

TESIS

**LITERASI DIGITAL DI KALANGAN IBU GENERASI
MILENIAL TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
ANAK USIA DINI DI KOTA MAKASSAR**

***DIGITAL LITERACY OF MILLENNIAL MOTHERS ON EARLY
CHILDHOOD SOCIAL MEDIA USE IN MAKASSAR CITY***

Reizki Fitriyani Fahri

E022191026



**PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

**LITERASI DIGITAL DI KALANGAN IBU GENERASI
MILENIAL TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
ANAK USIA DINI DI KOTA MAKASSAR**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Disusun dan diajukan oleh

Reizki Fitriyani Fahri

E022191026

PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2023

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

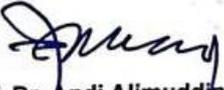
**LITERASI DIGITAL DIKALANGAN IBU GENERASI MILENIAL
TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL ANAK USIA DINI**

Disusun dan diajukan oleh
REIZKI FITRIYANI FAHRI
E022191026

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal **18 Agustus 2023**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,


Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.S.i
Nip. 196201181987021001

Pembimbing Pendamping,


Dr. Arianto, S.Sos M.Si
Nip. 197307302003121002

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Muh. Akbar, M.Si
Nip. 195204121976031017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,


Prof. Dr. Phil. Sukri, M.Si
Nip. 197508118200811008

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reizki Fitriyani Fahri

Nim : E022191026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya berjudul

**LITERASI DIGITAL DIKALANGAN IBU GENERASI MILENIAL
TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL ANAK USIA DINI DI
KOTA MAKASSAR**

Adalah karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan karya orang lain. Bahwa tesis ini benar – benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 14 Agustus 2023

Yang menyatakan



Reizki Fitriyani Fahri

PRAKATA

Bismillah. Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena Rahmat dan Karunia-Nya yang sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang mana sebagai syarat menyelesaikan Program Studi Pascasarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Hasanuddin.

Penulis sangat berterima kasih atas dukungan, bimbingan, bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak yang membantu. Penelitian yang dilakukan dan tesis ini dapat terampungkan atas bimbingan, diskusi, dan arahan dari Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde., M.Si selaku pembimbing utama dalam tesis ini dan Dr. Arianto., S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing kedua dalam tesis ini serta dosen penguji bapak Dr. Muhammad Farid., M.Si, ibu Dr. Jeany Maria Fatimah., M.Si dan bapak Dr. Sudirman Karnay., M.Si, penulis ucapkan banyak terima kasih atas arahan, waktu, dan kesabaran dalam membimbing penulis selama penulisan tesis ini.

Kepada kedua orang tua penulis Andi Tanri Abeng dan bapak Fahri, penulis ucapkan terimakasih banyak untuk cinta dan kepercayaan kalian yang tidak terbatas, terimakasih sudah menjadi pendorong pertama kali untuk mendaftar pada jenjang pascasarjana. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kakak satu-satunya yang penulis miliki Riezka Adriati Fahri dan saudara perempuan yang selalu ada untuk penulis Andi Fitriani Alam yang telah banyak memberikan dukungan. Serta segenap keluarga besar penulis, terima kasih atas segala perhatian, bantuan dan dukungannya.

Yang terakhir, terima kasih kepada kawan-kawan Pascasarjana Ilmu Komunikasi angkatan 2019, yang terkhususnya yang memberikan motivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir dan menjadi teman berjuang sampai akhir, Kak Eko Nurfaahmi, Faathiyah Harun, Kak Rahmawati, Ismayanti, Kak Andi Baso Achmad, Dan Kak Arny. Terima kasih untuk teman dan sahabat yang selalu ada Uni, Rahma, Irma, Andry, kak Renita, Yani, Dinda dan Fadila Rizki yang setia mendengar keluh kesah penulis.

Akhir kata penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan tesis ini karena penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari kesempurnaan, semoga tesis ini bermanfaat bagi para pembaca khususnya mereka yang mengkaji Ilmu komunikasi dan Media.

Makassar, 14 Agustus 2023

Reizki Fitriyani Fahri

ABSTRAK

REIZKI FITRIYANI FAHRI. *Literasi Digital di kalangan Ibu Milenial terhadap Penggunaan Media Sosial Anak Usia Dini di kota Makassar* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Arianto).

Penelitian ini bertujuan (1) mendeskripsikan pemahaman literasi digital di kalangan ibu milenial terhadap penggunaan media sosial anak usia dini dan (2) mengidentifikasi strategi penerapannya terhadap penggunaan media sosial anak usia dini. Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar. Informan sebanyak enam orang yang merupakan ibu milenial dengan rentan usia 28-39 tahun dan memiliki anak kategori usia dini. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data secara purposif. Tahapan dalam teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode: observasi, wawancara mendalam, kepustakaan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pemahaman literasi digital di kalangan ibu milenial terhadap penggunaan media sosial anak usia dini didapatkan berupa pengenalan pemanfaatan durasi dan pemanfaatan dalam mengakses konten tontonan pada anak dan (2) strategi yang diterapkan ibu milenial terhadap penggunaan media sosial pada anak usia dini adalah berupa pengawasan pada tontonan anak, aturan penggunaan, melakukan aktivitas *outdoor* dan *quality time*. Suatu keluarga khususnya ibu mendampingi anak agar dapat mengoptimalkan peran ibu dalam mendidik buah hatinya. Apabila komunikasi ibu dan anak berjalan baik, tentu akan berdampak pada tumbuh dan berkembangnya anak yang berkaitan dengan tingkat emosional anak, sosial, spiritual anak, bahkan tingkat kecerdasan seorang anak sebagai bekal dasar untuk hidup bermasyarakat pada masa yang akan datang.

Kata kunci: literasi digital, milenial, media sosial



ABSTRACT

REIZKI FITRIYANI FAHRI. *Digital Literacy among Millennial Mothers on Early Childhood Social Media Use in Makassar City* (supervised by Andi Alimuddin Unde and Arianto).

The research aims to: (1) describe the understanding of the digital literacy among the millennial mothers regarding the use of the social media in the early childhood and, 2) identify the strategies for its application in the social media use in the early childhood. The research was conducted in Makassar City with the total of 6 informants who were the millennial mothers with the vulnerable age of 28-39 years and had the children in the early childhood category. The research used the qualitative descriptive method. Samples were selected using the purposive sampling technique. Data were collected using the observation, then continued with the in-depth interview, literature review and documentary study. The research results indicate that: (1) the understanding of the digital literacy among the millennial mothers on the social media use in the early childhood is obtained in the forms of the introduction, utilization, duration, and the utilization in accessing and watching the contents for the children, (2) the strategies applied by the millennial mothers to the social media use in the early childhood are in the forms of the supervision of children's viewing, rules of use, doing outdoor activities and quality time with the family, especially the mothers in accompanying the children, in order to optimize the mothers' role in educating their children. If the communication between the mothers and children goes well, it will definitely have an impact on the growth and development of the children related to the emotional level of the children's social, spiritual aspects and even the level of intelligence of the children as the basic provision for living in society in the future.

Key words: digital literacy, millennial, social media



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
Lembar Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian	iv
Abstrak	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.	1
B. Rumusan Masalah.	10
C. Tujuan Penelitian	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep.....	12
B. Kajian Teori	
C. Penelitian yang Relevan	41
D. Kerangka Pemikiran.....	46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Pengelolaan peran sebagai Peneliti.....	4
C. Ruang Lingkup, Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data	50
E. Tahapan dan Jadwal Penelitian.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
---	----

B. Hasil Penelitian	61
C. Pembahasan	84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA.....	107
----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet.....	2
Gambar 1.2 Penggunaan Media Sosial pada Anak-anak.....	3
Gambar 2.1 Pilar Literasi Digital	13
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	46
Gambar 4.1 Peta Administrasi kota Makassar	55
Gambar 4.2 Tampilan Youtube Kids	97
Gambar 4.3 Tampilan Smart Tv.....	98
Gambar 4.4 Aplikasi Parental Control	99

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	45
Tabel 4.1 Profil Kota Makassar.....	56
Tabel 4.2 Profil Informan	60
Tabel 4.3 Hasil Penelitian.....	86
Tabel 10 Kompetensi Literasi Japelidi.....	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi telah mengalami kemajuan pesat. Pemanfaatan teknologi terutama dalam bidang teknologi informasi dimaksimalkan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Jika dahulu khalayak kekurangan informasi yang dibawa media maka hal ini berbanding terbalik dengan kondisi saat ini yang mana keberlimpahan informasi diterima dari berbagai media yang hadir di tengah masyarakat. Bahkan ketika membutuhkan suatu informasi dengan mudahnya diakses dengan hanya perangkat gawai atau gadget melalui situs pencarian maupun media sosial.

Semua kalangan dan hampir seluruh lapisan masyarakat menjadikan media sebagai sumber informasi terutama media digital. Orang dewasa, lansia dan anak – anak pun tidak terkecuali. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) resmi merilis hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia pada 2023 Berdasarkan dari hasil survey tersebut pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023.

Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 jut

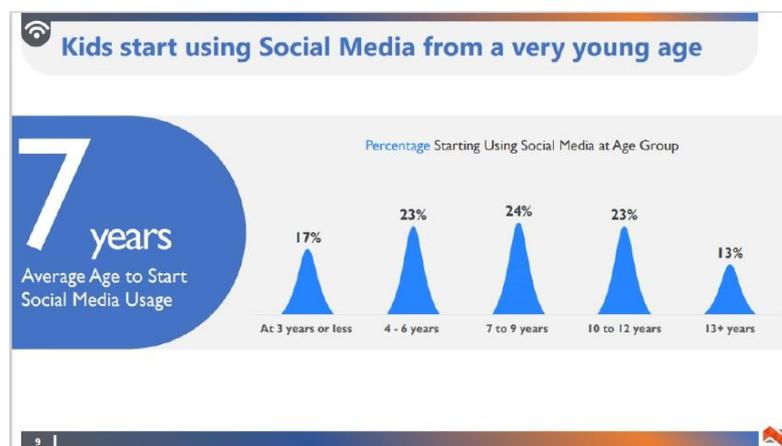
Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia APJII,
laporan survey 2022-2023

Popularitas media digital tidak lagi diragukan, pemanfaatannya dalam mengefisienkan kegiatan manusia tidak hanya sekadar menjadi sumber informasi tetapi juga menjadi media komunikasi, hiburan, digital payment serta dijadikan sebagai sumber penghasilan seperti *platform e-commerce*. Dari pemanfaatan media digital yang terus dimaksimalkan, selain menimbulkan dampak positif tetapi juga menimbulkan dampak negatif.

Ketika konten – konten media digital yang bermunculan hanya mengutamakan hiburan semata dan mengesampingkan fungsi informatif maka disaat itulah literasi digital berperan penting. Dampak yang meresahkan dari konten media digital terhadap anak –anak terutama anak usia dini selaku pengguna aktif yang berada di usia rentan pembentukan karakter diri karena pengaruh tontonan dan informasi yang didapatkan dari media digital terutama media sosial yang kehadirannya kian beragam, membuat kekhawatiran selaku orangtua terutama para Ibu –ibu yang hendaknya mendampingi dalam penggunaan media sosial anak sejak dini hingga beranjak dewasa.



Sumber : Neorosensum Indonesia Consumers Trends 2021: Social Media Impact on Kids

Survey Neorosensum Indonesia Consumers Trends 2021 yang dilakukan pada bulan februari untuk memahami kesadaran penggunaan media sosial anak – anak diantara orang tua dan kekhawatiran terhadap penggunaan media online anak-anak. Berdasarkan dari data tersebut 87

% anak – anak di Indonesia telah mengenal Sosial media sebelum menginjak 13 tahun.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Beyens & Beullens (2016), didapatkan hasil bahwa anak yang menggunakan tablet dan terkoneksi dengan internet akan lebih sering memiliki konflik dengan orang tua mereka, dan anak yang menggunakan internet dengan peraturan yang ketat juga lebih sering memiliki konflik dengan orangtua. Hal itu terjadi karena anak mulai kehilangan rasa kepercayaan kepada orang tua dan lebih untuk menyukai idola di dunia maya. Sehingga anak lebih cenderung untuk melupakan kehidupan sosialnya yang nyata dan lebih untuk memilih beraktivitas secara online. Kecanduan internet dan perangkat gadget yang terjadi pada anak merupakan awal terjadinya berbagai masalah yang merugikan pada anak. Anak akan mengalami beberapa dampak diantaranya perkembangan mereka akan terhambat karena mereka tidak melakukan aktivitas fisik dan mereka lebih senang untuk duduk sambil menikmati bermain internet (Setiawan & Haryanto, 2014).

Fenomena kecanduan ini telah diusut oleh sebuah talkshow AIMAN KompasTV, dari hasil penelusuran hampir di seluruh Indonesia meningkat kasus kecanduan gawai/gadget. Dari video tersebut AIMAN melakukan penelusuran di rumah sakit jiwa provinsi jawa barat ditemukan bahwa di tahun 2019. Berdasarkan penuturan Direktur Rumah sakit RSJ Jawa Barat, Setiap minggunya 2 hingga 3 anak dilaporkan mengalami gangguan jiwa akibat kecanduan gadget dengan penanganan rawat intensif pada

bangsal rumah sakit dan beberapa di lakukan rawat jalan sesuai diagnosa medis (Aiman, Kompas tv <https://www.youtube.com/watch?v=5R-tB9jNoDk>. 1 November 2019). Hal serupa juga dituturkan oleh salah satu narasumber tayangan Rully Files CNN Indonesia Video berdurasi 24 menit mengulas mengenai kecanduan anak pada gadget, salah satu informan dalam video tersebut bernama rady orangtua anak usia dini menuturkan telah mengenalkan anaknya pada gadget sejak usia 6 bulan dengan intensitas durasi penggunaan selama anak di waktu makan 3x dalam sehari, hal ini yang kemudian berujung pada speechdelay yang di derita pada anaknya (Rully Files CNN Indonesia, https://www.youtube.com/watch?v=9_7xT1Qm8BCI 19 Juni 2023)

Dalam upaya menghasilkan generasi penerus yang berkualitas, yang bermanfaat bagi nusa dan bangsa perlu adanya usaha yang dilakukan terus menerus dari orang tua dalam melaksanakan tugas, mengasuh dan mendidik anak mereka secara lahir dan secaran batin sampai anak tersebut dewasa dan mampu mandiri dalam menjalani hidup, tugas ini merupakan kewajiban orang tua. Namun jika ibu milenial yang dikenal dengan akrab dengan teknologi, lebih banyak mengakses internet dari pada meluangkan waktu bersama anak dan dengan sengaja memberikan fasilitas internet pada anak tentu akan menuai hasil yang sesuai dengan yang diberikan pada anak.

Fungsi pengawasan sangat penting dalam proses pertumbuhan anak, Ibu milenial bersama suami harus melakukan pengawasan aktif

ketika anak menggunakan internet, yaitu memotivasi agar anak menjelajahi dan belajar dari internet dengan penggunaan yang positif, berada di dekat anak atau duduk di sampingnya ketika anak menggunakan internet, berbicara atau berdiskusi tentang hal yang dilakukan anak di internet (Zubaidah, 2017). Dari pendapat tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa internet tidak akan menjadi momok jika fungsi pengawasan orang tua terpenuhi pada anak.

Sama halnya dengan pendapat (Amir, 2017) bahwa hendaknya memberikan pendidikan kepada anak tentang bagaimana memanfaatkan berbagai teknologi yang ada secara baik dan proporsional. Orang tua juga harus memberikan bekal sejak dini kepada anak untuk menghadapi tantangan di masa depan dan orang tua atau secara spesifik terkait penelitian ini yaitu ibu milenial harus memahami terkait literasi digital.

Rendahnya literasi digital pada masyarakat menjadi alasan terbesar bagaimana penggunaan media sosial lebih cenderung digunakan untuk hal-hal yang negatif saja. Literasi digital perlu diberikan dalam rangka menciptakan masyarakat berbasis informasi dan pengetahuan (Ganggi, 2018). Literasi digital sendiri memiliki arti sebagai keterampilan dari seseorang dalam mencari, memilah dan mengaplikasikan sumber informasi di media sosial.

Istilah literasi media dijabarkan melalui lima konsep yang dikemukakan oleh Iswayati Ganggi (Ganggi, 2018) adalah, pertama, seluruh media pesan dikonstruksi, media sosial banyak mengandung

konten–konten berupa unggahan gambar dengan berbagai tulisan, tulisan pada gambar tersebut secara tidak langsung menuntut penggunanya untuk menerjemahkan maknanya. Hal tersebut merupakan salah satu contoh bahwa media sosial merupakan sesuatu yang dapat dikonstruksi. Saat ini, banyak informasi yang hanya diberikan secara tidak utuh, sehingga menimbulkan ambiguitas persepsi. Kedua, pesan media membentuk persepsi kita terhadap suatu realita, maksudnya adalah pengguna media sosial berperan besar dalam membentuk opini yang beredar di masyarakat. Ketiga, berbeda audiens, maka akan berbeda pula kepada cara seseorang memahami pesan . dengan memiliki kemudahan fitur share, media sosial memungkinkan untuk seseorang dengan mudah berbagi informasi dengan pengguna lainnya. Hal tersebut menjadikan kita untuk berhati-hati dalam mempersiapkan pesan. Keempat, pesan media memiliki dampak komersial. Seringkali berbagai pesan yang kita terima mengandung banyak iklan yang diperjual belikan. Kelima, pesan media melekatkan sudut pandang. Ketika pengguna mengupload berbagai foto liburan, maka tujuannya adalah agar pengguna lain mengetahui berbagai keindahan alam yang ia bagikan.

Manfaat yang dirasakan ketika pemahaman akan literasi digital itu terbentuk adalah khalayak menjadi cerdas dan melindungi diri dari dampak negatif penggunaan dari media. Seorang ibu sangat berperan penting dalam mengawasi dan mendampingi serta menyeleksi konten dan tayangan yang ditonton anak saat menggunakan internet terutama media

sosial yang sedang populer. Tidak berbeda dengan ibu – ibu yang lahir pada generasi era milenial. Generasi milenial seringkali disebut sebagai masyarakat digital, maka tidak jarang dalam media digital para generasi milenial menjadikan sumber informasi yang didapatkan dibagikan untuk konsumsi publik. Generasi ini merupakan orang-orang yang lahir di tahun 1980 hingga 2000 an yang mana generasi ini betul-betul menjajaki kemajuan teknologi dari masa ke masa. Kemudian Ibu generasi milenial memiliki anak dari generasi *Alpha*. Mc Crindle yang merupakan analis sosial demografi mengemukakan istilah generasi *Alpha*.

Generasi ini diprediksi oleh Mc Crindle sebagai generasi yang tidak lepas dari teknologi digital dan diklaim menjadi generasi tercerdas dari generasi-generasi sebelumnya. Namun Mc Crindle juga menambahkan bahwa pada generasi ini pula cenderung individualis, kurang bersosialisasi serta kurang kreatif akibat dampak dari teknologi digital (Purnama, 2018). Maka daripada itu, ibu ibu milenial harus mampu menerapkan literasi digital kepada anak terutama sejak dini. Selaku orangtua harusnya memahami media dapat menjadi pisau bermata dua, apabila salah digunakan maka dapat menjadi celaka (Salehuddin, 2020).

Di Kota Makassar misalnya yang merupakan ibukota Sulawesi Selatan dengan jumlah penduduk tertinggi se Indonesia Timur . Berdasarkan hasil sensus 2020 sebagaimana di sebutkan dalam Kota Makassar dalam Angka 2020, tercatat sebanyak 9.073.509 orang. Dari hasil sensus tersebut di sebutkan bahwa mayoritas Indonesia di dominasi

oleh generasi Z dan Generasi Milenial. Dengan proporsi generasi Z sebanyak 30.84 persen dari total populasi dan generasi milenial sebanyak 24,31 persen dari total populasi di Sulawesi Selatan. Dari sisi demografi, seluruh generasi X dan generasi milenial merupakan penduduk yang berada pada kelompok usia produktif pada tahun 2020. Sedangkan generasi Z dan Alpha terdiri dari penduduk usia belum produktif. Dalam kurung waktu beberapa tahun hingga puluhan tahun ke depan, generasi ini akan berada pada usia produktif. Maka dari itu ini menjadi kesempatan dan tantangan bagi masyarakat Sulawesi Selatan baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang untuk menjadikan para generasi ini yang cerdas dalam penggunaan media dan berdampak pada pembangunan.

Menanamkan pemahaman mengenai keutamaan dari literasi digital itu merupakan hal yang tepat dilakukan akan membentuk kondisi psikologis anak yang sehat, cerdas dan mandiri dalam setiap mengambil keputusan terutama dalam pemanfaatan media digital. Maka dari itu literasi media hendaknya dijadikan landasan ibu-ibu generasi milenial dalam hal mendidik anak. Seorang ibu hendaknya mampu menjelaskan secara terbuka mengenai baik buruknya media sosial yang hendak digunakan. Uraian di atas berhubungan dengan pendapat Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Rudiantara yang menyetujui pernyataan Presiden Jokowi agar anak-anak yang belum berusia 13 tahun tidak memiliki akun media sosial. Sebab hal itu demi menghindarkan

pengaruh negatif. Melihat kenyataan bahwa media sosial saat ini banyak sekali bertebaran informasi-informasi yang mengandung konten negatif, sehingga dikhawatirkan dapat memengaruhi pola pikir anak-anak.

Maka berangkat dari pembahasan di atas sehingga peneliti berpikir bahwa sangat penting tentang pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap pemahaman literasi digital dan penggunaan media sosial, terutama untuk anak dengan kategori usia dini yang mana sebagai pengguna aktif media sosial.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian konteks penelitian di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalah yakni :

1. Bagaimana pemahaman literasi digital ibu generasi milenial terhadap penggunaan media sosial anak usia dini di kota Makassar?
2. Bagaimana strategi dalam penerapan literasi digital ibu generasi milenial terhadap penggunaan media sosial anak usia dini di Kota Makassar?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dari penelitian adalah :

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mendeskripsikan pemahaman literasi digital sosial ibu generasi milenial terhadap penggunaan media sosial anak usia dini.
- b. Untuk mengidentifikasi strategi dalam penerapan literasi digital ibu di kalangan generasi milenial terhadap penggunaan media sosial anak usia dini.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi acuan ilmiah dalam pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum khususnya kajian literasi digital dan dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan studi mengenai studi literasi digital di kalangan ibu generasi milenial serta bermanfaat bagi peneliti, akademisi dan masyarakat pada umumnya.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini bisa digunakan oleh banyak kalangan. Bisa menjadi referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya di bidang komunikasi terkait literasi digital.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Definisi Literasi Digital

Literasi digital diperlukan dalam penguasaan dan penggunaan teknologi seperti dalam kegiatan belajar dan akademis. Penerapan literasi digital membuat masyarakat menjadi lebih bijak dalam mengakses informasi yang diterima dari pemanfaatan teknologi terkhususkan internet. Menurut Putu Laxman dalam bukunya Perpustakaan digital (2009;9) kata digital seringkali dikaitkan dengan perangkat komputer karena komputer bekerja berdasarkan prinsip binary digit. Literasi digital sendiri merupakan bagian dari literasi media. Media baru yang saling berintegrasi tersebut adalah media digital berbasis internet. Namun dalam perkembangan teknologi informasi, konsep literasi media dianggap kurang mampu melingkupi karena tidak lagi mampu memadai media baru ini

Glitser (1997) mengartikan literasi digital sebagai kemampuan untuk mendapatkan, memahami, serta menggunakan informasi yang bersumber dalam bentuk digital. Anggapan Gilster ini sebagai bentuk penyederhanaan dari literasi digital yang terdiri dari berbagai bentuk informasi yang ada baik itu berupa gambar, video, audio dan tulisan *text*.

Tidak jauh berbeda dengan definisi Gilster, Hague mendefinisikan (Kurnianingih,dkk 2017:62) literasi digital adalah kemampuan berkomunikasi secara efektif dengan menggunakan teknologi digital sebagai pendukung komunikasi. Di era serba digital saat ini informasi kian menyebar pesat, seseorang yang duduk dalam suatu ruangan dapat mengetahui keadaan diluar hanya melalui gawai atau perangkat gadget yang terhubung dengan internet. Beragam informasi yang sampai di gadget baik itu informasi yang kita harapkan maupun tidak, diterima kepada individu yang akan menyeleksi informasi tersebut. Literasi digital menurut UNESCO adalah *“Kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi(TIK) untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengomunikasikan konten atau informasi dengan kecakapan kognitif, etika, social emosional dan aspek teknis atau teknologi*



Gambar 2.1 Pilar Literasi Digital

2. Kompetensi Literasi Digital

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia mendorong seluruh masyarakat cerdas dalam memanfaatkan media digital terutama media sosial. Untuk mendukung langkah ini Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia bersama Gerakan Literasi Digital Nasional (GLDN) Siberkreasi, melakukan program Gerakan Literasi Digital. Kegiatan ini bertujuan untuk mempercepat transformasi digital dan memberitahukan pentingnya untuk meningkatkan pemahaman dan skill digital di era 4.0. Yang mana pada program ini dilandaskan pada 4 Pilar Literasi Digital, yaitu :

1. Keterampilan Digital atau *digital skill*, merupakan kemampuan dalam pemanfaatan dan penguasaan perangkat teknologi informasi dan komunikasi seperti perangkat komputer, gadget dan perangkat pendukung lainnya.
2. Budaya Digital atau *digital culture*, yang dimaksud adalah segala aktivitas yang dilakukan diruang digital harus berlandaskan wawasan kebangsaan, mengedepankan nilai-nilai Pancasila dan Kebhinekaan sehingga individu mampu terhindar dari sikap rasisme, penindasan dan senantiasa berpikir rasional sebelum bertindak di ruang digital.
3. Etika Digital atau *digital ethics* yaitu kemampuan menyadari serta mempertimbangkan dan mengembakan tata kelola etika digital (netiquette) dalam kehidupan sehari – hari.

4. Keamanan Digital adalah kemampuan untuk mengenali, menerapkan, meningkatkan kesadaran, perlindungan data pribadi dan keamanan digital.

Dikutip dari laman website Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Reizki Ameliah selaku koordinator Literasi digital Kemkominfo menuturkan bahwa sampai tahun 2024 kegiatan Gerakan Nasional Literasi Digital atau GLDN akan terus dilakukan dengan menargetkan 50 juta masyarakat di Indonesia mendapatkan materi dan mengikuti kurikulum literasi digital dengan tujuan sesuai arahan bapak Presiden Jokowi untuk mempercepat transformasi digital, Kemkominfo berperan dalam mendorong digitalisasi pada semua sektor seperti sektor ekonomi, bisnis maupun pemerintahan.

Paul Gilster dalam bukunya *Digital Literacy* (1997) Menyebutkan bahwa untuk mengetahui individu itu memiliki kecakapan literasi digital maka harus memenuhi 4 kompetensi, yaitu sebagai berikut ;

1. Internet searching adalah kemampuan untuk menggunakan internet terutama dalam melakukan pencarian informasi melalui search engine.
2. Hypertextual navigation. Di kompetensi ini, *skill* atau keterampilan seputar hypertext dan hyperlink diperlukan. Keterampilan yang dimaksud adalah mengetahui cara kerja web seperti bandwidth, http, html, dan url. Dengan indikator tersebut, memudahkan

seseorang dalam dituntun melakukan pencarian informasi secara hypertext yang berbeda dengan cara mencari dalam buku text biasa.

3. Content evaluation adalah kemampuan individu untuk melakukan analisa evaluasi dari setiap informasi yang didapatkan dari internet, seperti mengidentifikasi kebenaran informasi dengan menelusuri sumber serta berpikir kritis dan selektif terhadap konten – konten informasi yang di terima.
4. Knowledge assembly merupakan kemampuan yang dimaksud adalah kolektif dari pencarian informasi, navigasi hypertext hingga mengevaluasi informasi yang didapatkan kemudian tujuan akhir yaitu menyusun hasil akhir informasi kemudian menjadikan informasi yang utuh dari berbagai sumber yang telah di pisahkan antara opini dan fakta.

3. Pengembangan Literasi Digital

Doughlas A.J Belshaw mengemukakan dalam tesisnya yang berjudul What is ' Digital Literacy' ? (2012) terdapat 8 elemen esensial dalam pengembangan literasi digital, yaitu :

1. Kultural
2. Kognitif
3. Konstruktif
4. Komunikatif
5. Kepercayaan diri yang bertanggung jawab

6. Kreatif
7. Kritis dalam menyingkapi konten dan literasi digital sebagai kecapakan hidup
8. Bertanggung jawab sosial

Literasi digital dapat dipahami sebagai gerakan kesadaran dalam penggunaan media yang bertujuan mengontrol individu dalam mengirim dan menerima pesan. (Silviana & Darmawan, 2018 :161). Definisi tersebut menggambarkan literasi digital bisa mengajarkan orang menjadi native digital yang baik dalam beraktivitas dunia maya.

Literasi digital (Steve Wheeler, 2012)

1. Mengelola identitas

Menggunakan identitas yang berbeda secara tepat dengan berbagai jejaring social dan platform lainnya.

2. Menjaga Privasi

Memahami sifat bahaya yang mengintai secara online (pencuri identitas) dan mengembangkan strategi yang efektif untuk memastikan bahwa seseorang dapat bekerja dengan aman secara online.

3. Memfilter dan memilih konten

Menggunakan mesin pencari dan jawaban untuk memberikan informasi yang terfokus. Menyusun dan menyimpan informasi ini dengan cara yang mudah ditemukan dan dibagikan.

4. Self Broadcasting

Menggunakan penerbitan mandiri dan penyiaran pribadi untuk berbagi ide dan konten multimedia (misalnya blog, wiki, video music pribadi, foto dan lain-lain.)

5. Transliterasi

Dapat menggunakan berbagai platform dan perangkat yang berbeda untuk membuat, mengatur dan berbagi konten.

6. Jejaring social

Kemampuan untuk berjejaring dengan cara tata karma yang membantu kita belajar lebih efektif baik dalam konteks formal maupun informal.

7. Menggunakan kembali dan mengubah konten

Mampu mengadaptasi, menggunakan kembali, mencampur ulang dan menggunakan kembali konten dari jenis yang berbeda untuk berbagai tujuan

8. Mengatur dan berbagai konten

Membuat informasi dapat dicari dan dibagikan dengan menandai dna menyimpannya di tempat yang mudah ditemukan orang lain

9. Membuat konten

Membuat berbagai jenis konten untuk tujuan dan audiens yang berbeda menggunakan rentang atau aplikasi yang sesuai.

Menurut Alkalai (2004) terdapat 5 jenis kemahiran yang tercakup dalam istilah umum literasi digital:

1. Photo – visual literacy adalah kemampuan untuk membaca dan menyimpulkan informasi dari visualisasi.
2. Reproduksi digital adalah kemampuan menciptakan karya baru dari pemanfaatan penggunaan teknologi.
3. Percabangan Literasi adalah kemampuan untuk berhasil mengarahkan media non linear dari ruang digital.
4. Informasi literasi adalah kemampuan untuk mencari, menemukan, menilai dan mengevaluasi secara kritis informasi yang ditemukan dari media.
5. Sosio-emosional literasi mengacu pada aspek-aspek social dan emosional yang hadir secara online baik itu dari sosialisasi, kolaborasi dan maupun hanya sebagai konsumsi konten.

4. Media Sosial

Penemuan perangkat elektronik berupa komputer, laptop, smartphone, komputer tablet hingga smartwatch merupakan bentuk percepatan transformasi dari teknologi informasi dan komunikasi menjadi media digital. Kehadiran perangkat teknologi baru ini kemudian membuat internet semakin mudah diakses, dimana dan kapan saja sehingga melahirkan revolusi informasi.

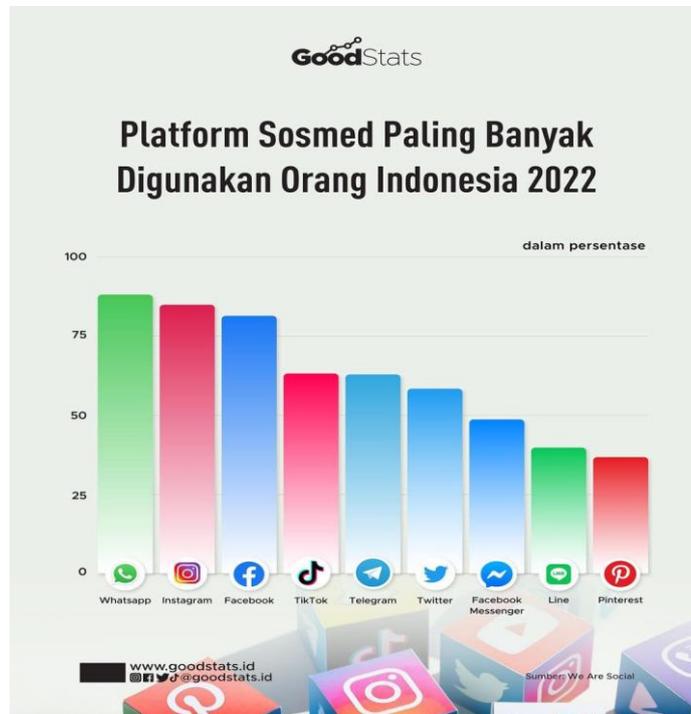
Media digital terdiri dari berbagai variasi platform digital, platform digital dapat diartikan sebagai wadah atau tempat yang memfasilitasi pada suatu sistem program perangkat lunak. Herlina.D(2019) dalam bukunya Literasi

Media teori dan fasilitas membagikan 10 variasi platform media digital sebagai berikut;

- 1) Website berbasis konten
- 2) Mesin Pencarian
- 3) User generated content website
- 4) Media sosial
- 5) Website layanan
- 6) Marketplace
- 7) Application store
- 8) Crowd-Sourcing
- 9) Repository
- 10) Cloud Computing

Dari sekian banyak platform yang telah disebutkan, Trend media sosial pun muncul dipermukaan pada tahun 2021 ditandai dengan media sosial yang mendominasi dalam pemanfaatan dalam aspek kehidupan manusia dan hampir mencakup platform media digital lainnya.

Aktivitas di media sosial juga semakin beragam mulai sebagai media komunikasi, pencarian informasi, berjualan hingga sebagai sarana kampanye politik. Menurut hasil survey yang dilakukan "Indonesia Digital Mums (2017) by the Asianparent, dikuti oleh Noor.et.all (2020) pada tahun 2017 sebanyak 43% dari populasi ibu mengakses sosial media dan internet. Para ibu memiliki kecenderungan untuk mengakses dan menonton youtube dibandingkan dengan menonton tayangan televisi.



Gambar 2.2 Goodstast.id “We are Social”

Dilansir dari halaman website We are Social, berdasarkan dari hasil survey yang dilakukan mengenai Sosial Media paling banyak digunakan oleh orang Indonesia pada tahun 2022, didapatkan hasil 3 teratas yaitu sosial media Whatsapp kemudian diurutan kedua dengan instagram dan facebook. Kemudian di urutan ke empat dan kelima yaitu di duduki oleh tiktok dan telegram.

Dari ke lima teratas sosial media tersebut terdapat fitur –fitur dari setiap platform media sosial sebagai berikut;

1. Whatsapp

Larasati.dkk (2013) dalam Raharti (2019) memaparkan bahwa whatsapp merupakan aplikasi yang berbasis internet yang memungkinkan penggunanya unru saling berkirim pesan berupa gambar, video, foto, emoticon, pesan suara atau *voice note* serta digunakan untuk saling berdiskusi, hal ini dikarenakan pada aplikasi whatsapp menyediakan fungsi chat grup. Salah satu keunggulan dari Whatsapp yaitu whatsapp langsung menghubungkan nomor yang tersimpan pada kontak dan dari segi fitur lebih simple sehingga mudah dipahami (Rahatri.2019). Selain itu fitur lain seperti camera untuk melakukan panggilan video, berbagi lokasi yang terhubung dengan *Maps* , mengirim dokumen dan masih banyak lagi.

2. Instagram

Kepopuleran instagram sebagai media sosial terbukti dari jumlah penggunanya yang sangat tinggi. Di kutip dari artikel dataindonesia.id “Indonesia Memiliki 97,38 juta Pengguna Instagram pada Oktober 2022” data tersebut ambil dari NapoleonCat, sebuah platform analitik marketing media sosial asal Polandia. Instagram menyediakan fitur instagram *story*, instagram *Live*, *Shopping*, *Direct Message*, *Feed* dan lain sebagainya.

3. Facebook

Mark Zuckerberg yang merupakan pendiri facebook pada tahun 2004, masih menunjukkan eksistensi facebook sebagai media sosial yang masih diminati. Facebook memungkinkan penggunanya untuk menerima pertemanan, memposting foto, dinding, membuat pengingat acara ataupun hari ulang tahun teman, chatting atau obrol saat sedang online, komentar, *like* dan lainnya (Gantiano. 2017). Seiring perkembangannya fitur terbaru pun diperbaharui seperti *live streaming*, *reels*, *facebook bussines suite* dan berbagai fitur terbaru untuk keamanan *privacy*.

4. Tiktok

Aplikasi media sosial yang satu ini merupakan sosial media yang memungkinkan penggunanya membuat video berdurasi sebagai ke khasan dari media sosial lain. Awal kemunculannya video tiktok hanya mampu berdurasi 15 detik namun seiring perkembangannya di upgrade menjadi 3 menit hingga fitur terbaru yang dirilis 2023 video durasi dapat mencapai 5 menit. Awalnya aplikasi platform media sosial ini bukanlah Tiktok melainkan Douyin yang diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok China, Bytedance (Adawiyah, D.2020) Belakangan sosial media ini marak dibicarakan karena penggunanya terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, ini dikarenakan

salah satu fitur *Payout Coins* yang dimanfaatkan oleh penggunanya untuk memperoleh uang dalam setiap tayangan video baik itu *post* maupun melalui *live streaming*.

5. Telegram

Nama telegram begitu tidak asing lagi di dengar, nama telegram hampir sama dengan telegraf yang digunakan pada abad ke 18 sebagai bagian sejarah perkembangan alat komunikasi. Nama ini kemudian diadopsi oleh perusahaan start up Telegram Messenger LLP sebagai nama platform media sosial yang dikembangkan oleh 2 bersaudara Nikolai dan Pavel Durov yang kemudian di rilis secara resmi pada tahun 2013. Menurut Fahana dan Ridho (2018) dalam (Fitriansyah dan Aryadillah, 2020:113), Telegram dirancang untuk memudahkan penggunanya untuk saling berkirim pesan teks, audio, video, melakukan panggilan video, dokumen, dan mengirim *emoticon* secara aman dan *real-time*. Kelebihan dari aplikasi ini adalah berbasis *cloud system storage* sehingga memiliki ukuran kapasitas lebih tinggi yaitu 1,5GB per file, ini jauh lebih tinggi dibandingkan whatsapp dan aplikasi sosial media lainnya.

Terdapat beberapa karakteristik media sosial yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Ada batasan maupun ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu (Nasrullah, 2016):

1. Jaringan

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi

Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi.

3. Arsip

Bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.

5. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual (maya). Ibarat sebuah Negara, media

sosial juga memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.

6. Konten oleh Pengguna

Karakteristik ini menunjukkan bahwa konten dalam media sosial sepenuhnya milik dan juga berdasarkan pengguna maupun pemilik akun. Konten oleh pengguna ini menandakan bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri melainkan juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

7. Penyebaran

Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya.

Dari uraian di atas terkait karakteristik media sosial dapat disimpulkan bahwa ada beraneka ragam konten yang mudah di akses di sana serta penyebarannya tanpa batas. Selain itu berikut merupakan definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian Fuchs, 2014 dalam (Nasrullah, 2016):

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisai.
3. Boyd (2009), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content (UGC)* dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
4. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
5. Meike dan Young (2012), mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi

di antara individu (to be shared one to one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari pengertian di atas sehingga peneliti menarik kesimpulan bahwa media sosial adalah sebuah situs untuk berbagi informasi terlepas dari baik buruknya dan semua orang bebas saling berbagi, mengekspresikan diri, menjadikan tempat hiburan dan saling interaksi dengan yang lainnya.

5. Ibu Generasi Milenial

Istilah Generasi Milenial pertama kalinya dilahirkan pada tahun 2000 yang dikemukakan oleh William S. dan Neil melalui bukunya yang berjudul *The Millennials Rising: The next great generation*. Istilah generasi ini tentu tidak muncul dipermukaan begitu saja, hal ini diketahui dari seorang sosiolog Hungaria bernama Karl Mannheim lah yang mempopulerkan dan juga pencetus teori generasi (Madiistriyatno, H & Dudung H, 2020; 22) Sebelum adanya generasi milenial atau Generasi Y, terlebih dahulu ada baby boomers, Generasi X, kemudian Generasi Y dan hingga kini Generasi Z masih berjalan. Generasi Milenial atau Y diapit oleh Generasi X yang masih sangat terbatas dari perkembangan teknologi dan generasi Z yang memiliki kebalikannya, sehingga generasi ini adalah generasi tercedas dalam pemanfaatan teknologi sehingga di juluki generasi merunduk.

Berbeda dengan generasi Z, anggapan mengenai generasi X atau milenial mengenai teknologi yakni generasi ini dianggap mampu beradaptasi dari arus percepatan teknologi. Generasi Y adalah generasi

yang peka terhadap perubahan informasi, gaya hidup dan gadget (Madiistriyatno, H & Dudung H, 2020:10). Hal ini sejalan dengan apa yang dirasakan ibu Milenial. Di tengah perkembangan arus percepatan teknologi informasi, ada rasa kekhawatiran terhadap dampak yang akan ditimbulkan dari pemaksimalan pengguna internet, terutama pada tumbuh kembang anak. Sebutan millennial mom atau ibu milenial tidak disematkan begitu saja, melainkan ada karakteristik yang menonjol sehingga predikat ini disematkan.

Ibu milenial adalah ibu – ibu yang lahir di era antara 1980-an dan akhir 1990-an yang tumbuh dan berkembang di decade pertama era millennium (Wanerda, I & Intan Rawit, 2019). Stereotip yang melekat pada ibu milenial yang akrab dengan penggunaan gadget dan internet diyakini sebagai alasan mengapa generasi ini berbeda ibu – ibu lain. Keaktifan dalam penggunaan media baru dikarenakan generasi ini memiliki latar belakang pendidikan yang lebih tinggi yang turut berdampak pada kesadaran perkembangan teknologi dan penggunaannya (pyoria,et,all. 2017).

Dalam buku Literasi Digital bagi Millennial Moms (Wanerda, I & Intan Rawit, 2019) yang mengutip data APJII 2016 dan data lain yang dihimpun dari situs TheAsianparent.com melalui survey Digital Mom Indonesia 2017 yang dilakukan pada 1070 para ibu milenial yang berdomisili di 4 kota besar di Indonesia, yaitu Jakarta , Surabaya, Medan dan Bandung. Dari

hasil survey ini diketahui ada beberapa alasan para ibu milenial aktif dalam menggunakan internet, diantaranya;

1. Ibu milenial merupakan pengambil keputusan atas pembelian barang rumah tangga
2. Kesibukan dalam mengurus rumah membuat para ibu tidak memiliki banyak waktu untuk mencari referensi lain seperti informasi dari media konvensional.
3. Ibu milenial di Indonesia merupakan pengguna aktif smartphone
4. Aktivitas favorit ibu milenial di Indonesia adalah membaca ilmu pengetahuan seputar anak, mencari resep masakan dan referensi mengenai kesehatan.
5. Ibu milenial menggunakan internet sebagai sarana pada saat kerja dan sekaligus untuk bermain. Mereka dapat melakukan pekerja sekaligus seperti mengupload foto anak di media sosial saat membaca email pekerjaan mereka, Perbandingan penggunaan internet untuk pekerja dan penggunaan pribadi, 53, 5% untuk pekerjaan dan 62% untuk penggunaan pribadi.

Menurut Putri & Kusbariyanto (2012) dikutip Noor. F. et.all (2020) ibu menjadi satu faktor lingkungan keluarga paling berpengaruh dari faktor lain dalam perkembangan dan berperan dalam mendidik anak dalam tahap keemasan hingga ibu menjadi tauladan atau “model” peniru anak dan pemberi stimulasi pada anak. Jadi peran seorang ibu tidak mudah untuk

dilakukan dibutuhkan pengetahuan, tanggung jawab yang besar dan ekstra kesabaran dalam menjalankan peran ini.

6. Peran Ibu Milenial dalam Penggunaan media sosial pada Anak Usia Dini

Dalam hal akses media sosial tentu pengawasan orang tua sangat dibutuhkan. Penelitian ini berfokus pada ibu milenial, yang memiliki waktu ataupun menyempatkan *quality time* bersama anak di rumah sehingga literasi digital sangat dibutuhkan sebagai pengawasan dari dampak negatif yang mungkin saja bisa diakses oleh anak usia dini. Perempuan dan literasi digital dalam beberapa kajian pustaka terdahulu menunjukkan adanya kesenjangan kecakapan digital antara laki laki dan perempuan di negara – negara berkembang, perempuan dianggap kurang mampu dan kurang mendapat manfaat dari perkembangan digital (Rahayu,et.al. 2021).

Ibu yang merupakan perempuan sumber kehidupan dalam keluarga serta memiliki peranan besar dan sangat kompleks dalam menjalankan segala tugas di keluarga. Sejalan dengan perkembangan digital, ibu menjadi garda terdepan sebagai fungsi pengawasan dan pendampingan dalam mengakses internet pada anak.

Kesadaran tersebut menjadi pondasi awal sehingga anak usia dini bertumbuh dengan baik tanpa terdampak keburukan media sosial. Carl Gustav Jung memberikan penjelasan terkait kesadaran yang terdiri dari tiga sistem yang saling berhubungan yaitu kesadaran atau biasa disebut

kesadaran/ego, ketidaksadaran pribadi (*personal unconsciousness*) dan ketidaksadaran kolektif (*collective unconscious*).

1. Kesadaran/ego

Ego merupakan jiwa sadar yang terdiri dari persepsi, ingatan, pikiran dan perasaan-perasaan sadar. Ego bekerja pada tingkat conscious dari ego lahir perasaan identitas dan kontinuitas seseorang. Ego seseorang adalah gugusan tingkah laku yang umumnya dimiliki dan ditampilkan secara sadar oleh orang-orang dalam suatu masyarakat. Ego merupakan bagian manusia yang membuat ia sadar pada dirinya.

2. Ketidaksadaran Pribadi

Struktur *psyche* adalah wilayah yang berdampingan dengan ego. Di dalamnya merupakan pengalaman-pengalaman yang pernah disadari tetapi dilupakan dan diabaikan dengan cara repression atau suppression. Pengalaman-pengalaman yang kesannya lemah juga disimpan kedalam personal unconscious. Penekanan kenangan pahit kedalam personal unconscious dapat dilakukan oleh diri sendiri secara mekanik namun bisa juga karena desakan dari pihak luar yang kuat dan lebih berkuasa.

Kompleks adalah kelompok yang terorganisir dari perasaan, pikiran dan ingatan-ingatan yang ada dalam personal unconscious. Setiap kompleks memiliki inti yang menarik atau mengumpulkan berbagai pengalaman yang memiliki kesamaan tematik, semakin kuat daya tarik inti semakin besar pula pengaruhnya terhadap tingkah laku manusia.

Kepribadian dengan kompleks tertentu akan didominasi oleh ide, perasaan dan persepsi yang dikandung oleh kompleks itu.

3. Ketidaksadaran Kolektif

Merupakan gudang bekas ingatan yang diwariskan dari masa lampau leluhur seseorang yang tidak hanya meliputi sejarah ras manusia sebagai sebuah spesies tersendiri tetapi juga leluhur pramanusiawi atau nenek moyang binatangnya. *Collective unconscious* terdiri dari beberapa *Archetype*, yang merupakan ingatan ras akan suatu bentuk pikiran universal yang diturunkan dari generasi ke generasi. Bentuk pikiran ini menciptakan gambaran-gambaran yang berkaitan dengan aspek-aspek kehidupan, yang dianut oleh generasi tertentu secara hampir menyeluruh dan kemudian ditampilkan berulang-ulang pada beberapa generasi berikutnya. Beberapa archetype yang dominan seakan terpisah dari kumpulan *archetype* lainnya dan membentuk satu sistem sendiri.

Kesadaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kesadaran orangtua dalam memberikan perhatian kepada anak terhadap literasi media sosial. Tidak terpungkiri kecanggihan teknologi membawa dampak yang berdampingan, positif maupun negatif sehingga peran orang tua dalam kesadaran pengawasan pada anak sangat dibutuhkan. Sehingga kekhawatiran tentang perilaku menyimpang dari norma-norma yang ada bisa diputuskan terlebih dulu.

B. Kajian Teoritis

1. Teori New Media

Teori new media merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang merupakan seorang filsuf kelahiran Tunisia. Beliau mengemukakan pemikirannya tentang new media dan perkembangannya serta transisi media konvensional ke era digitalisasi. Teori ini lahir untuk mendukung kemajuan teknologi informasi yang berkembang dengan hadirnya media-media baru bermunculan. McQuail (2011) mengidentifikasi lima kategori dari 'media baru' berdasarkan jenis penggunaan, konten dan konteks sebagai berikut;

1. *Interpersonal Communication Media*. Kategori ini mengisyaratkan bahwa perangkat yang mediasi atau memfasilitasi proses komunikasi interpersonal terjadi meliputi telepon genggam, surat elektronik dan lainnya mengefisienkan aktivitas interpersonal berlangsung seperti telepon genggam (gadget) menjadi mobile dan surat elektronik (menjadi lebih semakin personal).
2. *Interactive play media*. Yang dimaksud adalah media baru berbasis komputer dengan fungsional entertaining seperti video game. Seiring perkembangannya dilakukan pemutahiran dari perangkat lunak pendukung seperti VR atau Virtual Reality yang merupakan perangkat teknologi untuk membangkitkan suasana 3D secara nyata sehingga menimbulkan kesan user berada dalam dunia maya. Pada kategori ini, McQuail menekankan

bahwa media permainan interaktif (*Interactive play media*) lebih di dominasi kepuasan penggunaannya.

3. *Information search media*. Media ini berbasis internet dengan website browser yang kemudian menghubungkan sumber data informasi.
4. *Collective participatory media*. Kategori ini yang dimaksud adalah media digital sebagai sarana pertukaran informasi, pengalaman dan mengembangkan hubungan pribadi. Hal ini merujuk pada sosial media berbasis internet dalam memudah partisipasi secara kolektif.
5. *Subtitution of broadcasting media*. Referensi utama pada kategori ini adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang sebelumnya sering disiarkan atau didistribusikan dengan metode serupa lainnya. Pada intinya media baru ini mempermudah untuk menerima, mengunduh, menonton atau mendengarkan siaran seperti tayangan film, musik dan lainnya.

Dikutip dari buku Etika Komunikasi dalam media sosial : Sering sebelum sharing, mendefinisikan new media adalah media yang menggunakan internet berbasis teknologi online, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif serta dapat berfungsi secara privat maupun publik (Rahmanita.et.all. 2021)

Media baru yang saat ini menjadi populer adalah sosial media, literasi digital erat kaitannya dengan penyebaran informasi yang ada di

jejaring media sosial. Jandy Luik, Ph.D dalam bukunya media baru sebuah pengantar memaparkan bahwa media baru merupakan hal yang kompleks karena memiliki multimakna baik itu dari sisi medium maupun kontennya (2020:1)

Platform media sosial seperti facebook, twitter dan youtube merubah hidup kita karena mereka membentuk cara masyarakat terhubung dengan internet (Flew.2014). Luik(2020) dalam bukunya Media Baru sebuah Pengantar mengutip isi “Kehadiran media sosial memberikan ruang yang luas yakni meningkatkan variasi dan kreativitas, dalam presentasi diri” (Luik,2011). Hal ini sebabkan karena pada konten media sosial konsep diri seringkali masih jadi topik utama sehingga secara sadar mengarahkan individu untuk mengkonstruksi identitas.

Beberapa media sosial ini berusaha untuk memenuhi ekspektasi dan harapan penggunanya dengan melakukan inovasi – inovasi baru dari masa ke masa sehingga media sosial kini menjadi bagian dari setiap individu dalam aktivitas keseharian. Contohnya aplikasi *Whatsapp* yang telah menjadi media komunikasi baik itu personal maupun grup dan hampir disetiap gadget, aplikasi ini digunakan.

Fortunati (2005) dalam buku Teori Komunikasi Massa Mc.Quail (2011) menekankan 7 poin penting karakteristik pembeda antara media lama dengan media baru dari perspektif penggunaannya, sebagai berikut;

- Interaktivitas (*Interactivity*)

- Kehadiran Sosial (*sosiabilitas*)
- Kekayaan Media (*media richness*)
- Otonomy (*Autonomy*)
- Unsur Bermain (*Playfulness*)
- Privasi (*Privacy*)
- Personalisasi (*Personalization*)

2. Teori Kontruksi Sosial Media Massa

Teori konstruksi sosial media massa terletak di putaran sebuah informasi yang hadir dengan langsung atau cepat dan dengan jangkauan yang luas hingga konstruksi sosial terjadi dengan sangat cepat dan dapat merata secara luas. Realitas yang tersusun itu juga dapat membuat dan membentuk sebuah opini massa yang baru, massa lebih condong kearah apriori dan opini massa condong kearah sinis. Pengkonstruksian realita sosial pada mulanya dikenalkan Peter L.

Berger dan Thomas Luckmann lewat karyanya dan diberi nama *The Social construction Of Reality: A Treatise In The Sosiological Of Know* (1996). Bungin didalam buku Konstruksi Social Media Massa (Bungin, 2008) memaparkan bagaimana sebuah metode sosial diilustrasikan lewat langkah dan korelasinya, yang mana seseorang membuat hal dengan alasan yang berkelanjutan pada sebuah kenyataan yang di miliki dan dialami seiring berjalan secara subjektif. Terlebih intens lagi Bungin

menjelaskan, awal muasal konstruksi social adalah hasil dari filosofi konstruktivisme, yang dimulai dengan ide-ide konstruktif kognitif.

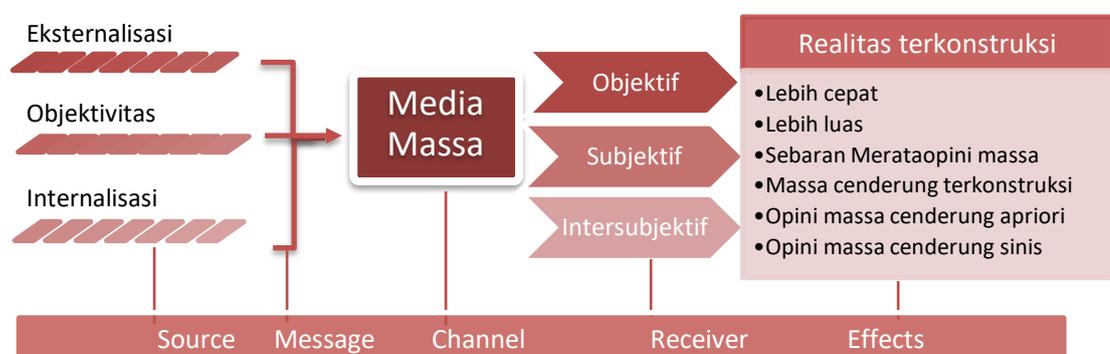
Sejauh ini, adanya tiga jenis konstruktivisme: pertama, konstruksi visa yang radikal; kedua, realisme hipotetis; ketiga, konstruktivisme biasa. Maksudnya, Bungin kemudian menjelaskan lebih lanjut dengan mendefinisikan perkataan dari Burger dan Luckmann, terjalin komunikasi dua arah diantara perorangan yang membentuk masyarakat dan masyarakat melahirkan individu. Metode komunikasi dua arah ini berlangsung melewati pencerahan atau ekspresi individu ke dalam realita, hasil pencapaian baik dari segi mental ataupun fisik dan internalisasi atau penyerapan ulang sebuah dunia objektif dalam keadaan sadar agar subjektif seseorang bisa dipengaruhi oleh struktur dalam dunia sosial.

Proses ini tidak semata bekerja dengan begitunya, akan tetapi tercipta melewati sejumlah fase terpenting dari konten struktur sosial media massa dan sistem cikal bakal konstruksi sosial media massa.

Kemudian Bungin (2008) memahami bahwa banyak lagi tentang langkah konstruksi sosial media massa. Di langkah awalan objek konstruksi social, terdapat beberapa perkara terpenting dan wajib diingat. Pertama, berat sebelah pada media massa terhadap pemilik modal. Kedua pro semua terhadap masyarakat. Ketiga, pro terhadap kepentingan publik. Berdasarkan hal tersebut, tidak menutup kemungkinan bahwa didalam merancang sebuah objek publikasi berita, terjadi tukar menukar pengaruh antara kubu yang memiliki kepentingan terkait suatu berita. Tidak hanya

dikarenakan dana dan barang yang terjadi pada proses penukaran seperti ini, Bungin menyebutkan bahwa suatu blow-up pada citra seseorang yang menjadi daya tarik atas suatu pemberitaan itu. Konstruksi media massa erat kaitan dengan citra dan iklan, dalam beberapa konsep yang dikemukakan para ahli bahwa iklan merupakan konstruksi manusia yang berdasar pada realitas sosial yang menjadi pondasi konstruksi sosial media massa itu lahir.

Dari pemaparan di atas sehingga peneliti menyimpulkan bahwa segala yang telah dikonstruksikan oleh media massa dapat berupa realita yang memihak pada penyimak atautkah bisa saja memihak pada pemilik modal. Jika apa yang disaksikan oleh anak-anak di media sosial tergantung kepentingan pemilik konten, tentu itu akan memberi pengaruh buruk. Tidak jarang ada pula konten yang tidak layak diberikan pada anak sehingga kesadaran tentang konstruksi sosial media harus disadari sejak dini oleh orang tua yang mengawasi anak terutama kepekaan seorang ibu terhadap tayangan atau tontonan anak.



Gambar 2.3 Proses Sosiologis Simultan

Burhan Bungin dalam bukunya *Sosiologi Komunikasi ; Teori, paradigm dan Diskursus Teknologi Komunika di Masyarakat* (2016), proses terbentuknya konstruksi sosial media massa terjadi secara bertahap sebagai berikut :

1. Tahap penyiapan Materi konstruksi

Pada tahapan ini merupakan tugas redaksi media massa kemudian diteruskan ke desk editor. Di tahap ini ada tiga hal penting yang perlu diperhatikan dalam penyiapan materi konstruksi yaitu:

- a. Keberpihakan media massa.
- b. Keberpihakan semu kepada masyarakat.
- c. Keberpihakan kepada kepentingan umum.

2. Tahap sebaran Konstruksi

Inti pada tahap ini adalah semua informasi yang dirangkum harus di sampaikan pada pembaca secara cepat dan tepat.

3. Tahap pembentukan konstruksi realitas

Setelah tahap kedua, tahap berikutnya adalah tahap pembentukan konstruksi realitas. Pada tahap ini akan melalui tiga tahapan sebagai berikut :

- 1) Konstruksi realitas membenaran
- 2) Kesedian dikonstruksi oleh media massa
- 3) Sebagai pilihan konsumtif.

4. Tahap Konfirmasi

Di tahap ini, media massa dan pemirsa serta pembaca memberikan argumentasi atas keterlibatan pada pembentukan konstruksi ini.

C. Penelitian Yang Relevan

Ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki tema pembahasan serupa dengan yang sedang peneliti bahas, diantaranya :

1. *Social Media Literation In Housewives : Utilization Of Social Media By Housewives In Karawang Barat*

Penelitian yang berjudul *Social Media Literation In Housewives : Utilization Of Social Media By Housewives In Karawang Barat* (Literasi Media Sosial Pada Ibu Rumah Tangga : Pemanfaatan Media Sosial Oleh Ibu Rumah Tangga Di Karawang Barat) ditulis oleh Lutfi Khoerunnisa dan Rully Khairul Anwar dari Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Universitas Padjadjaran. Jurnal ini dimuat di N-JILS Nusantara Journal of Information and Library Studies Vol.2 No.2 2019.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Lutfi dan Rully menunjukkan bahwa berbagai hiburan yang saat ini disajikan tidak lagi mementingkan etika dan norma-norma yang beradab di masyarakat. Dalam jurnal ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan literasi media para ibu rumah tangga di kabupaten Karawang barat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, studi pustaka, wawancara mendalam dengan beberapa ibu rumah tangga, observasi dan juga FGD. Teori yang menjadi rujukan adalah *Social Learning Theory* dan literasi media.

Hasil penelitian ini menunjukkan ada berbagai media yang banyak digunakan oleh ibu rumah tangga, diantaranya penggunaan handphone dan media sosial, namun yang paling banyak digunakan adalah Instagram. Ibu rumah tangga menghabiskan banyak waktunya untuk berselancar di Instagram, namun mereka tidak menyadari berbagai dampak buruk yang ditimbulkan oleh Instagram ini. Ada beberapa ibu rumah tangga yang memahami betul mengenai pentingnya memilih konten media yang di akses.

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis memang memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu terkait literasi media bagi ibu rumah tangga yang membedakan adalah lokasi penelitian, jurnal ini diteliti di Karawang Barat sementara penulis melakukan penelitian di Kota Makassar dan perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian. Jurnal ini sebatas meneliti literasi penggunaan media sosial bagi ibu rumah tangga sementara penulis literasi digital bagi ibu yang berdampak pada pertumbuhan pikiran anak-anak mereka.

2. Pengaruh Media Sosial pada Perkembangan Kecerdasan Anak Usia Dini

Penelitian ini ditulis oleh Intan Diyak Retno Palupi seorang mahasiswa fakultas keguruan ilmu pendidikan Universitas Kristen Satya Wacana. Menggunakan metode penelitian Deskriptif kualitatif dengan melakukan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan anak – anak usia dini yang menonton media sosial Youtube berupa video menunjukkan bahwa anak-anak tersebut memiliki kecerdasan intelektual, emosional, spiritual dan sosial yang tinggi, maka dari itu media sosial youtube dapat dinyatakan sebagai bentuk pemberian stimulus dalam mengoptimalkan perkembangan kecerdasan pada anak usia dini.

Penelitian yang dilakukan oleh Intan Diyah Retno Palupi memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu mengenai penggunaan media sosial pada anak usia dini akan tetapi pada penelitian ini hanya memfokuskan pada media sosial youtube. Berbeda dengan penulis yang ingin mengkaji lebih luas mengenai media sosial lain yang digunakan oleh anak usia dini mengingat tren media sosial saat ini kian beragam. Selain itu terdapat perbedaan lain yaitu dari Desain penelitian yang digunakan oleh Intan Diyah Retno Palupi adalah Deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data dari studi kepustakaan.

3. Literasi Media Digital di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Yogyakarta

Penelitian yang berjudul “Literasi Media Digital di Lingkungan Ibu – Ibu Rumah Tangga di Yogyakarta diprakarsai oleh 2 peneliti yaitu Dewi Novianti dan Siti Fathonah. Penelitian ini bertujuan memberikan usulan dalam mengembangkan model literasi media menuju desa melek media bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga di lingkungan Banguntapan, Bantul.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Babadan, Banguntapan, Bantul belum mengenal cara menggunakan media digital cerdas. Mereka sudah biasa menggunakan gadget atau smartphone dan setiap harinya ibu-ibu tersebut mengonsumsi media untuk hiburan serta mendapatkan informasi akan tetapi ibu-ibu rumah tangga masih kurang memahami mengenai literasi media.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah sebuah usaha dalam mewujudkan “Desa Melek Media” hal ini dibuktikan dengan dilakukannya sosialisasi dan pelatihan media digital yang juga digerakkan oleh aktivis organisasi yang mana juga menjadi narasumber dalam penelitian ini. Seperti Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK), kelompok pengajian, tenaga pendidik Usia Dini (PAUD), Posyandu, Bank Sampah, Kader KB dan forum lansia.

Adapun kesamaan dari penelitian ini adalah mengkaji mengenai literasi media dengan obyek penelitian adalah ibu – ibu kemudian yang membedakan dari lokasi penelitian yaitu penelitian ini dilakukan di Yogyakarta lebih spesifiknya yaitu di desa Banguntapan Bantul sedangkan peneliti akan melakukan penelitian di kota Makassar. Selain itu, penelitian yang akan dilakukan lebih memetakan obyeknya terkhususkan yaitu Ibu-ibu dari kalangan generasi Milenial. Perbedaan lainnya dari metode yang digunakan untuk mengkaji penelitian ini berupa studi pustaka, wawancara mendalam, observasi dan FGD (focus group discussion)

D. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Sumber: Olahan data peneliti 2023