIK KEMENKEU RI	5
GAMBAR 3 WWW.INSTAGRAM.COM	47
GAMBAR 4 KERANGKA PEMIKIRAN	63
GAMBAR 5 GRAFIK PRESTASI BAHASA INDONESIA	94
GAMBAR 6 GRAFIK RATA – RATA DIMENSI <i>USE</i>	96
GAMBAR 7 GRAFIK RATA-RATA DIMENSI <i>CRITICAL UNDERSTANDING</i>	98
GAMBAR 8 GRAFIK RATA-RATA DIMENSI <i>COMMUNICATIVE ABILITIES</i>	100
GAMBAR 9 RATA-RATA TINGKAT LITERASI MEDIA SOSIAL	102
GAMBAR 10 HUBUNGAN KORELASI VARIABEL X DAN Y	112

DAFTAR TABEL

TABEL 1. KOMPETENSI PERSONAL DAN SOSIAL	37
TABEL 2. TINGKAT LITERASI MEDIA (<i>EUROPEAN COMMISSION, 2009, H.55</i>)	56
TABEL 3 DEFINISI OPERASIONAL.....	71
TABEL 4 SKALA ALTERNATIF JAWABAN	75
TABEL 5 <i>KISI-KISI INSTRUMEN LITERASI MEDIA DIGITAL</i>	78
TABEL 6 RUMUS PENGKLASIFIKASIAN KATEGORISASI.....	81
TABEL 7 INTERVAL NILAI KOEFISIEN DAN KEKUATAN HUBUNGAN	85
TABEL 8 HASIL UJI VALIDITAS	91
TABEL 9 HASIL UJI RELIABILITAS.....	91
TABEL 10 HASIL DESCRIPTIVE STATISTICS PRESTASI BELAJAR	93
TABEL 11 HASIL PROSENTASE PRESTASI BELAJAR BAHASA INDONESIA.....	94
TABEL 12 HASIL DESCRIPTIVE STATISTICS DIMENSI USE.....	95
TABEL 13 HASIL PROSENTASE KATEGORISASI DIMENSI <i>USE</i>	96
TABEL 14 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF DIMENSI <i>CRITICAL UNDERSTANDING</i>	97
TABEL 15 HASIL PROSENTASE KATEGORISASI DIMENSI <i>CRITICAL UNDERSTANDING</i> ..	98
TABEL 16 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF DIMENSI <i>COMMUNICATIVE ABILITIES</i>	99
TABEL 17 HASIL PROSENTASE KATEGORISASI DIMENSI <i>COMMUNICATIVE ABILITIES</i>	100
TABEL 18 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF TINGKAT LITERASI MEDIA SOSIAL.....	101
TABEL 19 HASIL PROSENTASE KATEGORISASI LITERASI MEDIA SOSIAL	102
TABEL 20 HASIL UJI NORMALITAS.....	103
TABEL 21 HASIL LINIERITAS	104
TABEL 22 HASIL KOEFISIEN KORELASI SEDERHANA	105
TABEL 23 HASIL UJI SIGNIFIKANSI	106

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era 1980an, teknologi digital seperti *email* sudah mulai populer digunakan oleh masyarakat. Kemudian *world wide web* membuat debut mereka di tahun 1991, dengan *browser* yang mudah digunakan beberapa tahun kemudian. Situs mesin pencari, portal-portal dan *e-commerce* sukses menggebrak di akhir era 90an (Palfrey & Gasser, 2008, h. 3). Penggunaan teknologi digital seperti internet ini sudah digunakan oleh hampir semua masyarakat dunia. Terdapat lebih dari tiga miliar pengguna internet dari 7 miliar populasi di dunia pada tahun 2016, dan Asia berada pada peringkat teratas (Internet World Stats, 2016). Sedangkan di Indonesia sendiri, berdasarkan dari survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, terdapat 132,7 juta pengguna internet dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 256,2 juta orang. Sebanyak 63,1 juta pengguna internet menggunakan perangkat *mobile*, 2,2 juta menggunakan komputer, dan 67,2 juta penduduk menggunakan keduanya. 10,3 juta merupakan mahasiswa dan 8,3 juta adalah pelajar (Ansari et al., 2016, h. 6-9)

Era digital ini menciptakan generasi muda yang dikenal sebagai *digital natives*. Prensky (2001, h. 1) mengatakan bahwa *Digital Natives* merupakan generasi “*Native speaker*” dari bahasa digital dari komputer, *video games*, dan internet. Prensky menganggap generasi ini telah menghabiskan waktu hidup mereka dikelilingi dengan menggunakan komputer, *video games*, *digital music players*, kamera video, telepon genggam, dan semua permainan dan peralatan

lain dari masa digital. Sedangkan Palfrey & Gasser (2008, h. 346) menjelaskan bahwa *Digital Natives* merupakan generasi yang telah lahir setelah tahun 1980, ketika teknologi sosial digital, seperti *usenet* dan sistem papan buletin muncul secara *online*. Mereka semua memiliki akses kepada jaringan teknologi digital dan mereka memiliki kemampuan komputer dan pengetahuan yang kuat. *Digital Natives* membagikan budaya global umum yang tidak hanya semata-mata oleh umur namun oleh ciri-ciri tertentu dan pengalaman yang terkait dengan bagaimana mereka berinteraksi dengan teknologi informasi, informasi itu sendiri, satu sama lain, dan orang lain dan institusi. Palfrey & Gasser (2008, h. 8) menganggap bahwa *Digital natives* memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka yang telah lahir di era digital belajar, bekerja, menulis, dan berinteraksi satu sama lain dengan cara yang berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka lebih banyak membaca *blog* daripada surat kabar, membuat janji satu sama lain secara *online*, dan lebih menyukai untuk mengirim pesan melalui pesan instan atau *Instant Message* (IM) daripada melalui panggilan telepon. Mayoritas aspek dalam kehidupan *Digital Natives* seperti interaksi sosial, pertemanan, aktifitas publik telah dimediasi oleh teknologi digital. *Digital natives* tidak tahu cara lain dari kehidupan digital tersebut.

Hadirnya teknologi internet tidak hanya menciptakan generasi baru, namun juga diikuti dengan munculnya era media digital. Menurut Flew di tahun 2002 (dalam Tamburaka, 2013, hal. 72) media digital merupakan sebuah bentuk dari konten media yang menggabungkan dan mengintegrasikan dari semua jenis data, teks, suara, dan gambar yang disimpan dalam format digital, dan semakin

didistribusikan melalui jaringan seperti yang berdasarkan pada *broad-brand fibre-optics*, satelit, dan system transmisi jaringan pendek (*microwave transmission system*). Seiring perkembangan dari era media digital, kemudian tercipta situs-situs media sosial yang beredar di masyarakat yang memungkinkan penggunaanya untuk mendapatkan informasi secara mudah dan terbuka (Nasrullah, 2016, h. 1).

Media sosial merupakan sebuah kelompok dari jenis media baru, yang memiliki 5 karakteristik, yaitu: partisipasi (*participation*), keterbukaan (*openness*), percakapan (*conversation*), komunitas (*community*), dan saling terhubung (*connectedness*) (Mayfield, 2014). Sesuai dengan karakteristik tersebut, Mayfield (2014) menganggap bahwa media sosial membuat siapa saja bisa berpartisipasi dan memberikan timbal balik tentang sebuah informasi. Bahkan mendorong penggunaanya untuk bisa menciptakan suatu konten atau informasi baru secara bebas. Pendapat lain juga mengatakan bahwa media sosial merupakan medium internet yang menyajikan fasilitas bagi penggunaanya untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016, h. 11). Terdapat 6 situs media sosial yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia. Urutan pertama ditempati oleh Facebook, kemudian Instagram, Youtube, Google+, Twitter, dan LinkedIn (Ansari et al., 2016, h. 25).

Media sosial sebagai media baru memberikan kemudahan yang dapat dimanfaatkan oleh penggunaannya. Seperti pengguna dapat saling berinteraksi

dengan banyak orang secara luas tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Penyebaran informasi melalui media sosial juga bisa sangat cepat dan dapat dilakukan oleh siapa saja dan kapan saja, namun tidak menghabiskan biaya yang besar (Cahyono, 2016).

Kemudahan dari media sosial tersebut tidak hanya dimanfaatkan oleh pengguna secara individu saja namun juga dimanfaatkan oleh beberapa instansi pemerintahan untuk berinteraksi dan membentuk ikatan dengan masyarakat. Hal ini dapat dilihat pada akun *twitter* dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (@kemdikbud_RI) dan akun *Facebook* dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia (@kemenkeuRI) sebagai berikut:



GAMBAR 1 AKUN TWITTER MILIK KEMENDIKBUD RI



GAMBAR 2 AKUN FACEBOOK MILIK KEMENKEU RI

Melihat adanya akun-akun resmi milik pemerintahan tersebut membuktikan bahwa saat ini media sosial tidak hanya digunakan oleh perseorangan namun juga digunakan oleh instansi-instansi untuk berinteraksi dengan masyarakat.

Media sosial dengan berbagai kemudahannya yang telah disebutkan sebelumnya tidak menutup kemungkinan adanya dampak negatif yang ditimbulkan. Pengguna yang terjebak dalam media sosial memiliki kelemahan beresiko mengabaikan apa yang sedang terjadi di sekitarnya. Media sosial juga menyebabkan interaksi secara tatap muka menurun, hal ini dikarenakan mudahnya berinteraksi dengan orang lain menggunakan media sosial, menyebabkan penggunanya merasa cukup berinteraksi melalui media sosial saja. Penggunaan media sosial yang berlebihan juga dapat menyebabkan penggunanya kecanduan dalam menggunakan media sosial. Selain itu, media sosial yang memudahkan penggunanya untuk bebas mengeluarkan pendapat, ide, dan gagasan, apabila hal tersebut tidak dikontrol berpotensi menimbulkan konflik yang dapat berujung pada perpecahan (Cahyono, 2016).

Agar *Digital Natives* memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya dalam penggunaan media sosial dan terhindar dari perilaku internet beresiko, mereka memerlukan kemampuan khusus yang disebut literasi media digital. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, hampir setiap remaja di dunia menggunakan teknologi digital. Menurut *Mediasmarts.ca* (<http://mediasmarts.ca/digital-media-literacy-fundamentals/digital-literacy-fundamentals>: diakses pada 3 April 2017, pukul 11:50 WIB) remaja saat ini hidup di lingkungan budaya digital, dimana mereka terbiasa untuk mengakses media kapanpun dan dimanapun mereka berada. *Instan-messaging*, membagikan foto, SMS, jejaring sosial, *video-streaming*, dan penggunaan *internet mobile* merupakan beberapa contoh dari bagaimana remaja berperan dalam cara-cara baru terlibat dengan internet. Namun, antusiasme ini juga memiliki masalah potensial, meskipun *digital natives* memiliki keterampilan yang lebih cepat tentang teknologi digital daripada orang tua mereka, tanpa bimbingan mereka tetaplah dianggap sebagai pengguna amatir dari teknologi digital, yang menimbulkan kekhawatiran tentang generasi muda yang tidak sepenuhnya melek media digital, dan menjadi terbenam dalam dunia maya. Untuk tidak sekedar hanya menjadi konsumen dari teknologi digital, para pengguna terutama remaja membutuhkan untuk mengembangkan pengetahuan, nilai-nilai dan berbagai macam pemikiran kritis, kemampuan manajemen komunikasi dan informasi untuk hidup di era digital.

Istilah *Digital literacy* atau literasi digital pertama kali di populerkan oleh Paul Gilster (dalam Martin, 2009, h. 7) yang mendefinisikan sebagai kemampuan untuk mengerti dan menggunakan informasi dalam berbagai format

dari sumber yang sangat luas yang disajikan melalui komputer. Konsep ini tidak hanya sekedar bisa membaca saja, melainkan kemampuan untuk membaca dengan makna dan pemahaman. Tidak hanya sekedar keterampilan dalam menemukan informasi namun juga kemampuan untuk menggunakan hal-hal tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Guntarto, 2014). Sedangkan menurut Allan Martin (2009, h. 8) literasi digital merupakan kesadaran, sikap, dan kemampuan individu dalam menggunakan alat dan fasilitas digital secara tepat untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis, dan mensintesis sumber digital, membangun pengetahuan baru, membuat media ekspresi, dan berkomunikasi dengan orang lain, dalam konteks situasi kehidupan yang spesifik, yang bertujuan untuk mengaktifkan aksi sosial yang konstruktif, dan untuk merefleksikan proses ini.

Istilah literasi digital bukan berarti hanya untuk teknologi internet saja, melainkan juga mencakup teknologi media baru. Menurut *Media Awareness Network* (dalam Guntarto, 2014) literasi digital merupakan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan berbagai perangkat lunak aplikasi media digital, perangkat keras seperti komputer, telepon selular, dan teknologi internet. Kemampuan untuk secara kritis memahami konten media digital dan aplikasinya, dan pengetahuan dan kapasitas untuk menciptakan isi media dengan teknologi digital. Dari penjelasan definisi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 aspek karakteristik literasi digital yaitu: menggunakan (*use*), mengerti (*understand*), dan memproduksi (*create*). Seorang

pengguna teknologi digital bisa dikatakan ia telah melek media digital apabila sudah mampu mengaplikasikan ketiga karakteristik tersebut.

Aspek tersebut juga dijelaskan oleh *European Commission* (2009) pada kompetensi individu tentang tingkat literasi media. Ketiga aspek tersebut adalah *Use* yang merupakan kemampuan praktis dalam menggunakan dan mengakses media, *critical understanding* yang merupakan kemampuan individu untuk memahami suatu konten media, dan yang terakhir adalah *communicative abilities* yang merupakan kemampuan individu untuk membuat suatu konten dan kemampuan untuk berpartisipasi dalam kelompok sosial.

Ketika *digital natives* menggunakan media sosial juga dibutuhkan kemampuan literasi media digital tersebut. Setidaknya mereka harus bisa memahami kegunaan-kegunaan dan isi konten yang terdapat pada media sosial, sehingga mereka bisa menciptakan respon pada suatu konten yang ada pada media sosial, mulai dari respon singkat seperti berupa bahasa *iconic* maupun respon berupa kalimat narasi argumentatif. Penggunaan media sosial di kalangan remaja saat ini dimana mereka termasuk bagian dari *digital natives* merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari lagi. Hampir setiap hari, mereka mengakses media sosial untuk sekedar mencari informasi, atau menyampaikan kegiatan mereka (Ayun, 2015). Hal ini menyebabkan sebagian kehidupan dari *digital natives* banyak pada kehidupan *online*, tanpa membedakan antara kehidupan *online* dan *offline*. Bagi mereka, teknologi digital baru seperti komputer, telepon genggam, media sosial dan lain sebagainya merupakan mediator dasar hubungan antar manusia. Melalui media sosial, *digital natives* terhubung dengan dan

membagikan konten mereka kepada teman-temannya di seluruh dunia. Mereka juga mungkin bisa berkolaborasi secara kreatif dimana hal tersebut sangat mustahil dilakukan 30 tahun sebelumnya (Palfrey & Gasser, 2008).

Kemampuan berbahasa pengguna media sosial yang baik diharapkan dapat mendukung kemampuan remaja dalam menguasai literasi media sosial. Hal ini dapat dilihat dari tujuan Mata pelajaran bahasa di Indonesia yang mendukung konsep dari literasi media. Sesuai dengan silabus mata pelajaran bahasa Indonesia sekolah menengah atas pada kurikulum 2013 tahun 2016 yaitu;

“Mata pelajaran Bahasa Indonesia dimaksudkan untuk membina dan mengembangkan kepercayaan diri peserta didik sebagai komunikator, pemikir (termasuk pemikir imajinatif), dan menjadi warga negara Indonesia yang melek literasi dan informasi. Pembelajaran Bahasa Indonesia juga bertujuan membina dan mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap berkomunikasi yang diperlukan peserta didik dalam menempuh pendidikan, hidup di lingkungan sosial, dan berkecakapan di dunia kerja” (kemendikbud, 2016).

Dalam silabus tersebut pengembangan kompetensi kurikulum bahasa Indonesia ditekankan pada mengembangkan kemampuan siswa dalam hal mendengar, membaca, memirsa (*viewing*), berbicara dan menulis. Untuk mencapai kompetensi tersebut siswa melakukan kegiatan berbahasa dan bersastra melalui aktivitas lisan dan tulis, cetak dan elektronik, serta citra visual lain. Lingkup mata pelajaran bahasa Indonesia pada siswa menengah atas merupakan penjabaran dari 3 lingkup materi yaitu bahasa, sastra, dan literasi. Lingkup materi literasi mencakup teks dalam konteks, berinteraksi dengan orang lain, menafsirkan, menganalisis, mengevaluasi teks, dan mencipta teks (kemendikbud, 2016).

Oleh karena itu, dengan penguasaan siswa terhadap pelajaran bahasa Indonesia diharapkan mampu meningkatkan daya kritis siswa dan kemampuan siswa dalam menciptakan teks, dan juga kemampuan dalam berinteraksi dengan orang lain, sehingga diasumsikan dapat mempengaruhi tingkat literasi media sosial siswa sebagai pengguna dari media sosial. Daya kritis siswa tersebut sesuai dengan aspek yang dibutuhkan individu untuk memiliki kemampuan literasi media digital pada aspek *critical understanding* dan *communicative ability* yang dijabarkan oleh *European Commission (2009)*. Penguasaan siswa terhadap mata pelajaran Bahasa Indonesia tersebut nantinya dapat dilihat melalui prestasi belajar Bahasa Indonesia berupa nilai rapor yang telah diberikan oleh guru.

Berkembangnya teknologi dan penggunaan internet di dunia, juga berdampak pada model pendidikan di Indonesia, yang mulai menerapkan teknologi komputer dan media internet dalam sistem pembelajaran di Sekolah. Pendidikan berbasis teknologi ini memungkinkan guru dan siswa untuk lebih mudah mengakses informasi melalui sumber-sumber yang lebih banyak dan lebih mendalam khususnya informasi yang berkaitan dengan materi pembelajaran. Fasilitas-fasilitas teknologi komputer dan internet tersebut juga diterapkan oleh Sekolah Menengah Atas yang berada di Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, salah satunya adalah pada SMK MA'ARIF NU 04 Pakis.

Siswa dari SMK MA'ARIF NU 04 Pakis sebagai bagian dari *digital natives*, juga membutuhkan kemampuan literasi media digital ketika menggunakan media sosial. Berangkat dari latar belakang tersebut, peneliti

tertarik untuk mengetahui peran dari prestasi belajar Bahasa Indonesia terhadap tingkat literasi media sosial pada siswa kelas XII di SMK MA'ARIF NU 04 Pakis, kabupaten Malang. Peneliti berasumsi pembelajaran bahasa Indonesia berpengaruh terhadap tingkat literasi media sosial siswa.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apakah prestasi belajar Bahasa Indonesia berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat literasi media sosial siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis di Kecamatan Pakis Kab. Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dirumuskan sebagai berikut, yaitu mengetahui pengaruh prestasi belajar Bahasa Indonesia terhadap tingkat literasi media sosial siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis di Kecamatan Pakis Kab. Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan guru bisa mengetahui tingkat literasi media sosial pada siswa. Sehingga para guru bisa mengajarkan dan menerapkan tentang pembelajaran literasi media sosial kepada siswa.

Bagi pembaca, diharapkan dengan adanya penelitian ini nantinya mereka akan menggunakan media sosial dengan lebih bijaksana.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Remaja SMA sebagai *digital natives*

Masa remaja merupakan masa peralihan yang dialami oleh manusia ketika ia anak-anak menuju masa dewasa. Masa remaja termasuk dalam masa operasional (usia 11 tahun – dewasa), maksudnya adalah ketika individu beranjak usia remaja, mereka akan mampu berpikir abstrak dan hipotetis. Pada tahap ini remaja mampu memperkirakan hal-hal yang mungkin terjadi. Individu tersebut dapat mengambil kesimpulan dari suatu pernyataan (Fatimah, 2008, h. 24).

Organisasi WHO pada tahun 1974 memberikan definisi yang bersifat konseptual tentang remaja (dalam Sarwono, 2006, h. 9). WHO mendefinisikan remaja dalam tiga kriteria yaitu secara biologis, psikologis, dan sosial ekonomi. Remaja merupakan suatu masa ketika:

1. Individu yang berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai pada saat individu tersebut mencapai kematangan seksual.
2. Individu yang mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari masa kanak-kanak menjadi dewasa.
3. Terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relative lebih mandiri.

WHO memberikan batasan usia remaja mulai dari usia 10-20 tahun yang dibagi menjadi dua fase, yaitu fase remaja awal (10-14 tahun) dan fase remaja akhir (15-20 tahun). Sedangkan organisasi PBB menetapkan usia 15-24 tahun sebagai usia pemuda (*youth*). Di Indonesia sendiri batasan usia remaja dimulai dari usia 14-24 tahun.

Pelajar sekolah menengah atas (SMA) merupakan remaja yang tengah menempuh pendidikan pada tingkatan tersebut. Umumnya pelajar SMA di Indonesia berusia antara 16-18 tahun, yang mana dapat diasumsikan bahwa pelajar SMA saat ini lahir pada tahun 1999an dan termasuk dalam generasi *digital natives*.

Digital Natives merupakan istilah untuk merepresentasikan dari generasi yang lahir pada era digital. Prensky (2001) mengatakan bahwa generasi ini merupakan “*Native speakers*” dari bahasa digital, yang menghabiskan waktu mereka dikelilingi oleh teknologi digital. Mereka menggunakan komputer, *videogame*, *digital music players*, kamera video, *email*, internet, telepon genggam, serta berbagai macam mainan dan alat dari era digital. Alat-alat digital tersebut merupakan bagian dari kehidupan mereka.

Sedangkan Oblinger & Oblinger (2005, h. 2.2) menyebut mereka sebagai *Net Generation*. Sama seperti definisi sebelumnya, *Net Generation* atau *Net-Gen* ini merupakan generasi yang tumbuh bersama dengan teknologi. Mereka lahir ketika *Personal Computer* mulai diperkenalkan, 20 persen dari mereka mulai menggunakan komputer antara usia 5 sampai 8 tahun. Hampir semua siswa telah menggunakan komputer pada saat mereka berusia 16 sampai 18

tahun. Penggunaan komputer bahkan meningkat diantara anak-anak saat ini. Diantara anak-anak berusia 8 hingga 18 tahun, 96 persen sudah *online*. 74 persen memiliki akses di rumah, dan 61 persen menggunakan internet pada hari-hari biasa.

Digital natives lahir setelah tahun 1980an, ketika teknologi sosial digital mulai *online*. Mereka semua memiliki akses terhadap teknologi jaringan digital dan mereka semua memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi tersebut (Palfrey & Gasser, 2008, h. 1). Generasi yang juga disebut sebagai *Generation Y* atau *Gen Y* ini ((Lichy, 2012) merupakan anak dan cucu dari generasi *Baby boomers*, dimana sebagian besar dari mereka merupakan siswa tingkat atas saat ini. Barzilai-Nahon dan Mason(dalam Lichy, 2012) beranggapan bahwa mereka tumbuh dikelilingi oleh teknologi dan alat-alat digital yang dapat memperluas jangkauan kesempatan berkomunikasi dan konektivitas yang lebih baik dibandingkan sebelumnya pada negara maju. McMahan Dkk(dalam Lichy, 2012) juga mendeskripsikan *digital natives* sebagai “pengguna mahir komputer” yang menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi dari satu sama lain, daripada melalui institusi tradisional seperti korporasi.

Globalisasi dari internet sudah merubah banyak aspek sehari-hari dengan menyediakan akses terhadap informasi yang sebelumnya tidak tersedia. internet sudah mempercepat arus dari informasi dan komunikasi (Lichy, 2012), sehingga membuat *digital natives* mengharapkan teknologi menjadi komponen dari kehidupan mereka. Hal tersebut membuat generasi *digital natives* berbeda.

Mereka terbiasa untuk menerima informasi secara cepat. Mereka suka proses parallel dan *multi-task*. Mereka lebih memilih melihat konten grafis sebelum teks daripada melihat secara sebaliknya, dan mereka lebih baik ketika bekerja saat saling berkaitan (Prensky, 2001).

Digital natives atau *DN* belajar, bekerja, menulis, dan berinteraksi dengan satu sama lain dengan cara yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya ketika tumbuh dewasa. Mereka lebih suka untuk membaca blog daripada membaca koran. Mereka juga sering membuat janji secara online sebelum mereka bertemu satu sama lain. *DN* lebih suka untuk mengirim pesan singkat atau *instant message* (IM) daripada mengangkat telepon untuk mengatur pertemuan di siang harinya. *DN* saling terhubung satu sama lain oleh budaya yang umum. Aspek utama dari kehidupan mereka seperti interaksi sosial, pertemanan, dan kegiatan sipil diperantarai oleh teknologi digital, dan mereka tidak pernah mengetahui cara hidup lain tanpa teknologi (Palfrey & Gasser, 2008).

Pada era 21 saat ini, Indonesia juga menyiapkan diri menghadapi generasi *digital natives* ini. Namun berbeda dengan penggunaan internet di Amerika Serikat dimana setiap rumah memiliki koneksi internet sendiri, di Indonesia koneksi internet dapat ditemukan secara komunal di kafe-kafe internet atau yang biasa disebut dengan warnet yang memiliki karakteristik berbeda dari sistem pembayarannya (Ramdhani & Wiradhany, 2013). Meskipun memiliki cara yang berbeda dalam mengakses internet, terdapat kemiripan dengan lingkungan barat dalam hal keragaman aktifitas yang dilakukan secara *online*.

Dalam survey yang dilakukan oleh Wiradhany pada tahun 2010 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia familiar dengan fungsi umum seperti menjelajahi internet atau *internet browsing*, *chat room*, dan *e-mail*. Studi yang dirangkum oleh Hill dan Sen juga menunjukkan bahwa secara general, generasi muda Indonesia menggunakan internet. Kampus merupakan tempat ketiga yang digunakan untuk mengakses internet, mahasiswa dan pelajar menengah atas menempati urutan pertama dan kedua dari pengguna internet, dan remaja merupakan kelompok pengguna internet terbesar (Ramdhani & Wiradhany, 2013).

2.2 Media Sosial

Perkembangan internet diikuti dengan munculnya media baru berupa media sosial yang memudahkan penggunanya untuk saling berinteraksi. Mayfield (2014) mendefinisikan media sosial sebagai kelompok dari media online baru yang memiliki beberapa karakteristik yaitu: partisipasi (*participation*), keterbukaan (*openness*), percakapan (*conversation*), komunitas (*community*), dan saling terhubung (*connectedness*). Karakter partisipasi (*participation*) dimana media sosial mendorong kontribusi dan *feedback* dari semua orang yang tertarik, sehingga mengaburkan batas antara media dan khalayak. Hampir semua media sosial terbuka (*openness*) terhadap *feedback* dan partisipasi dari penggunanya. Mereka mendorong penggunanya untuk voting, berkomentar dan saling berbagi informasi. Berbeda dengan media tradisional yang cenderung menyiarkan sebuah konten kepada audien secara satu arah, media sosial lebih tepat dilihat sebagai media percakapan

(*conversation*) dua arah. Media sosial juga memungkinkan komunitas untuk cepat terbentuk dan berkomunikasi secara efektif. Masyarakat berbagi ketertarikan yang sama seperti tentang kecintaan terhadap dunia fotografi, isu-isu politik, atau acara tv favorit mereka. Sebagian besar jenis media sosial berkembang pada saling keterhubungan mereka, memanfaatkan link ke situs lain, sumber daya dan orang-orang (Mayfield, 2014).

Sedangkan Nasrullah (2016) menyimpulkan definisi media sosial sebagai media yang ada di internet dan memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan diri maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Nasrullah membagi karakteristik media sosial menjadi 7 karakteristik, yaitu: jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), konten oleh pengguna (*user-generated content*), dan penyebaran (*share/sharing*).

1. Jaringan (*Network*) Antarpengguna

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. istilah jaringan disini maksudnya adalah media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam teknologi jaringan atau internet. Media sosial membentuk jaringan antara penggunaannya, tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) para pengguna tersebut saling mengenal satu sama lain atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk diantara para pengguna media sosial pada

akhirnya akan membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial (Nasrullah, 2016, h.16).

2. Informasi (*Information*)

Nasrullah (2016, h. 19) mengatakan bahwa Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial, karena tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi oleh sesama pengguna media sosial yang menjadikan informasi sebagai komoditas yang bernilai dalam masyarakat informasi.

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Informasi tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna satu dengan pengguna yang lainnya membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak mengarah pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

Karakter informasi dalam media sosial dapat dilihat dari dua segi, yaitu:

Pertama, media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Dari sisi institusi, media sosial dibangun berdasarkan informasi yang dikodekan (*encoding*) yang kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat sampai terakses ke pengguna (*decoding*). Dari sisi pengguna, informasi menjadi landasan pengguna untuk saling berinteraksi dan membentuk masyarakat berjejaring di internet.

Kedua, informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Setiap orang yang ingin masuk ke media sosial harus menyertakan informasi pribadinya, terlepas data itu asli atau dibuat-buat untuk memiliki akun dan akses. Data yang diunggah ini menjadi komoditas yang dari sisi bisnis bisa diperdagangkan. Data ini pula yang menjadi representasi identitas dari pengguna. Terutama bagi pengguna yang tidak pernah bertemu secara fisik dan berkenalan secara *offline*. Salah satu alasan terbentuknya jaringan di media sosial adalah adanya kesamaan, seperti kesamaan asal daerah, kesamaan hobi, dan kesamaan identitas yang diunggah oleh pengguna lain. Informasi di sini menjadi komoditas yang dikonsumsi antar pengguna.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, karakteristik kearsipan ini menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah di media sosial tidak hilang begitu saja saat pergantian hari,

bulan, bahkan tahun. Informasi tersebut akan terus tersimpan bahkan dengan mudah dapat diakses (Nasrullah, 2016, h. 22).

Dengan munculnya teknologi komunikasi, terdapat dua perubahan terhadap arsip, yakni (1) kemampuan dari setiap pengguna internet untuk mengakses arsip dan melakukan perubahan terhadapnya, serta (2) arsip menjadi lebih berkembang. Arsip di dunia maya tidak hanya dipandang sebagai dokumen resmi semata yang tersimpan. Arsip di internet tidak pernah benar-benar tersimpan, ia selalu berada dalam jaringan, terdistribusi sebagai sebuah informasi, dan menjadi mediasi antara manusia-mesin dan sebaliknya (Appadurai, 2003). Oleh sebab itu internet bisa ditempatkan sebagai medium pustaka digital dan komputer, atau perangkat lainnya, menjadi semacam portal untuk mengakses arsip-arsip yang tersimpan di ribuan bahkan jutaan komputer lainnya.

Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap teknologi penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi informasi itu juga telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Ketika pengguna mengakses dan mendaftar pada situs media sosial, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data, mengisi gudang data tersebut dan pintunya terbuka untuk diakses oleh siapapun.

Media sosial bisa juga dianggap sebagai perpustakaan virtual. Layaknya perpustakaan pada umumnya, pada media sosial juga

terdapat kode panggil maupun kode rak buku. Salah satunya yaitu dengan menggunakan tagar atau *tag*. Aktifitas mentagar (*tagging*) ini untuk menandai topik apa yang sedang diperbincangkan oleh pengguna.

4. Interaksi (*Interaction*)

berdasarkan karakter yang pertama, media sosial membentuk adanya jaringan antarpenggunanya. Jaringan sebagai karakter dasar dari media sosial ini tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, namun juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Interaksi secara sederhana di media sosial berbentuk seperti saling mengomentari atau memberikan tanda seperti tanda '*like*' yang ada pada Facebook. Contoh lain dari karakter interaksi ini adalah para pengguna saling mempromosikan dan membagi kegiatan yang sedang dilakukan.

Terdapat perbedaan interaksi antara media lama dengan media baru. David Holmes (2005) menyatakan bahwa dalam media lama pengguna atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu sama lain, sedangkan pada media baru pengguna bisa saling berinteraksi, baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media.

Menurut Lev Manovich dalam *The Language of New Media* pada tahun 2001 (dalam Nasrullah, 2016, h. 27) terdapat dua tipologi untuk mendekati kata interaksi dalam sudut pandang media baru, yaitu tipe terbuka dan tipe tertutup. Dalam tipe terbuka, pengguna memiliki kebebasan menentukan bagaimana jaringan ini akan dibentuk dan bagaimana interaksi itu terjadi. Sementara dalam tipe tertutup, khalayak disajikan pilihan-pilihan layaknya jalan yang setiap belokan akan membawa pada arah dan tujuan yang berbeda. Kondisi ini menempatkan khalayak ketika mengakses media baru untuk memilih secara bebas pilihan-pilihan yang diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan.

Dua tipe interaksi yang telah disajikan oleh Manovich tersebut juga terjadi di media sosial. Pengguna memiliki kebebasan dalam membentuk jaringan dan medium memberikan sarana kepada khalayak pengguna untuk saling berinteraksi.

5. Simulasi Sosial (*Simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang mana dalam banyak kasus bisa berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang *real*. Misalnya, pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital (*digital citizenship*) yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan.

Meskipun media sosial terbuka namun layaknya lingkungan masyarakat atau negara, di sana juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya. Aturan tersebut muncul karena perangkat teknologi tersebut merupakan sebuah mesin yang terhubung secara *online* atau bisa saja muncul karena adanya interaksi antar penggunanya.

Media sosial dikatakan sebagai simulasi sosial karena interaksi yang ada menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, namun interaksi yang terjadi adalah sebuah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali dengan realitas *offline*. Sebagai contoh, di media sosial identitas menjadi cair dan berubah-ubah, hal ini karena perangkat dalam media sosial memungkinkan penggunanya untuk bisa menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitas ketika ia *offline*.

Sehingga media sosial menjadi sebuah realitas tersendiri dan membentuk suatu dunia baru, yakni dunia virtual. Ketika pengguna ingin berinteraksi satu sama lain menggunakan media sosial, pengguna akan melalui dua tahapan. *Pertama*, pengguna harus memiliki koneksi internet untuk berada di ruang *cyber*. Setelah itu, pengguna harus masuk atau *login* ke dalam situs media sosial dengan menuliskan nama pengguna (*username*) dan kata kunci (*password*). Semua fasilitas dari situs media sosial baru bisa diakses ketika pengguna telah melakukan *login*.

Kedua, saat berada di media sosial pengguna membentuk atau mengonstruksi identitas dirinya. Kondisi ini merupakan prasyarat pertama bahwa setiap khalayak yang ingin menjadi pengguna di media sosial akan diberikan semacam formulir digital yang diisi dengan identitas dirinya untuk mendapatkan akun di media sosial. Pada formulir digital tersebut, pengguna memasukkan informasi dirinya seperti nama, tempat tanggal lahir, pendidikan, hobi, dan lain sebagainya. Informasi ini tidak hanya bisa diakses oleh pemilik akun, tetapi juga bisa dibaca oleh semua pengguna yang terhubung/berteman dengan mereka. Identitas tersebut, terlepas dari palsu atau tidak informasi yang dimasukkan akan menjadi entitas atau “seseorang” di dunia virtual nantinya.

6. **Konten oleh Pengguna (*User-generated Content*)**

Konten yang ada pada media sosial sepenuhnya dibuat dan dimiliki oleh pengguna atau pemilik akun itu sendiri. Karakteristik yang juga populer disebut dengan *user generated content* (UGC) ini merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasan pengguna untuk ikut berpartisipasi. Karakteristik ini sangatlah berbeda dengan media lama (tradisional) yang mana khalayak dipandang hanya sebatas sebagai objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan, sedangkan media baru menawarkan perangkat atau alat serta teknologi baru yang

memungkinkan khalayak (konsumen) untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, dan menyirkulasi ulang konten media.

Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten pada akun mereka sendiri, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain. Bentuk ini merupakan format baru dari budaya interaksi dimana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser dari konten yang ia buat dan juga sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan oleh pengguna media sosial lainnya.

7. Penyebaran (*Share/sharing*)

Karakteristik terakhir dari media sosial adalah penyebaran (*share/sharing*). Media sosial tidak hanya memungkinkan penggunaannya untuk menghasilkan dan mengonsumsi konten, namun khalayak juga aktif mendistribusikan sekaligus mengembangkan konten tersebut. Maksud dari mengembangkan konten ini adalah khalayak bisa memberikan komentar yang tidak hanya sekedar opini, namun juga terdapat data atau fakta terbaru. Terdapat dua jenis penyebaran konten pada media sosial, yaitu:

Pertama, penyebaran melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, namun juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Konten yang disebarakan tersebut bisa berkembang dengan tambahan data, revisi informasi, komentar, sampai pada opini menyetujui atau tidak.

Praktik penyebaran dan pengembangan suatu konten pada media sosial bisa dilihat sebagai bentuk dari upaya pengguna media sosial untuk menyebarkan suatu informasi kepada khalayak. Terdapat 3 alasan penyebaran tersebut penting bagi pengguna, yaitu:

- a. Sebagai upaya untuk membagi informasi yang dianggap penting kepada anggota komunitas (media) sosial lainnya.
- b. Menunjukkan posisi atau keberpihakan pengguna terhadap sebuah isu atau informasi yang disebarkan.
- c. Konten yang disebarkan merupakan sarana untuk menambah informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lebih lengkap (*crowdsourcing*).

Kedua, penyebaran melalui perangkat. Penyebaran ini bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten seperti tombol '*share*' yang ada pada situs-situs media sosial. Tombol tersebut berfungsi untuk menyebarkan konten penggunanya kepada *platform* media sosial lainnya maupun media internet yang lain. Kekuatan penyebaran tersebut dimanfaatkan oleh banyak medium internet. Mulai dari media berita *online*, situs perusahaan, sampai pada situs pendidikan. Situs-situs tersebut menggunakan/menyematkan tombol '*share*' pada laman mereka, sehingga memungkinkan siapapun yang berkunjung ke situs dapat membagikan informasi yang ada pada akun media sosial milik mereka.

Fitur penyebaran ini telah menjadi semacam budaya yang ada di media sosial. Upaya untuk menyebarkan konten, baik milik sendiri maupun orang lain atau konten yang berasal dari sumber lainnya, menjadi semacam kebiasaan digital yang baru bagi pengguna media sosial. Pengguna media sosial merasa bahwa konten yang ia sebar tersebut patut atau layak diketahui oleh pengguna lain dengan harapan ada konsekuensi yang muncul seperti aspek hukum, politik, edukasi masyarakat maupun perbincangan sosial. Penyebaran konten tersebut tidak hanya berpengaruh di dunia maya, namun juga di dunia nyata.

Media sosial terbagi dalam beberapa jenis yaitu jejaring sosial (*social network*), jurnal online (*blog*), microblog (*microblogging*), *wiki*, *media sharing/podcast*, *content communities*, dan forum (*forums*) (Mayfield, 2014; Nasrullah, 2016).

Mayfield memberikan penjelasan tentang jenis-jenis media sosial tersebut. Jejaring sosial (*social network*) memungkinkan khalayak untuk membuat laman situs pribadi mereka dan kemudian terhubung dengan teman-teman mereka untuk membagikan konten dan berkomunikasi. Beberapa situs jejaring sosial terbesar adalah seperti *Facebook*, *MySpace*, dan *Bebo*.

Blog merupakan jurnal online dengan entri yang muncul mulai dari konten terbaru. Saxena (dalam Nasrullah, 2016, h. 41) menyatakan bahwa banyak *blog* lahir sebelum konsep media sosial muncul. Tetapi apabila dilihat dari fungsi yang ditawarkan oleh *blog*

saat ini, mereka memiliki fungsi yang sama seperti aplikasi media sosial lain. Mereka menawarkan alamat situs pribadi, ruang situs gratis, dan sistem manajemen konten memungkinkan anggota/pengguna untuk membuat, menerbitkan, dan berbagi konten yang secara harfiah bebas dari biaya.

Jenis dari *blog* dapat dibagi menjadi dua yaitu kategori *personal homepages* dimana pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti *.com* atau *.net*, dan kategori yang kedua adalah dengan menggunakan fasilitas penyedia *weblog* gratis seperti *wordpress* dan *blogspot* (Nasrullah, 2016, h. 42).

Microblogging merupakan kombinasi antara jejaring sosial dengan *blogging* dalam skala kecil. Jenis media sosial ini hanya bisa mendistribusikan konten dalam jumlah kecil secara *online* melalui teknologi digital. Situs *twitter* merupakan pencetus dari jenis media sosial ini (Mayfield, 2014). *Twitter* hanya menyediakan ruang konten dengan maksimal menggunakan 140 karakter.

Wiki adalah situs yang memungkinkan khalayak untuk menambahkan konten dan mengubah informasi yang ada pada mereka, berperan sebagai *database*. Salah satu situs *wiki* yang banyak dikenal adalah *Wikipedia* yang merupakan ensiklopedia *online* yang memiliki hampir dua juta artikel berbahasa inggris (Mayfield, 2014).

Media Sharing/podcast merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berbagi berbagai jenis konten

media seperti dokumen, video, gambar, dan lain sebagainya. Media sosial ini juga menyediakan secara berlangganan file audio dan video seperti pada layanan *apple* melalui *iTunes* (Mayfield, 2014; Nasrullah, 2016).

Content communities merupakan media sosial berupa komunitas yang mengorganisasi dan membagi jenis tertentu dari suatu konten. Situs *content communities* yang paling populer cenderung seputar pada situs foto, *bookmarked links*, dan situs video. Sedangkan media sosial jenis forum (*forums*) merupakan area untuk berdiskusi secara *online*, yang biasanya membahas topik-topik yang spesifik. Forum muncul sebelum adanya istilah “media sosial” dan merupakan elemen kuat dan populer dari komunitas *online* (Mayfield, 2014).

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa hampir semua jenis dari media sosial memiliki karakter yang sama yang memiliki fitur sebagai media untuk mengekspresikan diri khalayak/penggunanya. Jenis-jenis media sosial tersebut juga memungkinkan penggunanya untuk saling berkomunikasi dan terhubung satu sama lain secara *online*, dan juga saling berbagi konten antar penggunanya.

Terdapat beberapa situs media sosial yang populer digunakan oleh masyarakat di dunia. Dalam situs **eBizMBA.com** terdapat 15 situs media sosial yang sering dikunjungi oleh pengguna di dunia pada bulan Maret 2017 yaitu situs *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Pinterest*, *Google+*, *Tumblr*, *Instagram*, *Reddit*, *VK*, *Flickr*, *Vine*, *Meetup*, *Ask.fm*, dan *ClassMates*.

Sedangkan di Indonesia, menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Internet (APJII) di tahun 2016 menunjukkan enam media sosial yang sering dikunjungi oleh masyarakat, yaitu *Facebook* sebanyak 71,6 juta pengunjung, *Instagram* sebanyak 19,9 juta pengunjung, *Youtube* sebanyak 14,5 juta pengunjung, *Google+* sebanyak 7,9 juta pengunjung, *Twitter* 7,2 juta pengunjung, dan *LinkedIn* sebanyak 796 ribu pengunjung (Ansari et al., 2016, h. 25).

2.3 Literasi Digital

Literasi digital muncul karena adanya perkembangan teknologi dibidang teknologi informasi (seperti internet) yang memicu perubahan dalam teknologi digitalisasi dimana semua konten media elektronik maupun cetak didistribusikan secara digital (Tamburaka, 2013, hal. 72). Menurut Flew di tahun 2002 (dalam Tamburaka, 2013, hal. 72) mengatakan bahwa media digital merupakan sebuah bentuk dari konten media yang menggabungkan dan mengintegrasikan dari semua jenis data, teks, suara, dan gambar yang disimpan dalam format digital, dan semakin didistribusikan melalui jaringan seperti yang berdasarkan pada *broad-brand fibre-optics*, satelit, dan system transmisi jaringan pendek (*microwave transmission system*).

Sedangkan McQuail (2011, h. 150) menggunakan istilah *new media* (media baru) terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tersebut. Ia mengatakan bahwa TIK merupakan sebuah proses digitalisasi, yaitu proses dimana semua teks (makna simbolik dalam bentuk yang telah direkam dan dikodekan) dapat dikurangi menjadi kode biner dan

dapat mengalami proses produksi, distribusi, dan penyimpanan yang sama. McQuail (2011, h. 156) mengidentifikasikan media baru menjadi lima kategori utama berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks, yaitu:

1. Sebagai media komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication media*) yang meliputi telepon (yang semakin *mobile*) dan surat elektronik atau *email* (terutama untuk pekerjaan, namun menjadi semakin personal). Secara umum, konten bersifat pribadi dan mudah dihapus. Hubungan yang tercipta dan dikuatkan lebih penting daripada informasi yang disampaikan.
2. Sebagai media permainan aktif (*interactive play media*). Media baru terutama yang berbasis pada komputer dan *video game*, ditambah dengan realitas virtual. Inovasi utamanya adalah terletak pada interaktivitas dan mungkin dominasi dari kepuasan 'proses' atas 'penggunaan'.
3. Sebagai media pencarian informasi (*information search media*). Hal ini merupakan kategori yang luas, namun internet/WWW merupakan contoh yang paling penting, dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktualitas, dan aksesibilitasnya belum pernah ada sebelumnya. Posisi mesin pencari telah menjadi sangat penting sebagai alat bagi para pengguna sekaligus sebagai sumber pendapatan untuk internet. Disamping internet, telepon genggam (*mobile*) juga semakin menjadi saluran

penerimaan informasi, sebagaimana juga teleteks yang disiarkan dan layanan data radio.

4. Sebagai media partisipasi kolektif (*coollective participatory media*). Kategori ini khusus meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan, dan pengalaman, serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif yang diperantarai oleh komputer. Situs jejaring sosial termasuk di dalam kelompok ini.penggunaannya berkisar dari yang murni sebagai peralatan hingga afektif dan emosional.
5. Sebagai substitusi media penyiaran (*substitution of broadcasting media*). Acuan utamanya adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang pada masa lalu biasanya disiarkan atau disebarkan melalui metode lain yang serupa. Menonton film dan acara TV atau mendengarkan radio dan musik adalah kegiatan utama.

Pergeseran teknologi tersebut berakibat berubahnya cara manusia dalam berkomunikasi. Tamburaka (2013, h. 72) mengatakan bahwa khalayak media massa sebelumnya dikendalikan oleh informasi dari lembaga media massa, namun ketika perubahan teknologi terjadi kearah digitalisasi, pola distribusi konten media berubah menjadi berpindah ke posisi khalayak. Sehingga dominasi media sebagai penyedia konten sudah tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi, bahkan sebaliknya khalayak juga dapat menciptakan konten media itu sendiri. Di Indonesia sendiri, pola ini marak

dilakukan oleh industri-industri media massa yang memberikan kesempatan kepada khalayak untuk mengirimkan konten informasi melalui *citizen journalism*.

Literasi Digital merupakan bagian dari literasi media (Amalia, 2016). Menurut Tamburaka (2013, h. 7) istilah literasi media berasal dari bahasa Inggris yaitu *media literacy* yang terdiri dari dua suku kata yakni *media* yang berarti tempat pertukaran pesan dan *literacy* yang berarti melek, yang kemudian dikenal sebagai literasi media. Ia mengatakan:

“literasi media merujuk pada kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa.”

Lawrence Lessig (dalam Tamburaka, 2013, h. 8) memandang literasi media sebagai kemampuan individu dalam aktivitas nyata ketika berhubungan dengan media. Ia mengemukakan:

“literasi media adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media. Kemampuan untuk melakukan ini ditujukan agar pemirsa sebagai konsumen media (termasuk anak-anak) menjadi sadar (melek) tentang cara media dikonstruksi (dibuat) dan diakses.”

Sedangkan *Center for Media Literacy* atau CML (dalam Tamburaka, 2013, h. 10) mendefinisikan sebagai:

“media literacy is a 21st century approach to education. It provides a framework to access, analyze, evaluate, create, and participate with messages in a variety of forms- from print to video to the internet. Media literacy builds an understanding of the role of media in society as well as essential skills of inquiry, and self expression necessary for citizens of democracy.”

Definisi tersebut menjelaskan bahwa literasi media merupakan sebuah pencapaian pada pendidikan. Literasi media menyediakan kerangka kerja untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, membuat, dan berpartisipasi dengan pesan dalam berbagai macam bentuk, seperti dalam bentuk cetak, video, sampai dalam bentuk internet. Literasi media membangun pemahaman tentang peran dari media dalam masyarakat serta keterampilan penting akan penyelidikan dan ekspresi diri yang diperlukan bagi warga Negara demokrasi.

European Commission pada tulisannya di tahun 2007 (2009, hal. 23) mendefinisikan literasi media sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi kekuatan dari suatu gambar, suara dan pesan yang sekarang dihadapkan dengan kita setiap harinya dan merupakan bagian penting dari budaya kontemporer kita, serta untuk berkomunikasi secara kompeten di media yang tersedia secara personal. Literasi media berkaitan dengan semua media, termasuk televisi dan film, radio dan rekaman musik, media cetak, internet dan teknologi komunikasi digital yang terbaru.

Sebagaimana yang telah dikatakan oleh Lawrence Lessig pada paragraf sebelumnya, tujuan literasi media adalah untuk meningkatkan kesadaran akan pesan media, *European Commission* (2009, hal. 23) mengatakan:

“The aim of media literacy is to increase awareness of the many forms of media messages encountered in our everyday lives. It should help citizens recognize how the media filter their perception and beliefs, shape popular culture and influence personal choices. It should empower them with critical thinking and creative problem-solving skills to make them judicious consumers and producers of information. Media education is part of the basic entitlement of every citizen in every

country in the world, to freedom of expression and the right to information and it is instrumental in building and sustaining democracy.”

European Commission menganggap bahwa adanya literasi media bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan tujuan pesan dari berbagai media pada kehidupan sehari-hari. Literasi media harus bisa membantu masyarakat untuk menyadari bagaimana media menyaring persepsi dan keyakinan mereka, membentuk budaya populer, dan mempengaruhi keputusan personal. Literasi media harus memberdayakan masyarakat dengan pemikiran kritis dan kemampuan pemecahan masalah yang kreatif untuk menjadikan mereka sebagai konsumen yang bijak dan produser dari informasi. Pendidikan media merupakan hak dasar dari setiap masyarakat di setiap Negara di dunia, untuk kebebasan berekspresi, hak akan informasi dan hal tersebut berperan dalam membangun dan mempertahankan demokrasi.

2.3.1 Mengukur tingkat literasi media sosial berbasis *Individual Competences*

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, *European Commission* mengatakan bahwa literasi media mencakup semua media termasuk media internet dan media digital. Media sosial sebagai bagian dari media internet pun termasuk di dalamnya.

Individual competences merupakan kapasitas personal/individu terkait dengan menggunakan keterampilan tertentu seperti mengakses, menganalisis, dan berkomunikasi (*European Commission*, 2009, h. 34). Kompetensi ini ditemukan dalam kapasitas perangkat yang luas, yang meningkatkan tingkat

kesadaran, analisis kritis, dan kapasitas yang kreatif dalam memecahkan masalah. *European Commission* membaginya dalam dua variabel yang termasuk dalam *Individual Competences*, yaitu:

1. *Personal Competences*, merupakan kemampuan individu dalam menggunakan, memahami, dan mengevaluasi konten dari media sosial. Pada variabel ini terdapat dua dimensi yaitu:
 - a. *Use*, yang merupakan kemampuan dalam mengakses dan menggunakan media.
 - b. *Critical understanding*, yang merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengevaluasi dari konten dan media.
2. *Social Competences*, merupakan kemampuan individu dalam berinteraksi dan mempertahankan hubungan dengan orang lain melalui media sosial.

Kedua variabel tersebut dapat dilihat pada bagan yang ditunjukkan berikut ini :

Competences	Action	Individual skills dimensions	Objectives (Associated operations)
Personal competences	Use	Technical skills <i>Media operational skills required for the effective use of media tools</i>	Using Media <i>Instrumental use</i>
	Critical Understanding	Cognitive skills <i>Capacities related to knowledge and semiotic operations: encoding/decoding, interpreting, evaluating media text</i>	Evaluating and taking account of Media and Media Content <i>Comprehension and awareness</i>
Social competences	Communicate	Communicative and participative skills <i>Capacity to interact with others and maintain networks</i>	Building Social Relations <i>Media networking</i> Participating in Public sphere Citizens' Participation Skills <i>Active citizenship</i> Creating and Producing Content <i>Media creation</i>

TABEL 1. KOMPETENSI PERSONAL DAN SOSIAL (EUROPEAN COMMISSION, 2009, H. 34)

1. *Personal Competences*

a. *Use (kemampuan teknis)*

Dalam dimensi pertama ini berhubungan dengan kemampuan individu dalam mengakses dan menggunakan media. *European Commission* (2009) mengatakan bahwa kemampuan teknis dibutuhkan pengguna untuk bisa mengakses dan menggunakan perangkat media komunikasi secara efektif, yang secara khusus mengacu pada perangkat dan sarana-sarana yang

tersedia dalam konteks atau lingkungan tertentu. Kemampuan teknis merupakan prasyarat yang diperlukan untuk menggunakan perangkat-perangkat media komunikasi sehingga pengguna bisa mengadaptasikan kemampuan tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti kemampuan praktikal dalam menggunakan fungsi-fungsi spesifik dari sarana-sarana media. Hal ini akan saling melengkapi sampai pada tingkat tertentu menuju tingkat *critical understanding*. Untuk mencapai sejauh itu dibutuhkan kecakapan kritis dalam menggunakan sarana media.

Kemampuan teknis memungkinkan individu/pengguna media untuk menggunakan sarana dan platform secara tepat dan fungsional, mulai dari media radio, telepon genggam, dan surat kabar, hingga teknologi komputer terkini. Apapun perangkat yang digunakan, kecakapan tertentu sangat diperlukan, termasuk kecakapan pengguna untuk memahami dan menggunakan perangkat-perangkat tersebut sehingga mereka mampu mengadaptasikannya sesuai dengan kebutuhan mereka.

European Commission (2009, h. 36) mendefinisikan lebih jauh tentang kemampuan teknis tersebut dalam beberapa poin yaitu:

- *Understanding simple technical functions*. Pengguna mampu memahami fungsi dasar dari setiap perangkat dan komponen-komponennya. Contohnya pengguna mampu menggunakan komputer secara mendasar seperti mengetahui fungsi-fungsi dari monitor dan mampu menggunakan *mouse*.

- ***Decoding interfaces.*** Pengguna mampu memahami dan menafsirkan fungsi dasar dari sarana-sarana yang ada. Seperti pengguna dari telepon genggam harus mampu untuk membaca sandi dan panggilan dari SMS.
- ***Understanding complex technical function.*** Pengguna mampu untuk mengaplikasikan fungsi lanjutan dari suatu perangkat komunikasi. Seperti dalam menggunakan ponsel tidak hanya untuk menerima dan membuat panggilan, namun juga mampu untuk menyimpan daftar kontak, menggolongkan daftar tersebut dalam beberapa kelompok, dan memberikan suara atau gambar khusus pada setiap kelompok.
- ***Adapting and personalizing interfaces.*** Pengguna memiliki kecakapan untuk mempersonalisasikan fungsi dari perangkat atau sarana yang ada untuk menyesuaikannya dengan penggunaan yang efisien dan spesifik.
- ***Ability to search and choose technical information, devices and configuration.*** Maksudnya adalah pengguna mampu untuk menemukan, mengidentifikasi dan memilih perangkat, fungsi dan layanan media yang berbeda-beda.
- ***Ability to convert informal procedural knowledge into deductive, formal and declarative knowledge (tutorial, guides, etc).*** merupakan kemampuan untuk memahami informasi abstrak yang mungkin diterapkan pada situasi baru. Kemampuan ini bukan

sekedar pengetahuan intuitif yang dikembangkan oleh pengguna, namun juga kemampuan untuk mengartikulasikan informasi dan mengubahnya menjadi suatu pengajaran untuk orang lain.

- *Critical awareness of technical issues*. Merupakan pengetahuan yang ‘sadar’, eksplisit, dan jelas tentang opsi-opsi teknis yang ditawarkan oleh suatu alat.

Secara keseluruhan, definisi yang telah dijabarkan oleh *European Commission* (2009) tersebut secara bersamaan menjamin kemampuan teknis yang memadai dalam penggunaan sarana-sarana media. Pengguna dengan kemampuan-kemampuan tersebut secara mandiri mampu untuk menggunakan dan menyesuaikan sarana media sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Merupakan hal yang umum bagi individu yang hanya memiliki beberapa kemampuan yang telah disebutkan sebelumnya, dan tingkat dari perkembangannya dapat diurutkan dan diidentifikasi sesuai dengan tipe operasi yang dapat dicapai oleh pengguna.

Pada dimensi kemampuan teknis terbagi menjadi 3 komponen yaitu *Computer and internet skills, balanced and active use of media*, dan *advanced internet use* (*European Commission*, 2009, h. 37)

- 1. Kemampuan menggunakan komputer dan internet (*computer and internet skills*)**. Media digital semakin menjadi sumber media utama bagi banyak individu. Oleh karena itu dibutuhkan kemampuan untuk mengaksesnya melalui perangkat yang sudah ada. Seperti mampu untuk menggunakan perangkat-perangkat yang

menunjang untuk mengakses media sosial seperti komputer, laptop, *smartphone* (Amalia, 2016, h. 28). Selain itu jaringan internet juga dibutuhkan dalam mengakses media sosial.

2. Penggunaan media yang seimbang dan aktif (*balanced and active use of media*). Adalah frekuensi Pengguna dalam menggunakan media secara seimbang dan sesuai dengan fungsi dari masing-masing media (Amalia, 2016, h. 28). Pada konteks media sosial pengguna mampu menggunakan media sosial sesuai dengan jenis-jenis dari media sosial yang menunjang kebutuhan dari pengguna itu sendiri.

3. Penggunaan internet yang mahir (*advanced internet use*). *European Commission* (2009, h. 37) mengatakan bahwa penggunaan internet yang mahir menunjukkan tingkat penggunaan media semaksimal dan lebih canggih oleh individu. Seperti mampu untuk melakukan transaksi jual-beli melalui internet, membaca berita melalui internet, *internet banking*, melakukan kegiatan layanan publik melalui *e-government*, merupakan indikator yang tepat untuk penggunaan media individu tersebut

b. *Critical Understanding* (kompetensi kognitif)

Aspek yang berhubungan dengan dimensi ini adalah pemahaman dan evaluasi dari konten dan media. *European Commission* (2009, h. 38) mengatakan bahwa komponen ini merupakan aspek yang terpenting dari hubungan antara individu dengan media. Bagaimana individu berinteraksi

dengan media di arahkan oleh pemahaman kritis mereka tentang konten dan konteks dari media. Untuk memahami dan memanfaatkan suatu konten, pengguna menafsirkannya untuk memahami pesan yang ada.

Kemampuan pengguna dalam memproses informasi sangat penting untuk memahami pesan dan teks media, tanpa kemampuan tersebut pengguna tidak akan bisa menemukan yang terkandung di dalamnya. Dimensi *critical understanding* ini memungkinkan pengguna untuk menangkap, mencerna, dan memproduksi informasi. Hal ini termasuk juga penggunaan informasi untuk memperoleh pemahaman lingkungan yang tepat dan penggunaan informasi untuk memecahkan masalah, dan juga membuat dan memproduksi makna, dan lain sebagainya.

Pada dimensi *critical understanding* ini terbagi menjadi 3 komponen, yaitu : *understanding media content and its functioning, knowledge about media and media regulation, dan user behavior* (European Commission, 2009, h. 41).

1. Memahami konten dan fungsi media (*understanding media content and function*).

Pada faktor ini menunjukkan kemampuan untuk membaca dan memahami pesan media, apakah pesan tersebut bersifat audiovisual, teks, interaktif atau pasif. Hal ini seketika menyiratkan proses kognitif bagaimana individu mengenali kode-kode yang ada pada teks, untuk mengklasifikasikannya dan menetapkan makna globalnya dalam konteks informasi yang telah diperoleh sebelumnya.

Dengan melakukan hal tersebut, pengguna mengklasifikasikan informasi untuk penggunaan yang benar dan tepat, dan juga meresponnya dengan tepat .

European Commission (2009, h. 92) mengatakan bahwa pengguna media digital harus mampu memahami pesan dari media itu sendiri sehingga pengguna bisa membedakan antara pesan fakta dan fiksi. Hal ini karena adanya bias pada pesan media yang disebar. Seperti yang telah dikatakan oleh *European Comission* (2009, h. 38) bahwasanya ada kekhawatiran yang meningkat tentang pesan-pesan fiksi yang merusak dapat disebarluaskan sebagai sebuah pesan fakta oleh, atau melalui media. Salah satunya seperti beredarnya pemberitaan tentang penculikan anak-anak yang akan dijual organ tubuhnya (<https://www.turnbackhoax.id/2017/03/30/hoax-penculikan-anak-untuk-jual-organ-tubuh/> diakses pada 4 Mei 2107, pukul: 13.34 WIB). Isu tersebut tersebar di media sosial dan menyebabkan keresahan pada masyarakat. Keresahan tersebut mulai reda ketika beberapa media massa online resmi menyatakan bahwa pemberitaan tersebut merupakan *hoax* atau berita palsu. Hal ini menunjukkan bahwa mengklasifikasikan sebuah pesan yang pengguna terima (membaca, mendengar, melihat) merupakan kebutuhan mendasar sebelum mereka menanggapi.

Oleh karena itu, pengguna harus mengerti isi konten dan bentuknya. Terutama pada media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk menerima informasi yang disebarkan secara bebas. Kemampuan pengguna untuk membedakan antara informasi dan opini di dalamnya diperlukan untuk memungkinkan pemahaman yang lebih jauh dari suatu elemen, dan juga untuk merumuskan respon yang tepat terhadap suatu informasi. Pengguna harus memahami apakah konten yang ia terima merupakan kategori informasi fakta, opini, wacana persuasif seperti iklan, dan informasi *Hoax*.

Pengguna yang dapat mengevaluasi konten media memiliki kesempatan untuk menunjukkan ketertarikan mereka sendiri dan melindungi hak-hak nya. Mereka akan membuat pilihan yang lebih baik, yang mana nantinya akan menguntungkan semua sistem yang ada.

Berikut ini beberapa kriteria yang mencakup kemampuan ini yang telah dijabarkan oleh *European Commission* (2009, h. 39):

- **Membuat kode dan menguraikan kode (*coding and decoding*).** Pengguna mampu untuk memahami kode yang berdasarkan pada teks, dan kecakapan untuk memahami judul dan konten dari teks.
- **Kemampuan untuk secara kritis mengevaluasi, membandingkan, dan membedakan informasi dan teks**

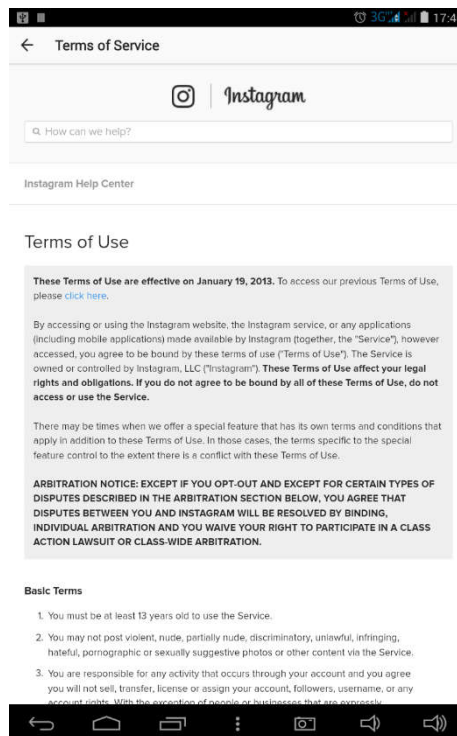
media. Pengguna mampu untuk memberi nilai pada suatu informasi yang berdasarkan pada konten, bentuk, genre, sumber, konsekuensi dan sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pengguna.

- **Menyelidiki dan mencari informasi secara aktif.** Pengguna mampu untuk untuk menyelidiki dan mencari informasi untuk memenuhi tujuan yang ditetapkan.
- **Merangkum (*summarising*).** Pengguna mampu untuk merangkum, meringkaskan, dan mengkomunikasikan informasi yang diberikan oleh sebuah teks, yang membutuhkan kemampuan untuk memahami konten dari sebuah pesan.
- **Memadukan (*to synthesise*).** Pengguna memiliki kemampuan untuk menggabungkan sumber informasi yang berbeda dalam satu tafsiran buatan.
- **Kemampuan untuk mengkombinasi dan mendaur ulang konten media.** Kemampuan ini merupakan kemampuan kreatif dasar untuk mengkombinasikan elemen-elemen yang ada yang bertujuan untuk menyusun teks media yang menyajikan tujuan yang telah ditetapkan.

2. Pengetahuan tentang media dan regulasi media (*knowledge of media and media regulation*)

Kemampuan ini memungkinkan pengguna untuk mengevaluasi sistem media dan fungsinya dalam kaitannya dengan sasaran dan tujuan dari pengguna. Hal ini termasuk pengetahuan tentang kebiasaan, peraturan-peraturan, dan norma yang berdampak pada media, undang-undang, otoritas pengatur, pengetahuan tentang pemegang saham, dan lain sebagainya.

Media sosial juga memiliki peraturan (hukum) dan etika. Nasrullah (2016, h. 182) mengatakan bahwa ketika pengguna akan mendaftarkan diri mereka untuk membuat akun pada situs-situs media sosial, pengguna tidak hanya dimintai nama pengguna dan kata kunci, pengguna juga akan diarahkan oleh situs tersebut untuk membaca dokumen syarat dan ketentuan (*term and condition*) sebelum pengguna menyetujui untuk membuat dan menggunakan akun media sosial tersebut. Aturan-aturan yang ada pada setiap situs media sosial memuat hak dan kewajiban bagi pengguna dan perusahaan situs itu sendiri, seperti tentang usia minimal memiliki akun, apa yang diperbolehkan dan dilarang untuk diunggah pada situs tersebut, privasi, dan lain sebagainya. Sebagai contohnya seperti pada situs *instagram* berikut ini:



GAMBAR 3 WWW.INSTAGRAM.COM

Dengan memahami regulasi dan konten di mana media beroperasi, pengguna dilengkapi kemampuan untuk menerima dan merespon pesan media dengan pemahaman penuh tentang siapa, apa, dan mengapa. Sebagai contoh penyiar swasta beroperasi untuk mendapatkan khalayak dan menjualnya kepada pengiklan, dan mereka melakukannya dalam parameter yang telah ditentukan, yang dapat berupa dalam regulasi yang ketat (perundang-undangan), regulasi informal, atau pedoman umum. Pengetahuan pengguna tentang hak dan kewajiban mereka terkait dengan media berefek mendalam pada perilaku mereka.

Secara detail, *European Commission* (2009, h. 40) menjabarkan kemampuan tersebut termasuk:

- **Evaluasi kritis terhadap peluang dan batasan, kondisi pluralism, regulasi, undang-undang, peraturan dan hak media.** Maksudnya adalah pengguna mampu untuk menilai kondisi umum di mana media beroperasi, konteksnya, kondisi dan strategi, dan kemampuan untuk memodifikasinya untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan.
- **Pengetahuan kerangka konseptual yang diberikan oleh studi-studi media.** Kapasitas untuk memperoleh pengetahuan tentang media, dan juga untuk mengevaluasi dan menafsirkan teks media. Selain pengetahuan yang didapatkan secara informal, pengguna juga memiliki pengetahuan lanjutan yang dihasilkan oleh studi media dan komunikasi.

3. Perilaku pengguna (*user behavior*)

Pemahaman kritis terhadap suatu pesan pada media mempengaruhi pengguna dan dapat dibuktikan dengan perilaku pengguna. Keterampilan ini didasarkan pada kemampuan semiotik dan linguistic, dan memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi, memperoleh dan menggunakan informasi untuk memaknainya, menganalisisnya dan menyadari keabsahan dan kegunaannya dalam kaitannya untuk tujuan yang telah ditetapkan.

Perilaku pengguna merupakan produk akhir dari kebiasaan berpikir, membaca, menulis, dan mendengar pengguna yang secara mendalam mengenai kesan pertama, mitos, pernyataan, klise, mendapatkan pengetahuan dan fikiran, pemahaman tentang makna, sebab, konteks, ideologi dan konsekuensi, even, objek, proses, organisasi, pengalaman, teks, materi pelajaran, kebijakan dan wacana, dan tentu saja, cara individu memahami dan mengaitkan dunia di sekitar mereka. Oleh karena itu, indikator tersebut memberikan beberapa indikasi tentang sebaik apakah individu mampu untuk menggunakan media.

European Commission (2009, h. 41) mengungkapkan bahwa perilaku pengguna tersebut dapat berupa mengeksplorasi dan mencari informasi secara teliti, memeriksa terlebih dahulu ketika mengunjungi suatu situs baru, membuat penilaian pada suatu situs sebelum bergabung dan memberikan informasi pribadinya.

Perilaku pengguna memberikan wawasan tentang fungsi dari pemahaman kritis yang berkaitan dengan media. Seperti kapasitasnya yang berlaku, terdapat juga tingkatan perkembangan dan efisiensi yang berkisar dari sederhana sampai pada yang sangat canggih.

2. *Social Competences*

a. *Communicative abilities (coomunicative and participative skills)*

Dimensi ini adalah kecakapan individu untuk membuat dan mempertahankan hubungan dengan orang lain melalui media. Hal ini termasuk komunikasi mendasar seperti layanan *e-government*, untuk berpartisipasi dengan grup online dalam pekerjaan kolaboratif menuju tujuan bersama (Commission, 2009).

Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Nasrullah (2016, h. 16) media sosial memiliki karakteristik jaringan yang menghubungkan antar penggunaannya melalui perangkat teknologi. Kehadiran media sosial tersebut memberikan medium bagi pengguna untuk saling terhubung satu sama lain. Jaringan tersebut akhirnya membentuk suatu komunitas dan menciptakan ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual sampai pada struktur sosial di internet.

Kemampuan ini dimulai dari tingkat hubungan sederhana antar individu hingga penciptaan kerjasama dan kolaborasi jaringan yang kompleks yang menggunakan perangkat media sebagai basis mereka. Individu dengan kemampuan ini (tingkat tinggi atau rendah) memiliki potensi berkomunikasi melalui media.

European Commission (2009, h. 40) membagi kemampuan komunikatif ke dalam 3 komponen, yaitu *social relation*, *citizen participation*, dan *conten creation*.

1. Relasi sosial (*social relation*)

Bersosialisasi melalui media sosial merupakan sebuah konsep baru. Situs *MySpace*, yang termasuk dalam situ jejaring sosial

pertama yang memasuki kesadaran publik, ditemukan di tahun 2003. *Facebook* (2004), *Bebo* (2005), dan *Twitter* (2006) juga terbukti sangat populer dan telah memberikan kesempatan bagi individu untuk menampilkan diri mereka dari jarak jauh, untuk memiliki hubungan dan bersosialisasi aktif secara online.

Kehidupan sosial ini menunjukkan kemampuan pengguna untuk berhubungan dengan individu lain, untuk saling bekerjasama, dan untuk membangun jaringan dan komunitas yang berbeda. Hal ini harus mencakup kemampuan komunikatif seperti menerima dan membuat pesan, memelihara hubungan, dan menampilkan identitas pengguna melalui *profiles* dan platform. *European Commission* (2009, h. 42) mengemukakan bahwa kemampuan relasi sosial terwujud dalam kemampuan individu dalam:

- **Membuat dan memelihara kontak melalui media dan media sosial.** Maksudnya adalah kemampuan untuk berhubungan satu sama lain melalui media, memenuhi potensi komunikasi minimal yang dibutuhkan untuk membentuk kelompok.
- **Untuk mengikuti tren yang disampaikan oleh media (*mimesis*) dan kelompok teman sebaya.** Hal ini merupakan kemampuan untuk berbagi isyarat, sikap, pilihan dan jenis perilaku lainnya dengan pengguna lain, dan untuk meniru perilaku dan pengalaman. Media memperkuat kemampuan

mimetic tersebut, terutama dalam kasus remaja dan kalangan dewasa muda.

2. Partisipasi dalam lingkungan publik (*participation in the public sphere*).

Partisipasi di kehidupan publik melalui media dibagi menjadi dua kategori, yaitu: 1) penggunaan *e-government* (layanan pemerintah yang disediakan di internet, seperti layanan perpustakaan atau aplikasi paspor, yang mana merupakan aktifitas sederhana dan kinerja tugas tradisional melalui teknologi baru); dan 2) partisipasi di kehidupan publik dalam arti politis (menggunakan media untuk terlibat dan berkomunikasi dengan pemerintah dan individu lain dengan tujuan membentuk kebijakan).

Kedua aktifitas tersebut mengacu pada partisipasi masyarakat di kehidupan publik, yang bisa berbentuk hubungan sederhana antara individu dengan institusi pemerintah hingga tindakan kooperatif yang lebih kompleks dan canggih, seperti pembentukan atau keanggotaan partai politik atau organisasi kelompok aktivis. Secara detail, kemampuan ini termasuk (*European Commission, 2009, h. 43*):

- **Menjaga partisipasi kelompok yang memiliki kesamaan model.** Merupakan kemampuan (daripada sekedar kemampuan untuk menirukan) untuk berpartisipasi dan secara sadar berbagi model dan peralatan.

- **Menggunakan media sosial untuk mengelola hubungan secara strategis dengan orang lain melalui tindakan pragmatis.** Merupakan kemampuan untuk mengembangkan strategi kerjasama dan kolaborasi untuk mencapai tujuan yang spesifik.
- **Penyajian identitas yang sesuai (*avatar* dan profil).** Merupakan kemampuan untuk memanfaatkan dan mengatur berbagai aspek dan menyajikan identitas pengguna dengan tujuan strategis dan konkret. Pada hal ini termasuk juga kemampuan untuk membuat profil dan *avatar* menggunakan media online.
- **Berinteraksi dengan beberapa institusi secara tepat.** Merupakan kemampuan untuk secara efektif berkaitan dengan institusi sosial melalui media.

3. Kemampuan menciptakan konten

Kemampuan kreatif memanifestasikan dirinya pada bagian utama dari internet. Kemampuan ini tidak hanya memanfaatkan internet sebagai sumber untuk mendapatkan informasi, namun juga memanfaatkannya untuk menunjukkan identitas diri dari pengguna melalui blog, situs jejaring sosial, atau juga website. Mulai dari penciptaan sederhana seperti menulis email, sampai pada pembuatan

identitas online yang canggih yang juga secara teknis sangat kompleks.

Kemampuan ini berhubungan dengan kecakapan individu untuk membuat konten baru dan memproduksi pesan media yang orisinal. Kemampuan ini merupakan manifestasi dari pengguna untuk menggunakan, mengidentifikasi dan memahami informasi pada pesan media, dan untuk merespon secara tepat terhadapnya. Kemampuan untuk menciptakan memiliki tingkatan kerumitan yang berbeda, mulai dari tingkatan dasar sampai pada pembuatan yang lebih canggih dan inovatif. Secara detail, kemampuan ini termasuk:

- **Berbagi perangkat umum yang dibuat.** Merupakan kemampuan untuk membagikan alat secara sadar kepada pengguna lain yang berhubungan dengan mereka, dan dengan siapa mereka bekerja sama.
- **Membina kerja kolaboratif dan kerjasama secara aktif.** Merupakan kemampuan untuk membuat dan mengembangkan aksi dan strategi yang orisinal ketika bekerjasama dengan orang lain.
- **Memecahkan masalah melalui kerjasama dan kolaborasi yang aktif.** Merupakan kemampuan untuk memecahkan masalah secara kritis, dan berinteraksi dengan kelompok untuk memenuhi tujuan bersama.

- **Mengkonsep, membuat dan memproduksi teks media baru.** Merupakan kemampuan untuk mengkonseptualisasikan, merancang dan memproduksi teks media yang orisinal. Tingkat orisinalitas menghadirkan cukup banyak inovasi agar tidak menjadi bingung dengan teks daur ulang yang sederhana, dan harus sesuai dengan konteks yang dibutuhkan oleh pengguna.
- **Untuk membuat pesan media yang orisinal.** Merupakan kemampuan untuk menetapkan kondisi dan norma atau faktor yang mempengaruhi pembuatan media, seperti peraturan, hukum, hak, estetika, dan lain-lain. Kemampuan ini berkaitan dengan meta-linguistik, meta-semiotik, dan meta-produksi.

Kompetensi individu (*individual competences*) merupakan perpaduan dari ketiga kompetensi tersebut (*technical skill*, *critical understanding*, dan *socio-communicative competence*). Hal ini merupakan kemampuan individu untuk memecahkan masalah, berpikir kritis, dan menjalin hubungan kerjasama dengan masyarakat lain melalui media. Kemampuan ini menyebabkan berkembangnya masyarakat yang otonom, sadar, kritis, dan partisipatif secara aktif.

2.3.2 Tingkatan Literasi Media

European Commission mendefinisikan tingkat literasi media berbasis *individual competences* menjadi tiga level yaitu, *Basic*, *Medium*, dan *advanced* yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

Level	Definisi
<i>Basic</i> (tingkat dasar)	Individu sudah memiliki kemampuan-kemampuan yang memungkinkan penggunaan media secara mendasar. Pengguna mengetahui fungsi-fungsinya, menentukan kode dasarnya dan menggunakannya untuk tujuan tertentu. Kemampuan pengguna untuk menganalisis secara kritis informasi yang diterima terbatas. Kemampuan komunikatif melalui media juga terbatas.
<i>Medium</i> (tingkat sedang)	Individu memiliki tingkat menengah dari penggunaan media, mengetahui secara mendalam fungsi-fungsinya dan mampu melakukan pekerjaan yang lebih kompleks. Pengguna mengetahui bagaimana mendapatkan dan mengevaluasi informasi yang dibutuhkan, ia mengevaluasi strategi pencarian informasi. Pengguna merupakan produser yang aktif dan berpartisipasi secara sosial.
<i>Advanced</i> (tingkat tinggi)	Individu merupakan ahli dalam menggunakan media, sadar dan tertarik dengan kondisi hukum yang mempengaruhi penggunaannya. Pengguna memiliki pengetahuan mendalam tentang teknik dan bahasa, dan bisa menganalisis dan mengubah kondisi yang mempengaruhi hubungan komunikatifnya, produksi, dan pesan komunikasi. Dalam ranah publik, pengguna mampu bekerjasama dengan kelompok yang memungkinkan mereka untuk memecahkan masalah.

Tabel 2. tingkat literasi media (*European Commission, 2009, h.55*)

2.4 Mata pelajaran Bahasa Indonesia.

Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional dari Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sebagai bahasa nasional tentu saja bahasa Indonesia masuk dalam kurikulum pendidikan dalam bentuk mata pelajaran bahasa

Indonesia, yang dimaksudkan untuk membina dan mengembangkan kepercayaan diri para siswa sebagai komunikator, pemikir yang juga imajinatif, dan menjadi warga Negara Indonesia yang melek literasi dan informasi. Dalam silabus mata pelajaran bahasa Indonesia SMA/MA/SMK/MAK tahun 2016 menyebutkan bahwa pembelajaran bahasa Indonesia bertujuan membina dan mengembangkan pengetahuan, keterampilan, sikap, berkomunikasi yang diperlukan oleh para siswa dalam menempuh pendidikan, hidup di lingkungan sosial, dan kecakapan di dunia kerja.

Kompetensi dasar dikembangkan berdasarkan tiga hal lingkup materi yang saling berhubungan dan saling mendukung pengembangan kompetensi pengetahuan kebahasaan dan kompetensi keterampilan berbahasa yang dalam hal ini berupa kemampuan siswa dalam mendengarkan, membaca, memirsa, berbicara, dan menulis. Ketiga lingkup materi tersebut adalah penguasaan bahasa (pengetahuan tentang Bahasa Indonesia); Sastra (pemahaman, apresiasi, tanggapan, analisis, dan penciptaan karya sastra); dan literasi (perluasan kompetensi berbahasa Indonesia dalam berbagai tujuan khususnya yang berkaitan dengan membaca dan menulis).

Pengembangan kemampuan berbahasa Indonesia (pengembangan kompetensi kebahasaan dan kompetensi keterampilan berbahasa) dilakukan melalui media teks. Media teks disini bukan diartikan sebagai tulisan yang berbentuk artikel, namun merupakan perwujudan kegiatan sosial dan memiliki tujuan sosial. Pencapaian tujuan ini diwadahi oleh karakteristik: cara

pengungkapan tujuan sosial (yang disebut struktur retorika), pilihan kata yang sesuai dengan tujuan, dan tata bahasa yang sesuai dengan tujuan komunikasi. Kegiatan komunikasi dapat berupa tulisan, lisan, atau multimodal (yakni teks yang menggabungkan bahasa, dan cara/media komunikasi lainnya seperti visual, bunyi, atau lisan sebagaimana disajikan dalam film dan komputer).

Terdapat 7 jenis teks sebagai tujuan sosial, baik lisan maupun tulis (Mendikbud, 2016) yaitu:

1. Laporan (*report*)
2. Menceritakan (*recount*)
3. Pernyataan (*explanation*)
4. Eksposisi (*exposition: discussion, response, review*)
5. Deskripsi (*description*)
6. Prosedur (*procedur*)
7. dan Narasi (*narrative*)

Dengan adanya kompetensi tersebut, siswa diharapkan dapat menguasai Bahasa Indonesia secara keseluruhan sebagaimana yang dijelaskan dalam silabus mata pelajaran Bahasa Indonesia yaitu:

“Siswa kelas X-XII diharapkan dapat menjadi insan yang memiliki kemampuan berbahasa dan bersastra untuk menggali dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan menerapkannya secara kreatif dalam kehidupan sosial.”

Mata pelajaran Bahasa Indonesia diberikan kepada siswa sejak mereka berada di bangku sekolah dasar hingga mereka berada di jenjang pendidikan sekolah menengah atas. Terdapat 6 kerangka pengembangan kurikulum mata

pelajaran Bahasa Indonesia untuk SMA/MA/SMK/MAK menurut silabus mata pelajaran Bahasa Indonesia, yaitu:

1. Pengembangan kompetensi kurikulum Bahasa Indonesia ditekankan pada kemampuan mendengarkan, membaca, memirsa (*viewing*), berbicara, dan menulis. Pengembangan kemampuan tersebut dilakukan melalui berbagai teks.
2. Kompetensi dasar yang dikembangkan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia dimaksudkan untuk mengembangkan kemampuan siswa dalam mendengarkan, membaca, memirsa (*viewing*), berbicara, dan menulis. Untuk mencapai kompetensi tersebut peserta didik melakukan kegiatan berbahasa dan bersastra melalui aktivitas lisan dan tulis, cetak dan elektronik, laman tiga dimensi, serta citra visual lain.
3. Lingkup materi mata pelajaran Bahasa Indonesia merupakan penjabaran 3 lingkup materi bahasa, sastra, dan literasi.
4. Lingkup materi bahas mencakup pengenalan variasi bahasa sebagai bagian dari masyarakat Indonesia yang multilingual, bahasa untuk interaksi (bahasa yang digunakan seseorang berbeda sesuai latar sosial dan hubungan sosial peserta komunikasi), aksen, gaya bahasa, penggunaan idiom (sebagai bagian dari identitas sosial dan personal), struktur dan organisasi teks (teks terstruktur untuk tujuan tertentu, bagaimana bahasa digunakan untuk menciptakan teks agar kohesif, tingkat kerumitan teks dan topik, pola dan ciri-ciri

- kebahasaannya, berteks secara tepat dengan menggunakan kata, kalimat, paragraf secara efektif)
5. Lingkup materi sastra mencakup pembahasan konteks sastra, tanggapan terhadap karya sastra, menilai karya sastra, dan menciptakan karya sastra.
 6. Lingkup materi literasi mencakup teks dalam konteks, berinteraksi dengan orang lain, menafsirkan, menganalisis, mengevaluasi teks, dan mencipta teks.

2.4.1 Prestasi Belajar Bahasa Indonesia.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/prestasi>, diakses pada 17 juli 2017, pukul 21.30) mendefinisikan prestasi belajar sebagai penguasaan pengetahuan atau keterampilan yang dikembangkan melalui mata pelajaran, yang lazimnya ditunjukkan dengan nilai tes atau angka nilai yang diberikan oleh guru. Sedangkan Yuniarti (2014, h. 24) menyimpulkan bahwa prestasi belajar merupakan perubahan tingkah laku yang mencakup tiga aspek (kognitif, afektif, dan motorik) seperti penguasaan, penggunaan, dan penilaian berbagai pengetahuan dan keterampilan sebagai akibat atau hasil dari proses pembelajaran dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yang tertuang dalam bentuk nilai yang diberikan oleh guru. Prestasi belajar merupakan hasil dari adanya proses pembelajaran.

Berdasarkan pengertian dari prestasi belajar secara umum tersebut, maka prestasi pembelajaran Bahasa Indonesia merupakan hasil dari

penguasaan atau keterampilan siswa dalam mata pelajaran Bahasa Indonesia yang diberikan oleh guru dalam bentuk berupa nilai. Prestasi ini merupakan nilai dari hasil kerja peserta didik yang dilakukan melalui evaluasi dan catatan-catatan maupun portofolio (Yuniarti, 2014, h. 24). Berbagai tes dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan siswa pada kegiatan pembelajaran, salah satunya adalah dengan diadakannya tes sumatif. Tes sumatif dilakukan setelah selesainya seluruh kegiatan pembelajaran atau seluruh program direncanakan. Tes ini biasanya dilakukan ketika akhir semester yang biasanya disebut dengan ujian akhir semester. Kompetensi dasar yang diujikan saat tes ini adalah keseluruhan dari kompetensi yang telah diajarkan selama satu semester oleh guru (Yuniarti, 2014, h. 26). Prestasi belajar yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah dokumentasi nilai tes sumatif mata pelajaran Bahasa Indonesia pada rapor siswa SMK MA'ARIF NU 04 Pakis tahun ajaran 2016/2017.

2.4.2 Hubungan antara literasi media digital dan mata pelajaran bahasa Indonesia

Dalam mata pelajaran bahasa Indonesia, terdapat lingkup materi literasi yang mencakup beberapa hal yang telah dijelaskan sebelumnya. Dengan adanya materi tersebut siswa akan dibimbing untuk bisa menguasai materi literasi yang nantinya akan diberi penilaian oleh guru melalui nilai rapor. Oleh karena itu, apabila siswa mendapatkan nilai tinggi pada mata pelajaran bahasa Indonesia, diasumsikan bahwa siswa

tersebut menguasai pelajaran bahasa Indonesia dengan baik sehingga bisa meningkatkan daya kritis siswa dan kemampuan siswa dalam menciptakan teks. kemampuan ini sesuai dengan aspek yang dibutuhkan individu untuk memiliki kemampuan literasi media digital pada aspek *critical understanding* dan *communicative ability* yang dijabarkan oleh *European Commission*.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Sholihuddin (2014) dengan judul *Pengaruh Kompetensi Individu (Individual Competences) Terhadap Literasi Media Internet di Kalangan Santri (Studi Eksplanatif tentang pengaruh Technical Skills, Critical Understanding dan Communicative Abilities terhadap Literasi Media Internet di Kalangan Santri Pondok Pesantren Bahrul 'Ulum Jombang)* menyimpulkan bahwa kemampuan literasi media (internet) dikalangan santri pondok pesantren Bahrul 'Ulum berdasarkan nilai rata-rata sudah baik, namun berdasarkan standard dari *European commission*, pada kemampuan *technical skills* dan *communicative abilities* berada pada level *basic*, dan untuk kemampuan *critical understanding* berada pada level *medium*.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2016) dengan judul *Urgensi Literasi Digital untuk Pelajar SMA (Penelitian Survei Tingkat Literasi Digital Pelajar Sekolah Menengah Atas-Negeri di Daerah Istimewa Yogyakarta)* menyimpulkan bahwa secara umum tingkat literasi digital pelajar

SMA-Negeri di Daerah Istimewa Yogyakarta sudah sangat baik atau sudah berada pada level *advanced*.

Kedua penelitian tersebut dinilai peneliti relevan dengan penelitian ini. Hal ini karena pada kedua penelitian tersebut sama-sama membahas mengenai tingkat literasi media yang berbasis *individual competences* dari *European Commission* (2009). Perbedaan kedua penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah tidak adanya pengujian hubungan tingkat literasi media dengan faktor lain. Selain itu pada penelitian ini fokus yang dituju adalah pada media sosial.

2.6 Kerangka Pemikiran



GAMBAR 4 KERANGKA PEMIKIRAN

Mata Pelajaran Bahasa Indonesia dimaksudkan untuk membina dan mengembangkan kepercayaan diri para siswa sebagai komunikator, pemikir yang juga imajinatif, dan menjadi warga Negara Indonesia yang melek literasi dan informasi. Kecakapan siswa dalam pelajaran Bahasa Indonesia akan ditunjukkan pada hasil dari proses pembelajaran dalam bentuk pemberian

prestasi belajar berupa nilai yang diberikan oleh guru. Melalui nilai Bahasa Indonesia yang telah diberikan oleh guru melalui nilai Rapor, peneliti ingin meneliti apakah terdapat hubungan antara prestasi belajar Bahasa Indonesia siswa dengan tingkat literasi media sosial siswa itu sendiri dengan asumsi bahwa semakin tinggi prestasi siswa, maka hal tersebut juga mempengaruhi tingkat literasi media sosial siswa menjadi tinggi.

2.7 Hipotesis.

Berdasarkan kerangka penelitian tersebut, diajukan hipotesis dalam bentuk asosiatif. Hipotesis asosiatif merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah asosiatif, yaitu menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017, h. 69). Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_a ; \rho \neq 0$$

Keterangan :

H_0 = tidak ada hubungan yang signifikan antara prestasi belajar Bahasa Indonesia dengan tingkat literasi media sosial siswa

H_a = terdapat hubungan yang signifikan antara prestasi belajar Bahasa Indonesia dengan tingkat literasi media sosial siswa.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik. Neuman (2014, h. 97) mengatakan bahwa paradigma positivistik merupakan metode yang terorganisir dari menggabungkan logika deduktif dengan pengamatan empiris yang tepat dari perilaku individu untuk menemukan dan menkonfirmasi. Pada paradigma ini peneliti membuat pengukuran yang cermat terhadap perilaku individu untuk menghasilkan data kuantitatif yang dapat dikenai analisis statistik (Neuman, 2014, h. 102). Hal serupa juga diungkapkan oleh Rakhmat & Ibrahim, (2016, h. 39) bahwa Paradigma ini memandang adanya fakta yang berada diluar sana yang disebut fakta objektif yang dikelompokkan ke dalam beberapa variabel yang dapat diukur dan dikumpulkan dengan cara tertentu untuk kemudian diuji secara statistik.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif, peneliti lebih mengandalkan pada prinsip positivistik, dan menggunakan bahasa variabel dan hipotesis. Penekanan pada pendekatan ini adalah secara tepat mengukur variabel dan menguji hipotesis (Neuman, 2014, h. 167). Dalam penelitian kuantitatif selalu dilihat keterkaitan dalam bentuk pengaruh, saling pengaruh, hubungan, dan efek dari variabel independen terhadap variabel dependen serta diperhitungkan

variabel pengganggu atau variabel tambahan. Kemudian, variabel-variabel tersebut dioperasionalisasikan, lalu dikaji dan dihitung (Rakhmat & Ibrahim, 2016, h. 40).

Pada penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen (bebas) kemampuan berbahasa dengan variabel dependen (terikat) tingkat literasi media. Oleh karena itu pada Penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan korelasional. Sugiyono (dalam Darmawan, 2013, h. 133) mengatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Isaac dan Michael (dalam Rakhmat & Ibrahim, 2016, h. 64) mengatakan bahwa metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Sedangkan metode korelasional merupakan kelanjutan dari metode deskriptif, yang mana metode deskriptif tidak menjelaskan hubungan di antara variabel, sehingga metode korelasional digunakan peneliti untuk menghubungkan antar variabel. Metode korelasional bertujuan untuk meneliti kaitan antara variabel satu dengan variabel yang lain.

Peneliti memilih metode deskriptif dan korelasional karena pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui hubungan antara kemampuan berbahasa dengan tingkat literasi digital siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis di kecamatan Pakis, kabupaten Malang. Terdapat dua variabel dalam

penelitian ini, yaitu satu variabel independen dan satu variabel dependen. Definisi variabel independen adalah variabel yang menghasilkan efek atau pengaruh pada variabel dependen dalam suatu hipotesis kausal. Sedangkan variabel dependen merupakan efek atau hasil variabel yang disebabkan oleh variabel independen dalam suatu hipotesis kausal (Neuman, 2014, h. 181).

kemampuan berbahasa (X) merupakan variabel independen, sedangkan tingkat literasi media digital (Y) merupakan variabel dependen. Analisis data statistik pada penelitian ini adalah analisis statistik Koefisien korelasi sederhana. Koefisien korelasi sederhana merupakan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara dua variabel.

3.2 Definisi Konseptual

1. Prestasi Belajar Bahasa Indonesia

Prestasi pembelajaran Bahasa Indonesia merupakan hasil dari penguasaan atau keterampilan siswa dalam mata pelajaran Bahasa Indonesia yang diberikan oleh guru dalam bentuk berupa nilai. Prestasi ini merupakan nilai dari hasil kerja peserta didik yang dilakukan melalui evaluasi dan catatan-catatan maupun portofolio (Yuniarti, 2014, h. 24). Penilaian prestasi tersebut dilakukan dengan cara mengadakan tes untuk siswa. Guru akan mengadakan tes sumatif yang dilakukan ketika akhir semester yang biasanya disebut dengan ujian akhir semester. Kompetensi dasar yang diujikan saat tes ini adalah keseluruhan dari kompetensi yang telah diajarkan selama satu semester oleh guru (Yuniarti, 2014, h. 26).

2. Literasi Media sosial berbasis *Individual Competences*

Individual competences merupakan kapasitas personal/individu terkait dengan menggunakan keterampilan tertentu seperti mengakses, menganalisis, dan berkomunikasi. Kompetensi ini ditemukan dalam kapasitas perangkat yang luas, yang meningkatkan tingkat kesadaran, analisis kritis, dan kapasitas yang kreatif dalam memecahkan masalah (*European Commission*, 2009, h. 31). Terdapat tiga dimensi yang dimensi untuk mengukur tingkat literasi media sosial, yaitu:

1. *Use* : merupakan kemampuan dalam mengakses dan menggunakan media sosial.
2. *Critical understanding* : merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengevaluasi konten dan media sosial.
3. *Communicative abilities* : merupakan kemampuan individu dalam berinteraksi dan mempertahankan hubungan dengan orang lain melalui media sosial.

3.3 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Sub-Variabel	Dimensi	indikator
Nilai Pembelajaran Bahasa Indonesia (X2) (kemendikbud, 2016)	pengembangan kompetensi pengetahuan kebahasaan dan kompetensi keterampilan berbahasa Indonesia			Nilai tes sumatif mata pelajaran Bahasa Indonesia pada dokumentasi Rapor siswa Kelas XII pada semester genap tahun ajaran 2016/2017

Literasi Media sosial berbasis Individual Competences (Y)(European Commission, 2009, h. 31)	<i>Individual competences</i> merupakan kapasitas personal/individu terkait dengan menggunakan keterampilan tertentu seperti mengakses, menganalisis, dan berkomunikasi. Kompetensi ini ditemukan dalam kapasitas perangkat yang luas, yang meningkatkan tingkat kesadaran, analisis kritis, dan kapasitas yang kreatif dalam memecahkan masalah.	<i>Personal Competences</i>	1. <i>Use (Technical skills)</i>	1. Frekuensi penggunaan media sosial di kehidupan sehari-hari 2. Konsumsi kuota data internet 3. Membaca berita melalui media sosial 4. Transaksi jual-beli melalui media sosial
			2. <i>Critical Understanding</i>	1. Membaca dan memahami informasi yang ada di media sosial 2. Membedakan jenis informasi yang ada di media sosial (iklan, berita, cerita fiksi, <i>Hoax</i>) 3. Membedakan informasi menurut kepentingannya (sangat penting, penting, tidak penting) 4. Mengklasifikasikan <i>website</i> (situs pemerintahan, situs jual beli, situs pribadi, dll) 5. Mengklasifikasikan media sosial berdasarkan platformnya 6. Pemahaman peraturan (hak dan kewajiban) tentang penggunaan media sosial

				<p>(yang ada dalam <i>terms and condition</i>)</p> <p>7. Mengetahui pihak yang berwenang mengambil tindakan apabila terjadi penyalahgunaan media sosial</p> <p>8. Mengetahui sanksi dari penyalahgunaan media sosial.</p> <p>9. Mengeksplorasi dan mencari informasi di media sosial secara teliti.</p> <p>10. Memeriksa ketika mengunjungi situs media sosial baru.</p> <p>11. Membuat penilaian terlebih dahulu pada situs sebelum memasukkan data pribadi</p>
		<i>Social Competences</i>	<i>1. Communicative abilities</i>	<p>1. Membuat sendiri konten yang ada pada akun pribadi (bukan <i>copy-paste</i> dari orang lain)</p> <p>2. Mengirim pesan melalui media sosial</p> <p>3. Membangun kerjasama melalui media sosial</p> <p>4. Menggunakan layanan publik</p>

				<p>yang ada di media sosial.</p> <p>5. Mengikuti komunitas-komunitas yang ada di media sosial.</p>
--	--	--	--	--

TABEL 3 DEFINISI OPERASIONAL

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini dilakukan di SMK MA'ARIF NU 04 Pakis, kabupaten Malang. Alasan peneliti memilih penelitian pada lokasi tersebut adalah karena di SMK MA'ARIF NU 04 Pakis sudah menerapkan teknologi digital pada setiap pembelajaran untuk siswa. Terdapat tiga jurusan pada SMK MA'ARIF NU 04 Pakis, yaitu TKJ, Akutansi, dan Pemasaran. Pada pembelajaran jurusan TKJ, masing-masing siswa menggunakan Laptop, sedangkan pada pembelajaran untuk jurusan akutansi dan pemasaran, siswa diberikan fasilitas untuk menggunakan *Ipad*.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi merupakan objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sinambela, 2014, h. 94). Sedangkan (Neuman, 2014, h. 247) mendefinisikan populasi sebagai gagasan abstrak dari sekelompok besar dari banyak kasus dimana peneliti menarik sampel dan hasil dari sampel digeneralisasikan.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas XII SMK Ma'arif NU 04 Pakis yang berjumlah 98 siswa. Peneliti memilih subjek penelitian tersebut

karena dapat diasumsikan bahwa para siswa tersebut merupakan bagian dari generasi *Digital Natives*.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Malhotra (dalam Sinambela, 2014, h. 95) mengatakan bahwa sample adalah sub kelompok dari elemen populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam suatu penelitian. Sedangkan Sugiyono (dalam Sinambela, 2014, h. 95) mengatakan bahwa sample merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Teknik *sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017, h. 84). Pengambilan anggota sampel pada penelitian ini akan dilakukan dengan teknik sampel bertujuan atau *purposive sampling* yang didasarkan pada tujuan tertentu. Pengambilan sampel didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat, atau karakteristik tertentu, yang merupakan ciri-ciri pokok dari populasi (Arikunto, 2002, h. 117). Ciri-ciri sampel pada penelitian ini adalah siswa kelas XII dari SMK Ma'arif NU 04 Pakis yang merupakan generasi *digital natives* dan menggunakan media sosial. Cara pengambilan jumlah sampel pada penelitian menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Kriyantono, 2006, h. 164):

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran Populasi

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel, menurut Spiegel, Schiller, & Srinivasan (2004) kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir sebesar 0,05 atau 5% pada ilmu sosial.

Berdasarkan jumlah populasi siswa kelas XII SMK Ma'arif NU 04 Pakis sebanyak 98 siswa maka perhitungan sampelnya :

$$\frac{98}{1+98 \times 0,05^2} = 78,71 \text{ (dibulatkan menjadi 78 orang)}$$

Dari perhitungan tersebut jumlah sampel yang akan diteliti adalah 78 siswa.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Jenis Data

Sinambela (2014, 114) menyatakan bahwa terdapat dua jenis data dalam suatu penelitian, yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka atau yang telah dibuat menjadi angka. Pada penelitian ini peneliti menggunakan data kuantitatif karena peneliti menggunakan instrumen penelitian yang terstruktur. Jenis data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini jenis data interval.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2006, h. 95). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dan dokumentasi. Peneliti menggunakan kuesioner untuk memperoleh data dari variabel tingkat literasi media digital siswa (Y).

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden (Kriyantono, 2006, h. 97). Peneliti akan mendatangi sekolah dan membagikan kuesioner yang telah peneliti olah sebelumnya. Jenis kuesioner yang akan digunakan merupakan jenis kuesioner tertutup, yaitu kuesioner telah dibuat oleh peneliti dengan alternatif jawaban untuk responden. Alternatif jawaban pada kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*.

Dalam penelitian sosial skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang suatu fenomena sosial (Sinambela, 2014, h. 144). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan empat alternatif jawaban pada kuesionernya.

Tipe aitem	Skala	Alternatif jawaban	Skor
A	Skala Likert	Jarang	1
		Kadang-kadang	2
		Sering	3
		Selalu	4

B	Skala Likert	Tidak Bisa	1
		Cukup Bisa	2
		Bisa	3
		Sangat Bisa	4
C	Skala Likert	0 – 1 Gb	1
		1 – 2 Gb	2
		2 – 3 Gb	3
		≥ 3 GB	4

TABLE 4 SKALA ALTERNATIF JAWABAN

Peneliti ini juga menggunakan metode dokumentasi pada penelitian ini. Metode dokumentasi adalah pengumpulan data melalui dokumen-dokumen yang sudah tersedia (Kriyantono, 2006, h. 120). Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari variabel kemampuan berbahasa (X) melalui nilai rapor siswa pada mata pelajaran Bahasa Indonesia. Berikut ini merupakan kisi-kisi instrumen pada penelitian ini:

1. Instrumen Literasi Media Sosial

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	Aitem	No. aitem
Literasi Media Sosial (Y) (<i>European Commission, 2009, h. 31</i>)	Penggunaan (Use)	1. Frekuensi Penggunaan internet dan media sosial di kehidupan sehari-hari	<i>Saya menggunakan internet setiap hari</i>	A1
			<i>Saya menggunakan media sosial setiap hari</i>	A2
		2. Konsumsi kuota data internet	<i>Saya menghabiskan kuota sebesar Untuk</i>	C1

			<i>mengakses internet dan media sosial</i>	
		3. Membaca berita melalui media sosial	<i>Saya membaca berita melalui media sosial</i>	A3
		4. Transaksi jual-beli melalui media sosial	<i>Saya bertransaksi jual-beli melalui media sosial</i>	A4
	Pemahaman kritis (<i>critical understanding</i>)			
		12. Membaca dan memahami informasi yang ada di media sosial	<i>Saya membaca sampai selesai informasi yang saya dapat di Media sosial</i>	A5
			<i>Saya memahami informasi yang saya baca di media sosial</i>	B1
		13. Membedakan jenis informasi yang ada di media sosial (iklan, berita, cerita fiksi, Hoax)	<i>Saya dapat membedakan jenis informasi media yang saya terima (termasuk dalam iklan, berita, cerita fiksi, hoax)</i>	B2
		14. Membedakan informasi menurut kepentingannya (sangat penting, penting, tidak penting)	<i>Saya dapat membedakan informasi menurut kepentingannya (sangat penting, penting, tidak penting)</i>	B3
		15. Mengklasifikasi akun media sosial (akun pemerintahan, akun perusahaan, akun jual beli, akun pribadi, dll)	<i>Saya dapat membedakan jenis-jenis akun yang ada di media sosial (seperti akun pemerintah, akun perusahaan, akun jual beli, akun pribadi, dll)</i>	B4
		16. Mengklasifikasi media	<i>Saya dapat membedakan setiap jenis media sosial di</i>	B5

		sosial berdasarkan platformnya	<i>internet (seperti situs jejaring sosial, situs berbagi video, situs gambar, situs komik)</i>	
		17. Pemahaman peraturan (hak dan kewajiban) tentang penggunaan media sosial (yang ada dalam <i>terms and condition</i>)	<i>Saya membaca peraturan dalam menggunakan media sosial (term and condition atau syarat dan ketentuan)</i>	A6
			<i>Saya memahami peraturan dalam menggunakan media sosial</i>	B6
			<i>Saya memahami hak saya sebagai pengguna media sosial</i>	B7
			<i>Saya memahami kewajiban saya sebagai pengguna media sosial</i>	B8
		18. Mengetahui pihak yang berwenang mengambil tindakan apabila terjadi penyalahgunaan media sosial	<i>Saya mengetahui instansi yang berwenang memberikan sanksi apabila terjadi penyalahgunaan media sosial</i>	B9
		19. Mengetahui sanksi dari penyalahgunaan media sosial. 1..	<i>Saya memahami sanksi yang akan diberikan apabila menyalahgunakan media sosial</i>	B10
		20. Mengeksplorasi dan mencari informasi di media sosial secara teliti.	<i>Saya menyelidiki informasi yang saya terima di media sosial dengan teliti</i>	A7
		21. Memeriksa ketika mengunjungi akun media sosial baru.	<i>Saya terlebih dahulu memeriksa akun media sosial yang baru saya kunjungi (seperti apakah akun resmi atau akun palsu, dll)</i>	A8

		22. Membuat penilaian terlebih dahulu pada situs media sosial sebelum memasukkan data pribadi	<i>Saya menilai terlebih dahulu situs media sosial yang saya kunjungi sebelum memasukkan data pribadi</i>	A9
	Kemampuan komunikasi (<i>communicative abilities</i>)			
		6. Membuat sendiri konten yang ada pada akun pribadi (bukan <i>copy-paste</i> dari orang lain)	<i>Saya membuat sendiri tulisan yang ada dalam akun pribadi saya (bukan <i>copy-paste</i> buatan orang lain)</i>	A10
		7. Membuat profile dan mengirim pesan melalui media sosial	<i>Saya menampilkan identitas saya pada media sosial</i>	A11
			<i>Saya mengirim pesan kepada orang lain melalui media sosial</i>	A12
		8. Membangun kerjasama melalui media sosial	<i>Saya menjalin kerjasama dengan orang lain (teman, keluarga, guru, dll) melalui media sosial</i>	A13
		9. Mengikuti layanan publik yang ada di media sosial.	<i>Saya mengikuti akun-akun layanan publik (seperti akun layanan kesehatan, akun pemerintahan, akun pendidikan, dll)</i>	A14
		10. Mengikuti komunitas-komunitas yang ada di media sosial.	<i>Saya mengikuti komunitas-komunitas yang ada di media sosial (sebagai contoh seperti akun komunitas hobi, komunitas siswa, dll)</i>	A15

TABLE 5 KISI-KISI INSTRUMEN LITERASI MEDIA DIGITAL (SUMBER: EUROPEAN COMMISSION, KEMUDIAN DIOLAH OLEH PENELITI)

3.7 Uji Instrumen

Suatu instrumen yang valid dapat diartikan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data telah valid. Valid berarti instrumen pada suatu penelitian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah ditentukan. Sedangkan instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama pula (Sinambela, 2014, h. 157).

3.7.1 Uji Validitas

Pengujian Validitas pada penelitian ini menggunakan pengujian validitas konstruksi (*construct validity*). Setelah instrument dikonstruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur dengan berlandaskan teori tertentu, maka selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli. Kemudian dilakukan uji coba instrument pada sampel dari populasi yang telah ditentukan. Setelah hasil data ditabulasikan, pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antar skor aitem instrumen dalam suatu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total (Sugiyono, 2017, h. 125).

Uji validitas pada instrument penelitian ini diukur menggunakan uji korelasi *pearson product moment*. Pada uji ini, setiap item dari instrumen akan diuji relasinya dengan skor total dari keseluruhan item. Validitas dinyatakan secara empirik oleh suatu koefisien, yaitu koefisien validitas. Menurut Sugiyono (2017, h. 126) minimal koefisien pada setiap item adalah 0,30. Item yang koefisien korelasinya minimal mencapai lebih dari sama dengan 0,30 telah dianggap memuaskan dan cukup untuk menentukan validitas pada

penelitian. Perhitungan uji validitas akan peneliti lakukan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows*.

3.7.2 Uji Relibilitas

Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila instrument tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian. Pada penelitian ini, uji reliabilitas pada instrument peneliti menggunakan rumus *Croanbach's Alpha* pada program SPSS 16.0. Suatu variabel akan dianggap reliabel apabila nilai *Croanbach's Alpha* lebih dari 0,600 (Azwar, 1999, hal. 103)

3.8 Teknik Analisis Data

Maleong (dalam Kriyantono, 2006, h. 167) mengatakan bahwa analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data pada penelitian ini akan menggunakan analisis statistik dengan bantuan perhitungan dari program SPSS 16.0.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku atau objek tertentu lainnya (Kriyantono, 2006, h. 169). Sedangkan menurut Sinambela (2014, h. 189) mengatakan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Analisis statistik deskriptif ini akan digunakan peneliti untuk mendeskripsikan nilai mata pelajaran bahasa

Indonesia siswa dan tingkat literasi dari siswa kelas XII SMK Ma'arif NU 04 kecamatan Pakis, kabupaten malang.

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menentukan skor hipotetik (Azwar, 2010, h. 107) yaitu dari menghitung mean hipotetik, mencari standar deviasi hipotetik, kemudian dilanjutkan dengan menghitung jumlah prosentase. Berikut rumus yang akan digunakan :

- a. Menghitung mean hipotetik (μ)

$$\mu = \frac{1}{2} (I \max + I \min) \Sigma K$$

Keterangan :

μ = mean hipotetik
 $I \max$ = skor maksimal item
 $I \min$ = skor minimal item
 ΣK = jumlah aitem

- b. Mencari standar deviasi hipotetik (σ)

$$\sigma = \frac{1}{6} (X \max - X \min)$$

Keterangan :

σ = standar deviasi hipotetik
 X_{\max} = skor maksimal subyek
 X_{\min} = skor minimal subyek

- c. Kategorisasi

kategorisasi	rumus
Rendah	$X \leq (\mu - 1 \sigma)$
Sedang	$(\mu - 1 \sigma) \leq X \leq (\mu + 1 \sigma)$
Tinggi	$X \geq (\mu + 1 \sigma)$

TABLE 6 RUMUS PENGKLASIFIKASIAN KATEGORISASI

d. Menghitung Prosentase

Perhitungan prosentase digunakan untuk mengetahui jumlah prosentase responden dalam kategori tinggi, sedang, rendah pada variabel prestasi mata pelajaran Bahasa Indonesia dan tingkat literasi media sosialnya. Berikut rumus dari perhitungan prosentase :

$$p = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

- p = angka prosentase
f = frekuensi
N = jumlah frekuensi

3.8.2 Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini digunakan Hipotesis asosiatif yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah asosiatif yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sinambela, 2014, h. 58). Hipotesisnya adalah:

1. H_a = ada hubungan antara prestasi belajar Bahasa Indonesia (X) terhadap tingkat literasi media sosial (Y) siswa.
2. H_0 = tidak ada hubungan antara prestasi belajar Bahasa Indonesia (X) terhadap tingkat literasi media sosial (Y) siswa.

3.8.2.1 Uji Prasyarat Analisis

Asumsi normalitas merupakan prasyarat kebanyakan prosedur dari statistika inferential (Uyanto, 2009, h. 39). Ghazali (2011, h. 29) mengatakan bahwa salah satu asumsi penggunaan statistik parametris

adalah setiap variabel berdistribusi normal dan linear. Hal tersebut bertujuan untuk mengurangi hambatan dalam analisis selanjutnya sesuai dengan teknik analisis yang akan dipergunakan. Uji prasyarat pada penelitian ini adalah uji normalitas data dan uji linieritas.

1. Uji Normalitas

Imam Ghozali (2011, h. 160) mengatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model korelasi, variabel residual memiliki distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas ini digunakan karena untuk melakukan pengujian variabel-variabel lainnya (uji t atau uji f) dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid dan ststistik parametrik tidak dapat digunakan.

Ketika mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak pada penelitian ini dilakukan dengan analisis grafik atau uji statistik. Analisis uji statistik yang digunakan untuk uji normalitas data dalam penelitian ini adalah dengan uji kolmogorov-smirnov (K-S) menggunakan program SPSS 16.0 *for windows*. Persamaan korelasi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Data berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi $> 5\%$ (asyp. sig. (2-tailed) $> 0,05$) dan data dinyatakan tidak berdistribusi normal jika besaran signifikansi $< 5\%$ (asyp. sig. (2-tailed) $< 0,05$) (Ghozali, 2011, h. 34).

2. Uji linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian linieritas ini akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows* dengan melihat pada *ANOVA Table* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel akan dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila linier signifikansinya kurang dari 0,05.

3.8.2.2 Analisis Koefisien Korelasi sederhana

Koefisien korelasi sederhana merupakan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara dua variabel (Misbahuddin & Hasan, 2014, h. 50). Rumus koefisien yang digunakan adalah rumus koefisien korelasi *pearson product moment* (r). Rumusan korelasi *pearson product moment* (Sugiyono, 2017, h. 183) adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2)(\Sigma y^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien antar variable

Σxy : Jumlah skor variabel X dan Y

Σx^2 : Jumlah kuadrat skor variabel X

Σy^2 : jumlah kuadrat skor variabel Y

Penafsiran keeratan hubungan atau korelasi antar variabel, dapat dilihat pada pedoman koefisien korelasi berikut ini (Misbahuddin & Hasan, 2014, h. 48) :

No.	Interval Nilai	Kekuatan Hubungan
1.	KK = 0,00	Tidak ada
2.	0,00 < KK ≤ 0,20	Sangat rendah atau lemah sekali
3.	0,20 < KK ≤ 0,40	Rendah atau lemah, tapi pasti
4.	0,40 < KK ≤ 0,70	Cukup berarti atau sedang
5.	0,70 < KK ≤ 0,90	Tinggi atau kuat
6.	0,90 < KK , 1,00	Sangat tinggi atau kuat sekali, dapat diandalkan
7.	KK = 1,00	Sempurna

TABEL 7 INTERVAL NILAI KOEFISIEN DAN KEKUATAN HUBUNGAN

Interval nilai koefisien bisa bernilai positif atau negative. Apabila nilai KK positif, berarti korelasinya positif dan apabila nilai KK negative, maka korelasinya negatif.

Kemudian untuk menguji signifikansi hubungan menggunakan rumus (Sugiyono, 2017, h. 184) :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = nilai t

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Nilai t_{hitung} tersebut nantinya akan dihitung dan dibandingkan dengan harga t_{tabel} untuk taraf kesalahan 5% uji dua pihak dan $dk = n - 2$. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Namun sebaliknya, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau dapat dinyatakan bahwa hubungan variabel X dengan Y signifikan serta dapat digeneralisasikan pada populasi penelitian (Sugiyono, 2017, h. 185).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran umum SMK Ma'arif NU 04 Pakis

SMK MA'ARIF NU 04 Pakis merupakan sekolah menengah kejuruan yang berada dibawah lembaga pendidikan Ma'arif NU. Sekolah ini terletak di Jl.H.Mustofa 108 Pakis, Kabupaten Malang. Saat ini SMK MA'ARIF NU 04 Pakis dipimpin oleh Iswantoro S.Pd selaku kepala sekolah. Sekolah yang berdiri sejak 16 Juli 1985 ini merupakan Sekolah Menengah Kejuruan yang menggunakan metode pengajaran yang dikenal dengan istilah *double system* yaitu suatu sistem pendidikan yang menggabungkan ilmu-ilmu umum dan ilmu-ilmu agama sehingga diharapkan lulusan SMK Maarif NU 04 Pakis disamping terampil dan berpengalaman dibidangnya juga memiliki kepribadian dan sikap serta moral yang baik.

SMK MA'ARIF NU 04 Pakis memiliki visi “Mencetak Lulusan yang terampil dengan bekal iman dan taqwa”. Sedangkan misi dari SMK MA'ARIF NU 04 Pakis adalah :

1. Melaksanakan pembelajaran berdasarkan kurikulum yang berlaku.
2. Meningkatkan kualitas kehidupan beragama dan kualitas perilaku sehari-hari bagi peserta didik dengan guru sebagai teladan di Sekolah.

3. Memberikan sarana/fasilitas dan pelatihan yang memadai kepada peserta didik untuk menghasilkan lulusan yang kompetitif dan diterima di dunia kerja.
4. Meningkatkan SDM guru dan karyawan sesuai tuntutan kurikulum dan perkembangan IPTEK.
5. Meningkatkan hubungan dengan instansi terkait, masyarakat, Yayasan pengelola, Du/Di, Perguruan Tinggi, Lembaga-lembaga Pelatihan untuk menunjang program uji kompetensi, prakerin dan sertifikasi.
6. Mengembangkan unit produksi dan jasa berbasis program keahlian untuk mewujudkan jiwa kewirausahaan dan sarana pelatihan bagi lulusan.

tujuan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan Maarif NU 04

Pakis Kabupaten Malang yaitu dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas tenaga kependidikan sesuai dengan tuntutan program pembelajaran yang berkualitas.
2. Mengupayakan pemenuhan kebutuhan sarana prasarana dan program pendidikan untuk mendukung kegiatan belajar mengajar dan hasil belajar siswa.
3. Menjalin kerja sama dengan lembaga/intitusi terkait, masyarakat dan dunia usaha/dunia industri dalam rangka pengembangan program pendidikan yang berakar pada budaya bangsa dan mengikuti perkembangan IPTEK.

4. Proses belajar mengajar mengarah pada program pembelajaran berbasis kompetensi.
5. Menyiapkan peserta didik agar dapat bekerja, baik secara mandiri atau mengisi lowongan pekerjaan yang ada di dunia usaha maupun dunia industri sebagai tenaga tingkat menengah sesuai dengan bidang dan program keahlian yang diminta.
6. Membekali peserta didik agar memiliki keahlian, terampil, ulet dan gigih dalam berkompetisi dan mampu mengembangkan sikap profesional dalam keahlian yang dimiliki.
7. Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan dan teknologi dan juga ilmu-ilmu agama sehingga menjadi lulusan yang terampil dan berbudi pekerti yang baik.
8. Meningkatkan pelaksanaan kegiatan ekstra kurikuler unggulan yang sesuai profesi, bakat dan minat peserta didik.

Kompetensi keahlian siswa pada SMK MA'ARIF NU 04 Pakis dibagi menjadi tiga kelas yaitu jurusan pemasaran, akuntansi, dan teknik komputer dan jaringan. Terdapat beberapa sarana yang tersedia di sekolah ini untuk menunjang kegiatan ajar-mengajar. Salah satunya terdapat sarana jaringan internet yang berjalan dengan baik. Siswa juga diberikan fasilitas perangkat teknologi terkini sesuai dengan perkembangan jaman dalam proses kegiatan belajar mengajar untuk meningkatkan sumber daya manusia sehingga menghasilkan lulusan yang berkualitas.

4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas pada instrument penelitian ini diukur menggunakan uji korelasi *pearson product moment*. Pada uji ini, setiap item dari instrumen akan diuji relasinya dengan skor total dari keseluruhan item. Validitas dinyatakan secara empirik oleh suatu koefisien, yaitu koefisien validitas. Menurut Sugiyono (2017, h. 126) minimal koefisien pada setiap item adalah 0,30. Item yang koefisien korelasinya minimal mencapai lebih dari sama dengan 0,30 telah dianggap memuaskan dan cukup untuk menentukan validitas pada penelitian. Perhitungan uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows*.

Uji validitas akan diujikan pada instrument dari variabel Y yaitu variabel tingkat literasi media sosial. berikut hasil dari uji validitas dari instrumen:

No.	Aitem	r hitung	syarat	keterangan
1	A1	0.532	> 0.300	VALID
2	A2	0.592	> 0.300	VALID
3	A3	0.436	> 0.300	VALID
4	A4	0.422	> 0.300	VALID
5	A5	0.409	> 0.300	VALID
6	A6	0.489	> 0.300	VALID
7	A7	0.554	> 0.300	VALID
8	A8	0.474	> 0.300	VALID
9	A9	0.438	> 0.300	VALID
10	A10	0.517	> 0.300	VALID
11	A11	0.591	> 0.300	VALID
12	A12	0.537	> 0.300	VALID
13	A13	0.469	> 0.300	VALID

14	A14	0.478	> 0.300	VALID
15	A15	0.426	> 0.300	VALID
16	B1	0.672	> 0.300	VALID
17	B2	0.582	> 0.300	VALID
18	B3	0.552	> 0.300	VALID
19	B4	0.52	> 0.300	VALID
20	B5	0.632	> 0.300	VALID
21	B6	0.557	> 0.300	VALID
22	B7	0.591	> 0.300	VALID
23	B8	0.625	> 0.300	VALID
24	B9	0.534	> 0.300	VALID
25	B10	0.386	> 0.300	VALID
26	C1	0.46	> 0.300	VALID

TABEL 8 HASIL UJI VALIDITAS

Pada penelitian ini terdapat 26 aitem pernyataan pada instrument penelitian variabel Y. berdasarkan hasil dari tabel tersebut semua aitem dinyatakan valid karena nilai koefisien validitasnya lebih dari 0,300.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila instrument tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian. Pada penelitian ini, uji reliabilitas pada instrument peneliti menggunakan rumus *Croanbach's Alpha* pada program SPSS 16.0. Suatu variabel akan dianggap reliabel apabila nilai *Croanbach's Alpha* lebih dari 0,600 (Azwar, 1999, hal. 103). Berikut tabel uji reliabilitas instrument dari variabel Y:

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	26

TABEL 9 HASIL UJI RELIABILITAS

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan melalui program SPSS 16.0 *for windows* tersebut, instrumen dari variabel Y dinyatakan baik/reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai *croanbach's alpha* sebesar $0,877 > 0,600$.

4.1.3 Deskripsi data

Populasi pada penelitian ini adalah siswa kelas XII SMK Ma'arif NU Pakis di kecamatan Pakis Kabupaten Malang sebanyak 98 siswa. Jumlah sampel yang akan diteliti berjumlah sebanyak 78 responden. Untuk memperoleh gambaran pada setiap variabel maka digunakan analisis statistic deskriptif. Menurut Sinambela (2014, h. 189) mengatakan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa analisis statistik deskriptif merupakan transformasi data mentah ke dalam bentuk yang akan membuat pembaca lebih mudah memahami dan dan menafsirkan maksud dari data atau angka yang ditampilkan. Kegunaan utama dari analisis statistic deskriptif ialah untuk menggambarkan jawaban-jawaban observasi(J. Sarwono, 2006, h. 138). Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menghitung mean hipotetik, mencari standar deviasi hipotetik, kemudian dilanjutkan dengan menghitung jumlah prosentase.

3. Deskripsi data Hasil Belajar Bahasa Indonesia (X)

Data prestasi belajar mahasiswa diambil melalui dokumentasi nilai ujian akhir semester (UAS) semester genap tahun ajaran 2016/2017 Pelajaran Bahasa Indonesia yang peneliti dapatkan dari guru Bahasa Indonesia di SMK Ma'arif NU 04 Pakis. Dokumentasi Nilai Bahasa Indonesia dapat dilihat pada lampiran. Kategorisasi yang dilakukan terhadap hasil Prestasi belajar bahasa Indonesia dengan memakai *statistic deskriptif empiric* pada SPSS 16.0 *for windows* diperoleh hasil berikut ini :

Hasil Descriptive Statistics Prestasi belajar							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Hasil_belajar	78	15	75	90	81.82	4.748	22.539
Valid N (listwise)	78						

TABEL10 HASIL DESCRIPTIVE STATISTICS PRESTASI BELAJAR

Berdasarkan perhitungan tersebut didapatkan *mean* sebesar 81,82 dan *standart deviation* sebesar 4,748. Untuk mencari skor kategorisasi diperoleh dengan perumusan berikut ini:

a. Rendah

$$X \leq (\mu - 1\sigma)$$

$$X \leq (81,82 - 1 \times 4,748)$$

$$X \leq 77,072 \text{ (dibulatkan menjadi 77)}$$

b. Sedang

$$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$$

$$(81,82 - 1 \times 4,748) \leq X \leq (81,82 + 1 \times 4,748)$$

$$77,072 \leq X \leq 86,568 \text{ (dibulatkan menjadi 87)}$$

c. Tinggi

$$X \geq (\mu + 1\sigma)$$

$$X \geq (81,82 + 1 \times 4,748)$$

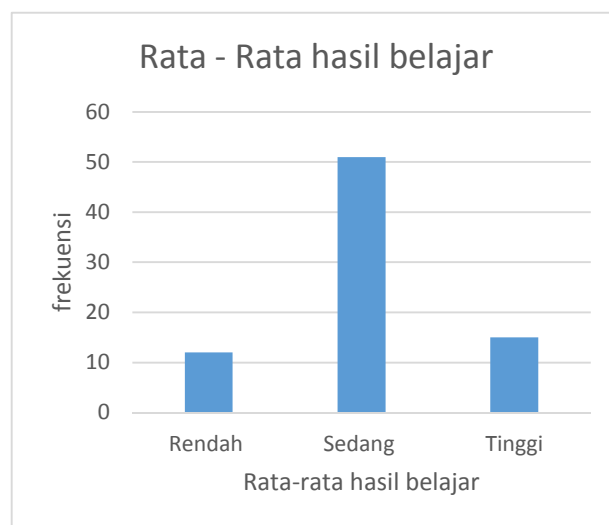
$$X \geq 86,568 \text{ (dibulatkan menjadi 87)}$$

Sebagaimana perhitungan kategorisasi skor tersebut selanjutnya dihitung prosentase kategori prestasi bahasa Indonesia responden, yaitu:

kategorisasi	rumus	interval	f	%
Rendah	$X \leq (\mu - 1\sigma)$	≤ 77	12	15,3%
Sedang	$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$	78 - 87	51	65,3%
Tinggi	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	≥ 88	15	19,2%
Total			78	100%

TABEL 11 HASIL PROSENTASE PRESTASI BELAJAR BAHASA INDONESIA

Berdasarkan tabel tersebut dapat dideskripsikan bahwa sebagian besar responden memiliki nilai Bahasa Indonesia yang sedang yaitu sebesar 65,3 %. Sedangkan siswa dengan nilai bahasa Indonesia rendah sebesar 15,3% dan siswa dengan nilai bahasa Indonesia yang tinggi sebanyak 19,2%



GAMBAR 5 GRAFIK PRESTASI BAHASA INDONESIA

7. Deskripsi data Tingkat Literasi Media sosial

Data tingkat literasi media sosial diambil melalui hasil perhitungan kuesioner dari responden. Analisa data akan disajikan berdasarkan masing-masing dimensi yang kemudian disajikan secara keseluruhan.

I. Dimensi *Use*

Dimensi *use* berhubungan dengan kemampuan individu dalam mengakses dan menggunakan media. Terdapat lima aitem dalam dimensi *use*. Berikut hasil statistic deskriptif dari dimensi ini :

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Dimensi_use	78	12	5	17	10.15	3.028	9.171
Valid N (listwise)	78						

TABEL 12 HASIL DESCRIPTIVE STATISTICS DIMENSI USE

Berdasarkan perhitungan tersebut didapatkan hasil *mean* 10,15 dan *standard deviation* 3,028. Skor pada setiap kategorinya adalah :

a. Rendah

$$X \leq (\mu - 1\sigma)$$

$$X \leq (10,15 - 1 \times 3.028)$$

$$X \leq 7.122 \text{ (dibulatkan menjadi 7)}$$

b. Sedang

$$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$$

$$(10,15 - 1 \times 3.028) \leq X \leq (10,15 + 1 \times 3.028)$$

$$7,122 \leq X \leq 13,178 \text{ (dibulatkan menjadi 13)}$$

c. Tinggi

$$X \geq (\mu + 1\sigma)$$

$$X \geq (10,15 + 1 \times 3.028)$$

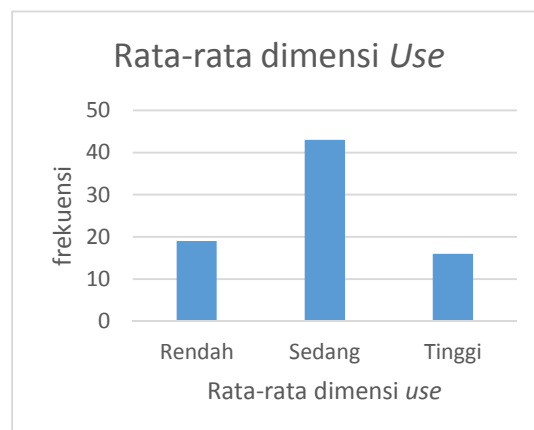
$$X \geq 13,178 \text{ (dibulatkan menjadi 13)}$$

Sebagaimana perhitungan kategorisasi skor tersebut selanjutnya dihitung prosentase kategori dari dimensi *use*, yaitu:

kategorisasi	rumus	interval	f	%
Rendah	$X \leq (\mu - 1\sigma)$	≤ 7	19	24,3%
Sedang	$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$	8 – 13	43	55,1%
Tinggi	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	≥ 13	16	20,5%
Total			78	100%

TABEL 13 HASIL PROSENTASE KATEGORISASI DIMENSI *USE*

Berdasarkan perhitungan tersebut, sebagian besar tingkat dimensi *use* responden adalah sedang, yaitu sebesar 55,1%. Sedangkan 24,4% berada pada tingkat rendah dan 20,5% tinggi.



GAMBAR 6 GRAFIK RATA – RATA DIMENSI *USE*

II. Dimensi *Critical Understanding*

Aspek yang berhubungan dengan dimensi ini adalah pemahaman dan evaluasi responden terhadap konten dan media sosial. Terdapat 15 aitem pada dimensi ini. Berikut hasil statistic deskriptif pada dimensi *critical understanding*:

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Dimensi_CU	78	38	20	58	38.08	6.805	46.306
Valid N (listwise)	78						

TABEL 14 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF DIMENSI *CRITICAL UNDERSTANDING*

Berdasarkan tabel tersebut *mean* pada dimensi *critical understanding* adalah 38,08 dan *standard deviationnya* adalah 6,805. Skor pada setiap kategorinya adalah :

a. Rendah

$$X \leq (\mu - 1\sigma)$$

$$X \leq (38,08 - 1 \times 6,805)$$

$$X \leq 31,275 \text{ (dibulatkan menjadi 31)}$$

b. Sedang

$$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$$

$$(38,08 - 1 \times 6,805) \leq X \leq (38,08 + 1 \times 6,805)$$

$$31,275 \leq X \leq 44,885 \text{ (dibulatkan menjadi 45)}$$

c. Tinggi

$$X \geq (\mu + 1\sigma)$$

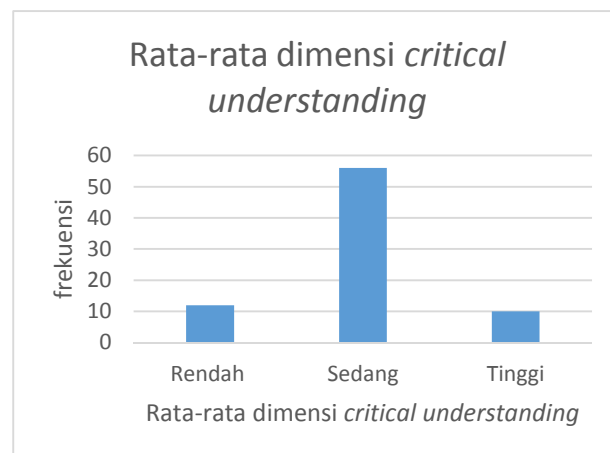
$$X \geq (38,08 + 1 \times 6,805)$$

$$X \geq 44,885 \text{ (dibulatkan menjadi 45)}$$

Kategori	rumus	Interval	f	%
Rendah	$X \leq (\mu - 1\sigma)$	≤ 31	12	15,3%
Sedang	$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$	32 - 45	56	71,7%
Tinggi	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	≥ 45	10	12,8%
Total			78	100%

TABEL 15 HASIL PROSENTASE KATEGORISASI DIMENSI *CRITICAL UNDERSTANDING*

Berdasarkan perhitungan tersebut, sebagian besar tingkat dimensi *critical understanding* responden adalah sedang yaitu sebanyak 71,7%. Sedangkan 15,3% rendah dan 12,8% tinggi.



GAMBAR 7 GRAFIK RATA-RATA DIMENSI *CRITICAL UNDERSTANDING*

III. Dimensi *Communicative abilities*

Dimensi *communicative abilities* merupakan kecakapan individu untuk membuat dan mempertahankan hubungan dengan orang lain melalui media, yang mana pada penelitian ini fokus pada media sosial. Terdapat enam aitem pada dimensi ini. Berikut hasil statistic deskriptif dari dimensi

communicative abilities berdasarkan perhitungan SPSS 16.0

for windows:

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Dimensi_CA	78	18	6	24	14.42	3.591	12.897
Valid N (listwise)	78						

TABEL 16 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF DIMENSI *COMMUNICATIVE ABILITIES*

Berdasarkan tabel tersebut, *mean* dari dimensi *communicative abilities* adalah 14,42. Sedangkan *standard deviation*nya adalah 3,591. Skor pada setiap kategorinya adalah:

a. Rendah

$$X \leq (\mu - 1\sigma)$$

$$X \leq (14,42 - 1 \times 3,591)$$

$$X \leq 10,829 \text{ (dibulatkan menjadi 11)}$$

b. Sedang

$$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$$

$$(14,42 - 1 \times 3,591) \leq X \leq (14,42 + 1 \times 3,591)$$

$$10,829 \leq X \leq 18,011 \text{ (dibulatkan menjadi 18)}$$

c. Tinggi

$$X \geq (\mu + 1\sigma)$$

$$X \geq (14,42 + 1 \times 3,591)$$

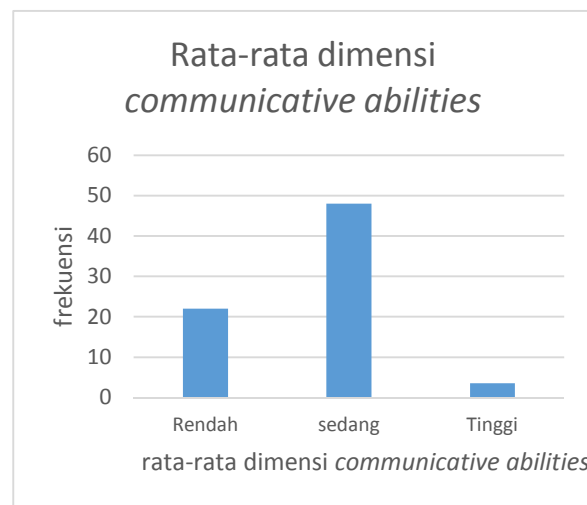
$$X \geq 18,011 \text{ (dibulatkan menjadi 18)}$$

Sebagaimana perhitungan kategorisasi skor tersebut selanjutnya dihitung prosentase kategori dari dimensi *communicative abilities*, yaitu:

Kategori	rumus	Interval	f	%
Rendah	$X \leq (\mu - 1\sigma)$	≤ 11	22	28,2%
Sedang	$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$	12 - 18	48	61,5%
Tinggi	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	≥ 18	8	10,2%
Total			78	100%

TABEL 17 HASIL PROSENTASE KATEGORISASI DIMENSI *COMMUNICATIVE ABILITIES*

Sesuai dengan tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebgaiian besar tingkat dimensi *communicative abilities* responden adalah sedang dengan prosentase sebesar 61,5%. Sedangkan 28,2% rendah dan 10,2% tinggi.



GAMBAR 8 GRAFIK RATA-RATA DIMENSI *COMMUNICATIVE ABILITIES*

IV. Deskripsi Data Literasi Media Sosial

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi kekuatan dari suatu gambar, suara dan pesan yang sekarang dihadapkan kepada

masyarakat setiap harinya dan merupakan bagian penting dari budaya kontemporer, serta untuk berkomunikasi secara kompeten di media yang tersedia secara personal. Pada penelitian ini, fokus media adalah pada media sosial. Berikut hasil statistic deskriptif dari literasi media sosial responden secara keseluruhan berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 16.0 *for windows* :

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Literasi_media	78	60	33	93	62.65	11.435	130.749
Valid N (listwise)	78						

TABEL 18 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF TINGKAT LITERASI MEDIA SOSIAL

Sesuai dengan hasil perhitungan tersebut, *mean* dari tingkat literasi media sosial responden adalah 62,65. Sedangkan *standard deviation*nya adalah 11,435. Berikut perhitungan skor pada setiap kategori :

a. Rendah

$$X \leq (\mu - 1\sigma)$$

$$X \leq (62,65 - 1 \times 11,435)$$

$$X \leq 51,215 \text{ (dibulatkan menjadi 52)}$$

b. Sedang

$$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$$

$$(62,65 - 1 \times 11,435) \leq X \leq (62,65 + 1 \times 11,435)$$

$$51,215 \leq X \leq 74,085 \text{ (dibulatkan menjadi 74)}$$

c. Tinggi

$$X \geq (\mu + 1\sigma)$$

$$X \geq (62,65 + 1 \times 11,435)$$

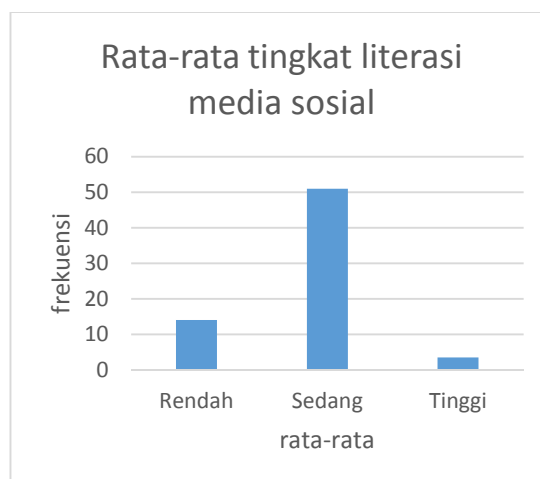
$X \geq 74,085$ (dibulatkan menjadi 74)

Selanjutnya adalah perhitungan prosentase dari tingkat literasi media sosial responden, yaitu:

Kategori	rumus	Interval	f	%
Rendah	$X \leq (\mu - 1\sigma)$	≤ 52	14	17,9%
Sedang	$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$	53 - 74	51	65,3%
Tinggi	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	≥ 75	13	16,6%
Total			78	100%

TABEL 19 HASIL PROSENTASE KATEGORISASI LITERASI MEDIA SOSIAL
Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa

tingkat literasi sebagian besar responden adalah sedang, yaitu sebesar 65,3%. Sedangkan pada kategori rendah sebanyak 17,9% dan pada kategori tinggi sebesar 16,6%.



GAMBAR 9 RATA-RATA TINGKAT LITERASI MEDIA SOSIAL

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Imam Ghozali (2011, h. 160) mengatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model korelasi, variabel residual

memiliki distribusi normal ataukah tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows*. Hasil dari pengujiannya adalah :

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^a Mean		.0000000
	Std. Deviation	11.43421016
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.045
Kolmogorov-Smirnov Z		.458
Asymp. Sig. (2-tailed)		.985
a. Test distribution is Normal.		

TABEL 20 HASIL UJI NORMALITAS

Berdasarkan nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,985 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih dari 5% (asym. sig. (2-tailed) > 0,05) dan hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian linieritas ini akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows* dengan melihat pada *ANOVA Table* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel akan dikatakan memiliki

hubungan yang linear apabila linier signifikansinya kurang dari 0,05.

Berdasarkan perhitungan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows* didapatkan hasil :

			F	Sig.
Literasi_media * Hasil_belajar	Between Groups	(Combined)	.828	.581
		Linearity	.004	.947
		Deviation from Linearity	.945	.478
Within Groups				
Total				

TABEL 21 HASIL LINIERITAS

Berdasarkan tabel tersebut, nilai sig. *linearity* kedua variabel adalah 0,947. Nilai tersebut lebih dari signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tidak linier.

4.1.5 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris (Misbahuddin & Hasan, 2014, h. 34). Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi sederhana *pearson product moment*. Kemudian, setelah diketahui koefisien korelasinya (r), dilakukan uji signifikansi untuk melihat apakah hasil tersebut juga bisa digeneralisasikan pada populasi. Hipotesis pada penelitian ini adalah adanya hubungan antara prestasi belajar Bahasa Indonesia terhadap tingkat literasi media sosial siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis, kabupaten Malang. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 16.0 *for windows*. Berikut hasil

pengujian korelasi sederhana antara prestasi belajar Bahasa Indonesia (X) terhadap tingkat literasi media sosial (Y) :

		Hasil_belajar	Literasi_media
Hasil_belajar	Pearson Correlation	1	-.008
	Sig. (2-tailed)		.947
	N	78	78
Literasi_media	Pearson Correlation	-.008	1
	Sig. (2-tailed)	.947	
	N	78	78

TABEL 22 HASIL KOEFISIEN KORELASI SEDERHANA

Berdasarkan perhitungan tersebut menginterpretasikan bahwa besarnya koefisien korelasi dari variabel X dan Y (r_{xy}) adalah -0.008. hasil ini dikategorikan sangat rendah atau lemah sekali yaitu berada pada rentang $0,00 < KK \leq 0,20$. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara prestasi belajar bahasa Indonesia dengan tingkat literasi media sosial siswa karena koefisien korelasinya bernilai negatif.

a. Uji Signifikansi

Uji signifikansi dilakukan untuk melihat apakah hubungan yang ditemukan sebelumnya berlaku untuk seluruh populasi. Hasil uji signifikansi pada penelitian ini menggunakan program SPSS 16.0 *for windows* yang ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	64.155	22.642		2.833	.006
Hasil_belajar	-.018	.276	-.008	-.066	.947

a. Dependent Variable: Literasi_media

TABEL 23 HASIL UJI SIGNIFIKANSI

Nilai t_{hitung} kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($dk = n - 2 = 78 - 2 = 76$ dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05) yaitu 1,668. Berdasarkan perhitungan tersebut didapatkan bahwa nilai $t_{hitung} = -0,066$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jika dibandingkan, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H_a ditolak dan H_0 diterima yang berarti tidak ada hubungan antara prestasi belajar Bahasa Indonesia (X) terhadap tingkat literasi media sosial (Y) siswa.

4.2 Pembahasan

Responden pada penelitian ini adalah siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 08 Pakis, kecamatan Pakis, KAbupaten Malang, dengan jumlah populasi sebanyak 98 siswa. Sampel yang diambil adalah sebanyak 78 responden sesuai dengan perhitungan menggunakan rumus *slovin* (Kriyantono, 2006, h. 164). Proses pelaksanaan penelitian yang telah dilakukan telah berjalan dengan lancar, dan telah didapatkan data yang diinginkan. Penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan instrument penelitian wawancara, dokumentasi, dan angket yang kemudian dilakukan pengujian untuk memberi gambaran

tentang variabel-variabel penelitian yang dimaksudkan dalam pendahuluan. Pengukuran pada penelitian juga bertujuan untuk mengetahui ketepatan hasil dari hipotesis yang telah peneliti ajukan sebelumnya. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada sub-bab sebelumnya, berikut pembahasan dari hasil pada setiap variabel yang telah dideskripsikan berikut ini:

a. Tingkat Prestasi Belajar Bahasa Indonesia

Mata Pelajaran Bahasa Indonesia dimaksudkan untuk membina dan mengembangkan kepercayaan diri para siswa sebagai komunikator, pemikir yang juga imajinatif, dan menjadi warga Negara Indonesia yang melek literasi dan informasi. Berdasarkan silabus mata pelajaran bahasa Indonesia SMA/MA/SMK/MAK tahun 2016 menyebutkan bahwa pembelajaran bahasa Indonesia bertujuan membina dan mengembangkan pengetahuan, keterampilan, sikap, berkomunikasi yang diperlukan oleh para siswa dalam menempuh pendidikan, hidup di lingkungan sosial, dan kecakapan di dunia kerja. Hasil penguasaan dan keterampilan siswa terhadap mata pelajaran Bahasa Indonesia kemudian dinilai oleh guru dan hasil penilaian tersebut dikeluarkan pada akumulasi nilai rapor siswa.

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan terhadap prestasi belajar bahasa Indonesia melalui hasil nilai Rapor mata pelajaran Bahasa Indonesia, sebanyak 12 atau 15,3% responden berada pada kategori rendah, 51 atau 65,3% responden berada pada kategori sedang,

dan 15 atau 19,2 % responden berada pada kategori tinggi dari total responden sebanyak 78 siswa. Berdasarkan hasil analisis data tersebut menunjukkan bahwa prestasi belajar siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis sebagian besar berada pada kategori sedang.

b. Tingkat literasi media sosial

berdasarkan *European Commission*, (2009, h. 34) tentang literasi media berbasis pada *individual competences*, dibagi menjadi tiga dimensi kemampuan literasi media, yaitu *use*, *critical understanding*, dan *communicative abilities*. Sesuai dengan pengolahan data yang telah dilakukan terhadap variabel literasi media sosial, berikut deskripsi data yang telah diambil melalui kuesioner pada masing-masing dimensi :

Pada dimensi *use* yang berhubungan dengan kemampuan individu dalam mengakses dan menggunakan media sosial, sebanyak 19 atau 24,3% responden berada pada kategori rendah, 43 atau 55,1% responden berada pada tingkat sedang, dan 16 atau 20,5% responden berada pada tingkat tinggi. Sedangkan pada dimensi *critical understanding* yang berhubungan dengan pemahaman dan evaluasi responden terhadap konten dan media sosial menunjukkan bahwa 12 atau 15,3% responden berada pada kategori rendah, 56 atau 71,7% responden berada pada kategori sedang, dan 10 atau 12,8% responden berada pada kategori tinggi. Pada dimensi *communicative abilities* yang berhubungan dengan kecakapan individu untuk membuat dan mempertahankan

hubungan dengan orang lain melalui media, yang mana pada penelitian ini fokus pada media sosial terdapat 22 atau 28,2% responden berada pada kategori rendah, 48 atau 61,5% responden pada kategori sedang, dan 8 atau 10,2% responden berada pada kategori tinggi.

Kemudian, berdasarkan pengolahan data secara keseluruhan tentang tingkat literasi media sosial, sebanyak 14 atau 17,9% responden berada pada kategori rendah, 51 atau 65,3% responden berada pada kategori sedang, dan 13 atau 16,6% responden berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan hasil analisis data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat literasi media sosial secara keseluruhan dan pada setiap dimensi, sebagian besar siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis berada pada kategori sedang.

European Commission (2009) mengatakan bahwa literasi media merupakan kemampuan individu untuk mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi kekuatan dari berbagai media termasuk pada media internet dan teknologi komunikasi digital yang terbaru. Adanya literasi media bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan tujuan pesan dari berbagai media yang ada pada kehidupan sehari-hari mereka. Literasi media diharapkan mampu memberdayakan masyarakat dengan pemahaman kritis dan kemampuan pemecahan masalah yang kreatif untuk menjadikan mereka sebagai konsumen dan produser informasi yang bijak.

Tujuan ini pun juga berlaku bagi *digital natives* sebagai generasi yang telah lahir ketika teknologi sosial digital mulai *online* (Palfrey & Gasser, 2008, h. 1). Penggunaan media digital seperti media sosial merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari lagi, karena hampir setiap hari mereka mengakses media sosial untuk berinteraksi ataupun hanya sekedar untuk mencari informasi dan menyampaikan kegiatan mereka (Ayun, 2015).

Terdapat tiga tingkat literasi media berbasis *individual competences* yang ditentukan oleh *European Commission* (2009, h. 55), yaitu *basic*, *medium*, dan *advanced*. Berdasarkan pengolahan data tingkat literasi media sosial pada siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis, tingkat literasi media sosial mereka dapat dibagi sesuai dengan level literasi media oleh *European Commission*. Terdapat secara keseluruhan tentang tingkat literasi media sosial, sebanyak 14 atau 17,9% responden berada pada kategori rendah, yang mana dapat dikategorikan sebagai pengguna *basic* dari media sosial. pada tingkat dasar ini, individu sudah memiliki kemampuan-kemampuan yang memungkinkan penggunaan media secara mendasar. Pengguna mengetahui fungsi-fungsinya, menentukan kode dasarnya dan menggunakannya untuk tujuan tertentu. Kemampuan pengguna untuk menganalisis secara kritis informasi yang diterima masih terbatas. Kemampuannya komunikatif melalui media juga terbatas (Commission, 2009, h. 55).

Pada kategori sedang, terdapat 51 atau 65,3% responden. Mereka dapat dikategorikan sebagai pengguna pada level *medium* dari media sosial. Level *medium* merupakan individu yang memiliki tingkat menengah dari penggunaan media, mengetahui secara mendalam fungsi-fungsinya dan mampu melakukan pekerjaan yang lebih kompleks. Pengguna mengetahui bagaimana mendapatkan dan mengevaluasi informasi yang dibutuhkan. Mereka mengevaluasi strategi pencarian informasi. Pengguna pada level ini merupakan produser yang aktif dan berpartisipasi secara sosial (Commission, 2009, h. 55).

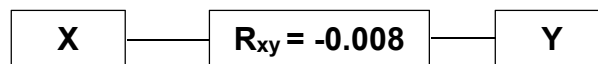
Kemudian, pada kategori tinggi terdapat 13 atau 16,6% responden. Responden-responden tersebut dapat dikategorikan sebagai pengguna dengan level *advanced*. Pada level *advanced* individu merupakan ahli dalam menggunakan media, sadar dan tertarik dengan kondisi hukum yang mempengaruhi penggunaannya. Pengguna memiliki pengetahuan mendalam tentang teknik dan bahasa, dan mampu menganalisis dan mengubah kondisi yang mempengaruhi hubungan komunikatifnya, produksi, dan pesan komunikasi. Dalam ranah publik, pengguna mampu untuk bekerjasama dengan kelompok yang memungkinkan mereka untuk memecahkan masalah (Commission, 2009, h. 55).

Melalui pengolahan data yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar siswa kelas XII SMK

MA'ARIF NU 04 Pakis, kecamatan Pakis, Kabupaten Malang berada pada level *medium* atau level sedang.

4.2.1 Hubungan Prestasi Belajar Bahasa Indonesia dan Tingkat Literasi Media Sosial

Berdasarkan perhitungan hasil yang telah dilakukan pada sub-bab sebelumnya, pada penelitian ini ditemukan hasil :



GAMBAR 10 HUBUNGAN KORELASI VARIABEL X DAN Y

Hubungan antara prestasi Bahasa Indonesia (X) dengan tingkat Literasi media sosial (Y) siswa kelas XII SMK MA'Arif NU 04 berdasarkan perhitungan korelasi sederhana *pearson product moment* diketahui bahwa koefisien korelasinya adalah -0,008 yang menunjukkan tingkat korelasi yang sangat lemah. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara prestasi belajar bahasa Indonesia dengan tingkat literasi media sosial siswa karena koefisien korelasinya bernilai negatif.

Korelasi yang terjadi tidak signifikan karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu bernilai $-0,066 < 1,668$. Karena tidak ada signifikansi hubungan antara kedua variabel, maka pengujian koefisien determinasi tidak dapat dilanjutkan. Hasil data analisis tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara prestasi belajar Bahasa

Indonesia dengan tingkat literasi media sosial siswa kelas XII SMK

MA'ARIF NU 04 Pakis, Kabupaten Malang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di SMK Ma'arif NU 04 Pakis, kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, didapatkan kesimpulan bahwa :

1. Prestasi belajar Bahasa Indonesia siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis sebagian besar memiliki nilai Bahasa Indonesia yang sedang yaitu sebesar 65,3 %. Sedangkan siswa dengan nilai bahasa Indonesia rendah sebesar 15,3% dan siswa dengan nilai bahasa Indonesia yang tinggi sebanyak 19,2%.
2. Tingkat literasi media sosial siswa kelas XII SMK MA'ARIF NU 04 Pakis sebagian besar berada pada level *medium* atau sedang dengan prosentase 65,3% dari total responden, 17,9% berada pada level *basic*, 16,6% responden berada pada level *advance*.
3. Pada pengujian hipotesis, nilai koefisien korelasi pada analisis data korelasi sederhana dalam penelitian ini menunjukkan nilai -0,008. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan dari kedua variabel prestasi belajar Bahasa Indonesia (X) dengan tingkat literasi media sosial sangat rendah atau lemah sekali. Arah hubungannya pun negatif karena hasil koefisien korelasinya menunjukkan nilai negatif.

4. Korelasi yang terjadi tidak signifikan, karena nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ sehingga H_0 diterima sedangkan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel prestasi belajar Bahasa Indonesia (X) terhadap tingkat literasi media sosial.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat literasi media sosial siswa kelas XII XII SMK MA'ARIF NU 04 berada pada level *medium* dan sebagian kecil pada level *advanced*. Hasil ini menunjukkan bahwa perlu adanya bimbingan oleh guru kepada siswa untuk meningkatkan kemampuan literasi media sosial siswa. Bimbingan tersebut dapat berupa himbauan selama pembelajaran atau dengan memberikan pengetahuan mengenai perilaku-perilaku beresiko yang ada pada media sosial. Sehingga kemampuan literasi media sosial siswa dapat tersebar secara merata.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan meskipun telah dilaksanakan, yaitu peneliti hanya mengambil satu faktor saja yang diprediksikan mempengaruhi tingkat literasi media sosial siswa. Namun berdasarkan hasil yang telah ditemukan, ternyata prestasi belajar Bahasa Indonesia tidak mempengaruhi tingkat literasi media sosial. Bisa saja terdapat faktor lain yang lebih signifikan dalam mempengaruhi tingkat literasi media sosial siswa contohnya seperti prestasi belajar pada mata pelajaran yang mengajarkan

tentang etika dalam kehidupan sehari-hari atau mata pelajaran yang mengajarkan tentang penggunaan teknologi-teknologi digital.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan, implikasi dan keterbatasan pada penelitian tersebut, diajukan beberapa saran yakni:

1. Tingkat literasi media sosial siswa SMK MA'ARIF NU 04 Pakis sebagian berada pada level *medium*. Hasil tersebut sudah cukup bagus, namun diharapkan pihak sekolah maupun orang tua agar memberikan bimbingan kepada siswa tentang media sosial lebih mendalam.
2. Pada penelitian ini masih terbatas hanya pada variabel prestasi belajar Bahasa Indonesia yang mana tidak terdapat hubungan yang signifikan terhadap tingkat literasi media sosial siswa. Oleh karena itu disarankan kepada peneliti lain untuk dapat meneliti faktor-faktor lain seperti mata pelajaran yang mengajarkan tentang etika pada kehidupan sehari-hari atau mata pelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK).
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti mengenai tingkat literasi media sosial lebih mendalam lagi karena masih jarang nya penelitian yang menggunakan topik tersebut. Sehingga diharapkan nantinya masyarakat dapat mengetahui tentang kemampuan mereka dan mampu menggunakan media sosial secara lebih bijak.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. R. (2016). *Urgensi Literasi Digital Untuk Pelajar SMA (penelitian survey tingkat literasi digital pelajar sekolah menengah atas-negeri di daerah istimewa Yogyakarta)*. Universitas Gadjah Mada. Universitas Gadjah Mada.
- Ansari, C., Hadil, S., Susetyo, K., Triyanto, A., Pujicahyono, B., Djunaidy, F., ... Nurtaqwa, Y. (2016). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016*. Jakarta.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, 3(2), 1–16.
- Azwar, S. (1999). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *PUBLICIANA*, 140–157.
- Commission, E. (2009). *Study on Assesment Criteria for Media Literacy Levels*. Brussels.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fatimah, E. (2008). *Psikologi Perkembangan (Perkembangan Peserta Didik)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guntarto, B. (2014). Inisiatif Awal Pengembangan Indikator Tingkat Literasi Media Baru.
- Internet World Stats. (2016). World Internet Users Statistics and 2016 World Population Stats. *INTERNET USAGE STATISTICS The Internet Big Picture*.

Retrieved from <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Lichy, J. (2012). Towards an international culture : Gen Y students and SNS ?
<https://doi.org/10.1177/1469787412441289>
- Martin, A. (2009). Digital Literacy for the Third Age : Sustaining Identity in an Uncertain World. *Identity*, 12(February), 1–15.
- Mayfield, A. (2014). What is Social Media? *iCrossing*, 1–20.
<https://doi.org/10.1016/B978-1-59749-986-6.00001-1>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2014). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (2nd ed.). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (N. S. Nurbaya, Ed.) (2nd ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). London: Pearson Education Limited.
- Oblinger, D. G., & Oblinger, J. L. (2005). *Educating the next generation. Science and Justice* (Vol. 48). Washington DC: Educause.
<https://doi.org/10.1016/j.scijus.2008.03.007>
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2008). *Born Digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books,.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ramdhani, N., & Wiradhany, W. (2013). Indonesian Digital Natives. *HAL Archives-Ouvertes.fr*.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta:

Penerbit Graha Ilmu.

Sarwono, S. W. (2006). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sholihuddin, M. (2014). *Pengaruh Kompetensi Individu (individual competences) terhadap Literasi Media Internet di Kalangan Santri (Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Technical Skills, Critical Understanding, dan Communicative abilities terhadap Literasi Media Internet di kalangan santri*.

Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Spiegel, M., Schiller, J., & Srinivasan, R. A. (2004). *Probabilitas dan Statistik (Edisi 2)*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (25th ed.). Bandung: Alfabeta.

Tamburaka, A. (2013). *LITERASI MEDIA : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (1st ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Uyanto, S. (2009). *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yuniarti, R. D. (2014). *Pengaruh Sikap dan Gender Terhadap Prestasi Belajar bahasa Indonesia pada Siswa SMP Negeri Kelas VII di Kecamatan Sleman Yogyakarta 2013/2014*. Universitas Negeri Yogyakarta.

LAMPIRAN

**NILAI BAHASA INDONESIA SISWA SMK MA'ARIF NU 04 PAKIS
(KELAS XII AKUTANSI)**

NO	NO INDUK	NAMA	Bahasa Indonesia
1	2	3	14
			3
		KKM	75
1	1575/104.101	Amimi Mukhlizariyah	75
2	1576/105.101	Andita Afa Kurniawati	75
3	1577/106.101	Anita Paramita	80
4	1578/107.101	Anita Triana	90
5	1579/108.101	Anita Virdianti Suparno	85
6	1581/110.101	Dilla Feronika	80
7	1582/111.101	Ela Praptiana	80
8	1583/112.101	Enda Nufita Sari	78
9	1584/113.101	Fini Novita Anindya Pratiwi	85
10	1585/114.101	Ike Yuni Setyaningrum	88
11	1586/115.101	Intan Yusnia	78
12	1587/116.101	Isvi Yusviro	78
13	1588/117.101	Khurotul Isnaini	78
14	1589/118.101	Krisnawati	78
15	1590/119.101	Lingga Fifiyani	85
16	1591/120.101	Maisyaroh	90
17	1592/121.101	Mawar Mariantika	80
18	1593/122.101	Melinda Puspita Dewi	80
19	1594/123.101	Nadia Vera Santika	82
20	1595/124.101	Nia Romadhon	90
21	1596/125.101	Nur Aisah	88
22	1597/126.101	Nur Cholilah	78
23	1599/128.101	Rama Zika Lestari	80
24	1600/129.101	Ririn Masfufah	80
25	1601/130.101	Rosantika	78
26	1602/131.101	Silviani	85
27	1603/132.101	Siti Shokifah	90
28	1604/133.101	Ummul Khasanah	90

29	1605/134.101	Vivi Rahmawati	85
30	1606/135.101	Widya Ferlinda Arista	85
31	1607/136.101	Wulandari	85
32	1608/137.101	Yulia Safira Ayu Dyah Putri	82
33	1609/138.101	Yunita Marbiyani	85
34	1610/139.101	Zulaikah	85
35	1635/140.101	Dibil Khoiro Mariatul Qibtiyah	78
36	1636/141.101	Kunizaki Yatur Rohma	78
37			
38			
39			
40			

**NILAI BAHASA INDONESIA SISWA SMK MA'ARIF NU 04 PAKIS
(KELAS XII PEMASARAN)**

NO	NO INDUK	NAMA	Bahasa Indonesia
1	2	3	14
			3
		KKM	75
1	1611/293.104	Aan Sintia Anggraini	85
2	1612/294.104	Afita Sari	82
3	1613/295.104	A'imatus Sholikhah	84
4	1614/296.104	Angga Arismanto	75
5	1616/298.104	Devi Tri Indarti	82
6	1617/299.104	Eka Rahmadhani	85
7	1619/301.104	Fitri Ayu Rahmawati	85
8	1620/302.104	Gati Nur Oktavia	80
9	1621/303.104	Isma Lutfiatul Jannah	88
10	1622/304.104	Krismonika Dwi Saputri	85
11	1623/305.104	Muhamad Sofwan Fuadi	85
12	1625/307.104	Nadhirotus Saidah	85
13	1627/309.104	Rico Angga Pratama	75
14	1630/312.104	Sibro Mulis	75
15	1631/313.104	Silva Alif Yana	90
16	1632/314.104	Siti Afifatus Sofiyah	80
17	1633/315.104	Wahyuningtias	88
18	1638/316.104	Ahmad Muzaki	80
19	1639/317.104	Ayu Fina Fadilah	75
20	1641/319.104	Faizatul Karomah	82
21	1642/320.104	Galuh Hendra Wahyu Putra	80
22	1646/324.104	Muchamad Choiri	80
23	1647/325.104	Muhammad Bayu Setya Budi	78
24	1648/326.104	Muhammad Haqul Mubin	75
25	1649/327.104	Muhammad Robydatul Ulum	75
26	1645/323.104	Moch.Saiful Rizal	78
27	1651/329.104	Rudi Eko Prasetyo	77
28	1652/330.104	Sa'idah Maulidia	80
29	1653/331.104	Titania Aulia Syaula	77
30	1655/333.104	Saipul Anwar	85
31			
32			
33			

**NILAI BAHASA INDONESIA SISWA SMK MA'ARIF NU 04 PAKIS
(KELAS XII TKJ)**

NO	NO INDUK	NAMA	Bahasa Indonesia
1	2	3	14
			3
		KKM	75
1	1550/172.064	Afriza Putra Maulana	80
2	1552/174.064	Aji Nurcahyono	88
3	1553/175.064	Amalia Susanti	75
4	1554/176.064	Anang Eko Prastyo	75
5	1555/177.064	Erica Rini	90
6	1556/178.064	Fitrotul Ula	88
7	1558/180.064	M.Mahfud	80
8	1559/181.064	Moch.Maimun Khoirul Anam	80
9	1560/182.064	Much.Rizki Yusanto	80
10	1561/183.064	Mochamad Dwi Indra Utama	75
11	1563/185.064	Muhammad Zainul Hadziqi	78
12	1564/186.064	Nihayatul Islami	90
13	1565/187.064	Niken Astuti	90
14	1566/188.064	Nur Anisah Fitri	88
15	1567/189.064	Nur Rohmah Dwi Syafira	85
16	1568/190.064	Nuridzati Oktavia Nidhi	77
17	1569/191.064	Roro Wulandari	82
18	1572/194.064	Tutik Pujati	85
19	1573/195.064	Uud Maulana Ahmad	80
20	1574/196.064	Zulfani Amarudin Putra	80
21	1634/173.064	Moch.Ainur Rofin Anwar	78
22		Arif Maulana Hakim	80

**NILAI BAHASA INDONESIA SISWA SMK MA'ARIF NU 04 PAKIS
(KELAS XII AKUTANSI)**

NO	NO INDUK	NAMA	Bahasa Indonesia
1	2	3	14
			3
		KKM	75
1	1575/104.101	Amimi Mukhlizariyah	75
2	1576/105.101	Andita Afa Kurniawati	75
3	1577/106.101	Anita Paramita	80
4	1578/107.101	Anita Triana	90
5	1579/108.101	Anita Virdianti Suparno	85
6	1581/110.101	Dilla Feronika	80
7	1582/111.101	Ela Praptiana	80
8	1583/112.101	Enda Nufita Sari	78
9	1584/113.101	Fini Novita Anindya Pratiwi	85
10	1585/114.101	Ike Yuni Setyaningrum	88
11	1586/115.101	Intan Yusnia	78
12	1587/116.101	Isvi Yusviro	78
13	1588/117.101	Khurotul Isnaini	78
14	1589/118.101	Krisnawati	78
15	1590/119.101	Lingga Fifiyani	85
16	1591/120.101	Maisyaroh	90
17	1592/121.101	Mawar Mariantika	80
18	1593/122.101	Melinda Puspita Dewi	80
19	1594/123.101	Nadia Vera Santika	82
20	1595/124.101	Nia Romadhon	90
21	1596/125.101	Nur Aisah	88
22	1597/126.101	Nur Cholillah	78
23	1599/128.101	Rama Zika Lestari	80
24	1600/129.101	Ririn Masfufah	80
25	1601/130.101	Rosantika	78
26	1602/131.101	Silviani	85
27	1603/132.101	Siti Shokifah	90

28	1604/133.101	Ummul Khasanah	90
29	1605/134.101	Vivi Rahmawati	85
30	1606/135.101	Widya Ferlinda Arista	85
31	1607/136.101	Wulandari	85
32	1608/137.101	Yulia Safira Ayu Dyah Putri	82
33	1609/138.101	Yunita Marbiyani	85
34	1610/139.101	Zulaikah	85
35	1635/140.101	Dibil Khoiro Mariatul Qibtiyah	78
36	1636/141.101	Kunizaki Yatur Rohma	78
37			
38			
39			
40			

**NILAI BAHASA INDONESIA SISWA SMK MA'ARIF NU 04 PAKIS
(KELAS XII PEMASARAN)**

NO	NO INDUK	NAMA	Bahasa Indonesia
1	2	3	14
			3
		KKM	75
1	1611/293.104	Aan Sintia Anggraini	85
2	1612/294.104	Afita Sari	82
3	1613/295.104	A'imatus Sholikhah	84
4	1614/296.104	Angga Arismanto	75
5	1616/298.104	Devi Tri Indarti	82
6	1617/299.104	Eka Rahmadhani	85
7	1619/301.104	Fitri Ayu Rahmawati	85
8	1620/302.104	Gati Nur Oktavia	80
9	1621/303.104	Isma Lutfiatul Jannah	88
10	1622/304.104	Krismonika Dwi Saputri	85
11	1623/305.104	Muhamad Sofwan Fuadi	85
12	1625/307.104	Nadhirotus Saidah	85
13	1627/309.104	Rico Angga Pratama	75
14	1630/312.104	Sibro Mulis	75
15	1631/313.104	Silva Alif Yana	90
16	1632/314.104	Siti Afifatus Sofiyah	80
17	1633/315.104	Wahyuningtias	88
18	1638/316.104	Ahmad Muzaki	80
19	1639/317.104	Ayu Fina Fadilah	75
20	1641/319.104	Faizatul Karomah	82
21	1642/320.104	Galuh Hendra Wahyu Putra	80
22	1646/324.104	Muchamad Choiri	80
23	1647/325.104	Muhammad Bayu Setya Budi	78
24	1648/326.104	Muhammad Haqul Mubin	75
25	1649/327.104	Muhammad Robydatul Ulum	75
26	1645/323.104	Moch.Saiful Rizal	78
27	1651/329.104	Rudi Eko Prasetyo	77
28	1652/330.104	Sa'idah Maulidia	80
29	1653/331.104	Titania Aulia Syaula	77
30	1655/333.104	Saipul Anwar	85
31			
32			
33			

NILAI BAHASA INDONESIA SISWA SMK MA'ARIF NU 04 PAKIS**(KELAS XII TKJ)**

NO	NO INDUK	NAMA	Bahasa Indonesia
1	2	3	14
			3
		KKM	75
1	1550/172.064	Afriza Putra Maulana	80
2	1552/174.064	Aji Nurcahyono	88
3	1553/175.064	Amalia Susanti	75
4	1554/176.064	Anang Eko Prastyo	75
5	1555/177.064	Erica Rini	90
6	1556/178.064	Fitrotul Ula	88
7	1558/180.064	M.Mahfud	80
8	1559/181.064	Moch.Maimun Khoirul Anam	80
9	1560/182.064	Much.Rizki Yusanto	80
10	1561/183.064	Mochamad Dwi Indra Utama	75
11	1563/185.064	Muhammad Zainul Hadziqi	78
12	1564/186.064	Nihayatul Islami	90
13	1565/187.064	Niken Astuti	90
14	1566/188.064	Nur Anisah Fitri	88
15	1567/189.064	Nur Rohmah Dwi Syafira	85
16	1568/190.064	Nuridzati Oktavia Nidhi	77
17	1569/191.064	Roro Wulandari	82
18	1572/194.064	Tutik Pujiati	85
19	1573/195.064	Uud Maulana Ahmad	80
20	1574/196.064	Zulfani Amarudin Putra	80
21	1634/173.064	Moch.Ainur Rofin Anwar	78
22		Arif Maulana Hakim	80

SKOR RESPONDEN PADA KUESIONER LITERASI MEDIA SOSIAL

No.	NAMA	SKOR ITEM																								TOTAL		
		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9		B10	C1
1	ANDITA	1	2	1	1	1	1	1	1	2	4	2	2	2	1	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	52
2	ANITA P	3	4	3	1	1	1	2	2	1	1	4	4	2	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	1	70
3	ANITA T	2	3	2	1	3	2	2	2	1	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	67
4	ANITA V	3	2	1	1	1	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	1	62
5	ELA	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	44
6	ENDAH	4	3	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	60
7	INTAN	4	4	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	2	3	2	3	3	1	76
8	ISVI	4	4	3	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	78
9	QURROTUL	4	4	2	2	2	2	2	1	1	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	66
10	KRISNAWATI	3	4	2	1	0	0	1	2	2	1	3	4	4	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	62
11	LINGGA	3	3	2	1	2	1	3	2	2	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	67
12	MAISYAROH	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	47
13	MAWAR	4	3	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	63
14	MELINDA	3	3	2	1	2	2	1	1	3	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	61
15	NADIA V	4	4	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	1	3	1	64
16	NIA	2	2	1	1	2	2	2	3	4	2	2	3	2	1	1	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	57
17	NUR AISAH	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	74
18	NUR CHOLILAH	3	3	2	1	2	1	1	1	2	1	2	4	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	53
19	RHAMA	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	78
20	ROSANTIKA	4	4	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	2	66
21	SILVIANI	2	1	1	1	1	2	2	1	1	3	2	1	1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	1	52
22	SITI S	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	51
23	UMMUL K	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	36
24	WIDYA F	2	3	2	1	3	1	1	2	1	1	3	3	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	1	1	54
25	WULANDARI	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	1	66
26	YULIA S	3	3	4	1	3	3	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	86
27	YUNITA	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	56
28	DIBIL	2	2	2	1	2	2	2	4	4	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	63
29	KUNIZAKI	3	3	1	1	1	2	3	3	3	3	2	1	1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	61
30	AFRIZA P	4	3	2	2	1	1	2	1	1	2	4	4	1	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	70

31	AJI	2	3	1	2	1	3	1	1	1	1	1	3	2	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	4	1	2	54	
32	AMALIA	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	59	
33	ANANG	2	1	2	2	2	2	3	2	4	2	4	3	3	4	3	3	2	1	1	3	4	4	4	4	4	2	71	
34	ERICA	3	3	2	1	2	1	1	1	1	2	3	2	1	1	2	3	3	3	4	4	1	1	1	1	1	1	49	
35	FITROTUL	2	2	3	1	4	2	3	2	1	2	1	3	2	1	2	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	1	60	
36	M. MACHFUD	2	3	1	1	2	2	1	1	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	62	
37	M. MAIMUN	4	4	0	2	1	2		2	1	4	3	4	4	1	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	1	4	69	
38	M.RIZKY	4	4	2	1	3	3	2	3	3	2	2	3	2	1	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	1	71	
39	M. DWI	1	4	3	2	2	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	1	4	70	
40	M. ZAINUL	4	3	4	1	2	2	3	2	2	3	2	4	2	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	77	
41	NIHAYATUL	4	4	3	2	2	2	1	3	4	4	4	3	4	2	1	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	1	78	
42	NIKEN	4	4	2	1	1	3	2	2	2	3	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	77
43	NUR ANISAH	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	93
44	NUR ROHMAH	4	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	77	
45	RORO	4	3	1	0	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	52	
46	TUTIK	3	3	1	1	3	3	2	2	1	2	3	3	3	1	1	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	2	67	
47	UUD	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	1	44	
48	ZULFANI	2	2	1	1	1	2	2	1	2	3	2	4	2	2	1	2	2	2	3	2	1	3	2	1	2	4	52	
49	M. AINUR	2	4	3	3	2	2	2	4	2	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	82
50	ARIF	1	2	2	1	4	4	2	2	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	73	
51	AAN S.	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	1	47	
52	AFITA	4	3	2	1	3	1	1	3	3	3	4	3	3	2	1	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	1	63	
53	ANIMATUS	3	3	1	1	2	1	3	1	1	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	59	
54	ANGGA A	1	3	2	1	1	2	3	3	3	4	1	4	3	1	2	2	1	2	2	3	2	1	3	2	2	2	56	
55	DEVI TRI	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	2	1	2		33	
56	EKA R	4	4	1	0	0	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	70	
57	FITRI A	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	1	55	
58	GATI N	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	1	61	
59	ISMA L.	2	2	1	1	2	2	2	3	3	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	53	
60	M. SOFWAN	2	3	2	1	2	1	1	1	2	3	2	4	3	1	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	2	61	
61	NADHIROTUS	1	3	1	1	2	1	1	1	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	61	
62	RIICHO	1	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	1	1	1	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	1	58	
63	SIBRO M	1	1	3	1	2	2	3	3	1	1	4	1	1	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	1	56	

64	SILVA A	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	73	
65	WAHYUNING	1	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	76	
66	AHMAD M.	3	1	1	1	2	3	1	1	1	4	4	3	2	1	3	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	63	
67	AYU F.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	1	41		
68	FAIZATUL	4	4	1	4	2	1	2	2	1	4	2	4	4	1	1	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	2	72	
69	GALUH	3	0	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	68	
70	M. CHOIRI	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	56
71	M. BAYU	2	2	1	1	4	1	1	2	1	1	4	2	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	3	1	62	
72	M. HAQUL	2	2	3	2	3	4	4	2	1	4	3	2	2	1	2	3	3	2	4	3	3	3	4	2	2	1	67	
73	M. ROBI	1	1	3	1	2	2	3	3	1	1	4	1	1	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	1	56	
74	M. SAIFUL	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	4	1	1	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	54	
75	RUDI E	2	3	2	1	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	68	
76	SAIDAH	2	2	2	1	1	1	1	4	1	4	2	2	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	45	
77	TITANIA	4	4	4	1	2	1	3	3	1	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	79	
78	SAIFUL ANWAR	3	3	4	1	3	3	2	1	2	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	75	
	TOTAL	197	203	147	101	150	142	153	155	155	199	207	214	184	148	173	217	210	223	227	238	224	230	233	202	211	144	4887	

DISTRIBUSI NILAI t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution." Biometrika, Vol. 32. (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustees.

NO :

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Sebelum anda menjawab daftar pernyataan yang telah disiapkan, terlebih dahulu isi daftar identitas yang telah disediakan.
2. Bacalah dengan baik setiap pernyataan, kemudian jawab yang menurut anda paling menggambarkan diri anda.
3. Isilah angket ini dengan jujur serta penuh ketelitian. Dan sebelumnya tak lupa kami ucapkan banyak terima kasih atas segala bantuannya.

Nama : _____

Kelas/no.absen : _____

A. Beri tanda silang (x) atau Check (√) pada pilihan pernyataan yang diberikan berikut ini, sesuai dengan diri anda masing-masing

No. Item	Item	Jarang	Kadang-kadang	sering	selalu
1	Saya menggunakan internet setiap hari				
2	Saya menggunakan media sosial setiap hari				
3	Saya membaca berita melalui media sosial				
4	Saya bertransaksi jual-beli melalui media sosial				
5	Saya membaca sampai selesai informasi yang saya dapat di Media sosial				
6	Saya membaca peraturan dalam menggunakan media sosial (term and condition atau syarat dan ketentuan)				
7	Saya menyelidiki informasi yang saya terima di media sosial dengan teliti				
8	Saya terlebih dahulu memeriksa akun media sosial yang baru saya kunjungi (seperti apakah akun resmi atau akun palsu, dll)				
9	Saya menilai terlebih dahulu situs media sosial yang saya kunjungi sebelum memasukkan data pribadi				

10	Saya membuat sendiri tulisan yang ada dalam akun pribadi saya (bukan copy-paste buatan orang lain)				
11	Saya menampilkan identitas saya pada media sosial				
12	Saya mengirim pesan kepada orang lain melalui media sosial				
13	Saya menjalin kerjasama dengan orang lain (teman, keluarga, guru, dll) melalui media sosial				
14	Saya mengikuti akun-akun layanan publik (seperti akun layanan kesehatan, akun pemerintahan, akun pendidikan, dll)				
15	Saya mengikuti komunitas-komunitas yang ada di media sosial (sebagai contoh seperti akun komunitas hobi, komunitas siswa, dll)				

B. Beri tanda silang (x) atau Check (√) pada pilihan pernyataan yang diberikan berikut ini, sesuai dengan diri anda masing-masing

No. Item	Item	Tidak Bisa	Kurang bisa	Bisa	Sangat Bisa
1	Saya memahami informasi yang saya baca di media sosial				
2	Saya dapat membedakan jenis informasi media yang saya terima (termasuk dalam iklan, berita, cerita fiksi, hoax)				
3	Saya dapat membedakan informasi menurut kepentingannya (sangat penting, penting, tidak penting)				
4	Saya dapat membedakan jenis-jenis akun yang ada di media sosial (seperti akun pemerintah, akun perusahaan, akun jual beli, akun pribadi, dll)				
5	Saya dapat membedakan setiap jenis media sosial di internet (seperti situs jejaring sosial, situs berbagi video, situs gambar, situs komik)				
6	Saya memahami peraturan dalam menggunakan media sosial				
7	Saya memahami hak saya sebagai pengguna media sosial				
8	Saya memahami kewajiban saya sebagai pengguna media sosial				
9	Saya mengetahui instansi yang berwenang memberikan sanksi apabila terjadi penyalahgunaan media sosial				

10	Saya memahami sanksi yang akan diberikan apabila menyalahgunakan media sosial				
----	---	--	--	--	--

C. Beri tanda silang (x) atau Check (√) pada pilihan pernyataan yang diberikan berikut ini, sesuai dengan diri anda masing-masing

No. Item	Item	0 – 1Gb	1 – 2Gb	2 – 3Gb	Lebih dari 3Gb
1	Saya menghabiskan kuota sebesar Untuk mengakses internet dan media sosial perbulan				

Correlations

[DataSet1]

Correlations

		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8
A1	Pearson Correlation	1	.691**	.103	.193	.029	.048	.139	.131
	Sig. (2-tailed)		.000	.368	.090	.799	.674	.229	.253
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A2	Pearson Correlation	.691**	1	.220	.296**	.118	.064	.166	.208
	Sig. (2-tailed)	.000		.053	.008	.304	.576	.148	.068
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A3	Pearson Correlation	.103	.220	1	.162	.363**	.169	.435**	.325**
	Sig. (2-tailed)	.368	.053		.157	.001	.139	.000	.004
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A4	Pearson Correlation	.193	.296**	.162	1	.193	.108	.198	.165
	Sig. (2-tailed)	.090	.008	.157		.091	.345	.084	.148
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A5	Pearson Correlation	.029	.118	.363**	.193	1	.384**	.367**	.284*
	Sig. (2-tailed)	.799	.304	.001	.091		.001	.001	.012
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A6	Pearson Correlation	.048	.064	.169	.108	.384**	1	.524**	.316**
	Sig. (2-tailed)	.674	.576	.139	.345	.001		.000	.005
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A7	Pearson Correlation	.139	.166	.435**	.198	.367**	.524**	1	.516**
	Sig. (2-tailed)	.229	.148	.000	.084	.001	.000		.000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77
A8	Pearson Correlation	.131	.208	.325**	.165	.284*	.316**	.516**	1
	Sig. (2-tailed)	.253	.068	.004	.148	.012	.005	.000	
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A9	Pearson Correlation	.074	.167	.083	.089	.230*	.395**	.306**	.515**
	Sig. (2-tailed)	.519	.145	.468	.440	.042	.000	.007	.000
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A10	Pearson Correlation	.336**	.366**	.077	.214	.070	.318**	.262*	.224*
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.501	.060	.541	.005	.021	.049
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A11	Pearson Correlation	.145	.194	.310**	.216	.272*	.211	.227*	.300**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	B1
A1	Pearson Correlation	.074	.336**	.145	.370**	.280*	.191	.278*	.234*
	Sig. (2-tailed)	.519	.003	.205	.001	.013	.094	.014	.039
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A2	Pearson Correlation	.167	.366**	.194	.548**	.443**	.281*	.149	.337**
	Sig. (2-tailed)	.145	.001	.088	.000	.000	.013	.193	.003
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A3	Pearson Correlation	.083	.077	.310**	.298**	.113	.253*	.220	.354**
	Sig. (2-tailed)	.468	.501	.006	.008	.323	.025	.053	.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A4	Pearson Correlation	.089	.214	.216	.373**	.360**	.082	.023	.301**
	Sig. (2-tailed)	.440	.060	.058	.001	.001	.474	.844	.008
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A5	Pearson Correlation	.230*	.070	.272*	.192	.194	.058	.069	.291**
	Sig. (2-tailed)	.042	.541	.016	.091	.088	.614	.547	.010
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A6	Pearson Correlation	.395**	.318**	.211	.088	.068	.119	.120	.316**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.064	.442	.554	.300	.296	.005
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A7	Pearson Correlation	.306**	.262*	.227*	.220	.036	.213	.208	.367**
	Sig. (2-tailed)	.007	.021	.047	.055	.753	.063	.070	.001
	N	77	77	77	77	77	77	77	77
A8	Pearson Correlation	.515**	.224*	.300**	.166	.268*	.124	-.026	.158
	Sig. (2-tailed)	.000	.049	.008	.147	.018	.281	.820	.166
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A9	Pearson Correlation	1	.204	.210	.202	.218	.227*	.003	.269*
	Sig. (2-tailed)		.073	.065	.075	.055	.046	.980	.017
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A10	Pearson Correlation	.204	1	.241*	.177	.348**	.084	.265*	.214
	Sig. (2-tailed)	.073		.034	.122	.002	.467	.019	.060
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A11	Pearson Correlation	.210	.241*	1	.311**	.303**	.347**	.181	.422**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9
A1	Pearson Correlation	.392**	.346**	.301**	.343**	.264*	.288*	.213	.157
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.007	.002	.020	.011	.061	.170
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A2	Pearson Correlation	.336**	.401**	.384**	.384**	.163	.125	.164	.193
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.001	.001	.153	.275	.151	.090
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A3	Pearson Correlation	.073	.178	.113	.009	.139	.116	.167	.223*
	Sig. (2-tailed)	.525	.119	.326	.940	.226	.310	.143	.050
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A4	Pearson Correlation	.299**	.075	.240*	.267*	.087	.281*	.288*	.302**
	Sig. (2-tailed)	.008	.512	.034	.018	.449	.013	.011	.007
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A5	Pearson Correlation	.281*	.215	.287*	.177	.191	.058	.107	.065
	Sig. (2-tailed)	.013	.058	.011	.120	.094	.616	.352	.569
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A6	Pearson Correlation	.261*	.199	.270*	.196	.179	.346**	.363**	.200
	Sig. (2-tailed)	.021	.080	.017	.086	.116	.002	.001	.079
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A7	Pearson Correlation	.192	.244*	.088	.130	.313**	.286*	.331**	.170
	Sig. (2-tailed)	.094	.032	.447	.262	.006	.012	.003	.139
	N	77	77	77	77	77	77	77	77
A8	Pearson Correlation	-.070	.233*	.134	.105	.186	.175	.218	.179
	Sig. (2-tailed)	.544	.040	.241	.358	.103	.125	.056	.117
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A9	Pearson Correlation	.090	.134	.076	.191	.118	.231*	.180	.163
	Sig. (2-tailed)	.432	.241	.509	.093	.303	.042	.114	.154
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A10	Pearson Correlation	.197	.252*	.309**	.215	.055	.281*	.224*	.093
	Sig. (2-tailed)	.083	.026	.006	.059	.631	.013	.049	.416
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A11	Pearson Correlation	.316**	.270*	.317**	.372**	.388**	.348**	.428**	.208

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		B10	C1	TOTAL
A1	Pearson Correlation	.091	.217	.532**
	Sig. (2-tailed)	.430	.057	.000
	N	78	77	78
A2	Pearson Correlation	-.062	.254*	.592**
	Sig. (2-tailed)	.590	.026	.000
	N	78	77	78
A3	Pearson Correlation	.155	.151	.436**
	Sig. (2-tailed)	.175	.191	.000
	N	78	77	78
A4	Pearson Correlation	-.033	.157	.422**
	Sig. (2-tailed)	.774	.174	.000
	N	78	77	78
A5	Pearson Correlation	.080	-.042	.409**
	Sig. (2-tailed)	.485	.718	.000
	N	78	77	78
A6	Pearson Correlation	.138	.255*	.489**
	Sig. (2-tailed)	.229	.025	.000
	N	78	77	78
A7	Pearson Correlation	.276*	.266*	.554**
	Sig. (2-tailed)	.015	.020	.000
	N	77	76	77
A8	Pearson Correlation	.099	.130	.474**
	Sig. (2-tailed)	.389	.261	.000
	N	78	77	78
A9	Pearson Correlation	.201	.053	.438**
	Sig. (2-tailed)	.078	.650	.000
	N	78	77	78
A10	Pearson Correlation	.097	.432**	.517**
	Sig. (2-tailed)	.400	.000	.000
	N	78	77	78
A11	Pearson Correlation	.282*	.164	.591**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8
A11	Sig. (2-tailed)	.205	.088	.006	.058	.016	.064	.047	.008
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A12	Pearson Correlation	.370**	.548**	.298**	.373**	.192	.088	.220	.166
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.008	.001	.091	.442	.055	.147
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A13	Pearson Correlation	.280*	.443**	.113	.360**	.194	.068	.036	.268*
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.323	.001	.088	.554	.753	.018
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A14	Pearson Correlation	.191	.281*	.253*	.082	.058	.119	.213	.124
	Sig. (2-tailed)	.094	.013	.025	.474	.614	.300	.063	.281
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
A15	Pearson Correlation	.278*	.149	.220	.023	.069	.120	.208	-.026
	Sig. (2-tailed)	.014	.193	.053	.844	.547	.296	.070	.820
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B1	Pearson Correlation	.234*	.337**	.354**	.301**	.291**	.316**	.367**	.158
	Sig. (2-tailed)	.039	.003	.001	.008	.010	.005	.001	.166
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B2	Pearson Correlation	.392**	.336**	.073	.299**	.281*	.261*	.192	-.070
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.525	.008	.013	.021	.094	.544
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B3	Pearson Correlation	.346**	.401**	.178	.075	.215	.199	.244*	.233*
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.119	.512	.058	.080	.032	.040
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B4	Pearson Correlation	.301**	.384**	.113	.240*	.287*	.270*	.088	.134
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.326	.034	.011	.017	.447	.241
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B5	Pearson Correlation	.343**	.384**	.009	.267*	.177	.196	.130	.105
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.940	.018	.120	.086	.262	.358
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B6	Pearson Correlation	.264*	.163	.139	.087	.191	.179	.313**	.186
	Sig. (2-tailed)	.020	.153	.226	.449	.094	.116	.006	.103
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B7	Pearson Correlation	.288*	.125	.116	.281*	.058	.346**	.286*	.175
	Sig. (2-tailed)	.011	.275	.310	.013	.616	.002	.012	.125
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B8	Pearson Correlation	.213	.164	.167	.288*	.107	.363**	.331**	.218
	Sig. (2-tailed)	.061	.151	.143	.011	.352	.001	.003	.056
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B9	Pearson Correlation	.157	.193	.223*	.302**	.065	.200	.170	.179
	Sig. (2-tailed)	.170	.090	.050	.007	.569	.079	.139	.117

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	B1
A11	Sig. (2-tailed)	.065	.034		.006	.007	.002	.114	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A12	Pearson Correlation	.202	.177	.311**	1	.528**	.167	.162	.230*
	Sig. (2-tailed)	.075	.122	.006		.000	.145	.156	.042
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A13	Pearson Correlation	.218	.348**	.303**	.528**	1	.156	.072	.251*
	Sig. (2-tailed)	.055	.002	.007	.000		.174	.529	.026
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A14	Pearson Correlation	.227*	.084	.347**	.167	.156	1	.440**	.304**
	Sig. (2-tailed)	.046	.467	.002	.145	.174		.000	.007
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A15	Pearson Correlation	.003	.265*	.181	.162	.072	.440**	1	.353**
	Sig. (2-tailed)	.980	.019	.114	.156	.529	.000		.002
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B1	Pearson Correlation	.269*	.214	.422**	.230*	.251*	.304**	.353**	1
	Sig. (2-tailed)	.017	.060	.000	.042	.026	.007	.002	
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B2	Pearson Correlation	.090	.197	.316**	.243*	.141	.172	.261*	.549**
	Sig. (2-tailed)	.432	.083	.005	.032	.220	.133	.021	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B3	Pearson Correlation	.134	.252*	.270*	.192	.237*	.136	.183	.512**
	Sig. (2-tailed)	.241	.026	.017	.093	.037	.235	.110	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B4	Pearson Correlation	.076	.309**	.317**	.185	.231*	.023	.078	.432**
	Sig. (2-tailed)	.509	.006	.005	.105	.042	.838	.499	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B5	Pearson Correlation	.191	.215	.372**	.322**	.273*	.196	.267*	.589**
	Sig. (2-tailed)	.093	.059	.001	.004	.016	.086	.018	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B6	Pearson Correlation	.118	.055	.388**	.118	.049	.305**	.233*	.422**
	Sig. (2-tailed)	.303	.631	.000	.303	.669	.007	.040	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B7	Pearson Correlation	.231*	.281*	.348**	.209	.088	.203	.156	.338**
	Sig. (2-tailed)	.042	.013	.002	.066	.446	.075	.172	.002
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B8	Pearson Correlation	.180	.224*	.428**	.168	.207	.297**	.265*	.404**
	Sig. (2-tailed)	.114	.049	.000	.140	.070	.008	.019	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B9	Pearson Correlation	.163	.093	.208	.210	.076	.378**	.307**	.256*
	Sig. (2-tailed)	.154	.416	.067	.065	.507	.001	.006	.024

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9
A11	Sig. (2-tailed)	.005	.017	.005	.001	.000	.002	.000	.067
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A12	Pearson Correlation	.243*	.192	.185	.322**	.118	.209	.168	.210
	Sig. (2-tailed)	.032	.093	.105	.004	.303	.066	.140	.065
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A13	Pearson Correlation	.141	.237*	.231*	.273*	.049	.088	.207	.076
	Sig. (2-tailed)	.220	.037	.042	.016	.669	.446	.070	.507
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A14	Pearson Correlation	.172	.136	.023	.196	.305**	.203	.297**	.378**
	Sig. (2-tailed)	.133	.235	.838	.086	.007	.075	.008	.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
A15	Pearson Correlation	.261*	.183	.078	.267*	.233*	.156	.265*	.307**
	Sig. (2-tailed)	.021	.110	.499	.018	.040	.172	.019	.006
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B1	Pearson Correlation	.549**	.512**	.432**	.589**	.422**	.338**	.404**	.256*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.024
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B2	Pearson Correlation	1	.488**	.564**	.563**	.410**	.392**	.308**	.372**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.006	.001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B3	Pearson Correlation	.488**	1	.528**	.479**	.324**	.303**	.260*	.212
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.004	.007	.022	.062
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B4	Pearson Correlation	.564**	.528**	1	.598**	.201	.290*	.299**	.200
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.078	.010	.008	.079
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B5	Pearson Correlation	.563**	.479**	.598**	1	.465**	.358**	.477**	.398**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B6	Pearson Correlation	.410**	.324**	.201	.465**	1	.573**	.615**	.437**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.078	.000		.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B7	Pearson Correlation	.392**	.303**	.290*	.358**	.573**	1	.667**	.533**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.010	.001	.000		.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B8	Pearson Correlation	.308**	.260*	.299**	.477**	.615**	.667**	1	.544**
	Sig. (2-tailed)	.006	.022	.008	.000	.000	.000		.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B9	Pearson Correlation	.372**	.212	.200	.398**	.437**	.533**	.544**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.062	.079	.000	.000	.000	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		B10	C1	TOTAL
A11	Sig. (2-tailed)	.012	.155	.000
	N	78	77	78
A12	Pearson Correlation	-.032	.301**	.537**
	Sig. (2-tailed)	.781	.008	.000
	N	78	77	78
A13	Pearson Correlation	-.135	.216	.469**
	Sig. (2-tailed)	.238	.059	.000
	N	78	77	78
A14	Pearson Correlation	.274*	.297**	.478**
	Sig. (2-tailed)	.015	.009	.000
	N	78	77	78
A15	Pearson Correlation	.141	.328**	.426**
	Sig. (2-tailed)	.219	.004	.000
	N	78	77	78
B1	Pearson Correlation	.295**	.301**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.009	.008	.000
	N	78	77	78
B2	Pearson Correlation	.275*	.178	.582**
	Sig. (2-tailed)	.015	.122	.000
	N	78	77	78
B3	Pearson Correlation	.122	.131	.551**
	Sig. (2-tailed)	.287	.255	.000
	N	78	77	78
B4	Pearson Correlation	.080	.041	.520**
	Sig. (2-tailed)	.487	.724	.000
	N	78	77	78
B5	Pearson Correlation	.275*	.212	.632**
	Sig. (2-tailed)	.015	.064	.000
	N	78	77	78
B6	Pearson Correlation	.633**	.058	.557**
	Sig. (2-tailed)	.000	.618	.000
	N	78	77	78
B7	Pearson Correlation	.464**	.261*	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.000
	N	78	77	78
B8	Pearson Correlation	.419**	.198	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000	.084	.000
	N	78	77	78
B9	Pearson Correlation	.334**	.241*	.534**
	Sig. (2-tailed)	.003	.034	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8
B9	N	78	78	78	78	78	78	77	78
B10	Pearson Correlation	.091	-.062	.155	-.033	.080	.138	.276*	.099
	Sig. (2-tailed)	.430	.590	.175	.774	.485	.229	.015	.389
	N	78	78	78	78	78	78	77	78
C1	Pearson Correlation	.217	.254*	.151	.157	-.042	.255*	.266*	.130
	Sig. (2-tailed)	.057	.026	.191	.174	.718	.025	.020	.261
	N	77	77	77	77	77	77	76	77
TOTAL	Pearson Correlation	.532**	.592**	.436**	.422**	.409**	.489**	.554**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	77	78

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	B1
B9	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B10	Pearson Correlation	.201	.097	.282*	-.032	-.135	.274*	.141	.295**
	Sig. (2-tailed)	.078	.400	.012	.781	.238	.015	.219	.009
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
C1	Pearson Correlation	.053	.432**	.164	.301**	.216	.297**	.328**	.301**
	Sig. (2-tailed)	.650	.000	.155	.008	.059	.009	.004	.008
	N	77	77	77	77	77	77	77	77
TOTAL	Pearson Correlation	.438**	.517**	.591**	.537**	.469**	.478**	.426**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9
B9	N	78	78	78	78	78	78	78	78
B10	Pearson Correlation	.275*	.122	.080	.275*	.633**	.464**	.419**	.334**
	Sig. (2-tailed)	.015	.287	.487	.015	.000	.000	.000	.003
	N	78	78	78	78	78	78	78	78
C1	Pearson Correlation	.178	.131	.041	.212	.058	.261*	.198	.241*
	Sig. (2-tailed)	.122	.255	.724	.064	.618	.022	.084	.034
	N	77	77	77	77	77	77	77	77
TOTAL	Pearson Correlation	.582**	.551**	.520**	.632**	.557**	.591**	.625**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		B10	C1	TOTAL
B9	N	78	77	78
B10	Pearson Correlation	1	.037	.386**
	Sig. (2-tailed)		.750	.000
	N	78	77	78
C1	Pearson Correlation	.037	1	.460**
	Sig. (2-tailed)	.750		.000
	N	77	77	77
TOTAL	Pearson Correlation	.386**	.460**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	78	77	78

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	76	97.4
	Excluded ^a	2	2.6
	Total	78	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	26

Descriptives

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Hasil_belajar	78	15	75	90	81.82	4.748	22.539
Valid N (listwise)	78						

Frequencies

[DataSet0]

Statistics

Hasil belajar

N	Valid	78
	Missing	0
Std. Deviation		4.748
Variance		22.539
Sum		6382

Hasil_belajar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	75	10	12.8	12.8	12.8
	77	2	2.6	2.6	15.4
	78	13	16.7	16.7	32.1
	80	17	21.8	21.8	53.8
	82	6	7.7	7.7	61.5
	84	1	1.3	1.3	62.8
	85	14	17.9	17.9	80.8
	88	6	7.7	7.7	88.5
	90	9	11.5	11.5	100.0
Total		78	100.0	100.0	

Descriptives

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Dimensi_use	78	12	5	17	10.15	3.028	9.171
Valid N (listwise)	78						

Frequencies

[DataSet0]

Statistics

Dimensi_use

N	Valid	78
	Missing	0
Std. Deviation		3.028
Variance		9.171
Sum		792

Dimensi_use

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	3	3.8	3.8	3.8
	6	5	6.4	6.4	10.3
	7	11	14.1	14.1	24.4
	8	7	9.0	9.0	33.3
	9	8	10.3	10.3	43.6
	10	13	16.7	16.7	60.3
	11	5	6.4	6.4	66.7
	12	7	9.0	9.0	75.6
	13	3	3.8	3.8	79.5
	14	10	12.8	12.8	92.3
	15	4	5.1	5.1	97.4
	17	2	2.6	2.6	100.0
Total		78	100.0	100.0	

Descriptives

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Dimensi_CU	78	38	20	58	38.08	6.805	46.306
Valid N (listwise)	78						

Frequencies

[DataSet0]

Statistics

Dimensi_CU

N	Valid	78
	Missing	0
Std. Deviation		6.805
Variance		46.306
Sum		2970

Dimensi_CU

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20	1	1.3	1.3	1.3
21	1	1.3	1.3	2.6
22	1	1.3	1.3	3.8
27	1	1.3	1.3	5.1
28	3	3.8	3.8	9.0
29	2	2.6	2.6	11.5
30	1	1.3	1.3	12.8
31	2	2.6	2.6	15.4
32	1	1.3	1.3	16.7
33	2	2.6	2.6	19.2
34	2	2.6	2.6	21.8
35	10	12.8	12.8	34.6
36	4	5.1	5.1	39.7
37	3	3.8	3.8	43.6
38	8	10.3	10.3	53.8
39	4	5.1	5.1	59.0
40	5	6.4	6.4	65.4
41	2	2.6	2.6	67.9
42	6	7.7	7.7	75.6
43	3	3.8	3.8	79.5
44	5	6.4	6.4	85.9
45	1	1.3	1.3	87.2

Dimensi_CU

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	46	4	5.1	5.1	92.3
	47	2	2.6	2.6	94.9
	48	1	1.3	1.3	96.2
	51	1	1.3	1.3	97.4
	52	1	1.3	1.3	98.7
	58	1	1.3	1.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Descriptives

[DataSet0] C:\Users\user\Desktop\data all.sav

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Dimensi_CA	78	18	6	24	14.42	3.591	12.897
Valid N (listwise)	78						

Frequencies

[DataSet0] C:\Users\user\Desktop\data all.sav

Statistics

Dimensi_CA

N	Valid	78
	Missing	0
Std. Deviation		3.591
Variance		12.897
Sum		1125

Dimensi_CA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 6	1	1.3	1.3	1.3
7	2	2.6	2.6	3.8
8	2	2.6	2.6	6.4
9	1	1.3	1.3	7.7
10	1	1.3	1.3	9.0
11	15	19.2	19.2	28.2
12	6	7.7	7.7	35.9
13	1	1.3	1.3	37.2
14	7	9.0	9.0	46.2
15	8	10.3	10.3	56.4
16	9	11.5	11.5	67.9
17	9	11.5	11.5	79.5
18	8	10.3	10.3	89.7
19	3	3.8	3.8	93.6
20	4	5.1	5.1	98.7
24	1	1.3	1.3	100.0
Total	78	100.0	100.0	

Descriptives

[DataSet0] C:\Users\user\Desktop\data all.sav

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Literasi_media	78	60	33	93	62.65	11.435	130.749
Valid N (listwise)	78						

Frequencies

[DataSet0] C:\Users\user\Desktop\data all.sav

Statistics

Literasi media

N	Valid	78
	Missing	0
Std. Deviation		11.435
Variance		130.749
Sum		4887

Literasi_media

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 33	1	1.3	1.3	1.3
36	1	1.3	1.3	2.6
41	1	1.3	1.3	3.8
44	2	2.6	2.6	6.4
45	1	1.3	1.3	7.7
47	2	2.6	2.6	10.3
49	1	1.3	1.3	11.5
51	1	1.3	1.3	12.8
52	4	5.1	5.1	17.9
53	2	2.6	2.6	20.5
54	3	3.8	3.8	24.4
55	1	1.3	1.3	25.6
56	5	6.4	6.4	32.1
57	1	1.3	1.3	33.3
58	1	1.3	1.3	34.6
59	2	2.6	2.6	37.2
60	2	2.6	2.6	39.7
61	5	6.4	6.4	46.2
62	4	5.1	5.1	51.3
63	4	5.1	5.1	56.4
64	1	1.3	1.3	57.7
66	3	3.8	3.8	61.5

Literasi_media

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	67	4	5.1	5.1	66.7
	68	2	2.6	2.6	69.2
	69	1	1.3	1.3	70.5
	70	4	5.1	5.1	75.6
	71	2	2.6	2.6	78.2
	72	1	1.3	1.3	79.5
	73	2	2.6	2.6	82.1
	74	1	1.3	1.3	83.3
	75	1	1.3	1.3	84.6
	76	2	2.6	2.6	87.2
	77	3	3.8	3.8	91.0
	78	3	3.8	3.8	94.9
	79	1	1.3	1.3	96.2
	82	1	1.3	1.3	97.4
	86	1	1.3	1.3	98.7
	93	1	1.3	1.3	100.0
Total		78	100.0	100.0	

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square
Literasi_media * Hasil_belajar	Between Groups	(Combined)	881.400	8	110.175
		Linearity	.584	1	.584
		Deviation from Linearity	880.815	7	125.831
	Within Groups		9186.254	69	133.134
	Total		10067.654	77	

ANOVA Table

			F	Sig.
Literasi_media * Hasil_belajar	Between Groups	(Combined)	.828	.581
		Linearity	.004	.947
		Deviation from Linearity	.945	.478
	Within Groups			
	Total			