PERILAKU PENGGUNAAN MEDIA MASSA PADA MASYARAKAT PERDESAAN

Leadya Raturahmi

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Garut
Email: leadyaraturahmi@uniga.ac.id

Diterima : 29 Juli 2018

Disetujui : 19 Agustus 2018

Diterbitkan : 31 Agustus 2018

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi masuknya teknologi media massa ke dalam kehidupan masyarakat perdesaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku penggunaan media massa pada khalayak di wilayah perdesaan berupa intensitas dan konteks penggunaan berkaitan dengan kecakapan media. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui metode survey/angket. Populasi pada penelitian adalah penduduk tetap Desa Sekarwangi Kabupaten Garut yang telah berusia 17 tahun ke atas, sejumlah 3.853 orang. Melalui penarikan sampel secara acak, diperoleh responden sejumlah 251 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media massa pada khalayak perdesaan dalam menggunakan media massa berada dalam level 4 yaitu mampu dan paham akan tujuan penggunaan dalam menggunakan media massa, terutama pada media massa utama yang biasa diakses yaitu televisi dan radio. Pada penggunaan internet, khalayak perdesaan berada dalam level 2 yaitu hanya sedikit saja yang mampu menggunakan internet. Berkaitan dengan konteks penggunaan, khalayak media di perdesaan berada dalam level 4 yaitu mengetahui, memahami fungsi media massa, akan tetapi hanya sedikit memiliki kecakapan untuk mengantisipasi dampak negatif atas penggunaan media massa serta halayak media belum memiliki kecakapan untuk menyampaikan kembali pendapat mereka melalui media massa. Dapat disimpulkan bahwa khalayak media massa di perdesaan telah mampu menghubungkan keinginan, perasaan, pengalaman, dan harapan mereka atas penggunaan dan manfaat yang diterima dari media massa, meskipun belum memiliki kecakapan untuk menyampaikan kembali pemahaman mereka atas pesan media massa.

Kata Kunci: Masyarakat Perdesaan, Khalayak Media, Penggunaan Media Massa

Abstract

This research is conducted because of the presence of mass media technology into the life of rural communities. This study aims to determine the behavior of media mass media use to audiences in rural areas in the form of intensity and context of use related to media skills. This research is a quantitative descriptive research using data collection technique through survey method / questionnaire. Population in research is permanent resident of Sekarwangi Village Garut Regency which have been aged 17 years and over, that is 3,853 people. Through random sampling, 251 respondents were obtained. The results of this study indicate that the intensity of mass media usage in rural audiences in using mass media is in level 4 that is capable and understand the purpose of use in using mass media, especially on the main mass media commonly accessed is television and radio. On internet usage, rural audiences are in level 2 that few are capable of using internet. In the context of use, the media audiences in rural areas are in level 4 that is knowing, understanding and have little ability to anticipate the negative impact on the use of mass media. But the media audiences do not yet have the skills to relay their opinions through the mass media. It can be concluded that the mass media audiences in rural areas have been able to connect their wishes, experiences, and hopes for the use and benefits received from the mass media, though not yet able to recharge their understanding of the mass media message.

Keywords: Rural Community, Media Audience, Mass Media Usage

PENDAHULUAN

Media massa di era teknologi sekarang ini memiliki daya tarik yang luar biasa bagi khalayaknya. Perkembangan teknologi media telah yang masuk secara masif dalam kehidupan manusia membuat khalayak dapat dengan mudah mengakses media massa kapanpun dan di manapun sebagai akibat dari konvergensi media. Seseorang dapat menonton televisi atau mendengar radio melalui layanan *streaming* internet, atau membaca koran cetak versi digital di internet. Meskipun wujud media massa telah banyak berubah dalam bentuk digital, media massa pada umumnya merujuk pada pernyataan Biagi (2010) yang merupakan istilah untuk : (1) Buku, (2) Surat Kabar, (3) Majalah, (4) Rekaman, (5) Radio, (6) Film, (7) Televisi, dan (8) Internet.

Fungsi media massa sebagai bagian dari komunikasi massa adalah fungsi informasi, pendidikan, dan persuasi (Effendy, 2005). Dengan beragam fungsi ini, khalayak media dapat merubah sikap, kepercayaan, dan perilakunya berdasarkan pada apa yang dia terima dari media massa. Siaran televisi menawarkan nilai-nilai kehidupan manusia yang kemudian oleh pemirsanya, tanpa disadari, dijadikan standar dalam kehidupan seperti bagaimana memaknai kecantikan, kekayaan, maupun nilai kemanusiaan. Beragam *reality show*, sinetron, maupun program musik, memperlihatkan ilustrasi konflik, materialisme, maupun narsisme, yang bisa saja tidak tepat jika dijadikan patokan nilai kehidupan untuk pemirsanya. Berdasarkan hasil riset Litbang Kompas, per Desember 2015, ditemukan bahwa televisi masih menjadi media favorit untuk hiburan dan informasi. Penonton secara rutin menyimak acara televisi setiap hari selama sedikitnya dua jam per hari. Kaum perempuan adalah penonton utama dengan tayangan favorit berupa sinetron, infotainment, film dan musik. Meski diketahui oleh responden bahwa beberapa tayangan televisi memberi dampak negatif dan berkualitas rendah, penonton tetap menikmati acara tersebut dan menyukainya.¹

Belum lagi terpaan media internet yang menawarkan beragam hiburan dan informasi, mulai dari yang akurat hingga informasi yang hanya merupakan gosip dan berita palsu. Pada Penelitian berjudul “Anak, Media dan Orangtua: Melacak Praktik Bermedia Anak di Tengah Keluarga”, memperlihatkan bagaimana perilaku anak dalam menggunakan media berdasarkan amatan orangtua di Indonesia, menunjukkan bahwa hampir seluruh keluarga memiliki minimal satu bentuk media massa, serta handphone yang tersambung ke akses internet dan dapat dimiliki secara pribadi oleh anak-anak. Anak-anak pada umumnya mengakses media tanpa pembatasan atau pengawasan orang tua, dan motif utama dari penggunaan media massa tersebut adalah motif hiburan seperti menonton televisi, membaca buku, dan bermain game. Penggunaan media digital secara masif yang lebih banyak tertuju pada konsumsi hiburan dan tidak terkontrol, lebih banyak menimbulkan eksese negatif pada khalayak anak. Hasil penelitian menunjukkan, dengan rendahnya kapabilitas orang tua dalam mengontrol penggunaan media oleh anak ini, menunjukkan rendahnya pemahaman/kesadaran akan dampak buruk yang ditimbulkan atas penggunaan media secara berlebihan.²

Kemudian berkaitan dengan sifat aktif khalayak dalam mengakses media massa, ditemukan bahwa khalayak media sesungguhnya mampu secara aktif mencari dan berbagi informasi. Akan tetapi, dalam banyak kasus, khalayak lebih mencari informasi media massa yang meneguhkan keyakinan atau pilihan-pilihan sikap yang sebelumnya telah diambil. Sebagai akibatnya, khalayak media cenderung tenggelam ke dalam ‘kesesatan’ sikap dan keyakinan yang dipilihnya. Khalayak yang cakap bermedia akan mampu menyeleksi

¹<https://nasional.kompas.com/read/2016/03/30/05374961/Survei.Litbang.Kompas.Televisi.Dua.Sisi.Mata.Uang>

² Astuti, Santi., Rita Gani, dan Yani Cahyani. (2014). “Anak, Media dan Orangtua: Melacak Praktik Bermedia Anak di Tengah Keluarga”. Prosiding Sosial, Ekonomi, dan Humaniora. Vol 4 No.1.(551-556).

informasi dari media sesuai kebutuhan serta orientasi nilai dan ideologisnya meskipun dimungkinkan terjadi khalayak menjadi tidak kritis terhadap sumber rujukan berupa informasi media massa karena terpengaruhi nilai yang ditanamkan dalam pesan media massa, sehingga pada akhirnya dibutuhkan suatu literasi digital untuk menangkal pesan-pesan negatif media massa.³

Dengan mengacu pada hasil penelitian yang dipaparkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa pada umumnya, motif khalayak penggunaan media massa lebih banyak tertuju pada konsumsi hiburan, seperti pada penggunaan media televisi, radio, maupun internet. Penggunaan media ini sejalan dengan kepercayaan atas nilai dan harapan yang dimiliki khalayak media tersebut, yakni hiburan dan informasi. Maka jika media massa mampu memenuhi ruang hidup khalayak media di perkotaan, kondisi penggunaan media pada khalayak perdesaan harus juga mendapatkan perhatian. Secara kasat mata, meskipun berjalan lambat, khalayak media dari kalangan perdesaan, mengikuti laju perkembangan teknologi media yang ditunjukkan dengan tersedianya minimal satu bentuk media massa di setiap keluarga di perdesaan. Khalayak perdesaan yang beradaptasi dengan perkembangan media ini adalah khalayak media yang berusia muda yang masuk dalam kelompok '*digital native*'. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan adanya khalayak dewasa yang masuk dalam kategori '*digital immigrant*', berusaha untuk mengikuti perkembangan teknologi media massa. Salah satu wilayah perdesaan yang telah memiliki akses memadai atas media massa adalah Desa Sekarwangi di Kecamatan Malangbong Kabupaten Garut. Penduduk di desa ini memiliki akses yang cukup baik terhadap media massa seperti memiliki pesawat televisi, radio, membaca koran, dan ada juga masyarakat yang sudah memiliki akses terhadap internet.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications* yang menitikberatkan fokus pada khalayak. Dalam teori ini, khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Katz, Blumer, and Gurevitch (dalam Rakmat, 2005: 204) menguraikan lima elemen atau asumsi dasar dari *uses and gratification* bahwa: 1). Khalayak dianggap bersikap aktif, yakni berperan dalam memanfaatkan media massa, 2). Dalam proses komunikasi massa, terjadi seleksi program yang berkaitan antara gratifikasi kebutuhan dan pilihan media oleh khalayak, 3). Media massa bukan satu-satunya sumber pemenuhan kebutuhan khalayak. Media massa hanya merupakan satu dari sekian banyak sumber pemenuhan kebutuhan manusia yang bergantung kepada kebiasaan perilaku khalayak media tersebut, 4). Minat dan motif penggunaan media massa oleh khalayak didasarkan pada situasi yang mereka sadari 5). Penilaian khalayak atas isi media hanya bisa dilakukan oleh khalayak media massa yang bersangkutan.

Berdasarkan pemaparan tersebut, perlu dilakukan penelitian tentang perilaku penggunaan media massa pada khalayak di wilayah perdesaan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui intensitas maupun konteks penggunaan media massa pada masyarakat perdesaan. Pada tahap berikutnya, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengembangkan kecakapan akses media massa pada masyarakat perdesaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan metode survey. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif. Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat

³ Rianto, Puji. (2016). "Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media". Jurnal Komunikasi ISKI Vol.01 No.02 (90-96).

kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2011: 8). Penelitian ini akan menggunakan analisis data secara deskriptif, dimana teknik analisis data deskriptif bertujuan untuk mencari dan mendeskripsikan fenomena yang terjadi masyarakat tanpa bermaksud mencari hubungan antara variabel satu dengan variabel lain (Sugiyono, 2011: 35).

Populasi dalam penelitian ini adalah warga di Desa Sekarwangi Kabupaten Garut yang menetap secara permanen dan tercatat dalam data desa. Populasi dibatasi pada kriteria usia 17 tahun ke atas dengan pertimbangan telah mampu secara mandiri dan merdeka dalam mengakses media massa. Pengambilan sampel dilakukan secara acak dari 3 dusun yang ada karena tidak diketahui khalayak mana yang secara rutin mengakses media massa. Berdasarkan data desa, diketahui jumlah populasi penelitian sebanyak 3.853 orang, melalui teknik penarikan sampel secara acak, didapatkan 251 responden penelitian.

Skala penilaian terhadap media dalam penelitian ini dengan menggunakan skor 1-6 sebagaimana pada Tabel 1, sesuai dengan skala pengukuran respon untuk media yang dikemukakan oleh Worsnop (1996). Skala setiap tingkat kinerja individu dijelaskan sebagai berikut : Level 1 tidak mengerti; Level 2 tidak memenuhi harapan; Level 3 konsisten memenuhi harapan; Level 4 biasanya memenuhi harapan; Level 5 konsisten memenuhi dan kadang-kadang melampaui harapan dan Level 6 konsisten melebihi harapan.

Tabel 1. Skala Penilaian Literasi Media

Level	Keterangan
Level 1	Respon pengguna adalah tidak relevan, tidak dimengerti atau kosong
Level 2	Respon pengguna menunjukkan sedikit interaksi dengan, atau komitmen untuk media dan teks. Respon pribadi mungkin lemah, tidak terhubung pada teks atau tidak ada.
Level 3	Pengguna menceritakan kembali atau parafrase teks atau mengidentifikasi perangkat dalam isolasi, hanya membuat referensi dangkal ke perasaan pribadi atau pengalaman.
Level 4	Pengguna mengeksplorasi perasaan pribadi, pengalaman, harapan, ketakutan, refleksi atau kepercayaan, hanya membuat sambungan dangkal ke teks.
Level 5	Pengguna menghubungkan pribadi perasaan, pengalaman, harapan, ketakutan, refleksi atau kepercayaan dengan teks. Tanggapan pribadi mengacu pada teks, menyampaikan rasa pemahaman dari teks dan pemahaman parsial sub-teksnya.
Level 6	Pengguna mengintegrasikan pribadi, perasaan, pengalaman, harapan, ketakutan, refleksi atau kepercayaan dengan teks. Respon pribadi berakar dalam teks, pemahaman yang jelas dari teks secara keseluruhan dan sub-teks-nya, dan membuat hubungan kepada teks-teks lain.

Sumber : Chris M. Worsnop, 1996 (dalam Juditha, 2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data responden penelitian berjumlah 251 orang, berikut adalah tabel sebaran responden.

Tabel 2.1 Usia Responden

UMUR	F	%
17 – 20	73	29,08
22 – 60	122	48,61
61 tahun ke atas	56	22,31
Jumlah	251	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan data pada Tabel 2.1 dapat dilihat usia responden yang merupakan khalayak aktif media massa berkisar antara 22-60 tahun sebanyak 48,61%. Hal ini menunjukkan bahwa hampir setengah responden adalah khalayak dalam usia dewasa produktif di mana mereka mampu mengakses media massa secara mandiri. Komposisi kependudukan yang sebagian besar berada dalam usia dewasa produktif secara otomatis membentuk potensi khalayak media dalam dalam penelitian ini berada dalam usia dewasa produktif.

Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN	F	%
Laki-laki	98	39,04
Perempuan	153	60,96
Jumlah	251	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan data pada Tabel 2.2 dapat dilihat responden terbanyak berjenis kelamin perempuan yakni berjumlah 153 orang atau sekitar 60,96 %. Hal ini sejalan dengan data komposisi kependudukan desa yang sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

Tabel 2.3 Pekerjaan Responden

PEKERJAAN	F	%
PNS	0	0
Wiraswasta	28	11,16
Pegawai Swasta	0	0
Petani/Peternak	84	33,47
TNI/Polri	0	0
Pelajar/Mahasiswa	45	17,93
Mengurus Rumah Tangga	94	37,45
Jumlah	251	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan data pada Tabel 2.3 dapat dilihat responden terbanyak adalah ibu rumah tangga sebesar 37,45% yang menunjukkan bahwa khalayak terbesar media massa di desa Sekarwangi adalah kalangan perempuan yang mengurus rumah tangga.

Tabel 2. 4 Penggunaan Media Massa Utama

	Koran		Radio		Televisi		Internet	
Media Massa								
Utama	F	%	F	%	F	%	F	%
Ya	10	3,98	93	37,05	116	46,22	32	12,75
Tidak	241	96,02	158	62,95	135	53,78	219	87,25
Jumlah	251	100	251	100	251	100	251	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan Tabel 2.4, dapat dilihat bahwa media massa utama yang digunakan/diakses oleh khalayak adalah media televisi sejumlah 46,22%. Media televisi hanya sedikit lebih unggul dari media radio siaran dengan selisih 9,17% saja. Hasil penelitian menunjukkan kebanyakan responden memiliki lebih dari satu media massa di rumahnya, yaitu televisi dan radio, sehingga dua bentuk media massa ini dominan digunakan oleh responden sebagai media massa utama. Hal ini menunjukkan tahapan di mana khalayak media mampu memilih bentuk media yang disukai serta kemampuan menggunakan media massa tersebut. Televisi menempati urutan tertinggi sebagai media massa utama karena pesawat televisi telah lazim dimiliki oleh setiap rumah tangga sehingga lebih sering digunakan sebagai sumber informasi maupun hiburan oleh khalayak. Sifat televisi yang menggabungkan gambar dan suara secara dinamis, turut menjadi pertimbangan responden yang membutuhkan stimulasi audio visual dalam penggunaan medianya. Surat kabar atau koran menempati urutan terendah karena tidak terdapat kebiasaan responden untuk membeli atau berlangganan surat kabar di setiap rumah tangga.

Tabel 2.5 Frekuensi Penggunaan Media Massa Sebagai Sumber Informasi dan Hiburan

Frekuensi Penggunaan	Koran		Radio		Televisi		Internet	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Setiap hari	1	10	60	64,51	112	96,55	20	62,5
Seminggu sekali	1	10	22	23,66	4	3,45	0	0
Sebulan sekali	1	10	10	10,75	0	0	0	0
Tidak tetap	7	70	1	1,08	0	0	12	37,5
Jumlah	10	100	93	100	116	100	32	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Tabel 2.6 Jenis Informasi yang diakses melalui Media Massa Utama

Jenis Informasi	Koran		Radio		Televisi		Internet	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Acara anak	0	0	0	0	0	0	0	0
Sinteron/film	0	0	0	0	94	81,04	0	0
Musik	0	0	93	100	12	10,34	0	0
Berita	10	100	0	0	10	8,62	2	6,25
Komedi	0	0	0	0	0	0	0	0
Sosial Media	0	0	0	0	0	0	28	87,5
Game	0	0	0	0	0	0	2	6,25
Jumlah	10	100	93	100	116	100	32	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Tabel 2.7 Durasi dan Waktu Penggunaan Media Massa Utama

Durasi dan Waktu Penggunaan	Koran		Radio		Televisi		Internet	
	F	%	F	%	F	%	F	%
06.00 – 09.00	7	70	60	64,51	22	18,96	20	62,5
09.00 – 12.00	3	30	30	32,26	64	55,17	0	0
12.00 – 15.00	0	0	2	2,15	8	6,89	0	0
15.00 – 18.00	0	0	1	1,08	5	4,31	0	0
21.00 – 24.00	0	0	0	0	17	14,65	12	37,5
Setelah jam 24.00	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah	10	100	93	100	116	100	32	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Tabel 2.8 Keinginan Beropini di Media Massa

Media Massa Utama	Koran		Radio		Televisi		Internet	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Ya	0	0	0	0	0	0	15	46,88
Tidak	10	100	93	100	116	100	17	53,12
Jumlah	10	100	93	100	116	100	32	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Tabel 2.9 Pembatasan Jadwal Penggunaan Media

Media Massa Utama	Koran		Radio		Televisi		Internet	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Ya	0	0	0	0	0	0	0	0
Tidak	10	100	93	100	116	100	32	100
Jumlah	10	100	93	100	116	100	32	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Tabel 2.10 Dampak Negatif (Konten Hoax, Kekerasan & Mistis) dalam Media

Media Massa Utama	Koran		Radio		Televisi		Internet	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Tahu	0	0	0	0	10	8,62	2	6,25
Tidak Tahu	10	100	93	100	106	91,38	30	93,75
Jumlah	10	100	93	100	116	100	32	100

Sumber: Hasil Penelitian 2018

Data selanjutnya yang digali dalam penelitian ini adalah perilaku penggunaan media pada khalayak perdesaan yang difokuskan pada penggunaan koran, radio, televisi, dan internet. Berikut ini akan diuraikan hasil penelitian penggunaan media massa tersebut.

Hasil penelitian pada tabel 2.5 memperlihatkan frekuensi penggunaan media massa berdasarkan jenis media yang digunakan. Angka tertinggi berada pada penggunaan setiap hari untuk media televisi sebesar 96,55 %, dilanjutkan radio dan internet. Sementara pada penggunaan koran, frekuensi penggunaan tertinggi berada pada kecenderungan hanya membaca jika diperlukan tanpa ada pengaturan waktu khusus. Rendahnya penggunaan koran diakibatkan tidak terbiasanya masyarakat perdesaan pada budaya membaca, sehingga tidak terbangun kebutuhan untuk membeli atau berlangganan koran. Mengacu pada pendapat Potter (2004) bahwa setiap individu sesungguhnya memiliki pemahaman atas media, hanya saja berbeda tingkatan dalam pemahaman tersebut di mana tidak seorangpun yang tidak memahami media dan tidak seorangpun yang benar-benar memahami media dengan lengkap. Maka dalam penelitian ini, kebiasaan responden dalam mengakses media mencerminkan bahwa mereka telah memiliki pemahaman atas cara penggunaan media yang disesuaikan dengan keberagaman latar belakang pendidikan dan pekerjaan. Dalam hal ini, responden yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga yang menggunakan televisi dinyatakan telah mampu menggunakan media massa dalam skala memenuhi harapan.

Durasi rata-rata responden dalam setiap kali akses radio dan internet adalah tiga jam, dengan waktu tertinggi pada pagi hari antara pukul 06.00 – 09.00. Akan tetapi televisi menempati waktu akses tertinggi antara pukul 09.00 – 12.00 di mana hal ini sejalan dengan karakteristik responden yang merupakan ibu rumah tangga, di mana mereka menghabiskan waktu mengurus rumah tangga sambil menonton televisi sebagai kegiatan sampingan, dan

seringkali dilanjutkan saat beristirahat di sore hari. Rata-rata program materi pesan utama yang dipilih responden atas akses media massa adalah hiburan. Seperti pada televisi, responden lebih memilih menonton tayangan sinetron yaitu sebesar 81,04 % . Demikian halnya pada media radio dan internet yang hampir keseluruhan program yang dipilih responden berisi materi hiburan.

Data yang diperoleh ini meneguhkan beberapa jenis aktivitas khalayak yang diidentifikasi oleh Blumler yakni kegunaan yaitu kesengajaan mencari hiburan dan informasi melalui proses seleksi bentuk media serta konten dari media massa yang diakses. Temuan penelitian ini memperlihatkan khalayak mencari dan menyeleksi informasi secara sengaja, sadar dan mandiri dengan tujuan mendapatkan penegasan atas identitas personal seperti yang dinyatakan McQuail (dalam West dan Turner,2014:105) bahwa identitas personal merupakan kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media yang melibatkan cara-cara untuk menekankan nilai-nilai individu. Penegasan identitas personal dalam penelitian ini ditemukan dalam pilihan konten media responden yakni responden cenderung menghindari ketika pesan media itu melibatkan informasi politik yang bertentangan dengan keyakinannya. Sedangkan jika konten media berkaitan dengan unsur religi Islami atau konten hiburan musik dan film, maka responden akan cenderung memilih media massa tersebut. Perilaku selektivitas khalayak perdesaan dalam penelitian ini menunjukkan minat pada jenis informasi berupa hiburan, religi, dan informasi lokal seputar Garut.

Akan tetapi, sikap selektif ini tidak menghalangi dampak negatif isi media terhadap khalayak. Hal ini dikarenakan responden sebagai khalayak perdesaan memiliki keterbatasan pemahaman atas makna pesan media dikarenakan keterbatasan latar belakang pendidikan dan profesi responden. Dapat dilihat bahwa responden tidak membatasi diri dalam frekuensi maupun durasi akses media. Rata-rata mereka mengakses media selama lebih dari tiga jam per hari dengan variasi waktu penggunaan antara pagi dan malam hari.

Jika merujuk pada hasil penelitian lain dari Astuti (2007) yang menyimpulkan bahwa televisi mampu merebut 94% masuknya informasi ke dalam jiwa manusia sehingga siaran televisi mampu membuat orang mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar walaupun hanya sekali ditayangkan. Maka kecenderungan responden yang menghabiskan sebagian besar waktu untuk menonton tayangan televisi, terutama dengan konten hiburan, akan mendorong dampak negatif media pada khalayak. Berdasarkan data penelitian, sejumlah 91,38 % responden penonton televisi tidak mengetahui adanya konten negatif dalam media massa. Kurangnya pemahaman tentang dampak negatif media dapat dilihat juga dari jenis tayangan yang dipilih yaitu rata-rata memilih tayangan sinetron.

Responden tidak menyadari kehadiran media massa sebagai industri yang dapat mengkonstruksi pesan dalam media dan tidak menyadari bahwa kisah yang diangkat dalam tayangan hiburan seperti sinetron, adalah cerita fiktif. Unsur manipulasi dalam cerita ditambahkan oleh pihak industri agar tayangan menjadi menarik dan hal ini berlaku juga pada tayangan reality show dan ajang pencarian bakat. Unsur manipulasi ini seperti yang dinyatakan oleh Mabruri (2013), bahwa alur cerita pada film, sinetron atau sejenisnya ide ceritanya dikembangkan melalui skenario yang kemudian dikembangkan menjadi cerita yang sifatnya fiksi agar skenario film lebih menarik sehingga mendapat perhatian penonton. Hampir seluruh responden menonton tayangan hiburan yang berisi konten fiksi dan tetap merasa terhibur dibuktikan dengan responden yang menonton tayangan tersebut secara berulang. Hal ini menunjukkan kecakapan media pada level empat berupa kemampuan sambungan yang dangkal pada konten media yaitu responden tidak mempertimbangkan kemungkinan dampak negatif akibat terlalu lama mengakses konten fiksi di media massa.

Berkaitan dengan kecakapan menyampaikan ide atau pendapat melalui media massa, hampir seluruh responden tidak berminat untuk menyalurkan pendapat atau kritik melalui

media massa televisi, radio, dan koran. Hanya sejumlah 46,88 % pengguna internet yang mampu menyuarakan pendapatnya dan selebihnya hanya bertindak sebagai *'silent reader'* yaitu peserta yang aktif memantau dialog, tapi tidak sepenuhnya terlibat secara aktif dalam menyuarakan pendapat.

Berdasarkan hasil penelitian Rianto (2016) berupa hipotesis bahwa khalayak aktif dalam visi uses and gratifications mengandung kerentanan. Khalayak mencari dan menyuarakan informasi hampir selalu yang sesuai dengan pandangan-pandangan ideologisnya, tapi tidak akan menyuarakan informasi yang bertentangan dengan keyakinannya. Kerentanan-kerentanan itu dimungkinkan terjadi karena khalayak pada dasarnya 'malas' dan tidak kritis dalam melakukan pengecekan silang atas informasi, dan seringkali terjadi informasi itu tidak selalu mengandung kebenaran meskipun terkesan bagus. Maka responden dalam penelitian ini pun memiliki kerentanan yang sama berkaitan dengan penyampaian kembali pendapat melalui media massa dikarenakan keterbatasan kemampuan kritis mereka berkaitan dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan. Informasi yang memenuhi minat responden akan mampu dikritisi dan disuarakan kembali melalui media internet, sementara di lain pihak responden yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup, cenderung memiliki malas dan tidak kritis dalam menerima informasi yang diterima melalui media massa.

Berdasarkan perilaku penggunaan media yang muncul dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa meskipun responden adalah khalayak perdesaan, akan tetapi mereka adalah bagian dari masyarakat modern. Hal mengacu pada pernyataan Rivers Jensen dan Peterson (2004) bahwa media massa merupakan salah satu institusi sosial yang penting dalam masyarakat modern. Maka hasil dari penelitian ini menunjukkan penggunaan media massa ini merupakan perwujudan khalayak media di perdesaan sebagai bagian dari masyarakat modern, meskipun mereka mengakses media massa seperti televisi, radio, koran dan internet dengan persentase penggunaan yang berbeda-beda.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini memperlihatkan bahwa responden hampir seluruhnya telah mampu menggunakan media massa dan memilih informasi yang disukai sejalan dengan prinsip penggunaan dan pemanfaatan media dalam teori uses and gratification terutama mengenai penggunaan media massa oleh khalayak didasarkan pada situasi yang mereka sadari. Akan tetapi temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kecakapan media yang berkaitan dengan penafsiran atas suatu pesan media, menunjukkan level terendah. Responden cenderung tidak mengetahui benar atau salah atas informasi di media, tidak memahami kontroversi, serta cenderung tidak membangun pandangan kritis atas dunia di luar kehidupan mereka. Dalam hal ini, masyarakat perdesaan sebagai khalayak media sangat mudah menerima apapun informasi yang disodorkan tanpa melakukan penilaian kritis lebih lanjut. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Potter (2004), bahwa semakin tinggi tingkat literasi media yang dimiliki seseorang, maka semakin banyak makna yang dapat digali. Di lain pihak, semakin rendah tingkat literasi media seseorang, maka semakin dangkal pesan yang didapatnya. Jika dikaitkan pandangan bahwa dengan pesan media mempunyai peran yang sangat kuat dalam membentuk perilaku masyarakat, maka khalayak media ini perlu dilatih untuk dapat mengembangkan dirinya dalam menghadapi pengaruh media.

PENUTUP

Simpulan

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media massa pada khalayak perdesaan dalam menggunakan media massa berada dalam, level empat yaitu mampu dan paham akan tujuan penggunaan dalam menggunakan media massa,

- terutama pada media massa utama yang biasa diakses yaitu televisi dan radio. Pada penggunaan internet dan koran, khalayak perdesaan berada dalam level dua yaitu hanya terjadi interaksi yang rendah atas media dan teks. Respon pribadi khalayak media atas pesan media pada bentuk internet dan koran adalah lemah dan tidak terhubung pada teks.
2. Dalam konteks penggunaan, khalayak media di perdesaan berada dalam level empat yaitu mengetahui, memahami fungsi media massa, akan tetapi hanya sedikit memiliki kecakapan untuk mengantisipasi dampak negatif atas penggunaan media massa serta khalayak media belum memiliki kecakapan untuk menyampaikan kembali pendapat mereka melalui media massa. Pengguna televisi dan radio mampu mengeksplorasi perasaan pribadi, pengalaman, harapan, ketakutan, refleksi atau kepercayaan, tetapi hanya membuat sambungan dangkal ke teks media.

Rekomendasi

1. Dalam situasi seperti ini, literasi media sangat penting bagi khalayak media di wilayah perdesaan. Melalui media literasi, khalayak diharapkan tidak hanya kritis dalam menggunakan media massa tapi juga memiliki keinginan untuk memenuhi pemikiran mereka dari beragam sudut pandang agar dapat menyampaikan kembali perspektif kritis mereka melalui media massa.
2. Televisi merupakan media massa yang paling banyak ditonton oleh khalayak di perdesaan. Oleh karena itu alangkah baiknya jika stasiun televisi pemerintah, swasta, maupun stasiun televisi daerah agar bisa menayangkan acara-acara yang menghibur tanpa mengesampingkan norma sosial dan agama yang berlaku umum di masyarakat.
3. Penelitian serupa yang berhubungan dengan penggunaan media massa pada masyarakat perdesaan agar dapat dilanjutkan dengan menggunakan pendekatan subjektif karena hal ini sangat penting bagi kelanjutan peningkatan kecakapan media di wilayah perdesaan yang dikenal sebagai wilayah yang tertinggal dalam hal literasi media massa.

REFERENSI

- Biagi, S. (2010). *Media/Impact Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Baran, S.J. dan Davis, D.K. (2009). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Fifth Edition. Kanada: Wadsworth.
- Denzin, Norman K., Yvonna S. Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Kellner, Douglas. (2010). *Budaya Media : Cultural Studies, Identitas, dan Politik : Antara Modern dan Posmodern*. Yogyakarta. Jalasutra.
- Mabruri, Anton. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV*. Jakarta. Gramedia.
- McQuail, Dennis. (2005). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta. Erlangga
- Potter, W. J (2004). *Theory of Media Literacy : A Cognitive Approach*. California. SAGE Publications.
- Rivers, Jensen dan Peterson. (2004). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta : Kencana.
- Silverblatt, A. (1995). *Media Literacy, Keys to Interpreting Media Messages*. Westport, Conn. Praeger.
- Strasburger, Victor C., Barbara J. Wilson. (2002). *Children, Adolescents, and the Media*. California. SAGE Publications.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Artikel Jurnal:

Astuti, Sandi Indra. (2007). *Media Literacy; Memerdekakan Khalayak dari Kapitalisme*.

Bandung. Jurnal Issue (ISKI Bandung) Vol 1 No. 1.

_____, Gani, Rita dan Yani Cahyani (2014). *Anak, Media, dan Orangtua : Praktik Bermedia Anak di Tengah Keluarga*. Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora. Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM. Vol 4. No, 1 (551 – 556).

Juditha, Christiany. (2013). *Literasi Media Pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste*. IPTEK-KOM, Vol. 15 No. 1 (47-62).

Rianto, Puji. (2016). *Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media*. Jurnal Komunikasi ISKI Vol.01 No.02 (90-96).

Website:

<https://nasional.kompas.com/read/2016/03/30/05374961/Survei.Litbang.Kompas.Televisi.Dua.Sisi.Mata.Uang>