

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Media Massa**

##### **2.1.1 Pengertian Media Massa**

Menurut Cangara (2003:134), Media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Media massa merupakan media yang digunakan dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak yang berjumlah besar secara serempak.

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan.

Keuntungan komunikasi dengan menggunakan Media massa adalah bahwa Media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, Media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi (Effendy, 2000).

Fungsi utama Media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebarluas dan mengiklankan produk.

Ciri khas dari Media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah. Peran utama yang diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama.

Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting. Dengan adanya Media massa, masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab dapat menjadi masyarakat yang beradab. Hal itu disebabkan, oleh karena media massa mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang membaca tidak hanya orang-perorang tapi sudah mencakup jumlah puluhan, ratusan, bahkan ribuan pembaca, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di permukaan masyarakat.

### **2.1.2 Jenis Media Massa**

#### **a. Media Massa Tradisional**

Media massa tradisional adalah media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi yang jelas sebagai media massa dimana terdapat ciri-ciri seperti:

1. Informasi yang didapat dari lingkungan diseleksi, diterjemahkan dan didistribusikan.
2. Media massa menjadi perantara antara pengirim dan penerima untuk mengirim informasinya melalui saluran tertentu.
3. Penerima pesan tidak pasif dan merupakan bagian dari masyarakat untuk menyeleksi informasi yang mereka terima.
4. Interaksi antara sumber berita dan penerima sangat sedikit.

Contoh-contoh dari media massa tradisional ialah, surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.

## **b. Media Massa Modern**

Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti Internet dan Telepon selular. Media massa yang lebih modern ini memiliki ciri-ciri seperti:

1. Sumber dapat mentransmisikan pesannya kepada banyak penerima, seperti melalui *Short Message Service* (SMS) dan Media Internet.
2. Isi pesan tidak hanya disediakan oleh lembaga atau organisasi namun juga oleh individual atau perorangan.
3. Tidak ada perantara, interaksi terjadi pada individu.
4. Komunikasi mengalir (berlangsung) ke dalam.
5. Penerima yang menentukan waktu interaksi.

### **2.1.3 Fungsi Media Massa**

Komunikasi dalam pelaksanaannya memiliki berbagai macam fungsi dalam kehidupan manusia, seperti berikut ini :

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy,2003:8)

## **2.2 Program Televisi**

### **2.2.1 Pengertian Program Televisi**

Kata program berasal dari bahasa Inggris, “*programme*” atau “program” yang artinya acara atau rencana. Program diartikan sebagai segala hal yang ditampilkan distasiun televisi untuk memenuhi kebutuhan *audiensnya* dalam Morrisan (2008:199).

Setiap harinya, televisi menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya beragam. Pada sadarnya apa saja yang dapat dijadikan sebagai program, yang terpenting adalah disukai oleh *audiens*, tidak bertentangan dengan norma kesusilaan, hukum dan peraturan yang berlaku. Didunia pertelevisian, program merupakan unsur yang sangat penting, karena program yang disiarkan memiliki dampak yang luas terhadap masyarakat.

Untuk itulah bagian program merupakan tulang punggung dari suatu stasiun televisi yang mempunyai tugas harus merencanakan program dengan matang, karena apapun yang disiarkan oleh bidang program ditujukan oleh *audiensnya*, oleh sebab itu wajar bila disebutkan *Broadcasting is Planning* atau *Televisi is Planning*, karena semua acara yang disiarkan oleh stasiun televisi merupakan acara yang telah direncanakan sebelumnya dan jarang sekali terjadi acara yang insidetil atau tiba-tiba langsung dilakukan pembuatan acaranya.

Program televisi dapat diartikan juga sebagai hasil jasa atau hasil produksi dari suatu perusahaan televisi. Menurut Pringle, Starr dan Mc. Cavitt (1991:18-19), meskipun terdapat perbedaan-perbedaan program televisi yang diproduksi antara satu stasiun televisi dengan stasiun televisi lainnya, program dari stasiun televisi tersebut ditentukan oleh empat faktor yaitu:

#### *1. The Audience*

*Audience* atau pemirsa itu sendiri yang memilih atau mencari stasiun televisi yang disenanginya untuk setiap programnya. Pemirsa atau penonton boleh terbuka kepada isi acara atau iklan layanan masyarakat dan pengumuman promosi, tetapi tujuan utamanya adalah mengamati isi program yang memuaskan kebutuhan pada waktu tertentu.

### 2. *The Broadcaster*

Mereka yang bertanggung jawab untuk mengoperasikan keuntungan stasiun televisi untuk kepentingan pemiliknya. Makin banyak *audiensnya* makin besar keuntungan yang dapat direalisasikan.

### 3. *The advertiser*

Dimana pelaku tertarik untuk menggunakan jasa televisi untuk membawa suatu produk atau jasa yang ditujukan untuk khalayak.

### 4. *The Regulator*

Pemerintah dan beberapa agen khususnya FCC (*Federal Communication Commission*) seperti di Indonesia KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) atau yang diatur dengan undang-undang penyiaran. Tujuannya adalah untuk meyakinkan bahwa stasiun televisi yang dioperasikan adalah untuk melayani kepentingan publik.

## 2.2.2 Jenis Program Televisi

Setiap harinya, televisi menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya beragam. Secara garis besar dapat dikelompokkan berdasarkan jenisnya menjadi dua bagian, yaitu program informasi dan program hiburan.

Sementara itu jika dilihat dari sifatnya maka dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu program faktual (meliputi program berita, *reality show* dan documenter) dan program fiksi (*fictional*, meliputi komedi dan program drama), Morrisan (2008:208).

**a. Program Berita (Informasi)**

Program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak. Daya tarik program ini adalah informasi, sehingga informasi inilah yang diberikan kepada *audiensnya*. Program informasi dapat dipilah menjadi dua yaitu:

1. Berita keras (*hard news*) atau *straight news*, yaitu segala informasi yang penting dan menarik harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya harus segera diketahui khalayak.
2. Berita lunak (*soft news*) adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan.

**b. Program Hiburan (*Entertainment*)**

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audience* dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik, dan permainan (*game*).

Berdasarkan jenis program televisi diatas maka dapat diketahui bahwa salah satu jenis program yang biasa disiarkan di televisi adalah program informasi, dimana salah satunya berita.

## **2.3 Infotainment**

### **2.3.1 Pengertian Infotainment**

Kata *infotainment* adalah salah satu jenis pengelembungan bahasa yang kemudian menjadi istilah populer untuk berita ringan yang menghibur atau informasi hiburan. Infotainment kependekan dari istilah Inggris *information-entertainment*. *Infotainment* di Indonesia identik dengan acara televisi yang menyajikan berita selebritis dan memiliki ciri khas penyampaian yang unik.

*Infotainment* adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (selebritis) dan arena sebagian besar dari mereka bekerja pada industri hiburan seperti pemain film/sinetron, penyanyi, dan sebagainya maka berita mengenai mereka disebut juga *Infotainment*.

*Infotainment* adalah salah satu bentuk berita keras karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan. Dewasa ini, *Infotainment* disajikan dalam program berita sendiri yang terpisah dan khusus menampilkan berita-berita mengenai kehidupan selebriti, Morrisan (2008 : 27).

Para ahli komunikasi dan media menyebut *Infotainment* sebagai *sofa journalism*, yaitu jenis jurnalisme yang menawarkan berita-berita sensasional, lebih personal, dengan selebriti sebagai perhatian liputannya. Dalam pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang disusun KPI, info-hiburan dikategorikan sebagai program faktual atau program siaran yang menyajikan fakta non-fiksi. Karena itu, aturan-aturan P3SPS juga berlaku bagi program *Infotainment*, khususnya prinsip jurnalistik.

Tayangan *Infotainment* yang marak dan bertahan cukup lama dalam pentas industri pertelevisian tidak disandarkan pada konsep “penyajian informasi yang menghibur” tetapi “informasi tentang hiburan”. Ide dasarnya berawal dari asumsi informasi kendati dibutuhkan oleh masyarakat namun tidak dapat diterima begitusaja, apalagi untuk kepentingan merubah sikap negatif menjadi sikap positif manusia. Karena itu diperlukan semacam pancingan khusus untuk mengambil perhatian masyarakat. Pilihannya adalah dengan menyusupkan *entertainment* (hiburan) yang menarik perhatian masyarakat di tengah-tengah penyampaian *information* (informasi), Iswandi (2011 : 157).

### **2.3.2 Tayangan *Infotainment* di Indonesia**

Di Indonesia, *Infotainment* menjadi marak dimulai sekitar tahun 1994, di mana pada tahun 1990-an mulai bermunculan stasiun-stasiun televisi swasta yang baru seperti RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia), SCTV (Surya Citra Televisi), TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) yang kini berganti nama menjadi MNC TV, Indosiar, ANTEVE, Trans TV dan Trans 7. Awal kemunculan *Infotainment* dimulai ketika dunia sinetron marak di Indonesia. Gemerlap kehidupan artis mengundang banyak keingintahuan dari masyarakat. Hadirlah kemudian Ilham Bintang dengan Cek & Ricek-nya yang masih “dalam batas normal” meliput berita hiburan. Gejala meng-gosip ini kemudian menjamur hingga muncul lmbanyak program serupa di berbagai stasiun televisi. Bahkan, edisi media cetaknya pun muncul. Belakangan, hampir semua media berita *online* membuat direktori untuk berita gosip. Dari berbagai program itu, apakah pemilik rumah produksinya sama atau tidak, *Infotainment* sangat disukai baik oleh sebagian masyarakat dan tentunya pengiklan. Rating program gosip bisa

dikatakan baik. 19 Stasiun-stasiun televisi swasta baru tersebut mencoba untuk menarik perhatian pemirsa/penonton (*audience*) dengan cara memunculkan acara-acara baru di antaranya *Infotainment* yang umumnya memaparkan gaya hidup manusia sebagai selebritis.

Sebagai sebuah kanchah baru dalam industri pertelevisian, program *Infotainment* sebenarnya dapat dikatakan cukup sukses mencuri perhatian khalayak penonton sekaligus mampu menarik pasar iklan yang cukup signifikan. Dikatakan mencuri perhatian penonton, sebab penonton televisi semula lebih tertarik pada bentuk sajian yang menayangkan sajian informasi murni seperti yang diproduksi oleh program berita setiap stasiun televisi atau tayangan hiburan murni seperti pentas musik atau jenis sinetron humor. *Infotainment* masuk ke dalam kanchah pertarungan perebutan pemirsa dan langsung dapat mengambil tempat yang cukup kuat.

Program *Infotainment* di Indonesia terus berkembang memunculkan bentuk-bentuk baru. Awalnya *Infotainment* sebatas bincang-bincang gosip yang menyajikan rangkaian informasi, kini *Infotainment* juga dikemas dalam bentuk liputan khusus investigasi. Setiap *episodenya* difokuskan untuk membahas isu tertentu, semisal tayangan *Insert Investigasi*, *Intens*, maupun *Silet*. Satu dua program *Infotainment* mencoba terlihat tidak biasa, misalnya mengambil format bincang-bincang di antara dua host agar lebih terasa nuansa “ngerumpi”nya dan uniknya, selalu saja pembawa acara *Infotainment* di Indonesia didominasi oleh presenter perempuan atau presenter laki-laki yang bisa mengimbangi ‘kebawelan’ dan ‘kefemininan’ pasangannya.

Program *Infotainment* lain mencoba tampil ‘lebih serius’ dengan mengawali tayangannya lewat segmen yang menampilkan posisi ‘rating’, atau tepatnya persentase peringkat berita-berita yang dinilai ‘seru’ oleh pemirsanya. Peringkat itulah yang nantinya menentukan urutan penayangan atau pengulangan informasi. Tingkat permintaan masyarakat yang meningkat terhadap pemberitaan mengenai idolanya, yang mendorong stasiun-stasiun televisi swasta untuk menayangkan berbagai acara *Infotainment*. Carpini dan Williams menyebut beberapa alasan pokok penyebab maraknya *Infotainment*. Antara lain, perubahan struktural industri penyiaran dan telekomunikasi, integrasi vertikal dan horizontal industri media, tekanan pencapaian ekonomi, munculnya pekerja media yang hanya memiliki keterikatan minim pada kode-kode etik jurnalistik, dan cara pandang bahwa lapangan jurnalisme dan hiburan itu sama saja.

### 2.3.3 *Infotainment* Silet



Gambar 2.1. Logo *Infotainment* Silet

Silet merupakan salah satu Program Acara *Infotainment* di stasiun swasta RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) setiap hari Pukul 11.00 sampai 12.00 Wib. Selama satu jam, Silet hadir untuk mengupas tuntas kisah dan kasus para selebritis tanah air. Dengan gaya bahasa yang puitis, Silet menjadikan hal-hal yang tabu menjadi layak dan patut diperbincangkan. *Infotainment* yang mampu membahas dunia selebritis setajam silet ini sanggup menghadirkan nara sumber

yang sulit ditemui sekali pun. Dengan reputasinya, Silet selalu berhasil membuat selebritis angkat bicara tentang persoalan yang tengah mereka hadapi bahkan tidak jarang sampai menguraikan air mata. Investigasi yang mendalam juga turut menjadikan Silet berbeda dari tayangan *Infotainment* lainnya.

Silet adalah sebuah program acara infotainment andalan RCTI yang mengupas dan mengungkapkan fakta-fakta tentang kehidupan selebritis, kejadian misteri, maupun fenomena yang sedang terjadi di masyarakat. Berbeda dengan program-program infotainment lainnya, Silet tidak membahas tentang gosip yang sedang populer, melainkan lebih menitikberatkan pembahasannya tentang fakta-fakta mengenai berita yang dibahasnya tersebut. Oleh karena itu, Silet dianggap sebagai salah satu program infotainment terbaik di Indonesia dan Silet telah berhasil mengukuhkan predikat tersebut dengan memenangkan banyak penghargaan, diantaranya yaitu keberhasilannya memenangkan penghargaan Panasonic Gobel Awards (atau yang dulu bernama Panasonic Awards) selama 8 kali berturut-turut (2006 - 2014). Oleh karena itu, Silet layak menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang ingin mencari dan menikmati acara infotainment yang aktual, akurat dan berkualitas.

Tayangan Silet pernah dijatuhkan sanksi administratif berupa penghentian sementara oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) karena tayangan Silet telah menimbulkan keresahan, kepanikan, ketakutan, trauma, dan menambah penderitaan terhadap korban, keluarga dan masyarakat yang sedang mengalami musibah bencana alam Gunung Merapi. Isi tayangan berupa informasi ramalan dengan narasi dan gambar yang menyesatkan dan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya terkait musibah bencana alam Gunung

Merapi. Acara Silet yang sudah dihentikan KPI digantikan jadi Intens. Tapi, pada tahun 2011, Silet sudah ditayangkan lagi setiap hari.

## **2.4 Teori kultivasi (*Cultivation Theory*)**

### **2.4.1 Pengertian dan Pengenalan *Cultivation Theory***

Epistemologis dari *Cultivation Theory* adalah penanaman. Jadi *Cultivation Theory* atau Teori Kultivasi adalah sebuah teori dalam konteks keterkaitan media massa dengan penanaman terhadap suatu nilai yang akan berpengaruh pada sikap dan perilaku khalayak, atau bisa disebut salah satu teori dalam komunikasi massa yang mencoba menjelaskan keterkaitan antara media komunikasi (dalam hal ini televisi) dengan tindak kekerasan. Teori ini, digagas oleh seorang pakar komunikasi dari *Annanberg School of Communication*, Profesor George Gerbner yang juga pendie *Cultural Environment Movement*, berdasarkan penelitiannya terhadap perilaku penonton televisi yang dikaitkan dengan materi berbagai program televisi yang ada di Amerika Serikat.

Pada 1960 Profesor George Gerbner melakukan penelitian tentang “indikator budaya” untuk mengetahui pengaruh-pengaruh televisi terhadap tingkah laku, sikap dan nilai khalayak. Dalam bahasa lain, Profesor George Gerbner memberikan penegasan dalam penelitiannya berupa dampak yang ditimbulkan televisi kepada khalayak.

Teori Kultivasi berpandangan bahwa media massa, yang dalam konteks teori ini adalah televisi, memiliki andil besar dalam penanaman dan pembentukan nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat. “Menurut teori ini, televisi menjadi alat utama dimana para penonton televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur di

dalam lingkungannya” (Nurudin, 2004). Persepsi dan cara pandang yang ada dalam masyarakat, sangat besar dipengaruhi oleh televisi atau dalam kalimat lain, apa yang kita pikirkan adalah apa yang dipikirkan media massa. Melalui kaca mata kultivasi, cara pikir masyarakat dikonstruksi sedemikian rupa sehingga *leading opinion* yang dilakukan televisi (media massa) dapat diterima oleh khalayak, meski sering kali *proporsionalitas* dari pemberitaan sangat minim.

#### **2.4.2 Karakteristik *audience* dalam *Cultivation Theory***

Lebih jauh teori kultivasi dijelaskan bahwa pada dasarnya ada 2 (dua) tipe penonton televisi yang mempunyai karakteristik saling bertentangan atau bertolak belakang, yaitu

1. Para pecandu/penonton fanatik (*heavy viewer*) adalah mereka yang menonton televisi lebih dari 4 jam setiap harinya. Kelompok penonton ini sering juga disebut khalayak “*the television type*”
2. Penonton biasa (*light viewers*), yaitu mereka yang menonton televisi 2 jam atau kurang dalam setiap harinya.

Media massa dalam bentuk lain (selain televisi), juga memiliki andil besar dalam penanaman nilai dan pembentukan sikap khalayak. Penelitian Kultivasi menekankan bahwa media massa sebagai agen sosialisasi dan menyelidiki apakah penonton televisi itu lebih mempercayai apa yang disajikan televisi dari pada apa yang mereka lihat sesungguhnya.

Televisi, sebagai mana yang dicermati oleh Gerbner, dianggap sebagai pendominasi “lingkungan simbolik” kita. Sebagaimana Mc Qual dan Windahl (1993) catat pula, Teori Kultivasi menganggap bahwa televisi tidak hanya disebut

sebagai jendela atau refleksi kejadian sehari-hari di sekitar kita, tetapi dunia itu sendiri.

## 2.5 Literasi Media

Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuk (Hobbs, 1999). Sementara itu, Pasal 52 Undang-undang No.32/2003 tentang Penyiaran memaknai Literasi media sebagai “kegiatan pembelajaran untuk meningkatkan sikap kritis masyarakat” (Iriantara, 2009).

*Center for Media Literacy* merumuskan Literasi media sebagai “kemampuan berkomunikasi secara kompeten melalui semua media, baik elektronik maupun cetak” (Iriantara, 2009).

*Center for Media Literacy* (CML, 2003) menyebutkan bahwa literasi media mencakup beberapa kemampuan, yaitu:

- a. Kemampuan mengkritik media.
- b. Kemampuan memproduksi media.
- c. Kemampuan mengajarkan tentang media.
- d. Kemampuan mengeksplorasi sistem pembuatan media.
- e. Kemampuan mengeksplorasi berbagai posisi.
- f. Kemampuan berpikir kritis atas isi media.

*Media literacy* menurut Potter (2004) adalah *a perspective from which we expose ourselves to the media and interpret the meaning of the messages we encounter. We build our perspective from knowledge structures, which are constructed from information using skills.*

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa literasi media merupakan sebuah perspektif yang digunakan ketika berhubungan dengan media untuk menginterpretasi makna suatu pesan yang diterima. Orang membangun

perspektif tersebut melalui struktur pengetahuan yang terkonstruksi dari kemampuan menggunakan informasi.

Menurut *European Commission*, 2007 mendefinisikan Literasi media sebagai berikut:

*Media literacy may be as the ability to access, analyse and evaluate the power of image, sounds, messages which we are now confronted with on a daily basis and are an important part of our contemporary culture, as well as to communicate competently in media available on a personal basis Media literacy relates to all media, including television and film, radio and recorded music, print media, the Internet and other new digital communication technologies.*

Berdasarkan pengertian di atas dapat diketahui bahwa Literasi media dapat dikatakan sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis dan mengevaluasi makna gambar, suara, pesan yang kita hadapi setiap hari dan merupakan bagian penting dari budaya kontemporer kita, serta untuk berkomunikasi secara kompeten dalam media yang tersedia secara pribadi.

Selain itu, literasi media juga berhubungan dengan semua media, termasuk televisi dan film, radio, dan musik recorder, media cetak, internet dan teknologi baru komunikasi digital lainnya.

## **2.6 Tingkat Literasi Media**

Dalam mengukur tingkat kemampuan literasi media, *Individual competences* ini terbagi dalam tiga kategori, yaitu:

### *1. Technical Skills*

Kemampuan untuk mengakses dan mengoperasikan media. *Technical skills* ini mencakup beberapa kriteria, yaitu:

- a. Kemampuan menggunakan komputer dan internet (*computer and internet skills*)

- b. Kemampuan menggunakan media secara aktif (*balanced and active use of media*)
- c. Kemampuan menggunakan internet yang tinggi (*advanced internet use*).

## 2. *Critical Understanding*

Kemampuan untuk menganalisis dan mengevaluasi konten media secara komprehensif. Kriteria *critical understanding* ini antara lain adalah:

- a. Kemampuan memahami konten dan fungsi media (*understanding media content and its functioning*)
- b. Memiliki pengetahuan tentang media dan regulasi media (*knowledge about media and media regulation*)
- c. Perilaku pengguna dalam menggunakan media (*user behavior*)

## 3. *Communicative Abilities*

Kemampuan untuk bersosialisasi dan berpartisipasi melalui media serta memproduksi konten media. *Communicative abilities* ini mencakup beberapa kriteria, yaitu:

- a. Kemampuan berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media (*social relations*)
- b. Kemampuan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media (*citizen participation*)
- c. Kemampuan untuk memproduksi dan mengkreasikan konten media (*content creation*).

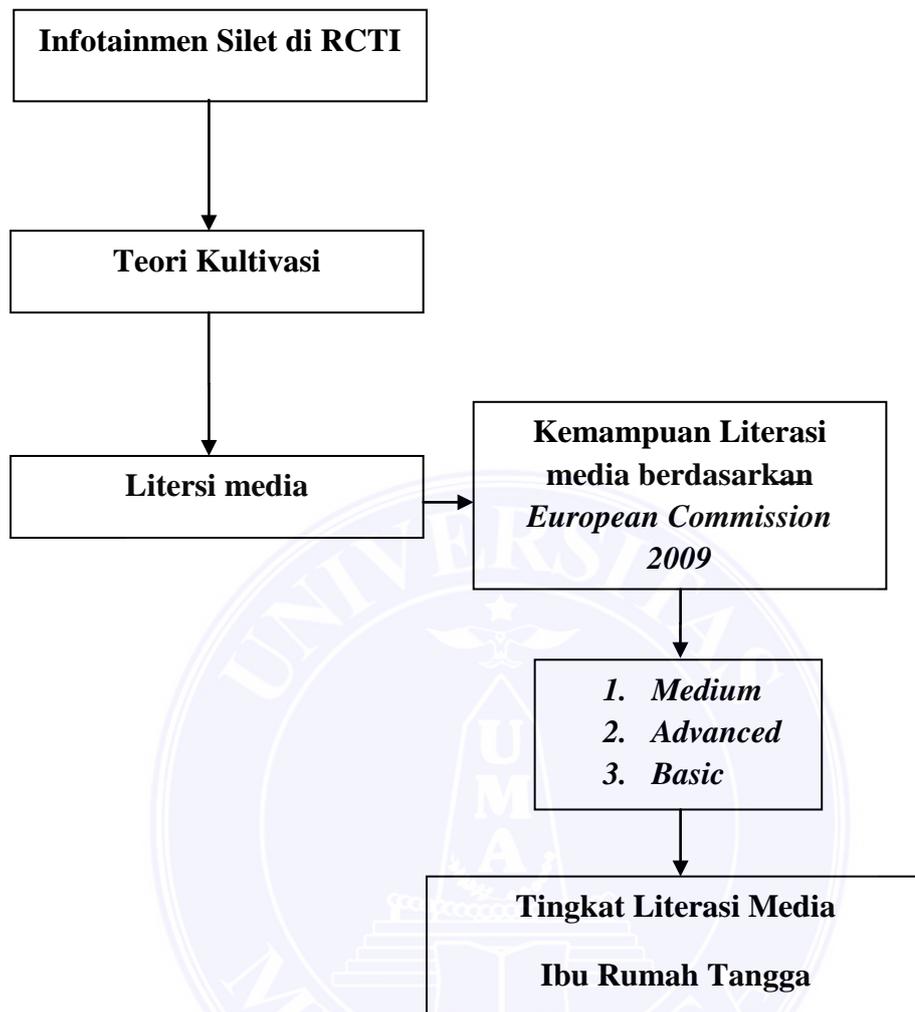
### 2.6.1 Pengukuran Tingkat Kemampuan Literasi Media

Kemampuan *Media Literacy* seseorang dapat di kelompokkan menjadi tiga tingkatan dan dijelaskan tabel berikut ini :

Level	Deskripsi Kemampuan
<b>Basic</b>	Individu memiliki seperangkat kemampuan yang memungkinkan penggunaan dasar media. Pengguna mengetahui fungsi dasar, dan digunakan untuk tujuan-tujuan tertentu tanpa arah yang jelas. Kapasitas pengguna untuk berpikir secara kritis dalam menganalisis informasi yang diterima masih terbatas. Kemampuan komunikasi melalui media juga terbatas.
<b>Medium</b>	Individu sudah fasih dalam penggunaan media, pengguna mengetahui bagaimana untuk mendapatkan dan menilai informasi yang dia butuhkan, serta menggunakan strategi pencarian informasi tertentu.
<b>Advanced</b>	Individu pada tingkatan ini sangat aktif dalam penggunaan media, menjadi sadar dan tertarik dalam berbagai regulasi yang mempengaruhi penggunaannya. Pengguna memiliki pengetahuan yang mendalam tentang teknik dan bahasa serta dapat menganalisis kemudian mengubah kondisi yang mempengaruhinya. Dapat melakukan hubungan komunikasi dan penciptaan pesan. Dibidang sosial, pengguna mampu mengaktifkan kerjasama kelompok yang memungkinkan dia untuk memecahkan masalah.

Tabel 2.1 Sumber : *European Commission. 2009*

## 2.7 Karangka pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

*Infotainment* merupakan berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (selebritis) dan sebagian besar dari mereka bekerja pada industri hiburan seperti pemain film/sinetron, penyanyi, dan sebagainya. Melalui media massa televisi *infotainment* menyajikan informasi yang sebagian besar penikmatnya adalah Ibu rumah tangga, hal ini didukung jam tayangnya pagi hari atau menjelang siang hari.

Dalam penelitian ini yang berfungsi sebagai penyampai pesan melalui media televisi yaitu tayangan *Infotainment Silet di RCTI* sehingga menimbulkan

pengaruh terhadap tingkah laku, sikap dan nilai khalayak yang telah dijelaskan dalam teori kultivasi oleh sebab itu dapat dilihat Literasi media bagi para Ibu rumah tangga di perwiran Raudhatul Hasanah Desa Tanjung Morawa A Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang yang diukur melalui tingkat literasi media, dalam hal ini untuk mengukur tingkat literasi media ibu rumah tangga berdasarkan berdasarkan *European Commission 2009*.

## 2.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau dugaan yang dianggap benar, tetapi masih perlu dibuktikan.

Kartini Kartono mengatakan tentang hipotesis itu adalah “Hipotesis masih berisikan jawaban bersifat sementara dari suatu kegiatan penelitian, kebenarannya harus di utarakan dari suatu kegiatan melalui riset hipotesis itu akan diterima jika faktanya benar”

Menurut (Sugiono,2007 : 69), “Hipotesis adalah suatu jawaban, dugaan yang dianggap besar kemungkinan untuk menjadi jawaban yang benar”.

Adapun hipotesis yang diberikan atas permasalahan yang di ajukan adalah:

- Ho : Tidak ada pengaruh Tayangan *Infotainment Silet* Di RCTI terhadap Tingkat Literasi media Ibu rumah tangga.
- Ha : Ada pengaruh Tayangan *Infotainment Silet* Di RCTI terhadap Tingkat Literasi media Ibu rumah tangga