

Literasi Media Melalui *Video Podcast* pada Kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan, Universitas Amikom Yogyakarta, dan Universitas Mercu Buana Yogyakarta)

Annisa Ishlahtus Shohwah & Arif Ardy Wibowo

Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Kec Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. 0274-563515. Hp.
+62 857-2687-8578.

Email: annisa1700030178@webmail.uad.ac.id & arif.wibowo@comm.uad.ac.id

DOI 10.46426/jp2kp.v25i2.162

diterima tanggal 31 Maret 2021 | direvisi tanggal 24 Juni 2021 | disetujui tanggal 25 Juli 2021

ABSTRACT

Video podcasts become one of the content that combined video and audio format packed in such a way that distributed in digital format. The ease of accessibility of podcast video content makes it important to apply media literacy to remain critical of the various meanings of the message conveyed in the video podcast content. This study aims to reveal the level of media literacy through video podcasts among students of Communication Sciences Yogyakarta. The method used in this study is a descriptive quantitative method with the concept of measuring individual competence framework media literacy. Samples from this study were active students of Communication Sciences in 2019/2020 at Ahmad Dahlan University, Mercu Buana University, and AMIKOM University, with a total sample of 368 respondents. The results showed that the level of media literacy through video podcasts among students of Communication Science Yogyakarta is in advanced level with details of technical skills skills are in the advanced category 80%, critical understanding ability at the advanced level 86%, and communicative abilities the medium level 59%. This shows that Yogyakarta communication students have the ability to use very high media, analyze excellent information, and are able to participate and communicate actively through social media.

Keywords: *Video Podcast, Media Literacy, Individual Competence Framework*

ABSTRAK

Video podcast menjadi salah satu konten digital yang termasuk dalam format kombinasi video dan audio yang dibuat sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah konten yang didistribusikan dalam format digital. Kemudahan akses konten *video podcast* menjadikan pentingnya penerapan literasi media untuk tetap bersikap kritis terhadap berbagai makna pesan yang disampaikan dalam konten-konten yang ada dalam *video podcast*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi media melalui *video podcast* pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan konsep pengukuran literasi media *Individual Competence Framework*. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi tahun 2019/2020 di Universitas Ahmad Dahlan, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, dan Universitas AMIKOM Yogyakarta, dengan total sampel sebanyak 368 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi media melalui *video podcast* pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Yogyakarta dalam level *advanced* dengan rincian kemampuan *technical skills* berada pada kategori *advanced* sebesar 80%, kemampuan *critical understanding* pada level *advanced* sebesar 86%, dan kemampuan *communicative abilities* berada pada level *medium* sebesar 59%. Hal ini menunjukkan jika mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta memiliki kemampuan dalam menggunakan media yang sangat tinggi, analisa terhadap informasi yang sangat baik, dan mampu berpartisipasi dan berkomunikasi dengan aktif melalui media sosial.

Kata kunci: *Video Podcast, Literasi Media, Individual Competence Framework*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini, tidak dapat dilepaskan dari keterkaitan dengan gabungan media sosial sebagai jaringan informasi terkini dan interaksi antar personal yang dibuat serta dipertahankan (Annisa, 2021). Salah satu konten yang sedang berkembang pesat dan banyak diminati di sosial media adalah *podcast*. Fadilah, Yudhaprimesti and Aristi (2017) menyatakan bahwa *podcast* merupakan media dengan kelebihan dapat diakses dimana saja, selalu tersedia, dan konsumen dapat mengendalikan secara penuh terhadap konten. *Podcast* memiliki nilai tawar yang terletak pada kemasan yang ringan dan menarik dari setiap kontennya. Penelitian Rachmawati, Muhajarah and Kamaliah (2019) menyatakan bahwa *podcast* sebagai media alternatif dalam perkuliahan membantu mahasiswa lebih memahami materi perkuliahan karena isinya lebih menarik dibandingkan kelas konvensional.

Menurut Merriam Webster *podcast* adalah “Suatu program (seperti musik dan pembicaraan) yang tersedia dalam format digital untuk pengunduhan otomatis melalui internet sebagai file audio yang dilampirkan ke umpan RSS” (Meisyanti and Harkandi Kencana, 2020). *Podcast* awalnya adalah file audio, namun karena *podcast* memasuki ranah YouTube khalayak biasa menyebutnya dengan *video podcast*. *Video Podcast* merupakan rekaman berupa audio visual *non-streaming* yang dapat berupa percakapan yang biasanya memiliki topik tertentu untuk dibahas dalam satu episode *video podcast*. *Video podcast* telah banyak digunakan oleh masyarakat untuk mendengarkan berita, ilmu pengetahuan, dan *sharing-sharing* berbagai topik terbaru.

Berdasarkan penelitian *katadata.com* melalui wawancara dengan 15 orang berusia antara 20-34 tahun pada 4 Februari, juga menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap *podcast*. Sebanyak 93.3 persen narasumber merupakan penikmat dan pendengar *podcast* (Katadata, 2020).

Chitra and Oktavianti (2019) menyatakan pendapat bahwa pembuatan *podcast* memerlukan adanya komunikasi yang konsisten dengan penontonnya. Keterlibatan dengan audiens harus dikelola dengan baik. Berkembangnya konten *video podcast* di kanal YouTube, menjadikan khalayak harus lebih berperan aktif dalam memfilter berbagai informasi yang diaksesnya. Hal ini menjadikan suatu perhatian yang penting untuk diamati karena *video podcast* merupakan konten baru yang dinilai dapat menjadi agen sosialisasi di masyarakat dan konten lambat laun diyakini dapat mengubah karakter bangsa. *Video podcast* bagaikan ujung pedang yang dapat memberikan dampak positif maupun negatif kepada *audience*. Dengan perannya sebagai media berbagi informasi serta pengetahuan namun belum terdapat sensor tentu dikhawatirkan dapat membahayakan pola pikir setiap individu terhadap informasi yang didapat. Sehingga untuk menghadapi berbagai terpaan dari berbagai informasi bias dalam konten-konten *video podcast* maka literasi media sangat penting untuk meningkatkan kemampuan, pengetahuan, kesadaran, keterampilan, dan cerdas dalam memahami dan mengolah informasi secara khusus kepada *audience* sebagai pendengar *podcast*.

Literasi media menjadi suatu yang strategis untuk mencegah serta melindungi diri dari

berbagai efek negatif yang ada di media. Melihat situasi dan kondisi dimana generasi muda saat ini lebih berfokus pada informasi-informasi yang dapat diakses melalui media baru. Pengetahuan, tahapan dan tingkat literasi media dikalangan mahasiswa sebagai agen perubahan menjadi sangat penting untuk mewujudkan generasi milenial yang bijak dan kritis dalam menggunakan media. Peneliti ingin menggambarkan dan menganalisis mengenai pemahaman mahasiswa di Kota Yogyakarta dalam hal literasi media, karena kalangan mahasiswalah yang sehari-hari menggunakan media komunikasi baik secara teoritis dalam pembelajaran maupun secara praktis dalam keseharian.

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah seberapa tinggi tingkat literasi media melalui *video podcast* pada kalangan mahasiswa Yogyakarta? Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat literasi media melalui *video podcast* pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Yogyakarta dan diharapkan hasil penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai literasi media melalui *video podcast* pada kalangan mahasiswa di era media digital. Hipotesis penelitian ini yaitu Ha: Adanya literasi media yang baik melalui video podcast pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Yogyakarta dan Ho: Tidak adanya literasi media yang baik melalui video podcast pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

Hasil penelitian Cahyaningrum (2017) menunjukkan tingkat pengukuran literasi media responden pada tingkat *use skills* dan pada *communicative abilities* berada pada level medium, yang berarti kemampuan mengoperasikan media

cukup tinggi, kemampuan menganalisa dan mengevaluasi konten media cukup bagus dan aktif dalam memproduksi konten media dan dapat beradaptasi secara sosial. Sedangkan hasil penelitian Sari (2019) menunjukkan literasi media di era digital masih belum dapat diterapkan dengan baik dalam masyarakat meskipun sudah mahir menggunakan perangkat digital.

Dalam penelitian Limilia and Nindi (2019) dijelaskan bahwa konsep literasi media dan digital diterjemahkan secara berbeda. Literasi media yang cenderung berfokus pada sikap kritis khalayak pada media, sedangkan literasi digital diartikan sebagai keterampilan khalayak dalam menggunakan dan mengkritisi konten yang ada di media.

Literasi media terdiri dari dua kata, yaitu literasi dan media. Secara sederhana literasi diartikan sebagai kemampuan membaca dan menulis atau melek media aksara/huruf. Sedangkan media dapat diartikan sebagai suatu perantara baik dalam wujud benda, manusia, maupun peristiwa (Kurniawati and Baroroh, 2016).

Literasi media berhubungan dengan semua media termasuk televisi, film, radio, rekaman musik, media cetak, internet dan teknologi komunikasi digital lainnya (Rijal, 2015). Potter (dalam Ginting & Pratiwi, 2017) menekankan bahwa literasi media dibangun oleh tiga pilar, yaitu: *Personal Locus*, *Knowledge structure* dan *Skills*. Terdapat empat dimensi literasi media, diantaranya: Dimensi kognitif, dimensi perasaan, dimensi estetik dan dimensi moral.

David Buckingham (dalam Rianto:2013) menyebutkan definisi literasi media sebagai kemampuan untuk mengakses media yang merujuk pada kemampuan dalam menentukan konten media

yang sesuai dengan kebutuhannya dan menghindari dari konten yang tidak dibutuhkan sehingga memberikan kontrol atas penggunaan konten media oleh individu, baik dalam hal mengirim ataupun menerima pesan. Sedangkan kemampuan memahami mengarah pada apa yang dilakukan oleh khalayak ketika menemukan informasi dan kemampuan menciptakan merupakan kemampuan untuk menulis di media. Kemampuan ini dibutuhkan khalayak media untuk memberdayakan seseorang dalam berfikir kritis dan kreatif (Kunandar, 2014).

Tingkat literasi media seseorang dapat diukur menggunakan konsep *Individual Competence Framework*. *Individual Competence Framework* adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media diantaranya kemampuan untuk menggunakan, memproduksi, dan mengkomunikasikan pesan melalui media. *Individual Competence* ini dibagi dalam dua kategori, yaitu: (1) *Personal Competence* yang terdiri dari *Technical Skills* dan *Critical Understanding*; (2) *Social competence*, terdiri dari *communicative abilities*. Tiga tingkatan literasi media yaitu *Basic*, *Medium* dan *Advanced*.

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Lokasi dalam penelitian ini yaitu Universitas AMIKOM Yogyakarta, Universitas Ahmad Dahlan (UAD), dan Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY).

Objek penelitian ini adalah memetakan kemampuan literasi media melalui *video podcast* youtube pada kalangan mahasiswa ilmu

komunikasi pada Universitas yang ada di Kota Yogyakarta. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan sejak bulan Oktober 2020 - Maret 2021. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Yogyakarta yang menggunakan atau mengakses *video podcast* di youtube. Pengambilan sampel dengan cara *simple random sampling*, sampel adalah mahasiswa aktif ilmu komunikasi UAD, AMIKOM dan UMBY peneliti menggunakan ukuran sampel dengan rumus Yamane, didapatkan sampel sebanyak 368 orang responden.

Sumber data penelitian terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Teknik validasi data dengan uji validasi dan uji reliabilitas. Teknik analisis data dengan langkah-langkah *mean* ideal, standar deviasi ideal dan kategorisasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

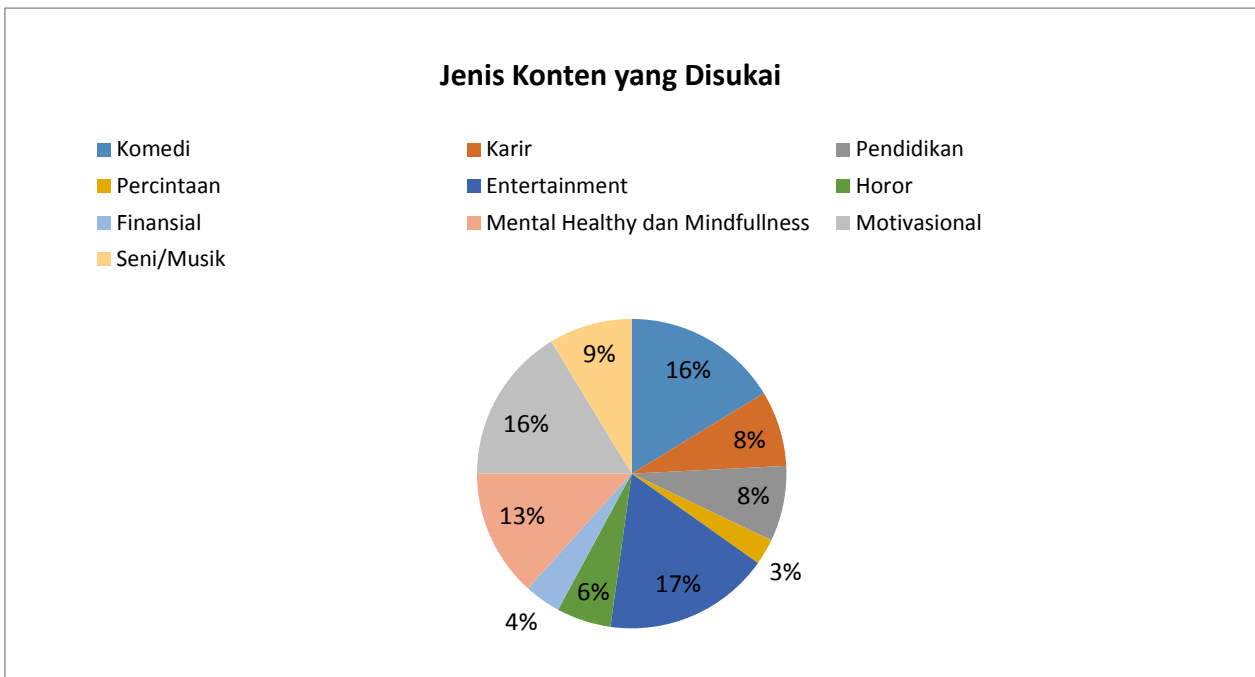
A. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada tiga lokasi penelitian yaitu Universitas AMIKOM Yogyakarta, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, dan Universitas Ahmad Dahlan, peneliti mendapatkan data-data dari masing-masing 368 responden dengan kriteria yang sudah ditentukan peneliti sebelumnya. Mayoritas responden penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan (UAD), yaitu sebanyak 39%, sementara responden dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta sebanyak 36% untuk Universitas Mercu Buana Yogyakarta memiliki responden paling rendah yaitu sebanyak 25%.

Mayoritas responden penelitian adalah perempuan yaitu sebanyak 249 orang atau 67,7% sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 119 orang atau 32,3%. Usia responden pada penelitian ini sangat bervariasi yaitu dari usia 18 tahun sampai dengan usia 23 tahun, namun sebagian besar responden penelitian berusia 21 tahun yaitu sebanyak 123 orang atau 33%.

Mayoritas responden penelitian menyukai jenis konten podcast dengan tema *entertainment* yaitu mencapai 17%. Tema konten *video podcast entertainment* ini berisikan pembicaraan mengenai kehidupan para selebriti di dunia *entertainment*, khususnya bagi mereka yang sedang menjadi pembicaraan publik atau *trending* topik di media

sosial. Sebagian besar topik pembicaraan *podcast* dengan tema *entertainment* yang disukai oleh pengakses konten *video podcast* youtube adalah terkait topik klarifikasi suatu permasalahan yang diakibatkan oleh seseorang hingga menjadi pembicaraan publik secara terus-menerus. Sedangkan tema motivasional dan percintaan menjadi jenis konten selanjutnya yang disukai responden yaitu mencapai 16%. Tema-tema konten yang dikuasai oleh responden memiliki keterkaitan tersendiri dalam diri responden yang mana topik pembicaraan dalam *podcast* tersebut dapat mewakili perasaan dan pemikiran dari masing-masing individu.



Sumber: Hasil olah data primer

Gambar 1. Jenis Konten yang Disukai

1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validasi Technical Skill

Kemampuan Literasi Media dalam Konsep <i>Individual Competence Framework</i>	Nomor Item	rhitung	rtabel 5% (50)	Kriteria
	1	0.431	0.279	VALID
	2	0.322	0.279	VALID
	3	0.593	0.279	VALID
	4	0.709	0.279	VALID

Kemampuan Literasi Media dalam Konsep <i>Individual Competence Framework</i>	Nomor Item	rhitung	rtabel 5% (50)	Kriteria
<i>Technical Skill</i> (Kemampuan Teknis)	5	0.590	0.279	VALID
	6	0.594	0.279	VALID
	7	0.519	0.279	VALID
	8	0.666	0.279	VALID
	9	0.618	0.279	VALID
	10	0.689	0.279	VALID
	11	0.765	0.279	VALID
	12	0.666	0.279	VALID
	13	0.732	0.279	VALID
	14	0.720	0.279	VALID

Sumber: Data diolah oleh SPSS

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan pada kemampuan literasi media *video podcast* youtube dalam konsep *individual competence* bagian

technical skill (kemampuan teknis) yang berjumlah 14 pertanyaan dinyatakan valid karena rhitung lebih besar dari rtabel 0.279.

Tabel 2. Uji Validitas *Critical Understanding*

Kemampuan Literasi Media dalam Konsep <i>Individual Competence Framework</i>	Nomor Item	rhitung	rtabel 5% (50)	Kriteria
<i>Critical Understanding</i>	1	0.583	0.279	VALID
	2	0.564	0.279	VALID
	3	0.627	0.279	VALID
	4	0.627	0.279	VALID
	5	0.680	0.279	VALID
	6	0.694	0.279	VALID
	7	0.621	0.279	VALID
	8	0.502	0.279	VALID
	9	0.614	0.279	VALID
	10	0.488	0.279	VALID
	11	0.767	0.279	VALID
	12	0.567	0.279	VALID
	13	0.664	0.279	VALID
	14	0.704	0.279	VALID
	15	0.617	0.279	VALID
	16	0.723	0.279	VALID
	17	0.759	0.279	VALID
	18	0.657	0.279	VALID

Sumber: Data diolah oleh SPSS

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada kemampuan literasi media *video podcast* youtube dalam konsep *individual competence* bagian *critical understanding* yang berjumlah 18 pertanyaan dinyatakan valid karena rhitung lebih besar dari rtabel 0.279.

Tabel 3. Uji Validitas *Communicative Abilities*

Kemampuan Literasi Media dalam Konsep <i>Individual Competence Framework</i>	Nomor Item	rhitung	rtabel 5% (50)	Kriteria
<i>Communicative Abilities</i>	1	0.574	0.279	VALID
	2	0.567	0.279	VALID
	3	0.797	0.279	VALID
	4	0.699	0.279	VALID
	5	0.600	0.279	VALID
	6	0.791	0.279	VALID
	7	0.768	0.279	VALID

Sumber: Data diolah oleh SPSS

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan kemampuan literasi media *video podcast* dalam konsep *individual competence* bagian *communicative abilities* yang berjumlah 8 pertanyaan dinyatakan valid

karena rhitung lebih besar dari rtabel 0.279. Sehingga total pertanyaan yang digunakan peneliti pada kuesioner yaitu sebanyak 39 pertanyaan.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

<i>Technical Skills</i>		<i>Critical Understanding</i>		<i>Communicative Abilities</i>	
Reliability Statistics		Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.872	14	.910	18	.810	7

Sumber: Data diolah oleh SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.872 untuk *technical skill*, 0.910 untuk *critical understanding*, dan 0.810 untuk *communicative abilities* yang mana nilai tersebut lebih dari 0.600.

3. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner kemudian dianalisis dengan mencari rerata ideal dan standar deviasi ideal terlebih dahulu, untuk kemudian dimasukkan dalam rumus kategorisasi menurut Azwar. Kategori ini diterapkan sebagai patokan dalam pengelompokan kriteria

tingkat literasi media dalam taraf rendah, sedang atau tinggi pada setiap kategori dalam *Individual Competence Framework*. Dalam *individual competence framework* terbagi menjadi dua kategori, diantaranya adalah *personal competence* dan *social competence*. Adapun rata-rata skor yang diperoleh dari semua kategori *personal competence* dan *social competence* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

a. *Technical Skills*

Pengkategorian dilakukan berdasarkan *Mean* (Mi) dan Standar deviasi (Sdi) pada *technical skills* untuk dapat mengetahui level tinggi, sedang,

atau rendahnya tingkat literasi media melalui *podcast* menggunakan konsep *individual competence framework* pada

kategori *technical skill*. Kategorisasi untuk *technical skills* disajikan sebagai berikut:

Tabel 5. Kategorisasi Technical Skills

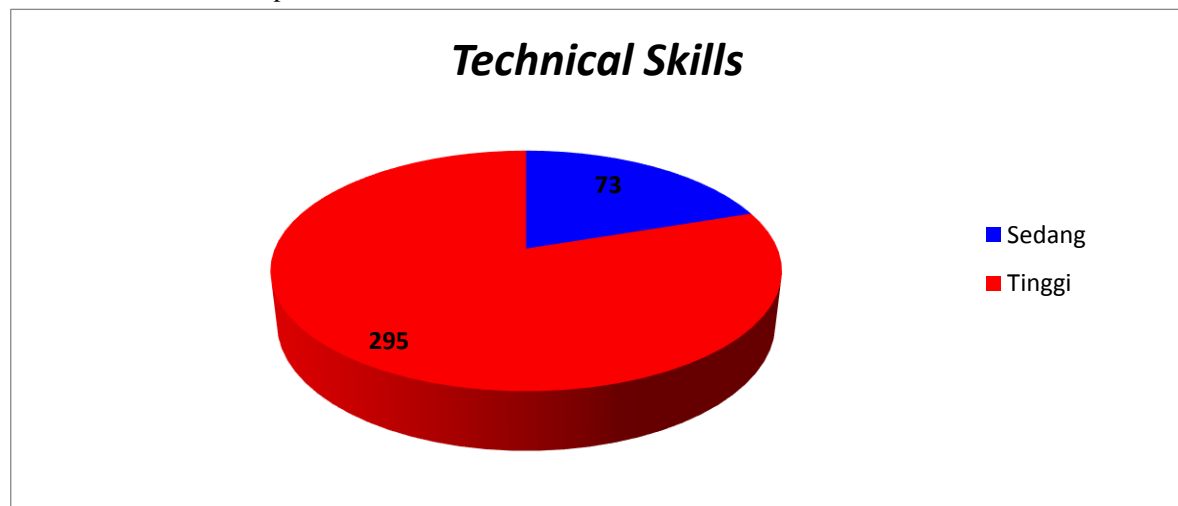
<i>Technical Skills</i>			
Xi	42	skor max	70
SD	9.333333333	skor min	14
		MAX + MIN	84
		MAX - MIN	56
Xi + SD	51.33333333		
Xi - SD	32.66666667		

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel 6. Interval Skor

Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
$\geq 51,33$	TINGGI	295	80%
$32,66 \leq X < 51,33$	SEDANG	73	20%
$X < 32,66$	RENDAH	0	0%

Sumber: Hasil olah data primer, SPSS



Sumber: Hasil olah data primer, SPSS

Gambar 2. Grafik Technical Skills

Menunjukkan bahwa tingkat literasi media responden melalui *podcast* pada kategori *technical skills* berada pada level tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah responden yang memiliki kemampuan teknis pada level tinggi yaitu sebanyak 295 orang atau sebesar 80%, sedangkan untuk 73 orang atau sebesar 20% memiliki kemampuan teknis pada level sedang.

b. *Critical Understanding*

Tabel 7. Kategorisasi Critical Understanding

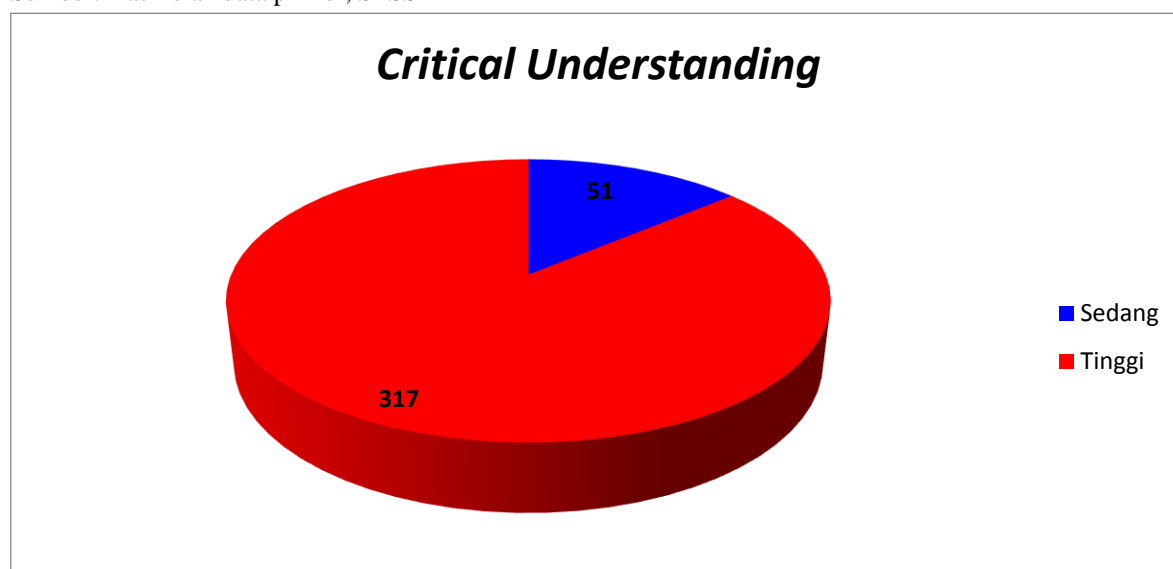
<i>Critical Understanding</i>			
Xi	54	skor max	90
SD	12	skor min	18
		MAX + MIN	108
		MAX - MIN	72
Xi + SD	66		
Xi - SD	42		

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel 8. Interval Skor

Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
≥ 66	TINGGI	317	86%
$42 \leq X < 66$	SEDANG	51	14%
$X < 42$	RENDAH	0	0%

Sumber: Hasil olah data primer, SPSS



Sumber: Hasil olah data primer, SPSS

Gambar 3. Grafik Critical Understanding

Menunjukkan bahwa tingkat literasi media responden penelitian melalui *podcast* pada kategori *critical understanding* berada pada level tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah responden yang memiliki pemahaman kritis pada level tinggi yaitu sebanyak 317 orang atau sebesar 86%, sedangkan untuk 51 orang atau sebesar 14% memiliki kemampuan teknis pada level sedang.

c. *Communicative Abilities*

Tabel 9. Kategorisasi *Communicative Abilities*

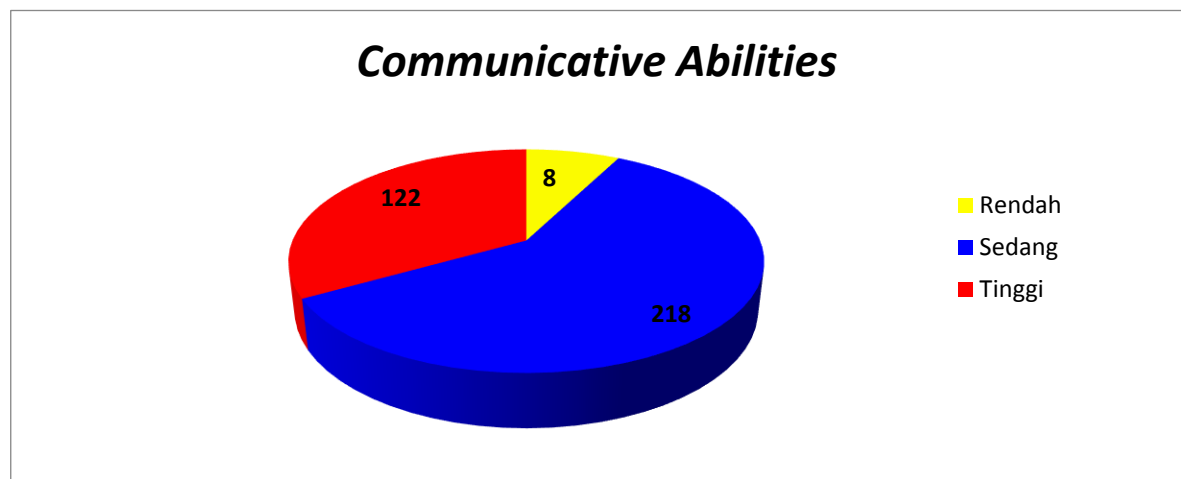
<i>Communicative Abilities</i>				
Xi	21		skor max	35
SD	4.666667		skor min	7
			MAX + MIN	42
			MAX - MIN	28
Xi + SD				25.66667
Xi - SD				16.33333

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel 10. Interval Skor

Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
≥ 25.66	TINGGI	122	33%
$16.33 \leq X < 25.66$	SEDANG	218	59%
$X < 16.33$	RENDAH	28	8%

Sumber: Hasil olah data primer, SPSS



Sumber: Hasil olah data primer, SPSS

Gambar 4. Grafik *Communicative Abilities*

Menunjukkan bahwa tingkat literasi media responden melalui *podcast* pada kategori *communicative abilities* berada pada level tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan mayoritas jumlah responden memiliki kemampuan komunikatif pada level sedang yaitu sebanyak 218 orang atau sebesar 59%, sedangkan untuk level tinggi sebanyak 122 orang atau sebesar 33% dan untuk level rendah sebanyak 25 orang atau sebesar 8%.

B. Pembahasan

Teknologi media digital telah menjadi populer dan berkembang dengan kecepatan yang signifikan hingga menjadikan sebuah bagian yang tak dapat terpisahkan dari kehidupan masyarakat saat ini. Melalui media digital, para penggunanya dapat memproduksi dan saling bertukar konten satu sama lain. Semua orang dapat membuat medianya sendiri dengan sangat mudah, tanpa perlu peralatan yang kompleks dan biaya yang besar. Cukup dengan adanya akses internet, seseorang dapat

membuat akun media sosial, serta menyebarkan gagasan-gagasannya ke banyak orang, menyebarkan konten yang mereka buat ke masyarakat luas. Media digital telah melahirkan proses-proses penyebaran pengetahuan yang sangat luas, serta menghubungkan dengan sesama pengguna media digital lain tanpa adanya keterbatasan dalam ruang dan waktu. Youtube menjadi salah satu media digital yang sangat digemari oleh masyarakat luas diberbagai generasi. Konten youtube yang saat ini sedang populer adalah terkait dengan konten-konten *podcast video* atau pembicaraan mendalam (*deep talk*). Meskipun pada dasarnya *podcast* hanyalah berisi rekaman suara tanpa adanya bentuk visual yang hendak ditampilkan, namun karena kreatifitas para pembuatan konten youtube menjadikan *podcast* dikemas dalam bentuk baru, yaitu dengan menampilkan visual dalam pembicaraan, sehingga tidak hanya konten audio saja namun juga dilengkapi dengan visual tidak dapat dipungkiri bahwa *trend podcast* di Indonesia saat terus mengalami perkembangan. Hal ini dilihat dari mulai munculnya *podcast* anak negeri di berbagai platform, seperti *spotify*, *google podcast*, *anchor*, *inspigo*, dan sebagainya. Yang kemudian diadopsi oleh para pengguna media digital youtube untuk menyebarkan konten *podcast* yang dikemas dalam bentuk audio visual, sehingga *video podcast* sangat digemari oleh pengguna youtube karena memiliki keunikan tersendiri dalam penyajiannya. Kehadiran *podcast* dirasa dapat menjadi jawaban dari rasa ketidakpuasan masyarakat terhadap media audio konvensional yang tidak dapat didengar setiap saat.

Dalam penelitian ini dapat diketahui jika sebagian besar pengguna youtube yang mengakses

video podcast adalah mereka yang berusia 21 tahun dengan mayoritas jenis konten *video podcast* yang diakses bertema *entertainment*, selanjutnya baru konten bertema motivasional dan komedi. Tingkat literasi media melalui *video podcast* pada kalangan mahasiswa ilmu komunikasi dengan mengambil sampel dari tiga Univeritas di Yogyakarta yaitu Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY), Universitas Amikom Yogyakarta (AMIKOM), dan Universitas Ahmad Dahlan (UAD) berdasarkan pada perhitungan secara keseluruhan yang terdiri dari tiga kategori yaitu *technical skills*, *critical understanding* dan *communicative abilities* dalam konsep *individual competence framework*, maka diperoleh analisis data sebagai berikut:

1. Kemampuan Menggunakan Media Secara Teknis (*Technical Skills*)

Technical skills merupakan kemampuan audiens dalam menggunakan media secara teknik, mulai dari mengoperasikan hingga memahami semua instruksi media yang dikonsumsinya. Dalam kategori ini terdapat tiga macam indikator. Pertama, mahasiswa memiliki kemampuan dalam menggunakan media digital youtube. Kedua, mahasiswa mampu menggunakan media digital youtube secara aktif. Ketiga, mahasiswa mengetahui dan mampu menerapkan tujuan dari penggunaan media digital youtube dengan baik. Berdasarkan perolehan hasil pengolahan data terutama pada kategori *technical skills* mahasiswa Ilmu Komunikasi di Yogyakarta memiliki kemampuan mengguakan media secara tekis yang tinggi yaitu sebanyak 295 mahasiswa atau 80% responden berada dalam taraf tinggi (*advanced*). Artinya mahasiswa

ilmu komunikasi Yogyakarta memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menggunakan media digital youtube dan dapat memanfaatkan konten *video podcast* di youtube sebagai media penelusuran informasi.

Mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta juga menggunakan youtube secara aktif diwaktu luang untuk mengakses *video podcast* sebagai konten hiburan dikala santai dan juga mencari informasi *trending* di dunia maya mereka juga melakukan subscribe pada *channel* youtube yang memproduksi konten *video podcast* yang mereka sukai dan memberikan pada konten yang bermanfaat untuk diri mereka sehingga dapat dipastikan mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta mampu menerapkan tujuan yang baik dari mengakses konten *podcast* melalui YouTube. Kemampuan inilah yang kemudian mengharuskan mahasiswa ilmu komunikasi untuk dapat menjadi pelopor bagi masyarakat dalam mengembangkan kemampuan literasi media dalam konten youtube dengan cerdas baik mengakses maupun memproduksi sebuah konten.

2. Kemampuan Kognitif dalam Menggugurkan Media (*Critical Understanding*)

Pada kategori ini memiliki indikator yang meliputi kemampuan mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta dalam memahami dan mengingat pesan yang diterima melalui konten *video podcast* di youtube, reaksi sikap atau perilaku terhadap pesan yang diterima serta kemampuan berfikir kritis atas konten yang diterima dalam *video podcast* youtube.

Berdasarkan analisis pada kategori *critical understanding*, kemampuan literasi melalui *video podcast* youtube pada mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta berada pada persentase 86% atau sebanyak 317 mahasiswa. Dari angka tersebut menunjukkan bahwa tingkat kemampuan kognitif dalam menggunakan media pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Yogyakarta melalui *video podcast* youtube berada pada taraf tinggi (*advanced*).

Artinya mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta dapat memperoleh pengetahuan baru setelah mengakses konten *video podcast* di youtube dan menyebarkan informasi yang diperoleh kepada pengguna media digital alian melalui media yang lain. Mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta juga memiliki kemampuan berfikir kritis atas konten media dan dapat menentukan konten *video podcast* mana yang memang sesuai serta dibutuhkan oleh setiap individu. *Video podcast* dianggap dapat memberikan suasana hati yang lebih baik karena terkadang pesan yang disampaikan dalam konten *video podcast* youtube dapat menggambarkan atau mewakili perasaan dan kondisi pendengarnya pada saat itu sehingga menjadikan pesan tersebut dapat memberikan kepuasan tersendiri. Namun setiap isi konten yang ada di media tetaplah harus dilakukan filterisasi terhadap pesan yang disampaikan, karena sebagai mahasiswa ilmu komunikasi harus mampu berfikir kritis terhadap informasi yang ada di media sehingga hal tersebut dapat memberikan pemahaman bagi mereka bahwa informasi yang diterimanya tidak selalu benar dan masih

perlu untuk membandingkan kebenarannya baik itu konfirmasi secara langsung ataupun membandingkannya dengan informasi dari media digital lain. Meskipun tidak menutup kemungkinan tetap terjadi bias dalam melakukan sebuah konfirmasi terhadap informasi yang diterimanya. Dengan kemampuan kognitif yang tinggi dalam penggunaan media diharapkan mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta dapat memberikan pengajaran atau berbagi pengetahuan kepada sesama pengguna media digital lainnya untuk dapat terus menerapkan sikap kritis dalam menanggapi informasi yang ada di media digital, khususnya pada konten *video podcast* di youtube. Mengingat mahasiswa ilmu komunikasi merupakan calon akademisi komunikasi yang pastinya memiliki kemampuan dan bekal yang lebih baik dalam memahami serta menanggapi pesan yang ada di media.

3. Kemampuan dalam membangun relasi sosial di media (*Communicative Abilities*)

Communicative abilities adalah kemampuan seseorang dalam berkomunikasi, berinteraksi, membangun relasi dan berpartisipasi dalam semua media. Berdasarkan analisis pada kategori *communicative abilities*, kemampuan literasi media melalui *video podcast* pada kalangan mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta berada pada persentase 59% atau sebanyak 218 mahasiswa. Dari angka tersebut menunjukkan bahwa tingkat kemampuan berkomunikasi pada media digital di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi di Yogyakarta

melalui *video podcast* youtube berada pada taraf sedang (*medium*). Artinya mahasiswa komunikasi Yogyakarta memiliki kemampuan membangun sosialisasi dan partisipasi di media digital dengan cukup baik.

Keaktifan mahasiswa ilmu komunikasi dalam mengakses, dan menanggapi konten *video podcast* di youtube tergolong cukup baik atau sedang. Mahasiswa memiliki kemampuan yang cukup baik pula dalam memberikan pemahaman kepada pihak lain terkait konten yang dikonsumsinya, atau dapat diartikan mahasiswa mampu menceritakan kembali isi pesan dalam konten *video podcast* yang diterimanya kepada orang lain dan memiliki kemauan untuk mengkreasi konten yang didapat untuk disebar kembali, mengajak serta menyarankannya pihak lain untuk mengakses konten *video podcast* yang dirasa bermanfaat juga memiliki sisi edukatif pada pembicaraan *podcast*nya. Namun tidak sedikit pula mereka yang mampu menangkap isi pesan dalam konten *video podcast* di youtube, tetapi tidak mampu memberikan pemahaman yang sama kepada orang lain, sehingga pesan tersebut hanya dapat dimiliki oleh dirinya sendiri. Hal ini akan berpengaruh pada cara khalayak dalam mencerna isi konten dalam media digital yang dikonsumsinya, karena jika proses dalam memahami makna konten itu gagal, maka pesan yang ada dalam konten *video podcast* dapat berdampak negatif bagi pribadi individu itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diketahui jika tingkat literasi media yang diukur

menggunakan model *European Commission* melalui *video podcast* pada kalangan mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta memiliki tingkat kemampuan pada level tinggi (*advanced*) dalam kategori menggunakan media secara teknis (*technical skills*) dan kategori *critical understanding* artinya responden pada penelitian ini sangat aktif dalam menggunakan media, memiliki pengetahuan yang sangat mendalam tentang teknik dan bahasa serta dapat menganalisis isi konten secara komprehensif hingga efek media dapat dijadikan pengetahuan dan manfaat untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Sedangkan pada kategori *communication abilities* berada pada level sedang (*medium*) artinya kemampuan responden pada penelitian ini dapat berkomunikasi dan membangun relasi dengan sesama pengakses konten *video podcast* literasi media melalui youtube cukup tinggi, serta cukup aktif dalam memproduksi konten *video podcast* untuk berbagi di media sosial lain. Dengan sangat baik tingkat literasi media mahasiswa Ilmu Komunikasi Yogyakarta dalam mengakses konten *video podcast* di youtube diharapkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Yogyakarta mampu menjadi pelopor bagi masyarakat dalam meningkatkan edukasi literasi media digital pada setiap informasi yang ada di media khususnya dalam konten *video podcast* serta dapat lebih kritis dalam menanggapi atau memahami isi pesan yang disajikan oleh seluruh media.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dengan judul Literasi Media melalui

Video Podcast pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Yogyakarta (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, dan Universitas AMIKOM Yogyakarta) dapat disimpulkan berada pada level tinggi (*advanced*) dengan rincian sebagai berikut:

Kategori *Technical Skills*, yang meliputi indikator kemampuan menggunakan media, frekuensi pengguna media, dan memahami tujuan penggunaan media berada pada level tinggi (*advanced*) dengan persentase 80% atau sebanyak 295 responden memiliki kemampuan dalam menggunakan media yang sangat baik dan aktif dalam mengakses konten *video podcast* di youtube.

Kategori *critical understanding*, memiliki indikator meliputi kemampuan dalam mengingat dan memahami isi pesan yang diterima melalui konten *video podcast*, kemampuan dalam menilai pesan yang diterima, mampu mengungkapkan informasi apa saja yang menyarankan atau memberikan informasi yang berguna bagi pengguna lain serta kemampuan berfikir kritis atas konten media *video podcast*. Dalam kategori ini persentase yang dihasilkan sebesar 86% atau sebanyak 317 responden berada pada level tinggi (*advanced*) artinya mahasiswa Ilmu Komunikasi Yogyakarta sangat baik dalam menganalisis isi konten secara komprehensif hingga efek media dapat dijadikan pengetahuan atau penciptaan pesan yang bermanfaat untuk dirinya sendiri maupun orang lain.

Kategori *communicative abilities*, yang meliputi indikator bentuk pengkomunikasian konten media, keikutsertaan dalam partisipasi media dan kemampuan dalam produksi dan mengkreasikan konten media. Pada kategori ini

berada pada level sedang (*medium*) dengan persentase 59% atau sebanyak 218 mahasiswa artinya kemampuan mahasiswa ilmu komunikasi Yogyakarta dalam berkomunikasi dan membangun relasi dengan pengakses konten *video podcast* literasi media melalui *video podcast* pada level yang cukup tinggi, dan cukup aktif dalam memproduksi konten media *video podcast* di media sosial lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diajukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut;

Untuk saran praktis, Konten *video podcast* dalam platform youtube menyediakan berbagai informasi yang dapat memberikan manfaat bagi para pengaksesnya sebagai konten untuk membangun pengetahuan dalam berbagai bidang ataupun topik pembicaraan yang sedang trending di publik.

Untuk saran akademis, penelitian terkait literasi media pada konten *video podcast* belum banyak yang melakukannya, sehingga peneliti menyarankan untuk para akademisi kiranya dapat mengeksplorasi lebih lanjut penelitian terkait konten *video podcast* dari berbagai persepektif dan metodologi yang berbeda. Berdasarkan pelaksanaan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini hanya menggunakan pengukuran tingkat literasi media dengan konsep *individual competence framework* dengan dua kategori yaitu *personal competence* dan *social competence*. Maka dari itu bagi penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambahkan variabel lain dari faktor eksternal agar hasil yang didapatkan lebih luas dan

lebih baik, serta dapat menjadi media pembelajaran yang lebih lengkap.

Untuk saran sosial, peneliti menyarankan untuk masyarakat luas sebagai konsumen konten yang ada dalam media untuk tetap menerapkan dan selalu mengembangkan kemampuan pengetahuan literasi media, karena seiring berjalannya perkembangan teknologi, setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk dapat mengembangkan berbagai konten di media sosial sehingga filterisasi konten media dan isi pesan yang dikonsumsi dari media sangatlah penting agar konsekuensi atau dampak negatif dari praktik konsumsi media dapat dihindari secara mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, F. N. (2021) 'Konvergensi media pada perkembangan radio komersial di Yogyakarta (studi kasus pada radio Geronimo FM dan radio Swaragama FM)', *Commicast*, 2(2), pp. 90–97. doi: 10.12928/commicast.v.
- Cahyaningrum, Q. N. (2017) 'Literasi Media Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Bogor', *Jurnal ADHUM*, VII(1), pp. 1–9.
- Chitra, B. and Oktavianti, R. (2019) 'Strategi Digital Public Relations Pegiat Podcast dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus dalam Podcast Duo Budjang)', *Prologia*, 3(2), p. 532. doi: 10.24912/pr.v3i2.6413.
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P. and Aristi, N. (2017) 'Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio', *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), pp. 90–104. doi: 10.24198/kj.v1i1.10562.
- Ginting, R. and Pratiwi, S. (2017) 'ANALISIS LITERASI MEDIA TELEVISI DALAM KELUARGA (Studi Deskriptif Pendampingan Anak Saat Menonton Televisi Di SD Islam Al Ulum Terpadu Medan)', *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5. doi: 10.12928/channel.v5i2.7979.
- Katadata, T. P. (2020) *Podcast Kian Populer di Kalangan Anak Muda*. Available at: <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a495d15355/podcast-kian->

- populer-di-kalangan-anak-muda (Accessed: 2 February 2021).
- Kunandar, A. (2014) 'MODEL LITERASI MEDIA PADA ANAK DALAM MENCEGAH KONFLIK SOSIAL', *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 7(1), pp. 87–99. doi: 10.1111/j.1467-9647.2008.00463.x.
- Kurniawati, J. and Baroroh, S. (2016) 'Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu', *Jurnal Komunikator*, 8(2), pp. 51–66. Available at: <http://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2069>.
- Limilia, P. and Nindi, A. (2019) 'Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis', *Jurnal Komunikatif*, 8(2), pp. 205–222. doi: 10.33508/jk.v8i2.2199.
- Meisyanti and Harkandi Kencana, W. (2020) 'Platform Digital Siaran Suara Berbasis on Demand (Studi Deskriptif Podcast Di Indonesia)', *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(2), pp. 191–207.
- Rachmawati, F., Muhajarah, K. and Kamaliah, N. (2019) 'Mengukur Efektivitas Podcast sebagai Media Perkuliahan Inovatif pada Mahasiswa', *Justek: Jurnal Sains dan Teknologi*, 2(1), p. 38. doi: 10.31764/justek.v2i1.3750.
- Rijal, M. N. (2015) 'Tingkat Kemampuan Literasi Media Baru Mahasiswa Universitas Riau', *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 2(1), pp. 1–10.
- Sari, S. (2019) 'Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital', *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(2), pp. 30–42. doi: 10.37676/profesional.v6i2.943.