**Membangun Literasi Baru**

**PEMILIHAN KONTEN YOUTUBE BAGI REMAJA**

(Analisis Literasi Media YouTube Dalam Keluarga)

Isnawijayani dan Retna Mahriani

Dosen Ilmu Komunikasi Fikom Universitas Bina Darma

dan Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Palembang

[Isnawijayani23@gmail.com](mailto:Isnawijayani23@gmail.com) dan [retnasurapaty@gmail.com](mailto:retnasurapaty@gmail.com)

**ABSTRAK**

Dahulu anak-anak massif menontontelevisi, kini posisi televise sudahmulaidigantikan platform baru yang disebut youtube.YouTube adalah situs web berbentuk video menampilkan berbagai macam konten. Banyak manfaat yang didapatkan dengan menonton apapun di YouTube, jika itu dilakukan dengan sadar. Tetapi akan menjadi hal yang negative jika sembarang menonton YouTube. Remaja bebas mendapatkan informasi video apapun.Bagaimana pemilihan konten youtube bagi anak remaja? Tujuan penulisan ini adalah untuk menggambarkan pentingnya literasi media dalam keluarga dalam mendampingi anak mengakses konten-konten youtube. You Tube sebagai produk New Media tidak terlepas dari internet, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).YouTube menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia.Dengan deskriptif kualitatif dan teori New media penulis mengamati kebiasaan anak remaja mengakses Youtube dalam keluarga, dengan informan dari remaja itu sendiri, psikolog, dan pengamat media. Pendampingan anak remaja dengan pemilihan konten dilakukan dengan dua cara, penjelasan konten-konten youtube dan diskusi dengan anak remaja, sebelum, saat, ataupun setelah menonton youTube. Diperlukan kecerdasan komunikasi dengan literasi Media dalam keluarga.

Kata kunci: Literasi media, You Tube, dan anak remaja

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi komunikasi membawa informasi yang luas yang dapat diakses hanya dalam genggaman saja. Teknologi sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan generasi muda. Munculnya internet menjadi salah satu inovasi perkembangan teknologi. Bagi Indonesia pada tahun 2014 menduduki urutan ke-8 di dunia sebagai pengguna internet. Dengan jumlah pengguna mencapai 82 juta orang. Keadaan ini meningkat pada 2015 mencapai 100 juta pengguna yang mengakses internet. Dari jumlah pengguna internet tersebut, 80 persen diantaranya adalah remaja yang berusia antara 15-19 tahun. (https://kominfo.go.id/index.php/content/).

Internet memberikan akses yang begitu mudah bagi masyarakat untuk berbagi informasi. Dalam melakukan aktivitas komunikasi melalui Internet, seseorang memanfaatkan jaringan yang saling terhubung antara satu perangkat dengan perangkat lainnya *Youtube* merupakan media yang lahir dari kemudahan yang diberikan internet untuk saling berbagi. Pada dasarnya *youtube* memberikan konten-konten video yang menarik banyak penikmatnya. Melalui youtube masyarakat dapat menikmati video klip terbaru, hingga film-film yang dapat diunggah setiap orang. Cara mendaftarkan dirinya pun sangat mudah, cukup dengan memiliki email google, maka setiap orang pun bisa mengunggah video apapun. Namun jika tidak mempunyai akun pun, seseorang tetap bisa menikmati video-video di *youtube*.

Akses *youtube* tidak hanya bisa dilakukan pada computer atau laptop saja namun bisa diunduh pada *smartphone*. Perkembangan teknologi komunikasi ponsel yang makin canggih ini juga diikuti dengan makin mudahnya seseorang mengakses informasi, baik berita, hiburan, media sosial dan lainnya. Berdasarkan data dari UNICEF, Indonesia merupakan salah satu negara yang penetrasi penggunaan ponsel melampaui populasi. Selain itu, satu dari tiga semua pengguna internet di dunia saat ini berusia di bawah 18 tahun (<http://www.antaranews.com/berita/570054/unicef-lindungi-anak-dari-risiko-negatif-internet>?, diakses pada 26 Juli 2016 pukul 18:19).

Menurut Kompasiana, masyarakat Indonesia paling banyak menonton YouTube dibandingkan dengan Negara lain di Asia Tenggara dan Oceania. Tabel di bawah menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merupakan yang paling banyak menonton youtube menggunakan aplikasi pada ponsel pintarnya. Youtube juga mendapatkan peringkat pertama sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh oleh penggunanya dibandingkan aplikasi lain. Seperti tabel di bawah ini.

Tabel. Pengguna Aplikasi Smart Phone Di Asia Tenggara dan Oceania

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Australia | Indonesia | Malaysia | Philipina | Singapura | Thailand |
| Google maps | YouTube | Whatapp | Facebook | Whatapp |  |
| Google | Whatapp | Facebook | Facebook Masenger | YouTube | You Tube |
| Google chrome | BBM | You Tube | You Tube | Google Chrome | Facebook |
| You Tube | Google | Google Chrome | Google Chrome | Facebook | Google Chrome |
| Facebook | Line | Google | Google | Google | Google |

Sumber:<http://tekno.kompas./orang.indonesia.senang.tonton.youtube.di.ponsel>

diunduh pada 17 Juni 2016 pukul 19:02

Dulu di Indonesia yng ditakutkan adalah tayangan-tayangan dari televise yang sangat beragam dan apa saja disiarkan. Banyak dampat negative yang ditiru terutama oleh remaja dalam berperilaku, berbicara dan bersikap. Hal ini juga yang ditakutkan bahwa di Indonesia aplikasi You Tube paling banyak digunakan.

Remaja atau adolescence yang berarti tumbuh menjadi dewasa. Mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, social dan fisik (Hurlock, 1980). Remaja sudah melawati masa anak-anak tetapi belum menjadi orang dewasa. Masa remaja menjadi masa peralihan dari masa anak menuju masa dewasa dengan mengalami perkembangan semua aspek untuk memasuki masa dewasa. Keadaan ini sebagai masa yang penting, masa peralihan, masa perubahan, masa yang banyak masalah. Masa remaja adalah juga masa mencari identitas dan masa ambang dewasa.

Pada masa remaja banyak dipengaruhi berbagai hal, termasuk pengaruh dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.

Berdasarkan keadaan di atas, penulis tertarik ingin melihat sejauh manakah daya kritis remaja menempatkan dirinya sebagai penonton YouTube. Peneliti memilih judul pemilihan konten youtube bagi remaja (analisis literasi media dalam keluarga)

**PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka di kemukakan perumusan masalah yaitu, “Bagaimana Literasi Media Dalam pemilihan konten youtube bagi remaja

**TUJUAN PENULISAN**

Tujuan penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah di atas yaitu, untuk mengetahui bagaimana literasi media dalam pemilihan konten youtube bagi remaja

**KAJIAN TEORITIS**

1. **Literasi Media (Media Literacy)**

Literasi media adalah “ability to access, analize, evaluate and communicate the content of media messages”.Literasi media juga bermakna kemampuan untuk memahami, menganalisis dan mendekonstruksi pencitraan media. Kemampuan untuk melakukan ini ditujukan agar pemirsa sebagai konsumen media massa –termasuk anak-anak– menjadi sadar atau melek tentang cara media dikonstruksi/dibuat dan diakses. Literasi media juga disebut dengan melek media. (http://id.wikipedia.org/wiki/literasi media. diakses 9 Juni 2016 pk. 15.15)

Kategori Literasi Menurut National Leadership Conference on Media 1. Mengakses Pemahaman dan pengetahuan menggunakan dan Mengakses Media dan mampu memahami isi pesan dengan indicator sebagai berikut::•Media yang digunakan •Frekuensi penggunaan •Tujuan penggunaan •Mengerti isi pesan. 2. Menganalisa Mampu memahami tujuan pesan media dan dapat mengidentifikasi pengirim pesan melalui media dan apa isi pesan tersebut. •Kemampuan mengingat pesan yang diterima melalui media.•Mampu menjelaskan maksud dari pesan.•Mampu mengidentifikasi pengirim pesan.•Mampu menilai pesan media yang dapat menarik perhatian 3.Mengevaluasi Mampu menilai pesan yang diterima kemudian dibandingkan dengan perspektif •Sikap, perasaan atau reaksi yang dirasakan setelah menerima pesan dari media.•Mengungkapkan informasi 7 sendiri. Hal ini mencakup penilaian subjektif seorang individu atau reaksi sikap terhadap pesan serta implikasi lain dari pesan apa saja yang menyarankan atau memberikan informasi yang berguna bagi pengguna 4. Mengkomunikasikan Mampu mengkomunikasikan pesan yang diterima dari media dalam bentuk apa saja kepada orang lain •Pesan yang diterima dikomunikasikan dalam bentuk apa (Juditha, 2013: 52).

1. **YouTube Sebagai Media Digital**

Saat ini, internet dapat menyampaikan berbagai macam media – cetak, siaran, film, dan rekaman, menggunakan system tanpa batas.Masyarakat dapat menerima semua jenis media dimanapun mereka berada.Internet telah menyebabkan munculnya produk media baru dan persaingan baru dalam bisnis media, sesuatu yang tidak mungkin diramalkan ketika internet pertama kali muncul 30 tahun yang lalu yang dirancang oleh sekelompok ilmuwan yang hanya berharap berbagi informasi.

Istilah media digital (digital media) menggambarkan semua bentuk media komunikasi yang menggabungkan teks, gambar, suara, dan video menggunakan teknologi computer.Digital media membaca, menulis, dan menyimpan data secara elektronik dalam bentuk numeric – menggunakan kode nomor untuk data (teks, gambar, suara, dan video). Karena semua media digital menggunakan kode nomor yang sama, media digital yang kompatibel dapat berarti mereka dapat berfungsi dengan baik dengan satu sama lain untuk pertukaran dan mengintegrasikan teks, gambar, suara, dan video. Kompatibalitas ini adalah alasan utama media digital tumbuh begitu cepat. Karena pertumbuhan yang cepat, komunikasi digital telah menjadi factor terbesar dalam pengembangan semua industry media massa saat ini, termasuk YouTube (Biagi, 2010:231)

**c. Teori New Media**

Teori media baru dilahirkan oleh Pierre Levy, berisi tentang perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pendangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Menurut Pierre Levy World Wide Web (WWW) merupakan sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, menjadikan manusia dapat mengembangkan orientasi pengetahuan baru dan demokratis yang mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dalam masyarakat.

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

1. **Anak Usia Remaja**

Remaja masih belum mampu untuk menguasai fungsi-fungsi fisik maupun psikisnya. Ditinjau dari segi tersebut mereka masih termasuk golongan kanak-kanak, mereka masih harus menemukan tempat dalam masyarakat. Pada umumnya mereka masih belajar di sekolah Menengah atau Perguruan Tinggi (Monks, A.M.P Knoers, dan Rahayu, 1999: 259) Monks &dkk, juga menambahkan batasan usia masa remaja adalah masa di antara 12-21 tahun dengan perincian 12-15 tahun masa remaja awal, 15-18 tahun masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun masa remaja akhir. (Monks, dkk, 1999: 288).

Semua aspek perkembangan dalam masa remaja secara global berlangsung antara umur 12-21 tahun, dengan pembagian usia 12-15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah masa remaja pertengahan, 18-21 tahun adalah masa remaja akhir (Monks, 2009). Menurut tahap perkembangan, masa remaja dibagi menjadi tiga tahap perkembangan yaitu : 1. Masa remaja awal (12-15 tahun), dengan ciri khas antara lain : a. Lebih dekat dengan teman sebaya b. Ingin bebas c. Lebih banyak memperhatikan keadaan tubuhnya dan mulai berpikir abstrak 2. Masa remaja tengah (15-18 tahun), dengan ciri khas antara lain : a. Mencari identitas diri b. Timbulnya keinginan untuk kencan c. Mempunyai rasa cinta yang mendalam d. Mengembangkan kemampuan berpikir abstrak e. Berkhayal tentang aktivitas seks 3. Masa remaja akhir (18-21 tahun), dengan ciri khas antara lain : a. Pengungkapan identitas diri b. Lebih selektif dalam mencari teman sebaya c. Mempunyai citra jasmani dirinya d. Dapat mewujudkan rasa cinta e. Mampu berfikir abstrak

**METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Kirk dan Miller (1986:9) dalam (Moleong, 2010:4) mendefenisian bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Sebagaimana dikemukakan oleh beberapa ahli (Bogdan dan Taylor, 1975:5; Bogdan dan Biglen, 1990:2; Miles dan Huberman, 1993:15; Brannen, 1997:1 dalam Denzin dan Lincoln, 2009:5), metode penelitian kualitatif sangat bergantung pada pengamatan mendalam terhadap perilaku manusia dan lingkungannya oleh peneliti Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah berupaya untuk mengetahui, menguraikan, menganalisis serta mendeskripsikan. Dengan cara wawancara. Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan berita, data, atau fakta. Wawancara bertujuan menggali informasi, komentar, fakta, atau data tentang suatu masalah atau peristiwa dengan mengajukan pertanyaan kepada informan sebagai narasumber.

Peneliti melakukan wawancara dengan pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. 7 Informan terdiri dari:

1. 5 Remaja Pengguna YouTube, di Palembang berusia 15-19 tahun : Tami, Ari, Riska, Lita dan Putri
2. Mutia Mawardah, S.Psi,. M.Psi dosen Psikolog, dari Universitas Bina Darma Palembang
3. Pengamat Media Arwadi, SH, MH, dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Sumatera Selatan di Palembang

**HASIL ANALISIS**

**1. Kegiatan Mengakses Video**

Hasil penelitian menunjukkan, dari lima orang informan, semuanya mengakses youtube lebih dari dua jam sehari. Dalam kegiatan mengakses youtube, para informan mempunyai kesukaan masing-masing. Tiga orang informan yaitu Tami, Ari, dan Riska lebih menyukai konten video dari youtuber (sebutan bagi orang/sekelompok orang yang aktif berbagi video karya mereka sendiri di YouTube) favorit mereka:

*”Kalo kita bertiga lebih suka nonton youtuber favorit kita, kayak Chandraliow, Edho Zell, atau Raditya Dika. Kita bertiga subscribe ke mereka bertiga, jadi kalo ada video baru langsung ada notifikasi di hp”*(wawancara 29 Juli 2016)

Dua informan lainnya yakni Lita, dan Putri lebih menyukai konten tutorial dan video clip dari lagu-lagu terbaru yang selalu diunggah di YouTube

*“Biasanya sih lebih sering lihat video tutorial sih, kan banyak tuh tutorial make up, hair do, nail art di youtube. Biasanya kalo liat video-video itu bisa sampe berjam-jam, mungkin dua jam ada kali”* (wawancara 1 Juli 2016)

**2. Kemampuan Menganalisis Pesan dalam Video**

Konten Youtube yang beragam, membuat para informan remaja mampu menjelaskan dengan baik. Kemampuan mengingat pesan yang diterima melalui media, kemampuan menjelaskan maksud dari pesan, kemampuan mengidentifikasi pengirim pesan, kemampuan menilai pesan media yang dapat menarik perhatian yang merupakan indicator dalam menganalisis akan dijelaskan sebagai berikut:

Informan 1 dan 2: *Kalau Youtuber kan banyak banget tapi gue sama adek gue ini biasanya suka banget sama cinematography yang ada di video-videonya Chandraliow, kontennya bagus ga cuma daily vlog yang ngerekam kegiatan sehari-hari, kalo Edho Zell biasanya lebih banyak parody-parodinya yang menghibur, tapi juga ada pengetahuan dan saran-saran yang memotivasi kami, kalo Raditya Dika, dia emang bukan youtuber sih aslinya tapi dia bagus banget, di video-videonya dia hampir ga pernah ngomong kasar karena mikirin penonton yang nonton videonya bukan orang dewasa aja tapi ada anak-anak seumuran kita. Selain itu juga nih, dia juga ngeshare aktivitas dia selama syuting, jadi kita tau gimana proses syuting itu, bahkan dia ngasih kita ilmu buat bikin skrip atau naskah film. Pokoknya semua video mereka harus banget ditonton*(wawancara Tami dan Putri, 29 Juli 2016)

Informan 3: *Gue emang subscribe mereka bertiga, tapi ga selalu nonton sampe abis, biasanya gue liat dulu kontennya bagus apa ga, diantara ketiga youtuber itu yang paling sering gue tonton itu video-videonya Chandraliow, gue suka efek-efek cinematographynya. Ga Cuma ngeshare vlognya tapi selalu ada pesan yang bisa gue dapetin dari Chandraliow.Bukan berarti dari Edho Zell atau Raditya Dika ga punya meaning dalam videonya. Tetep aja gue suka tiga-tiganya* (wawancara Ari, 29 Juli 2016)

Informan 4:*Gue bukan orang yang suka kepo sama urusan orang lain makanya gue ga suka nontonin gossip di youtube, gue juga bosenan makanya ga pernah secara khusus subscribe youtuber-youtuber Indonesia yang kebanyakan cuma ngevlog doing. Jadi kalo ngeyoutube gue lebih suka nyari video yang sesuai dengan passion gue sebagai make up artis, menurut gue youtube itu asik banget, bisa bikin gue betah berjam-jam streaming video tutorial make up, hair do, nail arts. Ga perlu mahal-mahal ikut kelas make up, tinggal streaming aja terus apikasiin sendiri deh. Gue suka banget sama beauty vlogger kayak Minyo, Michelle Phan, Rachel Goddard, Delania, mereka sering banget ngasih cara-cara make up yang gampang buat diaplikasiin, selain itu sih gue ga pernah mau buka-buka video lain* (wawancara Putri, 30 Juli 2016)

Informan 5*: Iya gue suka tutorial-tutorial gitu, tapi ga secara khusus subscribe. Gue nyari sesuai kebutuhan gue, misalnya gue lagi suka banget sama make up character, gue langsung buka aja Michelle Phan atau ga Dela. Kalo lagi pengen berkreasi gue buka aja video youtube tentang DIY (Do It Yourself), tapi nyari-nyari itu di youtube emang ngabisin waktu banget. Biasanya sih emang pas lagi di rumah ngeyoutubenya* (wawancara Lita, 30 Juli 2016)

Secara keseluruhan semua informan remaja mampu menjelaskan isi pesan yang ada dalam masing-masing video youtube yang ada. Konten-konten yang diakses pun mempunyai keberagaman isi. Seperti informan 1 dan 2 yang memilih konten youtube yang baik untuk mereka dengan melakukan pemilihan terhadap konten kreator youtube atau youtuber dengan menyukai Raditya Dika karena memberikan konten yang baik dan memberikan pengetahuan baru kepada mereka. Informan 3 juga memiliki pengetahuan dan filter yang baik dalam menganalisis pesan yang terkandung dalam setiap video youtube. Informan 4 dan 5 yang memiliki kesukaan yang sama terhadap video-video di youtube juga mengetahui bahwa mereka hanya mencari apa yang mereka suka. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagai khalayak aktif semua informan mampu menganalisis dengan baik bagi diri masing-masing. Mereka sudah mempunyai filter dalam memilih konten youtube yang beragam dan cenderung menghindari konten dengan isi yang tidak baik untuk diri mereka.

**3. Kemampuan dalam Mengevaluasi Konten Youtube**

Pada tahap ini akanberisi kemampuan individu dalam menilai pesan yang diterima kemudian dibandingkan dengan perspektif sendiri.Hal ini mencakup penilaian subjektif seorang individu atau reaksi sikap terhadap pesan serta implikasi lain dari pesan.

Kegiatan menonton youtube merupakan kebutuhan bagi kelima informan yang terdapat dalam penelitian ini. Hampir semua mengatakan akan merasa kecewa jika tidak dapat menonton video-video baru yang diunggah oleh para kreator youtube atau youtuber, namun setelah menonton video-video tersebut peneliti menyimpulkan bahwa seluruh informan berpendapat sama, ada suatu kesenangan berupa kepuasan dan motivasi untuk melakukan hal-hal baik berupa kreatifitas maupun pesan moral yang membangun

**4. Kemampuan Mengkomunikasikan Pesan dari Konten Youtube**

Tahap ini berisi kemampuan mengkomunikasikan pesan yang diterima dari media dalam bentuk apa saja kepada orang lain. Pesan yang diterima dikomunikasikan dalam bentuk apa. Konten youtube yang sudah diterima para nforman dikomunikasikan dengan cara yang berbeda-beda, informan 1-3 mempunyai kelompok cinematography yang sama sehingga komunikasi yang terjadi adalah komunikasi kelompok, mereka saling berbagi konten-konten yang menarik dari para youtuber untuk dijadikan contoh. Sedangkan informan 4-5 melakukan komunikasi persuasi kepada teman-temannya yang menyukai konten yang sama

**Keadaan Remaja diatas dilanjutkan dengan pendapat Informan Psikolog Dari Fakultas Psikologi Universitas BinaDarma Palembang**,

Seperti yang dikatakan chris Anderson[[1]](#endnote-2) bahwa otak manusia adalah “kabel unik” yang dapat memaknai pesan-pesan yang disampaikan dan lebih mudah termemori jika pembelajaran melalui video yang lengkap dengan suara kata-kata, music, warna dan gambar berjalan, layaknya seorang menonton film maka pesannya akan mudah diingat. Kenyataannya jika banyak pembuat videodalam disalurkan dalan You Tube maka akan menjadikan remaja lebih pintar karena dikaitkan dengan peningkatan akademik secara dramastis dan menngcengnagkan akan mempercepat kemajuan ilmiah. Dengan demikian You Tube menjadi media pembelajaran dalam sejarah kehidupan manusia.

Jika ini terjadi dalam dunia pendidikan maka secara tidak langsung pada akhirnya You Tube akan mempengaruhi bagaimana remaja belajar. Belajar seperti ini akan lebih murah dan dapat berinteraksi secara global, luas karena video cepat sekali berkembangbiak. Remaja dengan usianya secara psikologis tinggi keingintahuannya menerima pembelajaran online…. Dengan pemilihan waktu menonton pembelajaran secara bebas untuk kapan menontonnya.

YouTube merupakan situs jejaring social yang dapat diakses oleh siapa saja termasuk individu dan organisasi. Jika Video di YouTube di-upload dengan akses internet, sesegera mungkin dapat dilihat oleh khalayak luas di seluruh dunia. Bahkan peristiwa di dunia dapat dilihat saat peristiwa terjadi.

Kontributor video YouTube juga beragam, apapun dapat ditemukan. Oleh karena itu YouTube dengan segala kelebihannya membantu remaja dalam mencari video pendidikan tutorial, dapat menjadi artis dadakan, dapat berbagi keceriaan pengalaman menonton video yang berguna bagi teman-temannya remaja lain, dapat berbagai dan mencari video yang unik dan lucu, dapat juga membuat video sendiri secara kreatif video yang menarik dan unik. Hal ini mengakibatkan remaja menjadi kreatif inovatif, dan berwawasan luas global dan terkini.

Remaja yang sedang bertumbuh dan mencari identitas kalau tidak diawasi dapat mencari video porno, video kekerasan dan pelecehan seksual, video bullying, menjelekkan dan memperolok seseorang.

Jika remaja sering melihat senitron modern, maka akan boros karena mengikuti gayanya. Suka bergaya aneh mengikuti gaya-gaya di You Tube karena tidak pantas dan sesuai. Kadang seperti orang gila karena mengikuti gaya rambut, baju, sepatu dan cara berbicara.

Suka menjadi pemalas, bangun siang, tidak sholat dan berangkat ke sekolah atau kuliah tidak mandi pagi lagi.

**Pengamat Media dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Sumsel di Palembang**

YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Mei 2006 YouTube memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Kini pengguna YouTube makin meningkat diakses oleh siapa saja termasuk anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Membuka YouTube memiliki daya tarik tersendiri dan menimbulkan keasyikan, sehingga suka terhanyut dan lupa waktu.

Penggunaan You Tube yang berlebihan atau sering akan mengakibatkan remaja akan menurunkan minat baca buku tentu saja akan menurunkan tingkat pengetahuannya. Minat belajar juga akan menurun. Karena kalau sudah menonton You Tube banyak waktu yang terbuang dan terburu-buru untuk mengerjakan tugas ataupun pekerjaan rumah yang lain. Kecuali remaja harus disiplin membagi waktu, untuk mencapai cita-cita.

Jika tidak disiplin diri, dapat menimbulkan efek ketagihan untuk selalu menonton video dalam You Tube, yang berakibat melalaikan tugas dalam kehidupan nyata. Inilah masalah sebenarnya yang dihadapi remaja ber You Tube yang intinya adalah pengendalian diri. Kehidupan real menjadi berantakan, seperti nilai pelajaran, tugas kampus. Lambat laun membuat remaja menjadi bodoh. Bisa saja terjadi jika dalam dunia nyata memiliki waktu yang pas dan terburu-buru membuat remaja terisolisir dengan lingkungan sekitar. Disisi lain jika berlebihan menggunakan You Tube dapat mengganggu kesehatan, hanya melakukan kegiatan pasif, pola makan dan tidur yang tidak teratur sehingga mudah terserang penyakit. Jika terlalu sering akan menimbulkan pengaruh psikologis. jika seseorang remaja telah kecaduan, ia dapat mengorbankan apapun demi keinginannya.

Disinilah diperlukan literasi media khususnya media baru yang didalammya ada pemilihan konten YouTube. Sekarang memang belum terlihat dampat negatifnya, tapi seiring perkembangan teknologi, sedini mungkin diberikan literasi new media.

**DISKUSI**

Kemudahan akses youtube harus diimbangi dengan literasi media yang baik, mengingat konten youtube tidak hanya berisi video-video pendidikan dan hiburan semata. Karena siapa saja dapat mengunggah video ke youtube, maka konten-konten yang berisi pornografi dan kata-kata yang tidak pantas juga merupakan video yang banyak terdapat di youtube. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatan informan Psikolog dan Pengamat Media.

Literasi media dapat dikatakan sebagai suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media (Hobbs, 1996). Rubin (1998) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut.

Walaupun informan remaja dalam penelitian ini telah sadar apa yang diperlukan dalam mengakses You Tube, namun jika tidak diingatkan batasan-batasan waktu dan peniruan pesan, lama-kelamaan akan membawa dampak negatif seperti

Dan Blake dalam Potter (2013) menyebutkan literasi media dibutuhkan pelajar karena (1) hidup di lingkungan bermedia; (2) literasi media menekankan pada pemikiran kritis; (3) menjadi literat terhadap media merupakan bagian dari pembelajaran terhadap warga negara, membuat dapat berperan aktif dalam lingkungan yang dipenuhi dengan media; dan (5) pendidikan media membantu dalam memahami teknologi komunikasi.

Melalui internet dan teknologi digital khususnya untuk pemilihan konten You Tube, remaja dapat terekspos pada bentuk risiko yang berbeda-beda dan bentuk bahaya yang baru. You Tube dapat membawa banyak hal positif dan keuntungan yang besar apabila dimanfaatkan dengan benar, sebaliknya You Tube juga akan berimplikasi pada keamanan remaja apabila dimanfaatkan tanpa aturan dan panduan. Siapakah yang memberikan panduan adalah keluarga, orang tua, ibu dan atau bapak yang harus mengawasi apa yang ditonton pada anaknya yang dalam usia remaja. Begitu juga pada guu dan dosen untuk menyisipkan pesan dalam mengajar dan kuliah. Karena usia remaja adalah akkhir masa seolah dan awal memasuki perkuliahan.

Yang paling penting adalah orangtua dengan sabar selalu berdiskusi dan memberikan waktunya untuk berkomunikasi dengan anaknya yang remaja tentang dampak positif dan negative You Tube, sebelum, saat dan sesudah menonton You Tube. Tentu saja orang tua harus dapat dan tahu juga mengakses You Tube.

**SIMPULAN**

Membangun Literasi Media dalam mengakses You Tube diberikan oleh orang tua, guru, dosen bagi remaja agar mendapat informasi yang tepat.

**DAFTAR PUSTAKA**

Biagi, Shirley. 2010. Media/Impact: An Introduction to Mass Media, 9th. Penerjemah Mochammad Irfan danWulung Wira M. 2010. Media/Impact: Pengantar Media Massa, Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.

Creeber G. dan Martin R. (2009).Digital Cultures. New York: Open University Press

Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln. 2009. Handbook of Qualitative. Research.Terjemahan oleh Dariyanto dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hobbs, R. (1996). Media Literacy, Media Activism. Telemedium, the Journal of Media Literacy, 42(3).

Hurlock, Elizabeth B, 1980, *Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan,*  Edisi Kelima, Jakarta: Erlangga

Judhita, Christiany. (2013). Literasi Media Pada Anak Di Daerah Perbatasan Indonesia Dan Timor Leste.Jurnal IPTEK Komunikasi.15 (1).47-62.

Lievrouw, L.A. (2011) Alternative and Activist New Media. Cambridge: Polity Press

Moleong, Lexy. J. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosda karya

Mondry. 2008. Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik. Bogor: Ghalia. Indonesia

Monks, F.J, A.M.P Knoers dan Siti Rahayu Haditono. (1999). Psikologi Perkembangan.Pengantar dalam Berbagai Bagiannya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Potter, J.W. (2013). Media Literacy. New York: Sage.

Rubin, A. (1998). Media Literacy: Editor’s note. Journal of Communication, 48(1), 3–4.

Internet:

(<https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker> diakses pada 25 agustus 2016).

<http://www.antaranews.com/berita/570054/unicef-lindungi-anak-dari-risiko-negatif-internet?utm_source=related_news&utm_medium=related&utm_campaign=news>

<https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satke>

http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/bppkiyogyakarta/files/2013/07/04\_ArtikelChristiany Juditha-Juni-2013.pdf. Diakses pada 10 Juli 2016 pukul 09.12

1. [↑](#endnote-ref-2)