

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

A. *Media Literacy*

1. *Pengertian Media Literacy*

Selama berabad-abad, kata *literacy* merujuk pada kemampuan untuk membaca dan menulis pesan. Namun, karena kini masyarakat juga memperoleh informasi dari televisi dan Internet, maka *literacy* seseorang terhadap media komunikasi tidak lagi cukup diukur secara tekstual (*text-based*), namun juga secara *image-based*.²⁸

Perluasan konseptualisasi kata *literacy* mulai berkembang sepanjang tahun 1990-an sampai memasuki milenium baru. Banyak yang berpikir bahwa definisi *literacy* sendiri merupakan suatu kondisi tertinggi dari sebuah evolusi, dan berkaitan dengan media visual, teknologi interaktif, dan seni ekspresif, yang merupakan sesuatu yang paralel dengan kemampuan membaca dan menulis.²⁹

Dalam menetapkan pertumbuhan *multiliteracy*, Tyner membedakannya ke dalam dua golongan utama.³⁰

1. *Literacy* yang menekankan pada penggunaan alat, yaitu termasuk *technology literacy*, *computer literacy*, dan *network literacy*.
2. *Literacy* yang secara esensial menekankan pada masalah representasi, yaitu termasuk di dalamnya *information literacy*, *visual literacy*, dan *media literacy*.

Sementara itu, menurut James Potter, *reading literacy*, *visual literacy*, maupun *computer literacy* sebenarnya merupakan komponen dari *media literacy*. Definisi *media literacy* yang secara luas dikenal merupakan definisi yang secara formal ditetapkan di National Leadership Conference on Media Education pada tahun 1992, yaitu, “Kemampuan untuk mengakses, menganalisa, mengevaluasi,

²⁸ http://medialiteracy.net/pdfs/intro_ml.pdf

²⁹ K. Tyner, 1998, *Literacy in a Digital World*, dalam Hobbs, *Loc, Cit.*

³⁰ *Ibid.*

dan mengkomunikasikan pesan-pesan secara luas dalam berbagai bentuk,” (Christ & Potter, 1998, Aufderheide, 1993).³¹

Potter menambahkan bahwa *media literacy* adalah ketika kita tidak begitu saja menerima gambaran-gambaran yang disampaikan pesan tersebut.³² Menurutnya, *media literacy* adalah memberi kita kontrol terhadap berbagai interpretasi. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pesan media memiliki makna-makna yang sifatnya di atas permukaan dan di bawah permukaan. Seseorang dengan *media literacy* yang rendah hanya dapat melihat makna-makna di permukaan. Dalam kasus ini, media adalah yang memegang kontrol karena media menentukan makna, dan makna tersebut tak pernah diteliti lebih jauh. Jika tingkat *media literacy* seseorang tinggi, maka ia mampu mengkonstruksi interpretasi secara berbeda dari apa yang disajikan media kepadanya. Dengan demikian, ia tidak begitu saja menerima apa yang disampaikan media. Memiliki kontrol terhadap media bukan berarti kita dapat mengubah media tersebut, melainkan mengubah bagaimana kita mengekspos diri kepada media dan mengubah akibat eskposur tersebut terhadap diri kita.

Secara umum, fokus pendidikan *media literacy* adalah pada para siswa SD-SMU, karena banyak pendidik percaya bahwa pada level tersebut mereka masih dalam proses pembentukan cara pandang dan lebih terbuka akan teknik-teknik analisa dan evaluasi. Selain itu, akan lebih mudah jika memasukkan *media literacy* ke dalam sistem pendidikan dasar.³³ Namun demikian, bukan berarti golongan dewasa terlepas dari kajian *media literacy*. Menurut Potter, terkadang orang dewasa terlalu meninggikan kemampuan mereka dalam hal *media literacy*. Padahal, menjadi orang dewasa tidak menjamin ia juga seorang yang *media literate*.³⁴ Meskipun ada bukti yang mengatakan bahwa pemikiran seseorang akan berlanjut mencapai kedewasaan sepanjang bertambahnya usia, namun pencapaian *media literacy* tidak banyak diperoleh melalui proses pendewasaan, melainkan

³¹ Arke, *Loc. Cit.*

³² Teri Kwall Gamble & Michael Gamble (2002), *Communication Works*, 7th Edition, New York, McGraw-Hill Higher Education, hlm. 556

³³ Arke, *Loc. Cit.*

³⁴ Potter, *Op. Cit.*, hlm. 17

secara dominan diperoleh melalui pengalaman dan pengembangan keahlian secara sadar.³⁵

a. Kekritisitas dalam *Media Literacy*

Media literacy tidak cukup hanya mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan, namun juga terkait dengan kemampuan berpikir kritis. Hal ini dijelaskan Silverblatt, bahwa secara utama *media literacy* adalah tentang mengaplikasikan keahlian beripikir kritis terhadap sumber informasi utama kita, yaitu media.³⁶ Para sarjana tradisi kritis juga mengatakan bahwa seseorang dengan keahlian berpikir kritis adalah mereka yang dapat menganalisis, menginterpretasi, mengevaluasi, menjelaskan, dan mengontrol dirinya sendiri.³⁷ Ruminski dan Hanks juga mengatakan para ahli sepakat bahwa kemampuan berpikir kritis adalah kemampuan mengaplikasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi.³⁸ Ini menunjukkan bahwa ada kaitan yang erat antara kemampuan *media literacy* dengan kemampuan berpikir kritis, sehingga dalam *media literacy* juga harus dilihat kekritisitas khalayak dalam berinteraksi dengan media.

b. *Media Literacy, Media Education, dan Media Study*

Penggunaan istilah *media literacy* seringkali tertukar dengan *media education* dan *media study*. Perbedaannya adalah istilah *media education* digunakan untuk pendidikan apa pun yang berorientasi pada media.³⁹ *Media education* merupakan sejumlah instruksi eksplisit yang tujuannya untuk memberikan pemahaman kritis tentang media, teknik-teknik, serta dampaknya.⁴⁰ Misalnya, dalam pelajaran Bahasa Inggris, siswa menggunakan literatur atau film untuk kemudian diajarkan teknik menganalisis secara kritis. Sementara itu, istilah

³⁵ Potter, *Op. Cit.*, hlm 24

³⁶ Silverblatt, *Loc. Cit.*

³⁷ Facione (1998) dalam Arke, *Loc. Cit.*

³⁸ H. Ruminski & W. Hanks (1995), *Critical thinking lacks definition and uniform Evaluation Criteria*, *Journalism and Mass Communication Educator* 50 (3), hlm. 4-10, dalam Arke, *Loc. Cit.*

³⁹ Chris Worsnop, *Screening Images: Ideas for Media Education*, Wright Communications, Mississauga, ON, Canada, 1994.

⁴⁰ R. Quin & B. MacMahon (2001), *Living with the Tiger: Media Curriculum Issues for the Future*

media study digunakan jika yang benar-benar dipelajari adalah tentang media itu sendiri. Sedangkan *media literacy* adalah hasil atau kualitas yang muncul dari *media education* atau *media study*. Semakin banyak pengetahuan yang didapat dari dan tentang media, semakin baik kualitas *media literacy*-nya.

2. Kemampuan Dalam *Media Literacy*

Menurut Potter, dalam *media literacy* dibutuhkan empat kemampuan untuk meneliti isi pesan, yaitu analisis, membandingkan/mengkontraskan, evaluasi, dan abstraksi.⁴¹

1. Analisis

Merujuk pada kegiatan membagi pesan menjadi beberapa elemen penuh makna. Jika kita menonton sebuah film tanpa menganalisisnya, kita akan menganggapnya sebagai suatu keseluruhan yang monolitik dan hanya bereaksi dengan mengatakan kita menyukai film tersebut atau membencinya. Kita tidak mampu memberikan alasan yang lebih jauh karena kita tidak mampu menganalisisnya. Ketika seseorang menganalisis pesan, mereka akan mampu melihat lebih jauh bentuk, struktur, dan susunan pesan. Mereka dapat menggunakan konsep-konsep artistik, kebahasaan, sosial, politik, dan ekonomi untuk memahami konteks pesan. Mereka menggunakan pengetahuan atau pengalaman mereka untuk menginterpretasi pesan.

2. Membandingkan/mengkontraskan

Setelah kita membagi sebuah pesan ke dalam beberapa elemen, kita harus membandingkan elemen-elemen tersebut dengan elemen yang terdapat pada struktur pengetahuan kita. Dengan ini kita akan menentukan mana elemen mana saja yang sama dan elemen mana saja yang berbeda. Melakukan *compare/contrast* terhadap film misalnya dengan melihat

⁴¹ Potter, *Op. Cit.*, hlm. 44-49

bagaimana isi film tersebut jika dibandingkan dengan film lain, melihat bagaimana perbedaan nilai-nilai yang ditampilkan, atau melihat bagaimana perbedaan produsen yang satu dengan yang lain.

3. **Evaluasi**

Evaluasi adalah menilai suatu elemen dengan cara membandingkan elemen tersebut dengan kriteria-kriteria tertentu. Dalam mengevaluasi suatu pesan, yang dibutuhkan tak hanya struktur pengetahuan dalam hal kognitif saja, melainkan juga informasi emosional, moral, dan estetika. Ketika seseorang mengevaluasi pesan, ia akan mampu menghubungkan pesan tersebut dengan pengalamannya dan kemudian menilai kebenaran, kualitas, dan relevansinya. Ia dapat memberi penghargaan dan memperoleh kesenangan dari menginterpretasi pesan tersebut, merespons pesan yang kompleks tersebut melalui tulisan atau ucapan, dan memberi penilaian terhadap nilai-nilai dalam pesan tersebut berdasarkan prinsip etika atau agama.

4. **Abstraksi**

Abstraksi adalah kemampuan untuk membuat deskripsi yang ringkas, jelas, dan akurat tentang pesan yang telah dievaluasi. Dengan kata lain, setelah ia membagi suatu pesan dalam beberapa bagian, menganalisis elemen-elemennya, dan mengevaluasinya, ia akan menceritakannya kembali kepada orang lain dengan caranya sendiri. Ini dapat melatihnya dalam hal *brainstorming*, perencanaan, penyusunan, dan penggunaan bahasa tulisan serta ucapan. Selain itu, abstraksi juga mencakup pembentukan ide kembali ke dalam bentuk pesan yang baru.

3. **Konsep Kunci *Media Literacy***⁴²

1. **Seluruh pesan media merupakan konstruksi.**

Konsep ini melihat dua aspek penting dari pesan media: pembuat pesan dan konstruksi. Media tidak merefleksikan realita eksternal secara sederhana. Realita yang mereka tampilkan merupakan konstruksi yang dibentuk secara hati-hati dan merupakan hasil dari banyak faktor penentu. Realita yang kita lihat di media merupakan realita yang telah dikonstruksi untuk kita oleh orang-orang yang membuat teks media. Cara pandang kita terhadap realita banyak didasarkan dari pesan-pesan media yang telah dikonstruksi sebelumnya. Pesan-pesan media sebenarnya merupakan konstruksi, meskipun di mata khalayak tampak natural.

Film, misalnya, merupakan produk yang dimanipulasi dengan cara mengkonstruksi elemen-elemen seperti fotografi, bunyi, pencahayaan, kostum, naskah, lakon, dan efek spesial. Konstruksi-konstruksi tersebut dilakukan oleh sedikit orang (di media) namun dianggap normal oleh kita, diterima begitu saja tanpa dipertanyakan lebih lanjut. *Media literacy* bertujuan untuk mendekonstruksi realita tersebut, melihat bagaimana ia dibentuk oleh media. *Media literacy* melihat apa saja yang ditampilkan dan apa yang sengaja tidak ditampilkan, serta bagaimana media membentuk pengetahuan kita. Pertanyaan-pertanyaan yang bisa muncul dari konsep ini misalnya, “Siapa yang membuat pesan ini?”, “Siapa penulis ceritanya?”, “Teks media macam apa ini?”, dan bagaimana persamaan dan perbedaan teks media ini dengan teks media lain yang bergenre sama?”

2. **Pesan media dikonstruksikan dengan cara-caranya sendiri menggunakan bahasa kreatif.**

Seperti yang dikatakan Marshall McLuhan, setiap medium mempunyai bahasanya sendiri dan menyusun realita dengan

⁴² Elizabeth Thoman & Tessa Jolls, <http://www.medialit.org/bpmlk.html>, diakses pada 16 Maret 2010 Pukul 16:30 WIB

caranya sendiri. Demikian pula setiap pesan media memiliki “bahasa” kreatifnya sendiri. Musik menyeramkan dapat mendorong rasa takut yang lebih besar, pengambilan gambar secara *close-up* dapat member kesan intim, *headline* berita yang besar di surat kabar menunjukkan signifikansi berita, dan sebagainya. Media yang berbeda akan memberitakan kisah yang sama, namun mendciptakan kesan dan pesan yang berbeda. Orang yang memperoleh pengetahuan akan sebuah sejarah dari film memiliki kesan berbeda dari orang yang memperoleh sejarah yang sama dari dokumen aslinya.

Terkadang, persepsi kita terhadap suatu kejadian atau isu dipengaruhi oleh media. Dengan memahami bahasa bunyi dan visual suatu pesan, kita tak hanya dapat meningkatkan rasa dan apresiasi kita terhadap pesan tersebut, namun juga menghindari diri dari pengaruh manipulasinya. Formulasi konsep ini dalam bentuk pertanyaan misalnya, “Bunyi dan musik apa yang digunakan? Bagaimana efek suaranya?”, “Bagaimana *setting*-nya?”, “Apa dorongan emosional yang ditimbulkan?”, dan “Cara-cara persuasive bagaimana yang digunakan?”

3. **Orang yang berbeda akan memiliki perasaan yang berbeda pula terhadap pesan yang sama.**

Konsep ini memuat dua ide utama, yang pertama yaitu perbedaan setiap individu memengaruhi beragamnya interpretasi kita atas pesan yang kita terima dari media massa, dan yang kedua adalah kesamaan antar individu mencitpakan pemahaman yang serupa di antara kita. Pemirsa memegang peranan yang penting dalam menginterpretasi sebuah pesan karena setiap pemirsa memiliki latar belakang yang berbeda-beda, yang jika digabungkan atau diaplikasikan dengan sebuah teks akan menghasilkan interpretasi yang berbeda-beda pula. Pemikiran ini berlawanan dengan pendapat yang menyatakan bahwa pemirsa televisi

hanyalah penonton pasif. Setiap penonton membawa pengalaman dan pengetahuannya sendiri ketika berinteraksi dengan media massa.

Sebagai contoh, seorang veteran Perang Dunia II membawa pengalaman yang berbeda ketika menyaksikan film bertema perang dengan penonton yang lebih muda, yang –pada akhirnya menghasilkan pengalaman menonton yang berbeda. Meskipun kita tidak sadar ketika melakukannya, setiap orang yang berinteraksi dengan media selalu berusaha mencari pembenaran rasional atas apa yang kita terima dari media. Persamaan antara individu juga penting untuk memahami bagaimana pembuat pesan “menargetkan” segmen yang berbeda dalam sebuah populasi untuk membentuk opini, atau, yang lebih umum, menjual suatu produk.

4. **Media mengandung nilai-nilai dan sudut-sudut pandang.**

Dalam melihat pesan yang berusaha disampaikan oleh media, sangatlah penting untuk memahami bahwa tidak akan pernah ada media yang bebas nilai. Media, karena merupakan konstruksi, mengandung nilai-nilai tertentu mengenai apa dan siapa yang penting bagi orang yang mengkonstruksikan pesan tersebut. Dalam mengkonstruksi pesan tersebut, pembuat pesan menentukan hal apa saja yang akan mereka masukkan ke dalam pesan yang mereka buat. Pilihan-pilihan ini merepresentasikan nilai, sikap, dan sudut pandang pembuat pesan tersebut. Sebagai contoh, dalam sebuah film, pilihan mengenai umur tokoh dalam film tersebut, ras, gaya hidup, sikap dan perilaku yang digambarkan, serta *setting* yang digunakan dalam film tersebut, merupakan salah satu dari banyak cara untuk menanamkan nilai-nilai yang berusaha disampaikan oleh pembuat pesan. Bahkan sebuah tayangan berita pun juga mengandung nilai-nilai tertentu, seperti, berita apa yang ditayangkan lebih dahulu, seberapa lama durasi berita tersebut,

gambar apa saja yang dipilih untuk masuk dalam berita tersebut, dan hal-hal lainnya.

Hal yang penting dari konsep ini adalah bukan mengenai ide-ide dan nilai-nilai yang ditanamkan ke dalam pesan-pesan media, melainkan nilai-nilai yang terkandung di dalam media *mainstream* cenderung membentuk, kemudian menguatkan, nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat. Jika masyarakat bisa memilah dengan kritis nilai-nilai ini, maka masyarakat akan lebih pandai dalam membuat keputusan pesan mana saja yang harus diterima dan pesan mana yang harus ditolak.

5. **Kebanyakan pesan media dikonstruksi untuk memperoleh dan/atau kekuasaan.**

Sebagian besar media diciptakan sebagai institusi bisnis untuk menghasilkan uang. Tujuan sebenarnya sebuah program televisi atau artikel majalah atau koran adalah menciptakan pemirsa untuk dijual kepada pengiklan atau sponsor. Tujuan sebenarnya sebuah program televisi, atau artikel dalam sebuah majalah, adalah untuk menciptakan pemirsa agar produsen media tersebut bisa menjualnya ke sponsor untuk mengiklankan suatu produk. Menyelidiki tujuan diciptakannya sebuah pesan juga membuat kita mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan kepemilikan media tersebut dan struktur pengaruh institusi media di dalam sebuah masyarakat.

B. Konstruksi Sosial Atas Realitas

Dalam paradigma konstruktivisme, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan individu. Manusia senantiasa kreatif dan produktif dalam mengkonstruksi dunia realitasnya, dan bukan sekadar korban fakta sosial. Ada kebebasan pada tiap individu dalam mengkonstruksikan realitas menurut subjektivitasnya. Namun, karena mengandung sifat subjektif yang unik pada masing-masing orang, maka realitas tersebut juga

bersifat nisbi yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.⁴³

Pemahaman atas realitas semacam ini berangkat dari ide dasar paradigma definisi sosial yang melihat manusia sebagai aktor kreatif dalam membentuk realitas sosialnya.⁴⁴ Norma, tradisi, nilai-nilai di masyarakat tidak bekerja secara absolut dalam membentuk realitas sosial pada manusia. Realitas merupakan hasil konstruksi sosial secara terus-menerus, melalui proses negosiasi makna yang menghasilkan sikap menerima ataupun menolak. Jadi individu berperan besar karena realitas sosial tak dapat berdiri sendiri tanpa kehadiran individu. Realitas sosial bukan sekadar sesuatu hal yang kita terima secara pasif dari kelompok elit yang memiliki sumber informasi.

Dalam konteks bermedia, tak seperti aliran positivistis yang melihat manusia sebagai audiens pasif yang menerima begitu saja realitas dalam media, di sini manusia dipandang sebagai audiens yang aktif.⁴⁵ Audiens senantiasa aktif menegosiasikan makna dari pesan-pesan media massa. Ada kebebasan bertindak pada manusia di luar batas kontrol struktur dan pranata sosial sekelilingnya.

Dalam penjelasannya mengenai konstruksi sosial atas kenyataan (*social construction of reality*), Berger dan Luckmann (1990)⁴⁶ menekankan perbedaan antara “realitas” dan “pengetahuan”. Realitas adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomen-fenomen yang memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak individu manusia (yang kita tidak dapat meniadakannya dengan angan-angan). Sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomen-fenomen itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik-karakteristik yang spesifik.

⁴³ Hidayat, 1999 Hal. 39, dalam Bungin, 2008 Hal. 187

⁴⁴ *Op. Cit.* Hal. 11

⁴⁵ Baran dan Davis, 2003, Hal. 245

⁴⁶ *Op. Cit.* Hal.1 4

C. *Reality Show*

Reality show sendiri adalah sub-genre dari genre *reality programming*. *Reality programming* adalah jenis program televisi yang dibuat berdasarkan realitas di lapangan. Meskipun dibuat untuk menggambarkan realitas di lapangan, arti “realitas” dalam program ini cenderung fleksibel, karena selama proses produksi program-program tersebut produsen sudah melakukan pemilahan “realitas” mana saja yang akan ditampilkan kepada penonton, dan ditambahi proses-proses kreatif lainnya seperti musik, efek video/gambar, dan lainnya⁴⁷.

John Vivian (2005) memberikan pengertian *reality show* dalam bukunya, “*The Media of Mass Communication*”, bahwa *reality show* adalah program acara yang dibintangi oleh orang-orang yang bukan aktor atau aktris, tetapi walau pun demikian program acara tersebut masih di atur oleh skenario yang di tulis oleh produser.

Secara umum, tipe program reality show ada tiga, yaitu:⁴⁸

1. Penonton dan kamera adalah pengamat pasif yang mengikuti kegiatan sehari-hari suatu kelompok dengan sepengetahuan objek yang direkam, contohnya tayangan *Idola Cilik* di RCTI. Tayangan *reality show* tersebut kemudian dikenal sebagai *docusoap* karena cerita tampilkan seperti layaknya opera sabun.
2. Menggunakan kamera tersembunyi untuk melihat reaksi seseorang terhadap sesuatu hal. *Reality show* jenis ini pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat oleh Allen Funt melalui tayangan *Candid Camera* yang kemudian diadaptasi di Indonesia menjadi *snap shot*. Selain itu, penggunaan kamera tersembunyi dalam *reality show* bisa untuk melihat reaksi seseorang dalam kondisi yang direkayasa, seperti *Playboy Kabel*.
3. *Reality show* yang berbentuk kompetisi atau yang dikenal dengan *reality games show*. Tipe ini adalah yang paling populer di Indonesia. Dimulai dengan munculnya *Akademi Fantasi Indosiar (AFI)* kemudian mulai lagi bermunculan tayangan-tayangan lainnya, seperti *Indonesia Idol*, kontes *Dangdut Indonesia (KDI)*, *Indonesia Model* dan masih banyak lagi

⁴⁷ Reality TV, www.infoplease.com/spot/realitytv1.htm

⁴⁸ www.wordiq.com/definition/reality_television, Diakses pada tanggal 30 Januari 2009, pukul 13.05 WIB

tayangan-tayangan sejenis. Tayangan ini dikategorikan sebagai *reality show* karena penonton atau publik biasanya memegang peranan penting dalam memutuskan siapa yang akan tereliminasi atau siapa yang akan menjadi juara dengan system voting melalui SMS atau *premium call*.

Acara *reality show* seringkali menampilkan “realitas” yang sudah dipengaruhi dan dimodifikasi, yang dirancang sedemikian rupa agar menarik pemirsa dan pada akhirnya menarik pengiklan. Peserta acara biasanya ditempatkan di lokasi-lokasi terpencil atau situasi yang tidak umum, dan umunya diarahkan untuk berakting berdasarkan naskah oleh pengarah acara atau produser acara, dengan dialog dan adegan yang dirancang sehingga menyerupai kejadian yang sebenarnya, dengan dibantu oleh teknik penyuntingan atau pasca-produksi lainnya.

Menurut O’Sullivan dan Jewker (1997), *reality show* mampu memberikan kita pandangan mendalam pada kehidupan seseorang serta tragedi personal yang dialami orang lain (Danar, 2006). Program ini menayangkan momen-momen yang mengasyikkan (*exciting*), karena akan memunculkan emosi-emosi spontan bagi masyarakat pemirsanya (Wirodono, 2005). Tanpa harus mengeluarkan biaya keuntungan berlipat karena masyarakat memang menyukai jenis program seperti ini.⁴⁹

D. Dewasa Dini⁵⁰

Masa dewasa adalah masa terpanjang setelah masa kanak-kanak masa remaja. Rentang umur untuk masa ini adalah 17-39 tahun. Masa ini adalah masa ketika seseorang harus melepaskan ketergantungannya dari orang tua dan mulai belajar mandiri karena ia sudah mempunyai peran dan tugas-tugasnya yang baru. Masa dewasa dini juga adalah masa awal seseorang dalam menyesuaikan diri terhadap pola-pola kehidupan baru dan harapan-harapan sosial baru. Pada masa ini, seseorang dituntut untuk memulai kehidupannya memerankan peran ganda seperti peran sebagai suami/istri dan peran dalam dunia kerja (berkarir). Masa

⁴⁹ Farah Agustina Isfandiari (2008). Faktor-faktor yang berhubungan dengan interpretasi khaayak remaja tentang realitas program reality show. Skripsi. FISIP UI : Program Sarjana Reguler Departemen Ilmu Komunikasi. Hal : 36

⁵⁰ <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/275332/human-behaviour/24945/Development-in-adulthood-and-old-age>

dewasa dini dikatakan sebagai masa sulit bagi individu karena pada masa ini seseorang dituntut untuk melepaskan ketergantungannya terhadap orang tua dan berusaha untuk bisa mandiri.

Pada masa dewasa dini, banyak sekali harapan-harapan yang ditunjukkan masyarakat kepada mereka yang memang berada pada masa ini. Banyak sekali tugas-tugas yang harus dikembangkan, dan tingkat penguasaan tugas-tugas ini akan sangat memengaruhi tingkat keberhasilan mereka ketika sudah berusia setengah baya. Tugas perkembangan masa dewasa dini antara lain meliputi pekerjaan, pengakuan sosial, dan keluarga.

Ketika memasuki usia dewasa dini lingkungan pergaulan seseorang akan semakin meluas. Pengetahuan, pemahaman, pengalaman, cara pandang, serta pola pikir seseorang pada usia dewasa dini juga menjadi semakin luas dan terbuka seiring bertambahnya usia dan meluasnya lingkungan pergaulan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, pada masa dewasa dini seseorang bisa dikatakan telah memiliki pengetahuan, pemahaman, sekaligus pengalaman pribadi yang cukup terhadap segala hal yang berhubungan dengan kehidupannya sehari-hari.

E. Asumsi Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa khalayak dewasa dini memiliki kemampuan *media literacy* yang diperlukan untuk mengkritisi tayangan *reality show* yang ditayangkan di televisi. Asumsi ini didasarkan pada khalayak dewasa dini yang seharusnya sudah bisa dikatakan memiliki pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman pribadi yang cukup dalam segala hal, sekaligus masih berkembang seiring bertambahnya usia dan meluasnya pergaulan.

Kemampuan *media literacy* ini akan dilihat dari kemampuan khalayak dalam menganalisis, membandingkan/mengkontaskan, mengevaluasi, dan membuat abstraksi. Dalam menganalisis, khalayak dewasa dini seharusnya dapat kritis dalam melihat tayangan *reality show* di televisi. Dalam membandingkan/mengkontraskan, khalayak dewasa dini dianggap sudah memiliki wawasan dan pengalaman yang cukup luas untuk menjadi dasar perbandingan, apakah itu perbandingan terhadap program sejenis ataupun dengan kenyataan yang sesungguhnya mengenai isi tayangan. Dala, mengevaluasi, khalayak dewasa

dini seharusnya memiliki nalar dan pertimbangan rasional yang cukup untuk mengkritisi tayangan *reality show*, disamping pengetahuan dan pemahaman mengenai norma-norma yang berlaku di masyarakat seperti norma agama dan etika. Dalam melakukan abstraksi, khalayak dewasa dini seharusnya mudah menyampaikan kembali isi *reality show* yang ia saksikan, mengingat khalayak dengan usia dewasa dini seharusnya bisa menyampaikan pendapat dan gagasan tanpa kesulitan.

