



PROPOSAL PENELITIAN

**Pengukuran Tingkat Literasi Media Berbasis Individual Competence
Framework: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Paramadina**

Oleh:

Lutviah

Direktorat Quality Assurance, Research and Knowledge Management

Universitas Paramadina

Jakarta, 2011

Daftar Isi

Daftar Isi.....	i
Daftar Bagan.....	ii
Abstrak	iii
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
Bab 2 Perumusan Masalah	5
2.1 Rumusan Masalah	5
2.2 Tujuan	5
2.3 Ruang Lingkup	5
2.4 Manfaat Penelitian	6
Bab 3 Tinjauan Pustaka.....	7
3.1 Landasan Teori	7
3.1. 1 Literasi Media	7
3.1.2 Framework.....	8
3.1.3 Pengukuran Tingkat Kemampuan Literasi Media	12
3.1.4 Instrumen Penelitian	16
3.1.5 Penelitian yang Berkaitan.....	24
Bab 4 Metode Penelitian.....	26
4.1 Metode Penelitian	26
4.2 Sampling.....	26
Daftar Pustaka.....	28
Lampiran	30
1. Jadwal Kegiatan	30
2. Rancangan Biaya.....	31
3. Riwayat Hidup Peneliti.....	32

Daftar Bagan

Bagan 1: Komponen Individual Competence (European Commission, 2009).....	9
Bagan 2: Kriteria Kemampuan Literasi Media (European Commission, 2009)	11
Bagan 3: Bobot Penilaian Komponen Literasi Media (European Commission, 2009)	13
Bagan 4: General Assessment Individual Skills (European Commission, 2009) .	13
Bagan 5: Technical Skills Assessment (European Commission, 2009).....	14
Bagan 6: Critical Understanding Assessment (European Commission, 2009).....	14
Bagan 7: Communicative Abilities Assessment (European Commission, 2009)..	15
Bagan 8: Tingkat Kemampuan Literasi Media (European Commission, 2009)....	16
Bagan 9: Technical Skills Indicators (European Commission, 2009)	17
Bagan 10: Critical Understanding Indicators (European Commission, 2009).....	23
Bagan 11: Communicative Abilities Indicators (European Commission, 2009)...	24
Bagan 12: Tingkat Literasi Media Masyarakat di Negara-Negara Uni Eropa (European Commission, 2009)	25
Bagan 13: Jadwal Kegiatan.....	30
Bagan 14: Rancangan Biaya.....	31

Abstrak

Saat ini media massa mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik dari sisi teknologi maupun informasi. Peningkatan media tersebut memberikan pengaruh yang besar terhadap konsumen media, tidak hanya pengaruh positif namun juga pengaruh negatif. Mahasiswa sebagai akademisi perlu dipersiapkan dengan kemampuan literasi media agar mampu menggunakan media dengan cerdas dan efektif. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kemampuan literasi media mahasiswa Universitas Paramadina, sehingga dapat digunakan sebagai landasan dalam membuat program pendidikan literasi media.

Bab 1 Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Saat ini Indonesia telah memasuki *media saturated era*, yaitu era dimana media massa mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik dari sisi teknologi media maupun konten medianya itu sendiri. Media massa disini mencakup berbagai macam jenis media, baik televisi, radio, surat kabar, majalah, buku, rekaman, film, dan internet. *Media saturated era* ini kemudian menuntut para mahasiswa untuk lebih cerdas dalam menggunakan media. Mahasiswa tidak hanya dituntut untuk mampu mengoperasikan media, namun juga kritis terhadap konten-konten yang ada didalamnya.

Di Indonesia saat ini terdapat 12 stasiun televisi nasional dan 129 stasiun televisi lokal (Asianwaves.Net, 2011), 1800 stasiun radio (Yulianti, 2010), 40 surat kabar nasional (Lintasberita.Com, 2010) serta lebih dari 1 triliun situs internet yang dapat diakses dengan mudah (Ningrum, 2008). Banyaknya jumlah media massa yang diikuti dengan peningkatan informasi ini tentunya perlu diwaspadai. Karena bagaimanapun, tidak semua informasi yang ada dalam media massa benar dan bermanfaat.

Pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa sangat banyak dan bentuknya beragam. Selain itu, perlu diketahui bahwa media massa sesungguhnya lebih dari sekedar merefleksikan realitas melainkan merepresentasikan realitas (Iriantara, 2009). Beberapa asumsi Varis (Varis, 2000) tentang media massa antara lain:

- a. Semua media mengonstruksi realitas, namun hasil konstruksi itu tentu saja tidak sama dengan *real*
- b. Bahasa yang digunakan media khas untuk setiap bentuk komunikasi
- c. Khalayak menegosiasikan makna
- d. Media mengandung bias nilai dan komersial

Studi yang dilakukan Sen dan Hill dalam (Iriantara, 2009) menunjukkan bagaimana media massa di Indonesia bukan menjalankan peran merefleksikan

realitas, melainkan merepresentasikan realitas. Karena tidak merefleksikan realitas, media di Indonesia dengan mudah menjadi alat kepentingan kekuasaan untuk merumuskan tentang realitas politik, kultural, dan sosial Indonesia seperti yang dipikirkan pihak yang berkuasa dan bukan seperti yang dialami rakyat banyak.

Konsekuensi dari perkembangan tersebut adalah media massa mendorong khalayaknya untuk menikmati dirinya sendiri dan membeli produk, sehingga media massa menyajikan apa yang laku atau populer di masyarakat tanpa memperdulikan apakah hal tersebut melecehkan logika, mengacak-ngacak budaya, menumpulkan hati nurani, atau mengabaikan kepentingan publik (Subiakto, 2005).

Temuan KPI tentang siaran televisi menyebutkan bahwa bahwa tayangan kekerasan di televisi berjumlah 95.8% kekerasan fisik, 1.4% kekerasan verbal, serta 2.8% kekerasan fisik dan verbal (Iriantara, 2009). Temuan ini menjadi sangat mengkhawatirkan karena televisi adalah media massa yang sangat banyak diakses (Sumaryati, 2011) sehingga dikhawatirkan akan memberikan dampak-dampak negatif.

Tidak hanya media konvensional, saat ini mahasiswa juga dihadapkan dengan industri internet yang makin berkembang. Teknologi internet inilah yang makin memperbesar dan mempermudah arus informasi, sehingga kini setiap orang dapat mengakses informasi apapun dan saling terhubung tanpa terhalang oleh kendala jarak dan waktu.

Penelitian yang dilakukan di Universitas Paramadina menyebutkan bahwa sebanyak 39.1% mahasiswa Universitas Paramadina mengakses internet lebih lama dari 3 jam (Lutviah, 2010). Namun belum diketahui situs-situs apa saja yang paling banyak diakses oleh mahasiswa Universitas Paramadina.

Sementara itu, pola penggunaan internet di Indonesia bisa digambarkan dengan melihat daftar situs yang paling banyak diakses pada *web information provider* seperti Alexa.Com. Data dari Alexa.Com menyebutkan bahwa saat ini situs yang paling banyak diakses di Indonesia adalah Facebook.Com kemudian disusul oleh Google.Co.Id diperingkat kedua. Sedangkan situs berita online seperti Detik.Com

menempati peringkat kesembilan (Alexa.Com, 2011). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengguna internet di Indonesia saat ini didominasi oleh kegiatan di media jejaring sosial dibandingkan dengan kegiatan di situs-situs lainnya.

Data diatas didukung dengan penelitian yang dilakukan di Universitas Paramadina bahwa sebanyak 52.9% mahasiswa menggunakan Facebook sebagai situs jejaring sosial utama dengan frekuensi pemakaian yang bervariasi, mulai dari kurang dari 10 menit hingga lebih dari 3 jam perhari. Selain itu, sebanyak 58% mahasiswa Universitas Paramadina paling banyak mengakses Facebook di kampus daripada di tempat-tempat lain. Penggunaan Facebook ini paling banyak didorong oleh faktor afektif dan integrasi sosial dibandingkan dengan faktor kognitif. (Lutviah, 2010). Fakta ini kemudian memunculkan dugaan dan kekhawatiran bahwa mungkin saja banyak mahasiswa Universitas Paramadina yang tidak memanfaatkan Facebook dengan efektif dan mengaksesnya pada waktu perkuliahan berlangsung.

Pornografi juga merupakan masalah yang perlu diwaspadai di era digital saat ini. Dilansir dari Tribunnews.Com (Tribunnews.Com, 2010), Indonesia merupakan negara terbesar ke-4 sebagai pengakses kata "sex" atau "porn" dalam mesin pencari google. Peri Umar Farouk, ketua gerakan "Jangan Bugil Depan Kamera", menunjukkan data bahwa sejak Mei 2007 terdapat 500 jenis video porno asli Indonesia dan pada tahun 2010 berkembang menjadi 800 jenis video porno. Dimana 90 persen dari video tersebut pemerannya adalah pelajar dan mahasiswa, sementara sisanya adalah oknum PNS, pejabat, petinggi partai, penegak hukum dan kepala daerah.

Perkembangan media massa ini mengakibatkan konten media semakin banyak sehingga sensor atau kontrol negara terhadap isi media semakin sulit dilakukan (Buckingham, 2001). Oleh karena itu, konsumen media massa memerlukan alternatif lain agar dapat terlindungi dari efek-efek negatif media massa.

Konsep selain *Media Watch* yang kemudian diperkenalkan untuk menghadapi tantangan media massa tersebut adalah konsep literasi media. Berdasarkan *National Leadership Conference on Media Education*, literasi media adalah

kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuk (Hobbs, 1999).

Literasi media merupakan upaya pembelajaran bagi khalayak media sehingga menjadi khalayak yang berdaya hidup di tengah dunia yang disebut dunia sesak-media (*media-saturated*) (Iriantara, 2009). Selain itu, literasi media juga diperlukan untuk mempersiapkan warga masyarakat bersentuhan atau diterpa (*exposure*) media massa (Buckingham, 2001)

Berdasarkan hal tersebut, dapat kita lihat bahwa sebenarnya saat ini kondisi masyarakat cukup mengkhawatirkan. Oleh karena itu, kemampuan literasi media menjadi sangat penting untuk menyiapkan dan melindungi masyarakat dari dampak-dampak negatif media massa. Selain itu, literasi media juga penting untuk peningkatan kualitas media (Subiakto, 2005), merubah cara pandang masyarakat terhadap media massa (Iriantara, 2009), pengembangan demokratisasi dan partisipasi (Kellner, 2003), melindungi anak-anak dan dewasa dari efek buruk komunikasi massa moden (Curry, 1999), dan memperbaiki ketimpangan besar antara negara-negara industri yang mengontrol pembuatan dan penyebaran produk-produk komunikasi dengan negara-negara lain (Hobbs, 1999).

Dengan demikian, literasi media menjadi pengetahuan wajib yang harus dikuasai oleh mahasiswa Universitas Paramadina agar mereka siap dalam menghadapi tantangan-tantangan di era sesak-media ini. Mahasiswa Universitas Paramadina harus mampu menjadi manusia literat yang menguasai kompetensi-kompetensi literasi media yang mencakup kemampuan menggunakan, menganalisa, mengevaluasi, dan memproduksi informasi di media. Jika kompetensi-kompetensi tersebut tidak terpenuhi, maka mahasiswa Universitas Paramadina dikhawatirkan akan terpengaruh efek negatif media serta tidak mampu bersaing di era globalisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan literasi media mahasiswa Universitas Paramadina, sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan dalam merancang program-program pendidikan literasi media di Universitas Paramadina.

Bab 2 Perumusan Masalah

2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Tingkat kemampuan literasi media mahasiswa Universitas Paramadina dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya saat ini belum terukur secara komprehensif” sehingga diperlukan penelitian untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Sedangkan pertanyaan penelitian (*research question*) dari penelitian ini adalah: Bagaimana *Individual Competence Framework* dapat mengukur atau dapat memetakan kemampuan literasi media mahasiswa Universitas Paramadina.

2.2 Tujuan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kemampuan literasi media mahasiswa Universitas Paramadina. Lebih spesifik ingin mengetahui:

1. Tingkat kemampuan literasi media mahasiswa tiap program studi di Universitas Paramadina.
2. Tingkat kemampuan literasi media mahasiswa Paramadina secara keseluruhan.

2.3 Ruang Lingkup

Penelitian ini mengukur tingkat kemampuan literasi media mahasiswa Universitas Paramadina berdasarkan indikator-indikator yang ada dalam *Individual Competences Framework*. Tiap faktor tersebut disusun dalam bentuk kuesioner untuk kemudian diisi oleh responden untuk dianalisis.

Responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Paramadina dari 8 program studi, yaitu Ilmu Komunikasi,

Psikologi, Manajemen, Hubungan Internasional, Falsafah dan Agama, Teknik Informatika, Desain Komunikasi Visual, dan Desain Produk.

2.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan literasi media di Universitas Paramadina.
2. Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan teori yang berkaitan dengan pengukuran kemampuan literasi media berbasis *Individual Competences Framework*.
3. Manfaat kebijakan penelitian ini diharapkan Universitas Paramadina dapat mengembangkan kurikulum literasi media sesuai dengan tingkat kemampuan mahasiswa pada jurusannya masing-masing.
4. Sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya khususnya yang terkait dengan penelitian tentang literasi media.

Bab 3 Tinjauan Pustaka

3.1 Landasan Teori

3.1.1 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

Sementara itu, deskripsi literasi media menurut European Commission dalam (European Commission, 2009) adalah:

“Media literacy may be defined as the ability to access, analyse and evaluate the power of images, sounds and messages which we are now being 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.

“The aim of media literacy is to increase awareness of the many forms of media messages encountered in everyday life. It should help citizens to recognise how the media filter their perceptions and beliefs, shape popular culture and influence personal choices. It should empower them with the critical thinking and creative problem-solving skills to make them judicious consumers and producers of content. Media literacy is part of the basic entitlement of every citizen, in every country in the world, to freedom of expression and the right to information and it is instrumental in building and sustaining democracy.”

3.1.2 Framework

Kemampuan literasi media mahasiswa Universitas Paramadina dapat diukur dengan menggunakan *Individual Competence Framework* dalam Final Report Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels tahun 2009 yang dilaksanakan oleh European Commission. Sebelumnya *framework* tersebut digunakan untuk mengukur tingkat literasi media masyarakat di negara-negara Uni Eropa.

Individual Competence adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media. Diantaranya kemampuan untuk menggunakan, memproduksi, menganalisis, dan mengkomunikasikan pesan melalui media. *Individual competence* ini terbagi kedalam 2 kategori:

1. *Personal Competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan media dan menganalisis konten-konten media.
2. *Social Competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dan membangun relasi sosial lewat media serta mampu memproduksi konten media.

Personal competence terdiri dari dua kriteria:

1. *Technical skills*, yaitu kemampuan teknik dalam menggunakan media. Artinya, seseorang mampu mengoperasikan media dan memahami semua jenis instruksi yang ada didalamnya.

2. *Critical Understanding*, yaitu kemampuan kognitif dalam menggunakan media seperti kemampuan memahami, menganalisis, dan mengevaluasi konten media.

Social competence terdiri dari *Communicative Abilities*, yaitu kemampuan komunikasi dan partisipasi melalui media. *Communicative abilities* ini mencakup kemampuan untuk membangun relasi sosial serta berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat melalui media. Selain itu, *communicative abilities* ini juga mencakup kemampuan dalam membuat dan memproduksi konten media. Dibawah ini tabel yang menjelaskan kriteria-kriteria *individual competence*:

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

Bagan 1: Komponen Individual Competence (European Commission, 2009)

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:

1. Kemampuan menggunakan komputer dan internet (*computer and internet skills*)
2. Kemampuan menggunakan media secara aktif (*balanced and active use of media*)
3. 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:

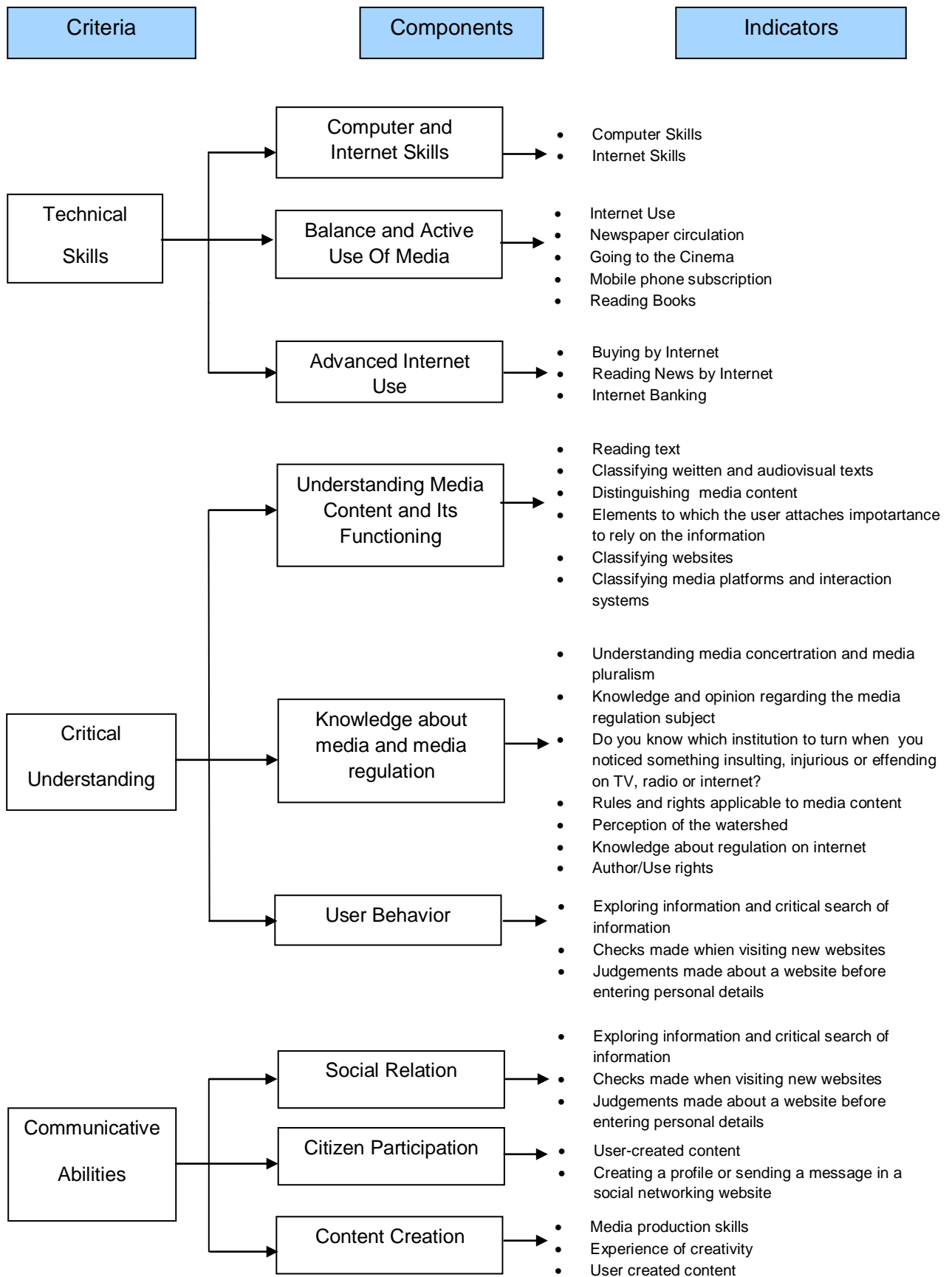
- a. Kemampuan memahami konten dan fungsi media (*understanding media content and its functioning*)
- b. Memiliki pengetahuan tentang media dan regulasi media (*knowledge about media and media regulation*)
- c. Perilaku pengguna dalam menggunakan media (*user behavior*)

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*)

Berikut ini bagan yang menjelaskan kategori serta kriteria dalam mengukur tingkat kemampuan literasi media:



Bagan 2: Kriteria Kemampuan Literasi Media (European Commission, 2009)

3.1.3 Pengukuran Tingkat Kemampuan Literasi Media

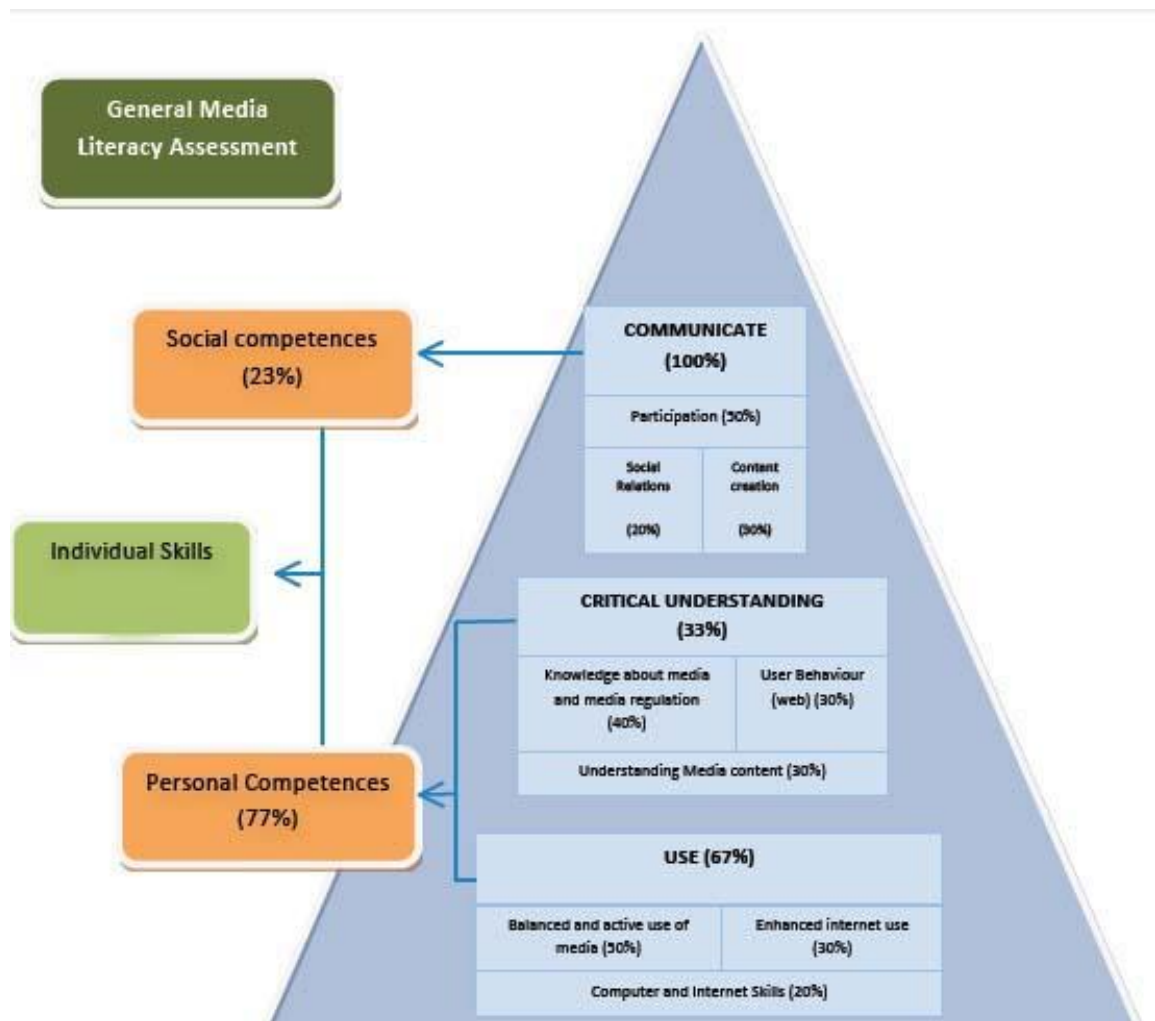
Masing-masing komponen dalam *individual competences* diatas memiliki bobot yang berbeda-beda dalam mengukur kemampuan literasi media. Dalam *individual competence*, bobot *social competences* 23% dan *personal competence* 77%. Bobot untuk masing-masing kriteria dalam *personal competences* terdiri dari *critical understanding* sebanyak 33% dan *technical skills (use)* 67%. Sementara itu dalam *social competences*, bobot *communicative abilities* adalah 100% karena hanya terdiri dari satu kategori.

Bobot kriteria dalam *technical skills (use)* terbagi menjadi tiga kategori, yaitu kemampuan menggunakan komputer dan internet (*computer and internet skills*) 20%, kemampuan menggunakan media secara aktif (*balanced and active use of media*) 50%, dan Kemampuan menggunakan internet yang tinggi (*enhanced internet use*) 30%.

Sama halnya dengan *technical skills*, bobot kriteria *critical understanding* juga terbagi menjadi tiga kategori yang terdiri dari kemampuan memahami konten dan fungsi media (*understanding media content and its functioning*) 30%, memiliki pengetahuan tentang media dan regulasi media (*knowledge about media and media regulation*) 40%, dan perilaku pengguna dalam menggunakan media (*user behavior*) 30%.

Sementara itu, bobot kriteria *communicative ability* juga terbagi menjadi tiga kategori, yaitu kemampuan berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media (*social relations*) 20%, kemampuan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media (*citizen participation*) 50%, dan kemampuan memproduksi dan mengkreasikan konten media (*content creation*) 30%.

Dengan adanya pembobotan nilai pada setiap kategori tersebut, maka pengukuran tingkat kemampuan literasi media akan semakin mudah dan terukur. Bobot penilaian kategori-kategori diatas digambarkan dalam bagan dibawah ini:



Bagan 3: Bobot Penilaian Komponen Literasi Media (European Commission, 2009)

Untuk lebih jelas, pembobotan untuk masing-masing komponen diatas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Media Literacy Levels	Weight	Weighted Component
Communicative	100%	23%
Subdimension 1-Social Competence	100%	23%
Critical Understanding	60%	46%
Use	40%	31%
Subdimension 2-Personal Competences	100%	77%
Individual Skills (Sub 1 + Sub 2)	100%	100%

Bagan 4: General Assessment Individual Skills (European Commission, 2009)

Use (Technical Skills)	Weight	Weighted Component
Computer Skills	50%	
Internet Skills	50%	
Computer and Internet Skills	100%	20%
Internet Use	20%	
Newspaper Circulation	25%	
Going to the Cinema	15%	
Reading Books	30%	
Mobile Phone Subscription	10%	
Balanced Media Use	100%	50%
Buying by the Internet	35%	
Reading News by Internet	26%	
Internet Banking	39%	
Advanced Internet Use	100%	30%
Total	100%	100%

Bagan 5: Technical Skills Assessment (European Commission, 2009)

Critical Understanding (Cognitive Competences)	Weight	Weighted Component
Reading Text	15%	
Classifying Text	15%	
Distinguishing Media Content	20%	
Elements Important to User Rely on Information	20%	
Classifying Website	15%	
Classifying Platforms	15%	
Understanding Media Content	100%	15%
Understanding Media Concentration	12%	
Knowledge and Opinion Regarding the Media Regulation Subject	14%	
Knowledge of the Sanctioning Entity	12%	
Knowledge of the Entity to Whom to Report Aggression	12%	
Knowledge of Regulation on Media Content	12%	
Perception of the Watershed	12%	
Knowledge about Internet Regulation	14%	
Author/Use Right	12%	
Knowledge on Media Regulation	100%	50%
Exploring Information	40%	
Checks Made When Visiting New Website	30%	
Judgements Made about a Website Before Entering Personal Details	30%	
User Behavior	100%	35%
Total	100%	100%

Bagan 6: Critical Understanding Assessment (European Commission, 2009)

Communicative Abilities	Weight	Weighted Component
User Created Content	50%	
Profile on Social Network	50%	
Social Relation	100%	20%
Internet for Cooperation	0%	
User Centricity of Online Public Services	50%	
Citizen Participation Activities Ever Done	0%	
E-Government Usage by the Individuals	50%	
Participation	100%	50%
Media Production Skills	0%	
Experience of Creativity	0%	
User Created Content	100%	
Content Creation	100%	30%
Total		100%

Bagan 7: Communicative Abilities Assessment (European Commission, 2009)

Setelah mengetahui bobot tiap komponen penilaian literasi media tersebut, selanjutnya adalah menganalisis hasil perhitungan kuesioner dan memadukannya dengan bobot masing-masing komponen. Hasil perhitungan tersebut selanjutnya akan menentukan tingkat kemampuan literasi media. Dalam hal ini, tingkat kemampuan literasi media dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu *basic*, *medium*, dan *advanced*.

1. *Basic*: Kemampuan dalam mengoperasikan media tidak terlalu tinggi, kemampuan dalam menganalisa konten media tidak terlalu baik, dan kemampuan berkomunikasi lewat media terbatas. Nilai untuk tingkat kemampuan *basic* ini adalah dibawah 70.
2. *Medium*: Kemampuan mengoperasikan media cukup tinggi, kemampuan dalam menganalisa dan mengevaluasi konten media cukup bagus, serta aktif dalam memproduksi konten media dan berpartisipasi secara sosial. Nilai untuk tingkat kemampuan *medium* ini dibawah adalah 70-130.
3. *Advanced*: Kemampuan mengoperasikan media sangat tinggi, memiliki pengetahuan yang tinggi sehingga mampu menganalisa konten media secara mendalam, serta mampu berkomunikasi secara aktif melalui media. Nilai untuk tingkat kemampuan *advanced* ini adalah diatas 130.

Tingkat kemampuan literasi media tersebut dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

Level	Description
Basic	The individual has a set of abilities that allows basic use of the media. There is a limited use of media. The user knows its basic function, deciphers its basic codes and uses it for specific ends and to determine the tool. The user's capacity to critically analyse the information received is limited. Its communicative capability through media is also limited.
Medium	The individual is fluent in media use, knowing their functions and able to carry out certain, more complex operations. The use of media is extended. The user knows how to obtain and assess the information he/she requires, as well as evaluating (and improving) the information search strategies.
Advanced	The individual is very active in media use, being aware of and interested in the legal conditions that affect its use. The user has an in-depth knowledge of the techniques and languages and can analyse (and, eventually) transform the conditions affecting his/her communicative relations and the creation of messages. In the social sphere, the user is capable of activating cooperation groups that allow him/her to solve problems.

Bagan 8: Tingkat Kemampuan Literasi Media (European Commission, 2009)

3.1.4 Instrumen Penelitian

Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dibuat berdasarkan indikator-indikator dalam *Individual Competence Framework*. Indikator untuk mengukur *Technical Skills* dijelaskan pada tabel dibawah ini:

COMPONENTS	INDICATORS
1- COMPUTER AND INTERNET SKILLS	1.1. Computer skills Individuals' level of computer skills (percentage of the total number of individuals aged 16 to 74).
	1.2. Internet skills Individuals' level of Internet skills - percentage of individuals who have carried out 1 or 2 of the Internet related activities (Percentage of the total number of individuals aged 16 to 74).
2- BALANCED AND	2.1. Internet use

<p>ACTIVE USE OF MEDIA</p> <p>Feeling comfortable with all existing media from newspapers to virtual communities. Skills, knowledge and understanding that allow consumers to use media effectively. Actively using media, through, inter alia, interactive television, use of Internet search engines or participation in virtual communities.</p>	<p>Individuals regularly using the Internet, by gender and type of connection; all Individuals (percentage of individuals aged 16 to 74).</p> <p>2.2. Newspaper circulation Circulation of top 10 paid-for newspaper daily titles, compared with total population. Paid for dailies: number of titles/adult population (titles per million).</p> <p>2.3. Going to the cinema Percentage of people who went to the cinema last year. How many times in the last twelve months have you been to the cinema?</p> <p>2.4. Reading books Percentage of people who read a book last year. How many times in the last twelve months have you read a book?</p> <p>2.5. Mobile phone subscriptions Mobile phone subscriptions (per 100 inhabitants). This indicator shows the number of subscriptions to public mobile telecommunication systems using cellular technology related to the population.</p>
<p>3- ADVANCED INTERNET USE</p> <p>Using media as the evolution of media technologies and the increasing presence of the Internet as a distribution channel (that allow an ever growing number of Europeans to create and disseminate images, information and content).</p>	<p>3.1. Buying by Internet Individuals having ordered/bought goods or services for private use over the Internet in the last three months.</p> <p>3.2. Reading news by internet Internet use by online activities. Reading, listening or watching the news on the Internet.</p> <p>3.3. Internet Banking In which of the following Internet-related activities have for already carry out? (in a range of activities, we have just selected online banking.</p>

Bagan 9: Technical Skills Indicators (European Commission, 2009)

Sementara itu, indikator untuk mengukur *Critical Understanding Skills* dijelaskan pada tabel dibawah ini:

COMPONENTS	INDICATORS	
<p>1. UNDERSTANDING MEDIA CONTENT AND ITS FUNCTIONING</p>	<p>1.1 Reading texts “An individual's capacity to understand, use and reflect on written texts, in order to achieve one's goals, to develop one's knowledge and potential and to participate in society.” (Source: PISA 2006)</p>	<p>It shows the capacity to understand and summarise texts of different types (including reading graphs and tables). It allows hence presupposing the basic decoding skills of written texts in the mother tongue of each individual.</p>

	<p>1.2 Classifying written and audiovisual texts (Distinguishing content) Use some of the categories below to describe the following texts (introduce different texts):</p> <p>A. All media:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiction (imaginary, unreal) /Realistic (referential) • Opinion (predominance of judgement)/Information (referential) • Descriptive (being) / narrative (action) /Argumentative (persuasive) <p>A. It measures the individual ability to identify and recognise the type of content (texts of all kinds). The question consists of assigning basic textual categories to certain texts, which is crucial not just for its correct comprehension but also for its appropriation by the individual.</p> <p>B. Applied to newspapers:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Editorial • News • Opinion article • Advertising 	<p>A. It consists mainly of the capacity to distinguish among texts predominantly oriented towards description or representation of reality and those which introduce either, judgements, arguments or fictional elements which separate it from reality.</p> <p>B. It measures the capacity to distinguish among the main formats and genres of journalistic communication, which allows to check, apart from the users' skills with this type of discourse, the capacity to distinguish among texts of descriptive, referential character and others with a contentious, value-judgement or persuasive character.</p>
	<p>1.3 Distinguishing media content (all media) Mention at least three characteristics of the information listed below:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Advertising • Consumer information • Product placement • Political communication 	<p>It serves to measure the capacity to distinguish the different types of commercial information. The question is based upon audio or audiovisual texts.</p>
	<p>1.4 When you consider your trust in the information, how much does it matter for you: The publication/ television/ radio/where it is broadcasted; the website' owner/holder, administrator? The author of the information? The information as such (they correspond or not with you already</p>	<p>It measures the capacity of questioning reliability of information and to be aware.</p>

	<p>know)?</p> <p>Answer: Very much / Much / Little / Very little</p>	
	<p>1.5 Classifying websites</p> <p>Apply some of the categories below to the following examples:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Search engines • Newspaper media • Blog • Encyclopaedias • Social networks • Games • Others 	<p>It measures the capacity to identify and recognise different types of content. It will pay special attention to interactive websites.</p>
	<p>1.6 Classifying media platforms and interaction systems</p> <p>Mention at least three characteristics of each kind of media device listed below:</p> <ul style="list-style-type: none"> • I-pod • e-phone • Television (satellite, TDT, cable, adsl) • Radio (digital or not) • Computer (PC) • Game console • PDA <p>Relationship of each kind of platform with the following attributes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allows communication between people. • Allows only diffusion, not interactivity. • Allows registering, processing and operating information. • Others...- Don't Know 	<p>It measures the capacity to distinguish and identify different platforms, their function, content and preferred use/s.</p>
<p>2. KNOWLEDGE ABOUT MEDIA AND MEDIA REGULATION</p>	<p>2.1 Media concentration</p> <p>Some communication media belong to multimedia companies and business groups. Do you know which business groups each of the following media belong to?</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 first national newspapers • 5 TV national channels • 5 national Radio stations • 3/5 telephone companies • Corporations or conglomerates (public and private) 	<p>It measures the level of knowledge about the distribution of property and control over the main media conglomerates of each country. This knowledge is a sine qua non condition for the individual to assign some type of editorial line to each of the indicated media types. The political dimension is also very important in this case.</p>

	<p>Kind of answer: Correct or Incorrect</p> <p>2.2 Knowledge and opinion regarding the media regulation subject</p> <p>Which are the main two financing sources for the programs of some channels like ProTV, Antena 1, Realitatea TV, Prima TV? (list of national channels)</p> <p>First Source /Second Source</p> <ul style="list-style-type: none"> • The tax in public radio and TV services • The sales of their own productions • The government/from state budget • Advertising • Private sponsorship • Others (mention it) <p>Source: "Evaluation of Media Literacy Level in Romania", Media Monitoring Agency, Annexes, June 2008, p. 89.</p>	<p>It measures the extent to which the individual identifies the type of funding of media. Taking into account the type of funding is an element which somehow conditions the function and content of media. This indicator allows us to consider the digression capacity of individuals in this respect.</p>
	<p>2.3 Do you know which institution sanctions possible violations of the law operated by TV stations? (To be adapted to every country.</p> <ul style="list-style-type: none"> • The National Audiovisual Council /National Media Council (depending on the country...) • The Government • The Parliament • The national Television • The TV channels themselves • No one • Other (mention it) • <p>Source: "Evaluation of Media Literacy Level in Romania", Media Monitoring Agency, Annexes, June 2008, p. 91.</p>	<p>It measures the knowledge of citizens about the instances that intervene in the regulation or functioning of the communication media.</p>
	<p>2.4 Do you know the authorized national institution to turn to when you noticed something insulting, injurious or offending on TV, radio or Internet? If the answer is yes, named</p>	<p>It measures the knowledge of citizens about the instances to which the citizen can resort to in case of</p>

	<p>it)? (Depending on the country).</p> <p>2.5 Which of the next rules and rights is applicable to media content addressed to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Children • Adults <p>-Watershed limitation (adults// Children // Both them)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limitation of advertising content - Constriction to injury content - Constriction in relation with privacy and intimacy - Constriction to the violence content - Constriction to sexual content - Constriction advertising on alcoholic beverages and tobacco on TV <p>Kind of answer: Correct or Incorrect</p>	<p>alleged rights violation.</p> <p>It measures the knowledge of citizens about the special limitations and rules that affect children and adults.</p>
	<p>2.6 Perceptions of the watershed Is there a time of day after which programmes on the main TV channels/ radio programmes that are considered unsuitable for children can be shown/ broadcast? What time is this? (Yes - 9pm / Yes - other time / Yes - unsure of time / No / Don't know)</p> <p>Source: Ofcom research, fieldwork carried out by Saville Rossiter-Base in October-December 2007, p. 54</p>	<p>It measures the knowledge of citizens about the special limitations and rules that affect the television emissions addressed to children.</p>
	<p>2.7 Knowledge about regulation on internet</p> <p>Which, if any, of the following content do you think are regulated in terms of what can be shown on the internet? Contents /clips shown on broadcasters' own website Contents /clips on sites like YouTube Content addressed to children Any of these Don't know</p> <p>Kind of answer: Correct or Incorrect</p> <p>Source: Media Literacy Audit, OFCO, May 2008</p>	<p>It measures the level of knowledge about the kind of regulation or code—if any- exist on Internet to guarantee the protection of user, especially minors.</p>

	<p>2.8 Author / Use right</p> <p>Link the type of right with the definition about the use of media content</p> <ul style="list-style-type: none"> - Copyright - Intellectual property rights - Copyleft - Creative Commons - Open source <p>Kind of answer: Correct or Incorrect</p>	<p>It measures the level of knowledge about the modalities of existing authorship and intellectual rights. It reveals the degree of awareness of key issues on the Internet.</p>
<p>3. USER BEHAVIOUR</p>	<p>3.1 Exploring information and critical search of information</p> <p>Question: Usually, or concerning topics important to you, what relationship do you have to information and communication media?</p> <ul style="list-style-type: none"> • I have enough with my usual information media • I use my usual types of media, but try to look for information in other media that • I consider reliable • I look for information from different sources and compare them until I build my own opinion 	<p>It shows the attitude towards information sources. The bigger the search, exploration and contrast, the greater the possibilities for the development of critical capacity.</p>
	<p>3.2 Checks made when visiting new websites</p> <p>Thinking about new websites you visit, which, if any, of these things would you check?</p> <p>Source: Media Literacy Audit (Adults) 2008. Ofcom research, fieldwork carried out by Saville Rossiter-Base in October to December 2007, p.61</p>	<p>It shows the attitude towards information sources. The bigger the search, exploration and contrast, the greater the possibilities for the development of critical capacity.</p>
	<p>3.3 Judgements made about a website before entering personal details</p> <p>Could you tell me whether you would make a judgement about a website before entering these types of details? (credit/ debit card details, home/ mobile number, home/ e-mail address)</p> <p>Base: Adults aged 16+ who use the</p>	<p>It measures the attitude of the individual when facing some of the risks of privacy loss presented by the internet.</p>

	<p>internet at home or elsewhere 1468 in 2005, 1723 in 2007)</p> <p>Source: Ofcom research, fieldwork carried out by Saville Rossiter-Base in October to December 2007</p> <ul style="list-style-type: none"> - Professional signs - Personal instinct - Peer Signs - Would not trust any site - Would not make a judgement 	
--	--	--

Bagan 10: Critical Understanding Indicators (European Commission, 2009)

Indikator untuk mengukur *Communicative Abilities* dijelaskan pada tabel dibawah ini:

COMPONENTS	INDICATORS
1. SOCIAL RELATIONS	<p>Item: Post messages to chat rooms, news grouping and forums. User-created content in the EU as a % of the number of Internet users, 2005.</p> <p>1.2 Networking web page. Creating a profile or sending a message in a social networking website.</p>
2. CITIZEN PARTICIPATION	<p>2.1. Internet for cooperation Ability to propose and foster active collaborative work and cooperation through media Do you use Internet to keep any kind of cooperation for social or cultural activities with a specific citizen group? No/ Yes, barely / Yes, frequently (To be developed).</p> <p>2.2. "User Centricity" on online public services The composite new "User centricity" Indicator is based on four sub-indicators, and piloted in 2007. These explore (personal) data security, administrative burden, channel choice and access, and accessibility standards.</p> <p>2.3. Citizen Participation activities ever done Can you tell me whether you have ever done any of the followings?</p> <p>2.4. E-government usage by the individuals Percentage of individuals aged 16 to 74 who have used the Internet, in the last 3 months, for interaction with public</p>

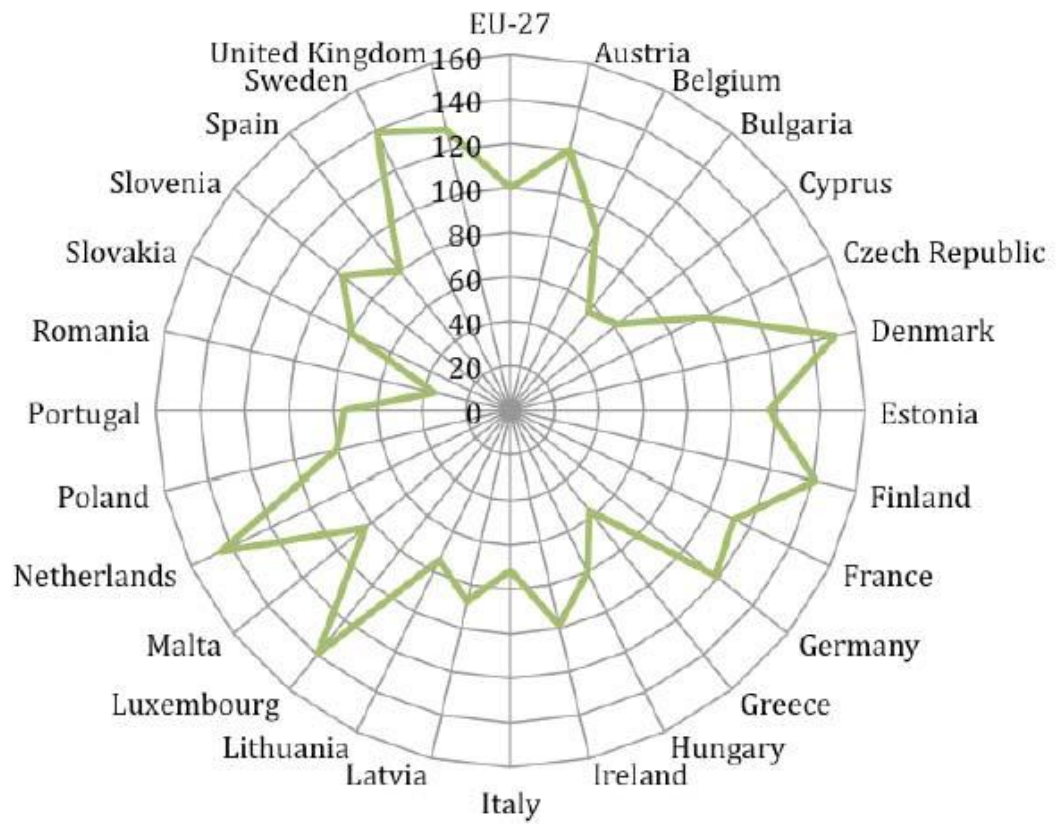
<p>3. CONTENT CREATION</p>	<p>authorities.</p> <p>3.1. Media Production skills Individuals regularly using the media to produce media, by age (To be developed).</p> <p>3.2. Experience of creativity media Question: I'd like to read out a number of things people might do using the types of technologies we've been talking about. For each one, could you please tell me if you've done it, or you'd be interested in doing it, or you're not interested in doing it?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uploading photos to the internet; • Setting up a personal profile on a social networking website; • Contributing comments to someone else's blog; • Setting up a website or blog; • Making a short video and uploading it to the internet; and • Contributing to a wiki. <p>(Source: OFCOM).</p> <p>3.3. User created content (created web pages) Percentage of media that is user generated.</p>
-----------------------------------	---

Bagan 11: Communicative Abilities Indicators (European Commission, 2009)

3.1.5 Penelitian yang Berkaitan

Framework *individual competence* sudah pernah digunakan untuk mengukur kemampuan literasi media masyarakat di 27 negara di Uni Eropa yaitu Luxembourg, Norwegia, Denmark, Islandia, Austria, Belanda, Finlandia, Jerman, Spanyol, Slovenia, Perancis, Hungaria, Swedia, Inggris, Estonia, Belgia, Portugal, Italia, Siprus, Irlandia, Slovakia, Republik Ceko, Malta, Yunani, Latvia, Polandia, Bulgaria, dan Romania (EuropeanCommission, 2009). Hasil penelitian ini didapatkan dari Final Report European Commission tahun 2009 yang berjudul *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*.

Dari hasil pengukuran kemampuan literasi media dengan framework tersebut, European Commission sebagai penyelenggara riset dapat mengetahui tingkat kemampuan literasi media di setiap negara di Uni Eropa. Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa sebanyak 5 negara Eropa tingkat literasi medianya masih pada level *basic*, 7 negara Eropa pada level *advanced*, dan 15 negara Eropa pada level *medium*. Tingkat literasi media negara-negara tersebut digambarkan dalam bagan dibawah ini:



Bagan 12: Tingkat Literasi Media Masyarakat di Negara-Negara Uni Eropa (European Commission, 2009)

Bab 4 Metode Penelitian

4.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang akan mengukur bobot penilaian tiap variabel sehingga dapat menentukan tingkat kemampuan literasi media. Obyek yang diteliti tidak mendapat perlakuan sama sekali. Data dikumpulkan sebagaimana adanya, dengan demikian bobot penilaian variabel dapat diukur dengan kondisi yang terjadi saat itu.

Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Pertanyaan pada kuesioner dibuat berdasarkan framework *individual competence* yang telah dibahas diatas. Selanjutnya responden diminta untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan untuk kemudian dianalisis dan disimpulkan.

4.2 Sampling

Dalam proses pemilihan sampel, digunakan *two-step sampling procedures* (prosedur sampling dua tahap). Pada tahap pertama yang dilakukan adalah memilih secara *purposive* mahasiswa yang akan dijadikan sampel. Dalam hal ini, mahasiswa yang dijadikan sampel adalah mahasiswa Universitas Paramadina yang aktif pada semester genap tahun ajaran 2010-2011..

Pada tahap kedua dari proses pemilihan sampel ini, mahasiswa Universitas Paramadina dipilih secara *stratified random sampling*. *Stratified random* dilakukan dengan mengelompokkan mahasiswa Universitas Paramadina berdasarkan program studi. Cara ini digunakan agar anggota sampel yang dipilih lebih representatif.

Dari jumlah mahasiswa aktif sebanyak 1544, diambil 10 persen untuk dijadikan sampel yaitu sebanyak 154 mahasiswa. Sampel tersebut terdiri dari 14 mahasiswa Desain Komunikasi Visual, 5 mahasiswa Desain Produk, 7 mahasiswa Falsafah dan Agama, 29 mahasiswa Hubungan Internasional, 8 mahasiswa Teknik Informatika, 55 mahasiswa Ilmu Komunikasi, 12 mahasiswa

manajemen, dan 24 mahasiswa Psikologi. Jumlah populasi dan sampel penelitian dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

No.	Program Studi	Populasi (N)	Sampel (n)
1.	Desain Komunikasi Visual	146	14
2.	Desain Produk	50	5
3.	Falsafah dan Agama	75	7
4.	Hubungan Internasional	287	29
5.	Teknik Informatika	79	8
6.	Ilmu Komunikasi	549	55
7.	Manajemen	117	12
8.	Psikologi	241	24
Jumlah		1544	154

Tabel 1: Jumlah Mahasiswa Universitas Paramadina dan Jumlah Sampel

Selanjutnya, sampel dari setiap program studi ditentukan dengan menggunakan metode random sistematis. Dalam metode random sistematis, pengambilan secara acak hanya untuk menentukan sampel pertama saja, sementara sampel selanjutnya ditentukan berdasarkan *sampling* rasio. *Sampling rasio* dalam penelitian ini adalah:

$$SR = N/n = 1544/154 = 10$$

Tabel 2: Sampling Rasio

Sampling rasio diatas menunjukkan angka 10. Artinya, sampel berikutnya setelah sampel pertama diambil berdasarkan kelipatan 10 dari sampe pertama. Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dalam menentukan tiap sampel di setiap program studi.

Daftar Pustaka

- Alexa.Com. (2011, Maret 4). *Top Sites in Indonesia*. Dipetik Maret 4, 2011, dari Alexa.Com The Web Information Company:
<http://www.alexacom.com/topsites/countries/ID>
- Asianwaves.Net. (2011, Januari 4). *National Television Networks in Indonesia*. Dipetik Maret 4, 2011, dari Asianwaves.Net: <http://www.asiawaves.net/indonesia-tv.htm>
- Buckingham, D. (2001, Maret). *Media Education: A Global Strategy for Development. A Policy Paper for UNESCO Sector of Communication and Information*. Dipetik Agustus 9, 2010, dari www.ccsnline.org.uk/mediacenter/Research_Projects/UNESCO_policy.html
- CML. (2003). *What Media Literacy is Not*. Dipetik Januari 5, 2011, dari Center for Media Literacy/CML: <http://www.medialit.org/reading-room/what-media-literacy-not>
- Curry, M. J. (1999). *Media Literacy for English Language Learner: A Smiotics Approach. Literacy and Numeracy Studies Vol. 9/no. 2* .
- EuropeanCommission. (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. Brussels.
- Iriantara, Y. (2009). *Literasi Media*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kellner, D. (2003). *Teori Sosial Radikal*. Yogyakarta: Syarikat Indonesia.
- Lintasberita.Com. (2010, September 15). *Inilah Daftar Surat Kabar seluruh Indonesia Masa Kini*. Dipetik Maret 4, 2011, dari Lintas Berita:
<http://www.lintasberita.com/Dunia/Berita-Dunia/inilah-daftar-surat-kabar-seluruh-indonesia-masa-kini>
- Lutviah, I. K. (2010). Penggunaan Facebook oleh Dosen dan Mahasiswa di Universitas Paramadina. *Jurnal Universitas Paramadina Vol 7 No. 2* , 159-172.
- Ningrum, D. W. (2008, Juli 29). *Fantastis! Jumlah Situs Internet Capai 1 Triliun*. Dipetik Maret 4, 2011, dari Detikinet:
<http://www.detikinet.com/read/2008/07/29/074203/979448/398/fantastis!-jumlah-situs-internet-capai-1-triliun>
- Subiakto, H. (2005). Mengembangkan Media Literacy melalui Pemberdayaan Media Watch. *Forum Fasilitasi Pembentukan dan Pengembangan Media Watch di Perguruan Tinggi - Departemen Komunikasi dan Informatika dan Universitas Airlangga*. Surabaya.

Sumaryati, S. (2011, Februari 1). *Apa yang Masyarakat Indonesia Tonton di 2010?* Dipetik Maret 4, 2011, dari SWA: <http://swa.co.id/2011/02/apa-yang-masyarakat-indonesia-tonton-di-2010/>

Tribunnews.Com. (2010, Juni 19). *Video Porno Indonesia go Persen Pelakunya Pelajar*. Dipetik Maret 4, 2011, dari Tribunnews.Com: <http://www.tribunnews.com/2010/06/19/video-porno-indonesia-90-persen-pelakunya-pelajar>

Varis, T. (2000). Approach to Media Literacy and e-Learning. *European Commision Workshop on "Image Education and Media Literacy"*. Brussels.

Yulianti, T. E. (2010, April 13). *Tahun 2011, 1.000 Stasiun Radio Terapkan Teknologi Radio 2.0*. Dipetik Maret 4, 2011, dari Detik Bandung: <http://bandung.detik.com/read/2010/04/13/161530/1337521/486/tahun-2011-1000-stasiun-radio-terapkan-teknologi-radio-20>

Lampiran

1. Jadwal Kegiatan

Pada Bagan 6 dibawah ini digambarkan jadwal kegiatan pelaksanaan penelitian secara garis besar berdasarkan metode pelaksanaan yang telah disebutkan sebelumnya.

No.	Jenis Kegiatan	Maret 2011				April 2011				Mei 2011				Juni 2011				Juli 2011				Agustus 2011			
		1	2	3	4	1	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penentuan Masalah																								
3	Pembuatan Instrumen kuisisioner																								
4	Penyebaran kuisisioner																								
5	Pengumpulan dan pengolahan data kuisisioner																								
6	Evaluasi dan Validasi Hasil Penelitian																								
7	Penyusunan Laporan																								

Bagan 13: Jadwal Kegiatan

2. Rancangan Biaya

Pada Tabel 2 berikut ini adalah rancangan biaya yang digunakan untuk pelaksanaan kegiatan penelitian. Rancangan biaya dibuat berdasarkan pertimbangan biaya yang diperlukan selama kegiatan penelitian dilakukan.

No.	Rincian Kebutuhan	Jumlah (Rp)
1.	Bahan Habis Pakai Alat-alat Tulis	Rp. 400.000,-
2.	Peralatan Penunjang Pembuatan Instrumen Penelitian Dokumentasi	Rp. 200.000,- Rp. 500.000,-
4.	Biaya Lain-lain Cinderamata bagi responden Rp. 10.000 x 154 Biaya Administrasi	Rp. 1.540.000,- Rp. 400.000,-
Total		Rp. 3.040.000,-

Bagan 14: Rancangan Biaya

3. Riwayat Hidup Peneliti

A. DATA PRIBADI

1. Nama : Lutviah
2. Tempat & Tanggal Lahir : Rangkasbitung, 05 November 1991
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Golongan Darah : -
5. Agama : Islam
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Nomor Identitas : 209000034
8. Alamat : Jl. Mampang Prapatan No. 26 Jakarta Selatan
9. Nomor Ponsel : 08561686257
10. Alamat E-mail : via@lutviah.net

B. DATA KELUARGA

1. Nama Ayah : H. M. Pahli Abdurrazak
Pekerjaan : Wiraswasta
2. Nama Ibu : Hj. Siti Aisyah
Pekerjaan : Ibu rumah tangga
3. Alamat Orang Tua : Jl. KH. Atim II No. 26 L 03-03
Rangkasbitung-Banten 42314

C. PENDIDIKAN FORMAL

- | | | | | |
|---------------------|---|------------------------|-------|------|
| 1. SD | : | SDN MCT XV | Lulus | 2003 |
| 2. SMP | : | MTSN Pasir Sukarayat | Lulus | 2006 |
| 3. SMA | : | SMKN 1 Rangkasbitung | Lulus | 2009 |
| 4. Perguruan Tinggi | : | Universitas Paramadina | | |
| 5. Jurusan | : | Ilmu Komunikasi | | |

Jakarta, 08 Maret 2011

Lutviah

NIM 209000034