

# Literasi Media di Konten *Youtube* Remotivi

Gaharu Bagus Tyandi, Tia Muthia Umar  
 Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi  
 Universitas Islam Bandung  
 Bandung, Indonesia  
 panjilifianto@gmail.com

**Abstract**— Remotivi is a media study and monitoring institute. Remotivi manages media that contains studies on media and communication, to foster media literacy among the public. The concept of media literacy is a continuation of the concept of literacy, or literacy. Literacy is always fun with the main prayer, namely reading and writing. Furthermore, literacy is also important to know about other things, namely understanding what is read and written and how it is communicated to other parties. The purpose of this study is to find out how media literacy is on Remotivi's youtube content. In this case, the researcher uses a qualitative method with a constructivism paradigm and a case study approach. The results of the study show that Remotivi is an independent institution that aims to provide knowledge related to media development so that the community can balance it. As for YouTube, Remotivi's media is used to publish books, this is done because Indonesians find it easier to understand audio-visual content.

**Keywords**— *Remotivi, Literacy Media, Youtube.*

**Abstrak**— Remotivi merupakan sebuah lembaga studi dan pemantau media. Remotivi mengelola media yang berisikan kajian atas media dan komunikasi, tujuannya untuk menumbuhkan literasi media di tengah publik. Konsep literasi media merupakan lanjutan dari konsep literasi, atau melek huruf. Literasi selalu berkaitan dengan dua kecakapan utama, yaitu membaca dan menulis. Lebih jauh, literasi juga berkaitan dengan dua kecakapan yang lain, yaitu pemahaman kritis tentang apa yang dibaca dan ditulis dan bagaimana mengkomunikasikannya kepada pihak lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana literasi media pada konten youtube Remotivi. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan pendekatan Studi Kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Remotivi merupakan sebuah lembaga independen yang memiliki tujuan untuk memberikan pengetahuan terkait dengan perkembangan media agar masyarakat dapat menyeimbangkannya. Adapun youtube menjadi sarana media Remotivi dalam melakukan penerbitan karyanya, hal tersebut dilakukan dikarenakan masyarakat Indonesia lebih mudah memahami konten yang beraudio-visual.

**Kata Kunci**— *Remotivi, Media Literasi, Youtube.*

## I. PENDAHULUAN

Media pada dasarnya memberikan sesuatu yang bermanfaat untuk menyampaikan informasi, ada media cetak, online, masing masing mempunyai ciri khas dalam

menyampaikan informasi, dan pada saat ini, media banyak dipegang oleh korporasi untuk urusan pribadi dan ekonomi, dan tidak berpihak pada masyarakat.

Media telah tersebar pada aplikasi di sosial media maupun platform lainnya, dalam menyebarkan informasi dengan mudah disampaikan kepada khalayak. Menurut Baran (2010), media berpengaruh terhadap budaya khalayak dengan ragam cara. Maka tidak heran jika kehidupan masyarakat kita saat ini tidak bisa terpisahkan oleh kehadiran teknologi media komunikasi. Dengan adanya fenomena seperti itu, maka sangat diperlukan pengetahuan setiap orang dalam menggunakan media, hal tersebut agar setiap orang dapat menyaring di tengah banjirnya informasi.

Oleh karena itu penting dengan adanya gerakan literasi media untuk mendidik, melindungi, atau memproteksi khalayak (audience) dari pengaruh negatif dari media, khususnya anak dan remaja ditegaskan oleh Rene Hobbs (1998) dalam artikelnya yang berjudul *Seven Great Debates in the Media Literacy Movements*. Hobbs menyatakan salah satu isu penting dalam gerakan literasi media adalah "...should media literacy education aim to protect children and young people from negative media influences". Meskipun ungkapan pernyataan ini bernada kritik, namun dalam artikelnya Ia bertujuan mengingatkan pada pendidik literasi media untuk tidak hanya berfokus pada pengaruh media, namun agar dapat mengkolaborasi dengan berbagai macam isu dan kemampuan lainnya, seperti partisipasi publik dalam politik demokrasi dan gender (Hobbs, 1998).

Konsep literasi ini dalam studi pembangunan merupakan sesuatu yang penting karena berkaitan dengan indikator kemajuan sebuah masyarakat. Tingkat kemajuan sebuah masyarakat antara lain ditunjukkan dengan tingkat literasi, membaca dan menulis. Menumbuhkan kesadaran untuk bisa melakukan dialog kritis dapat membantu remaja untuk lebih memahami makna dari pengalaman bermediana (Kusuma R, 2010).

Perkembangan literasi media di Indonesia lebih banyak dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat (LSM) pada tahun 2012, melalui dukungan TIFA Foundation, beberapa lembaga NGO menjalankan program literasi media dan media. Diantaranya, Remotivi Jakarta, Center for Lead Yogyakarta, Masyarakat Peduli Media (MPM) Yogyakarta, Lespi Semarang, KIPPAS Medan, Jurnal Celebes Makasar, Forum Masyarakat Peduli Media Surabaya, Forum Pesantren Pemerhati Media di Jawa

Timur (Poerwaningtias, 2013), dan Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA).

Remotivi sebuah lembaga studi dan pemantauan media yang cakupan kerjanya meliputi penelitian, advokasi, dan penerbitan. Dibentuk di Jakarta pada tahun 2010, Remotivi merupakan bentuk inisiatif warga yang merespon praktik industri media pasca orde baru yang semakin komersial dan mengabaikan tanggung jawab publiknya.

Dari sekian banyaknya platform dan mempunyai karakternya tersendiri, Remotivi memilih konten yang jarang dibuat oleh akun youtube lainnya, lebih memilih konten mengedukasi, dan jarang dibuat oleh media lain. Dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh viewers dan gambaran mengenai konten tersebut yang membuat khalayak bisa betah memahami apa yang dimaksud dari konten yang diberikan dari Remotivi, dan juga cara penyampaiannya yang terkesan kalem dan santai membuat penonton dapat memahami isi konten tersebut.

Melihat konten yang jarang media angkat tentang kasus tersebut, respon dari khalayak untuk memahami kontennya sangat baik dengan melihat komen pada youtube Remotivi kita bisa menilai apakah konten ini bermanfaat, bagaimana isi konten bisa sama dengan kehidupan nyata sehingga khalayak paham apa yang mereka butuhkan untuk pengetahuan yang baru. Dengan kata-kata yang mudah dipahami sehingga khalayak bisa mengerti dan menilai apa yang mereka katakan dan sampaikan. Remotivi mengajak masyarakat untuk peduli terhadap pendidikan media di Indonesia, khususnya.

Dengan adanya konten yang membahas segala kejanggalan yang ada di dunia permediaan, akan tetapi khalayak masih banyak yang belum mengetahui fungsi dari Remotivi itu sendiri, selain memantau media yang berada dibawah kekuasaan elit, Remotivi hadir untuk mengkritisi segala sesuatu yang janggal di media. Setelah uraian di atas peneliti akan lebih jauh membahas tentang Remotivi dalam literasi media dan melihat bagaimana komitmen dalam membuat konten berbasis literasi media.

## II. METODOLOGI

### A. Literasi Media

Devito (dalam Rahardjo, 2012) mengungkapkan bahwa literasi media adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan memproduksi pesan-pesan komunikasi massa (televisi, musik, film, radio, billboards, periklanan, public relations, surat kabar, majalah, buku, websites, blogs, newgroups, chatrooms, media sosial).

Adapun definisi Media Literasi adalah keterampilan-keterampilan literasi yang diperluas pada seluruh bentuk pesan, termasuk menulis dan membaca, berbicara dan menyimak, menonton secara kritis, dan kemampuan untuk menulis sendiri pesan-pesan dengan menggunakan pelbagai teknologi.

Sedangkan menurut Stanley J. Baran, literasi media dipandang sebagai rangkaian gerakan sadar media.

Tujuannya untuk meningkatkan kontrol dan keterampilan individu terhadap media. Artinya media literasi dijadikan sebagai alat untuk melindungi diri dari terpaan media. Titik perbedaan definisi literasi media dari ketiga pakar komunikasi tersebut adalah jika Silverblatt menekankan melek media sebagai sebuah gerakan khalayak terhadap media. Maka senada dengan Silverblatt, Baran juga melihat literasi media sebagai sebuah gerakan tetapi lebih individu media bukan khalayak pada umumnya. Sedangkan Potter memandang bahwa literasi media sebagai suatu pengetahuan untuk menganalisis media.

### B. Konsep Literasi Media

Saat ini generasi penerus terus dibesarkan oleh media, dikarenakan perkembangannya yang terus menerus melesat dengan cepat. Sekarang di setiap rumah pasti memiliki televisi atau radio, setiap anak yang memegang telepon genggam memiliki video game, bahkan tidak jarang orang-orang pun banyak yang suka membaca seperti komik, novel, atau majalah. Dan yang paling mengesankan dari perkembangan teknologi komunikasi ini adalah dengan diciptakannya internet. Semua hal yang ada di atas itu telah menjadi dalam satu kesatuan secara mudah diakses di internet.

Oleh karena itu, tidak heran apabila kehidupan manusia di dominasi oleh perkembangan media. Mungkin hal tersebut banyak sekali keuntungan yang didapat namun, itu juga dapat menimbulkan sejumlah masalah. Seperti munculnya pola penggunaan media yang sangat tinggi hal tersebut diakibatkan oleh pengguna media yang hanya saja mencari hiburan dan tanpa disadari mereka telah bergantung pada media.

Dengan adanya literasi, setiap pengguna media akan mampu menempatkan, mengevaluasi, menggunakan, dan mengkomunikasikan melalui berbagai sumber daya teks, visual, dan video (Iriantara, 2009). Apabila setiap pengguna media mampu melakukan hal tersebut, maka dalam praktiknya pengguna media dapat menyeleksi jenis dan isi media yang sesuai dengan kebutuhannya, memahami dan mengapresiasi isi pesan yang dibaca, dan dapat mengkritisinya.

### C. Tujuan Media Literasi

1. Proteksionis: Mencegah dampak media pada khalayak.
2. Advokasi: Gerakan sosial bukan hanya untuk meningkatkan kesadaran, tetapi juga untuk mengubah situasi secara politis.
3. Preparasionis: Menyiapkan khalayak agar bisa menjadi konsumen media yang kritis.
4. Partisipatif: Menanamkan kompetensi literasi media agar khalayak dapat memberdayakan diri ketika berhadapan dengan media.

### D. Teori Masyarakat Massa

Masyarakat dan media merupakan kedua hal yang tidak dapat dipisahkan. Ibaratkan dua sisi koin yang

berbeda tetapi satu. Dalam berbagai persepsi yang berbeda-beda akan tetapi makna dari kedua sisi tersebut tetap satu dan sulit untuk dipisahkan, bahkan bisa dikatakan sebagai hal yang mustahil. Ada beberapa dari mereka yang mengatakan dan memahami bahwa masyarakatlah yang membentuk media dan ada juga dari mereka yang beranggapan berbeda bahwa medialah yang mengontrol masyarakat. Kedua pemahaman tersebut memanglah cukup berbeda, akan tetapi maknanya tetap sama yakni masyarakat dan media adalah kedua hal yang berbeda tapi tidak dapat terpisahkan, yang sama halnya seperti dua sisi koin.

pemegang kekuasaan politik dan ekonomi. Teori ini memandang bahwa media memiliki kekuatan yang besar untuk membentuk persepsi kita tentang dunia sosial kita, dan menggerakkan tindakan kita, dan sering kali hal tersebut terjadi tanpa diikuti kesadaran kita. Berikut ini adalah asumsi-asumsi daripada teori masyarakat massa:

1. Media dipandang sebagai sesuatu yang membahayakan, mempunyai kekuatan yang besar dalam masyarakat dan oleh karena itu harus dibersihkan atau dilakukan restrukturisasi total.
2. Media mempunyai kekuatan menjangkau dan mempengaruhi secara langsung terhadap pemikiran rata-rata orang.
3. Ketika pemikiran orang sudah dirusak oleh media, semua bersifat jelek, konsekuensi panjangnya adalah kehancuran kehidupan individu dan juga problem-problem sosial pada skala luas.
4. Rata-rata orang mudah mengecam media karena mereka sudah diputus atau diisolir dari institusi sosial tradisional yang sebelumnya memproteksi mereka dari tindakan manipulasi.
5. Situasi sosial yang chaos yang diucapkan oleh media akan menjadi sesuatu yang tidak terelakkan, karena terjadi perubahan terhadap kuatnya kontrak sosial pada sistem totaliter.
6. Media massa menurunkan nilai bentuk-bentuk budaya tertinggi dan membawa pada kemunduran peradaban secara umum.

#### E. *Youtube*

*Youtube* adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) yang populer di mana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan februari, tahun 2005 oleh 3 orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Umumnya *video-video* di *youtube* adalah *video* klip film, TV, serta *video* buatan para penggunanya sendiri. Salah satu layanan dari *Google* ini, memfasilitasi penggunaannya untuk meng-upload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis.

Dapat dikatakan *youtube* adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya *youtube*

memang bukan dikembangkan oleh *Google*, tapi *Google* mengakuisisinya lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan-layanan *Google* yang lain. *Youtube* kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunaannya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi *youtube* saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna.

#### F. *Industri Media*

Industri media di Indonesia sudah berkembang sejak akhir tahun 1980an. Era reformasi menjadi titik melesatnya perkembangan bisnis medi. Dalam lima belas tahun terakhir ini, pertumbuhan *Indonesia (1979)* media di Indonesia telah didorong oleh kepentingan modal yang mengarah pada oligopoli dan pemusatan kepemilikan.

Pemusatan di industri media terjadi sebagai konsekuensi yang tak terhindarkan dari kepentingan modal yang mendorong perkembangan industri media di Indonesia. Oligopoli media yang terjadi saat ini membahayakan hak warga negara atas informasi karena industri media sudah berorientasi keuntungan dan perusahaan-perusahaan media telah mewakili gambaran bisnis yang menguntungkan yang dapat dibentuk oleh kepentingan pemilik dan dengan demikian, bisnis media menjadi sangat memberi manfaat bagi mereka yang mencari kekuasaan.

Hal ini terutama menjadi kasus pada sejumlah pemilik media yang juga terafiliasi dengan dunia politik. Aburizal Bakrie, Ketua Umum Partai Golkar yang juga pemilik *Viva Group* dan Surya Paloh, pendiri partai politik NasDem yang juga pemilik *Media Group*, adalah dua contoh nyata atas tren ini. Ada persepsi umum yang semakin berkembang bahwa kepentingan pemilik-pemilik media ini telah membahayakan hak warga negara terhadap media, karena mereka menggunakan media sebagai alat kampanye politik untuk mempengaruhi opini publik. Pendek kata, media telah menjadi sebuah mekanisme di mana para pebisnis dan politisi menyampaikan kepentingan mereka dan pada saat yang sama juga mengambil profit dari bisnisnya.

### III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

#### A. *Komitmen Remotivi Dalam Gerakan Media Literasi*

Terbentuknya Remotivi dilatarbelakangi oleh tayangan televisi yang tidak sehat dan dianggap dapat merugikan masyarakat. Hal tersebut mengingat bahwa televisi memiliki kekuatan yang cukup besar dampaknya terhadap penonton/khalayak, karena karakteristik televisi yang mudah dinikmati oleh masyarakat dan tampilannya yang audio-visual sehingga dapat dilihat dan didengar dengan baik. Saat ini televisi telah keluar dari koridor yang seharusnya. Televisi menjadi sebuah alat komersial yang digunakan oleh pemiliknya.

Maka dari sana, Remotivi hadir untuk membenarkan peran media dan menyadari masyarakat untuk berperan

aktif dalam memilih tayangan juga ikut mengkritisinya.

Di sini Remotivi memiliki anggapan atau asumsi yang sama dengan Teori Masyarakat Massa, yang dikemukakan oleh Ginner tahun 1979. Remotivi menganggap bahwa media yang dikontrol oleh elit, maka dapat merusak tatan sosial di masyarakat dikarenakan media memiliki kekuatan yang dapat menggerogoti nilai sosial dan norma. Ilham berpendapat bahwa kekuatan media dapat memengaruhi psikologis manusia dan hal itu justru digunakan oleh para elit untuk mendapatkan keuntungan.

Pada dasarnya, Remotivi memiliki medium yang sama dengan media-media pada umumnya namun, dari cara kerja tentu berbeda pun tujuannya. Di sini, Remotivi menargetkan khalayak sebagai sasaran yang tepat untuk diberikan pengetahuan, untuk diberikan kesadaran atas kebijakan atau perlakuan media kepada penonton. Dalam hal ini Remotivi mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dengan media pada umumnya namun, Remotivi dapat mengemasnya dengan cara yang berbeda.

Dalam kerjanya Remotivi melakukan konsep literasi media seperti menurut Lamb, dalam Iriantara (2009), Remotivi melakukan penelitian, advokasi, dan penerbitan. Hasilnya dapat berupa tulisan layaknya opini atau layaknya berita seperti pada media online, berupa konten pada kanal youtube, dan infografik yang memuat inti informasi dipadukan dengan gambar dan berbagai macam tanda agar dengan mudah dapat dipahami oleh pembaca.



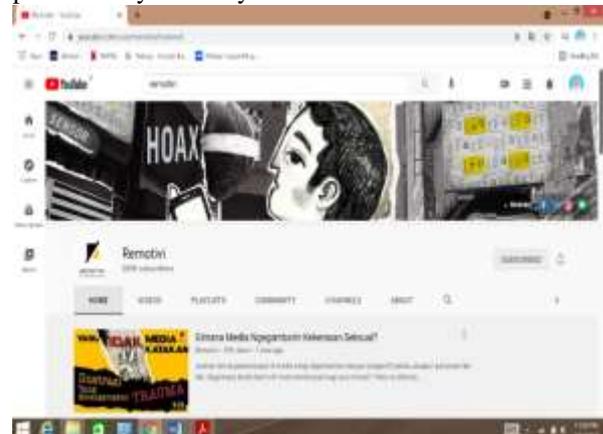
**Gambar 1.** Halaman Awal Web Remotivi; Sumber: Remotivi.or.id

### B. Alasan Remotivi Melakukan Media Literasi di Kanal Youtube

Seiring berjalannya waktu dan melesatnya perkembangan teknologi, Remotivi tidak hanya terfokuskan pada televisi saja namun, Remotivi pun ikut serta dalam mengawal revisi UU Penyiaran, dengan mendirikan Koalisi Nasional Reformasi Penyiaran (KNRP). Selain itu Remotivi pun menjadi lembaga pusat kajian media yang secara umum semua media yang ada di Indonesia, baik itu media cetak, online, maupun konvensional. Hal tersebut dilakukan karena dampak yang

membuat permasalahan di tengah masyarakat yang kian kompleks. Masyarakat harus dibekali banyak pengetahuan dalam menghadapi perkembangan teknologi guna untuk mengimbangnya.

Kanal youtube Remotivi berhasil menarik perhatian khalayak untuk menonton tayangannya. Terhitung Juli 2021, Remotivi memiliki 209.000 subscriber (pelanggan). Berbeda dengan website, kanal youtube lebih banyak diminati untuk dikunjungi oleh khalayak dikarenakan konten yang dibuat jauh lebih mudah dipahami dan mudah diterima oleh khalayak. Konten yang ber-audio-visual ini dilengkapi dengan gambar yang disajikan selaras dengan topik yang sedang dibahasnya. Sehingga pesan yang tersampaikan terdengar dan pula dicontohkan, sesuai dengan karakteristik khalayak. Remotivi melakukan kampanye yang bertujuan untuk membangun sebuah kajian yang advokatif, dengan tetap mengikuti arus isu dan permasalahan sedangkan media menjadi sasaran penelitiannya. Kampanye seperti ini kerap kali dilakukan pada kanal youtubanya.



**Gambar 2.** Halaman Awal Kanal Youtube Remotivi; Sumber: Youtube Remotivi

Selaras dengan tujuan media literasi, peneliti dapat menyatakan bahwa Remotivi telah menjalankan tujuan yang ingin dicapai media literasi. Remotivi melakukan analisis terhadap praktik-praktik media, apabila terdapat kejanggalan atau tidak sesuai dengan penayangan segmentasi yang seharusnya, Remotivi akan melakukan kritik kepada pelaku media lalu membagikannya atau menerbitkannya melalui website atau kanal youtube.

### C. Konten Media Literasi di Kanal Youtube

Dalam konten *video* Remotivi pada kanal youtubanya yang berjudul "Masih Percaya Media?", Remotivi memaparkan bahwa media-media di televisi pada saat Pemilu Pilpres 2014 akan berlangsung mereka telah menonjolkan kekuatan kuasa medianya yang di mana para pemilik media berlomba untuk mendapatkan perhatian masyarakat. Saat itu, frekuensi televisi telah dikuasai oleh para konglomerat pelaku politik yang ingin menjadi perhatian rakyat untuk mendapatkan suara. Dalam hal ini Remotivi melakukan kerjanya untuk memberikan edukasi atau pengetahuan kepada masyarakat untuk lebih berhati-

hati terhadap media.



Gambar 3. Konten *Youtube* Remotivi “Masih Percaya Media?”; Sumber: *Youtube* Remotivi

Menurut Ilham Bachtiar, dalam pengerjaan konten *youtube* tentu tidaklah mudah. Remotivi tetap menggunakan sejumlah metode yang kerap menjadi awal dibuatnya sebuah karya, yang berbeda adalah hasilnya itu dapat berupa tulisan atau *video*. Dalam prosesnya membutuhkan waktu yang sangat lama dikarenakan membutuhkan data dan argumentasi yang kuat, membutuhkan banyak narasumber dan percobaan untuk membuktikan benar atau tidaknya.

Teknisnya, para pegiat melakukan pekerjaan di rumah apabila harus membuat *video* mereka membuatnya masing-masing lalu dikumpulkan setelah itu diedit, barulah menjadi sebuah *video* yang layak untuk ditonton. Meski begitu, pegiat Remotivi tetap menjaga integritasnya hingga sekarang sajian *video* atau tulisan Remotivi tetap *up to date* bahkan jauh lebih aktif dalam mengikuti isu atau permasalahan-permasalahan yang ada saat ini.

Remotivi berusaha untuk melengkapi tanggungjawabnya sebagai lembaga yang independen memperhatikan perkembangan media di masa kini, mengupayakan masyarakat untuk memiliki hak frekuensi yang setara, dan mendapatkan aliran informasi yang berjalan dengan baik. Informasi yang dimaksud adalah informasi yang layak untuk didapatkan oleh masyarakat, mengandung kebaikan dan kebenaran, serta tidak mengandung hoax.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Remotivi yang terbangun sejak tahun 2010 ini berawal dari keresahan sekumpulan orang yang memiliki keresahan terhadap tayangan-tayangan televisi dan penggunaan frekuensi untuk kepentingan sejumlah orang. Remotivi memiliki pandangan yang sama dengan Teori Masyarakat Massa bahwa media memiliki kekuatan yang besar yang dapat membentuk persepsi setiap orang.
2. Mengikuti arus perkembangan zaman, Remotivi tidak lagi terfokus pada penayangan televisi

namun, Remotivi memperluas fokusnya dengan melakukan kajian terhadap setiap media-media yang berkembang di Indonesia. Remotivi ikut serta mengaktifkan media sosial *youtube* untuk menyampaikan advokasi-advokasinya, atau terbitan-terbitannya. Dalam membuat sebuah konten, Remotivi memerlukan riset yang cukup panjang dan pengerjaannya yang tentu memakan waktu yang lama.

3. *Youtube* menjadi sebuah sarana media yang dapat Remotivi gunakan untuk melakukan literasi media kepada masyarakat. Konten-konten yang diproduksi disajikan dengan sangat ringan, disesuaikan dengan segmentasi audiens sehingga pesannya mudah dipahami dan tersampaikan dengan baik.

#### ACKNOWLEDGE

Berisi ucapan terima kasih telah terlaksananya penelitian Anda

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Art Silverblatt dalam Apriadi Tamburaka., 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [2] Croteau, D., & Hoynes, W. 2013. *Media/society: Industries, Images, and Audiences (5th ed.)*. London: Sage Publications.
- [3] Febriana, Poppy. 2017. *Teori Masyarakat Massa*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- [4] Guntarto. 2014. *Perkembangan Program Literasi Media di Indonesia*. [www.indonesia-medialiteracy.net](http://www.indonesia-medialiteracy.net)
- [5] Hobbs, R. 1998. *The Seven Great Debates In The Media Literacy Movement*. *Journal of Communication*, No. 48. Vol.1.
- [6] Iriantara, Yosol. 2009. *Literasi Media: Apa, Mengapa, dan Bagaimana*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [7] Jauharie Thanthowie, Gani Rita. (2021). *Pemaknaan Penonton Mengenai Revolusi Industri 4.0 dalam tayangan Mata Nadjwa Episode #Generasisolusi*. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 1(1), 1-5.
- [8] Stanley J, Baran. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [9] Tamburaka, Apriyadi. 2013. *Literasi Media “Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa”*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.