

## **Konstruksi Literasi Media dalam Website Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi**

<sup>1</sup>Ary Fakhru Arsyad, <sup>2</sup>Tia Muthiah Umar

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Taman sari No. 1 Bandung 40116*email:

Email: <sup>1</sup>aryfakhrularsyad@gmail.com, <sup>2</sup>muthiahumar@yahoo.com

**Abstrak.** Perkembangan literasi media di Indonesia saat ini mulai kembali gencar. Saat literasi media mulai menjadi buah bibir bagi setiap masyarakat yang sudah tidak betah terhadap kondisi media yang tengah kacau. Media untuk saat ini, lebih sering memprioritaskan kepentingan sendiri tanpa memikirkan kebenaran informasi yang disampaikan. Berdasarkan fenomena tersebut, literasi media semakin dibutuhkan masyarakat, dimana peran dari masyarakat perlu memahami pentingnya setiap informasi yang diterima. Masyarakat tidak dapat dikategorikan untuk memahami apa dan bagaimana itu media, sehingga peran Komisi Penyiaran Indonesia sebagai lembaga independen pemerintah yang mengawasi penyiaran di Indonesia dapat memberikan pendidikan media bagi masyarakat melalui websitenya. Beberapa lembaga swadaya masyarakat mulai ikut mengembangkan literasi media, salah satunya adalah Lembaga Remotivi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan konstruksi dari teks Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi menjelaskan peran dari kedua lembaga ini dalam mengembangkan literasi media yang ditinjau dari beberapa unsur penelitian. Peneliti menemukan adanya perbedaan yang menonjol dari hasil temuan dan analisis yang dilakukan. Perbedaan tersebut terlihat dari Komisi Penyiaran Indonesia lebih lambat dalam mengembangkan literasi media. Sementara Lembaga Remotivi begitu intensif mengembangkan literasi media terlihat dari sisi penggunaan tata bahasa dalam teks yang berada di *website* lembaga ini.

**Kata Kunci: Konstruksi, Literasi Media, KPI, Lembaga Remotivi**

*Abstract. When media turn wrong, the discourse of media literacy in Indonesia begin to revisit repeatedly. This situation marked the importance of the Broadcasting Commission of Indonesia's role (known as KPI) as independent agency which oversees the application of ideal broadcasting in Indonesia. To ensure that media can provide education for the public as a whole, NGOs began to join the issue of media literacy, one of which is Remotivi. This research tries to explain construction of the text as offered by Broadcasting Commission of Indonesia and Lembaga Remotivi in order to describe the role of both institutions in developing media literacy concept to practice. Analyzing grammatical text based on Gamson & Modigliani framing's model, researcher has found differences among two institutions in developing media literacy concept and practice. It is found that the Broadcasting Commission of Indonesia seemed more slowly in developing media literacy. Meanwhile, Remotivi as representation of NGO whose concern is focused on advocacy on media issues, looks intensive and aggressive more in developing media literacy as stated in its website.*

**Keywords: Construction, Media Literacy, KPI, Remotivi**

### **A. Pendahuluan**

Saat ini media *online* menjadi alat medium komunikasi yang paling tepat untuk menyebarkan informasi. Perkembangan media *online* yang begitu pesat hingga dapat mengalahkan media-media konvensional lainnya seperti cetak dan elektronik. Informasi yang disampaikan begitu aktual dan efektif, sehingga menjadi acuan bagi setiap para pencari informasi. Media *online* berkembang dengan begitu pesat, karena kebutuhan setiap manusia akan informasi. Informasi yang begitu beragam sehingga media terkadang tidak tepat dalam menyebarluaskan informasi tersebut. Menurut Eriyanto (2002: 2-3) selain beberapa hasil penelitian yang meneliti dampak buruk dari

perkembangan dan pengaruh media, ternyata realitas yang ditampilkan oleh media kepada khalayak sering sekali tidak objektif. Media massa bukan hanya sekedar sarana yang menampilkan sebuah peristiwa secara apa adanya, tetapi juga tergantung kepada kelompok atau siapa pemilik yang mendominasinya, dengan kata lain adanya unsur kepemilikan yang mempengaruhi peristiwa tersebut. (Johanes, 2013: 85)

Banyak fenomena menarik dari setiap informasi yang disebarluaskan oleh media. Persaingan antara media dengan media lainnya, terkadang membuat setiap khalayak tidak mendapatkan informasi yang kurang tepat. Dari sudut mata memandang, beberapa dari media khususnya di Indonesia lebih mementingkan keuntungan sehingga fungsi dari media sebagai alat penyebar informasi yang layak bagi masyarakat tidak dipergunakan dengan baik. Dalam mengomsumsi informasi dari media massa, khalayak seharusnya bukan hanya menerima informasi saja tetapi harus mengerti dan memahami informasi tersebut. Untuk memahami informasi dari media, saat ini literasi media dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang sejalan dengan perkembangan media dan tingkat kebebasan media tersebut.

Literasi media juga bermakna kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pecitraan media (Rahmi, 2013: 268). Selain itu literasi media juga merupakan salah satu upaya pembelajaran bagi media dalam menyebarkan informasi yang transparansi dan bukan hanya mengutamakan kepentingan tersediri dari korporasi media tersebut. Menurut Alan Rubin, literasi media merupakan pemahaman sumber dan teknologi dari komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang diproduksi dan pemilihan, penafsiran, serta dampak dari pesan tersebut (dalam Tamburaka, 2013: 8).

Pengembangan literasi media ditengah masyarakat khususnya di Indonesia lebih banyak dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang peduli atas dampak media bagi masyarakat. Salah satunya adalah Lembaga Remotivi yang bergerak dibidang pendidikan media dan advokasi yang bertujuan mengembangkan tingkat kemelekmediaan masyarakat, menumbuhkan serta mengelola dan merawat sikap kritis masyarakat terhadap televisi, dan mendorong profesionalisme pekerja televisi untuk menghasilkan tayangan yang bermutu, sehat, dan mendidik. Selain lembaga remotivi, ada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Lembaga ini merupakan salah satu institusi yang memberikan jaminan bahwa kepemilikan media massa yang ada di Indonesia tidak terpusat dan dimonopoli oleh segelintir orang atau lembaga saja. KPI bertujuan untuk ketersediaan informasi yang beragam bagi publik baik berdasarkan jenis program maupun isi program.

## B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tertera di atas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sbb. “Bagaimana Konstruksi Literasi Media dalam *Website* Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi dengan pendekatan *Framing* Model William A. Gamson?”. Pada dasarnya dari rumusan masalah tersebut ingin melihat konstruksi literasi media yang dibangun dari KPI dan Lembaga Remotivi yang dianalisis menggunakan *framing* model William A. Gamson. Selanjutnya, pertanyaan penelitian tertera sbb.

1. Bagaimana Konstruksi Literasi Media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi ditinjau dari *Frame Central Idea*?
2. Bagaimana Konstruksi Literasi Media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi ditinjau dari perangkat *Framing Device*?

3. Bagaimana Konstruksi Literasi Media oleh Komisi Penyiaran Indonesia dan Lembaga Remotivi ditinjau dari perangkat *Reasoning Device*?

### C. Kajian Pustaka

Media *online* merupakan salah satu dinamika dari bentuk medium komunikasi saat ini. Pesan yang disampaikan menggunakan media *online* memiliki kelebihan tersendiri dalam penyebarluasan informasi. Media *online* merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fiturnya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita (Santana, 2005:137).

Dalam perkembangan media *online*, literasi media menjadi pendidikan penting dalam perkembangan informasi terutama terhadap informasi yang disebarluaskan melalui media. Paul Messaris (dalam Tamburaka, 2013: 7) menyatakan literasi media merupakan pengetahuan mengenai bagaimana media berfungsi dalam masyarakat. Dalam hal ini literasi media mengajarkan kepada awak media agar dapat memberikan informasi secara transparansi untuk masyarakat. Transparansi yang berarti informasi yang baik dan benar sehingga diterima oleh masyarakat dan menimbulkan dampak yang positif bagi masyarakat khususnya.

KPI memiliki tugas mengatur penyiaran yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, dan Lembaga Penyiaran Komunitas. Dalam hal pengembangan literasi media, lembaga swadaya masyarakat juga ikut mengambil andil, salah satunya Lembaga Remotivi. Lembaga Remotivi memiliki visi dan misi yang tidak jauh berbeda dengan KPI, terutama memfokuskan dalam pengembangan literasi media dan mengajak masyarakat agar melelemedia. Selain mengajak masyarakat untuk melelemedia, Lembaga Remotivi juga mengkritisi media yang kurang beragam dari konten dalam penyebarluaskan informasi.

Menurut Hidayat (dalam Bunging, 2008: 5) kajian tentang konstruksi sosial media yang memperkuat paradigma konstruktivisme dimana realita sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Konstruktivisme menganggap bahwa bahasa mengkonstruksi aspek-aspek spesifik dari semesta dengan caranya sendiri. Dalam hal ini KPI dan Lembaga Remotivi menjadi agen konstruksi yang akan membentuk sebuah realitas. Melalui *website* mereka mencoba untuk membongkar berbagai macam realitas terutama literasi media dan akan menimbulkan persepsi khalayak dalam memahami peristiwa tersebut.

### D. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yang didefinisikan oleh Strauss dan Corbin (dalam Basrowi, 2002: 1) adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara kuantitatif lainnya. Dalam hal ini kualitatif justru akan menghasilkan data deskriptif berdasarkan kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sehingga pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2009: 3) menilai, dalam melakukan penelitian kualitatif individu atau organisasi tidak boleh diisolasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu dilihat sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Analisis *framing* termasuk kedalam pandangan konstruksionis. Artinya setiap berita yang sampai ke pembaca telah dikonstruksikan oleh media massa. (Johanes, 2013: 86). Analisis *framing* membantu penganalisaan tentang konstruksi realitas terutama literasi media oleh KPI dan Lembaga Remotivi. *Framing* seperti dikatakan oleh Todd Gitlin, adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. (Eriyanto, 2002 : 81)

Gamson dan Modigliani (dalam Sobur, 2009: 162-163) menyebutkan, *frame* adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Dalam media massa, *framing* bukan dilakukan oleh seorang individu, melainkan struktur individu di dalam media massa tersebut, termasuk konten-konten informasi yang disebarluaskan. Maka dari itu, peneliti ingin melihat bagaimana literasi media yang dikemas oleh KPI dan Lembaga Remotivi dari penulisan artikel kedua lembaga ini.

## E. Temuan Peneliti

### 1. *Frame Central Idea* atau Ide Sentral

Dari unsur *frame central idea* yang peneliti menemukan berbagai macam gagasan utama yang dibangun dari teks yang terdapat dalam *website* KPI dan Lembaga Remotivi. Melalui unsur ini, teks yang dibangun oleh kedua lembaga ini akan diperkuat dengan adanya perangkat untuk memperjelas teks yaitu dengan adanya perangkat framing (*framing device*) dan perangkat penalaran (*reasoning device*). Melalui kedua perangkat ini kemudian akan terlihat perbedaan konstruksi literasi media yang dibangun oleh kedua lembaga ini melalui teks *website*-nya.

### 2. *Framing Device* atau Perangkat Framing

- *Metaphors*, merupakan perumpamaan atau pengandaian yang terdapat dalam teks. Dalam melalui perangkat ini peneliti menemukan perbedaan dari teks yang terdapat dari *website* KPI dan Lembaga Remotivi. Dari penggunaan kata-kata perumpamaan, Lembaga Remotivi lebih lugas dan tegas dibandingkan dengan KPI. Tertera penggunaan kata-kata “gambang dan banal” di salah satu teks Lembaga Remotivi.
- *Catchphrases*, merupakan frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana, biasanya berupa jargon atau slogan. Melalui perangkat ini, KPI dan Lembaga Remotivi menggunakan jargon-jargon yang menarik terhadap aktifitas media massa saat ini khususnya di Indonesia.
- *Exemplaar*, merupakan pengaitan bingkai dengan contoh. Dari teks yang enam teks yang menjadi sampel penelitian, KPI dan Lembaga Remotivi menggunakan beberapa contoh uraian untuk memperjelas ide sentral dari teks tersebut.
- *Depiction*, merupakan penggambaran yang bersifat konotatif atau makna yang bukan sebenarnya. Penggunaan *depiction* oleh kedua lembaga ini tidak begitu tertera di teks yang disebarluaskan melalui *website*.
- *Visual Images*, penggambaran atau grafik untuk memperjelas ide sentral. KPI dan Lembaga Remotivi menggunakan perangkat ini untuk mendukung ide sentral yang dibangun.
-

### 3. *Framing Reasoning* atau Perangkat Penalaran

- *Roots*, merupakan penganalisaan kausal atau sebab akibat. Dalam hal ini, kedua lembaga menggunakan perangkat ini untuk memperjelas teks sehingga isi dan maksud dari teks tersebut terpapar kejelasannya.
- *Appeals to principle* adalah premis dasar atau klaim-klaim moral. Penggunaan perangkat ini lebih sering digunakan oleh Lembaga Remotivi dibandingkan KPI. Hal ini sebab karena peran dari Lembaga Remotivi sebagai lembaga swasta memiliki peran penting dalam mengembangkan pendidikan media kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara kepada redaktur Lembaga Remotivi, Wisnu Prasetya memaparkan peran dari Lembaga ini ingin mengajak masyarakat untuk dapat memverifikasi informasi yang disebarluaskan oleh media massa.
- *Consequences*, merupakan efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai. Dalam hal ini, kedua lembaga memarkannya melalui teks kedua lembaga tersebut. Untuk memperjelas maksud dan tujuan dari teks yang disebarluaskan.

## F. Diskusi

Informasi yang disebarluaskan, terutama dalam penerapan literasi media oleh KPI dan Lembaga Remotivi akan memberikan perspektif yang berbeda-beda bagi setiap masyarakat. Perspektif tersebut seakan-akan terbentuk atas dasar keadaan realitas sosial. Sehingga secara tidak langsung media yang digunakan oleh kedua lembaga ini telah menimbulkan konstruksi sosial melalui media massa. Hal ini dibuktikan oleh Fitriadi (komisioner bidang kelembagaan), dalam wawancara yang berlangsung di kantor KPID Jawa Barat beliau mengatakan bahwa ada realitas yang berbeda antara perspektif media dan masyarakat. Sehingga secara tidak langsung media membentuk perspektifnya sendiri dan menyebarkan kepada masyarakat. Peran dari media massa yang di antaranya adalah sebagai alat penyebar informasi dan media pendidikan bagi masyarakat telah diterapkan oleh kedua lembaga ini dalam mengembangkan literasi media.

Pendidikan media atau melekmedia dilakukan agar setiap khalayak dapat berpikir kritis untuk mengembangkan penilaian tentang konten media. Dalam hal ini masyarakat harus berperan aktif sehingga memahami informasi yang disebarluaskan oleh media. Komunikator yang berarti adalah awak media dapat melakukan fungsinya dengan keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab terhadap konten yang disebarluaskan. *Website* KPI dan Lembaga Remotivi telah melakukan hal tersebut. Sebagai lembaga yang memiliki peran dalam mengembangkan literasi media, nilai-nilai dari konten setiap informasi yang disebarluaskan telah lakukan atas dasar fungsi dari media massa.

Dalam hal pendidikan media, Santi Indra Astuti salah satu pengamat literasi media yang diwawancarai oleh peneliti menjelaskan bagaimana pendidikan media tersebut dapat direalisasikan. Beliau mengatakan ada beberapa orang yang memiliki peran penting dalam hal ini. Di antaranya adalah para pengambil kebijakan seperti KPI, lembaga penyiaran, dan *opinion leader* yang memiliki akses langsung terhadap masyarakat. Tentu KPI memiliki peran penting dalam mengawasi media dalam menyebarkan informasi yang sesuai dengan fungsi dari media massa. Santi menjelaskan, selain peran dari KPI terdapat juga para pelaku media atau lembaga penyiaran. Beliau mengatakan, media adalah yang seharusnya merasa bersalah dikala kasus-kasus pelanggaran etika atau tidak proposionalnya media dalam menyebarkan

informasi. Serta peran dari *opinion leader* atau dapat dikatakan para tokoh-tokoh masyarakat yang menjadi panutan.

Salah satu narasumber dalam penelitian ini yakni Wisnu Prasetya (Redaktur Lembaga Remotivi), menyatakan lembaga remotivi merupakan lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dalam mengembang literasi media dengan dua cara. Pertama melalui aspek pengetahuan literasi media itu sendiri dan yang kedua mempengaruhi perilaku bagi pencari informasi atau khalayak.

**Tabel 1**  
**Penganalisaian Konstruksi Literasi Media KPI dan Lembaga Remotivi**

<b><i>Framing</i></b> <b>William A. Gamson</b>	<b>Komisi Penyiaran Indonesia</b>	<b>Lembaga Remotivi</b>
<b><i>Methapors</i></b>	KPI menjelaskan mendapatkan tambahan pekerjaan dikala kampanye luar ruangan tidak lagi menjadi tren, akan tetapi kampanye di media massa menjadi pilihan utama untuk bekampanye pemilu. Dalam hal perumpamaan atau pengandaian ini KPI akan lebih giat dalam hal pengawasan bagi media-media yang melakukan kampanye	Penggunaan kata-kata “gamblang dan banal”
<b><i>Catchphrases</i></b>	Apabila informasi yang mendidik tersebut disebarluaskan akan meningkatkan kualitas demokrasi Indonesia. Hal ini menjadi jargon yang dikemukakan oleh KPI	Adanya kalimat “sebuah tanyangan yang khas masyarakat pasca-kolonial”
<b><i>Exemplaar</i></b>	Pembingkain KPI yakni lembaga penyiaran Indonesia menyebarkan informasi yang mendidik lebih ditekankan kepada cara mengatasi lembaga penyiaran yang melanggar	Penggunaan frekuensi publik telah diatur dalam pasal 13 ayat 2 yang menjelaskan tentang program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan public
<b><i>Depiction</i></b>	Dari bingkai KPI yang menjelaskan lembaga penyiaran sebagai alat penyebar informasi yang mendidik memaparkan bahwa akan adanya potensi konflik yang terjadi secara tidak langsung	Adanya kalimat “televisi adalah tempat cara pandang penjajah dan terjajah bertempur” yang menjadi maksud dari makna bukan yang sebenarnya
<b><i>Visual Images</i></b>		
<b><i>Roots</i></b>	Menjelaskan masyarakat memberikan kritik terhadap lembaga penyiaran yang disinyalir kerap berpihak kepada satu kelompok atau golongan politik	Dalam teks tersebut menjelaskan tayangan Gaul Bareng Bule (GBB) merupakan sikap kekaguman terhadap bule dan

	tertentu dalam penyebaran informasi pemilu	peninggalan sifat masyarakat pasca-kolonial.
<i>Appeals to principle</i>	Media seharusnya menjadi “sarana pendidikan politik” bagi masyarakat	Klaim moral yang dipaparkan dalam teks ini menjelaskan bahwa sepasang selebritis melakukan tayangan pernikahan selama 14 jam nonstop.
<i>Consequences</i>	Tindakan yang dilakukan oleh KPI lebih bersifat adil bagi semua lembaga penyiaran	Kurangnya realitas sosial dalam tayangan khazanah. Lembaga Remotivi menjelaskan bagaimana program khazanah telah melupakan praktek sosial dalam masyarakat yang berarti realitas dapat diidentifikasi menggunakan ilmu pengetahuan.

### G. Kesimpulan

- 1) Ditinjau dari segi *frame central idea*, KPI kurang tepat dalam membangun sebuah gagasan yang menjadi tujuan dan maksud dari teks yang disebarluaskan. Hal ini terlihat perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan Lembaga Remotivi dalam memusatkan gagasan utama untuk mengembangkan literasi media dari segi maksud dan tujuan dari teks tersebut.
- 2) Ditinjau dari perangkat *framing* atau *framing device*, KPI kurang aktual hal ini tertera jika dianalisis menggunakan perangkat-perangkat *framing device* seperti perumpamaan, penggunaan kata-kata yang kontras, serta penggambaran yang bersifat konotatif. Dibandingkan dengan Lembaga Remotivi lebih berani menggunakan kata maupun kalimat yang lebih menggambarkan maksud dan tujuan dari ide setral yang dibangun oleh teks dari *website* lembaga ini.
- 3) Ditinjau dari perangkat penalaran atau *reasoning device*, KPI dapat menjelaskan maksud dan tujuan dari teks yang disebarluaskan. Karena dalam hal ini, berdasarkan data yang didapatkan KPI bisa menjelaskan maksud tujuan dari ide sentral yang dimana literasi media dikembangkan melalui perangkat ini, sedangkan Lembaga Remotivi tidak jauh berbeda dengan KPI yang berarti lembaga ini dapat menjelaskan tujuan lembaga ini dalam mendidik masyarakat dari segi literasi media.

### Daftar Pustaka

- Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendikia.
- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LkiS Printing Cemerlang.
- Johanes R.S., Leonarda. “Analisis Framing Pemberitaan Konflik Partai Nasional Demokrat (NASDEM) di Harian Media Indonesia dan Koran Sindo”. Dalam Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya. Volume 1, Nomor 2, Tahun 2013. (hal 85-86)

- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahmi, Amelia. “*Pengenalan Literasi Media Pada Anak Usia Sekolah Dasar*”. Dalam Sawwa. Volume 8, Nomor 2, April 2013. (hal 268)
- Santana, Septiawan K. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.