

**PENGARUH *MEDIA USE* DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP  
TINGKAT *MEDIA LITERACY* ANAK-ANAK  
(Analisa Pola Hubungan Antara *Media Use* Dan *Media Exposure* Terhadap  
Tingkat *Media Literacy* Siswa Sekolah Dasar Kelas IV & V Di Kota Malang  
Kecamatan Lowokwaru)**



**TESIS**

**RAHMI FITRIA  
0706184922**

**PROGRAM PASCASARJANA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS INDONESIA  
JAKARTA  
JUNI 2009**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PENGARUH *MEDIA USE* DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP  
TINGKAT *MEDIA LITERACY* ANAK-ANAK  
(Analisa Pola Hubungan Antara *Media Use* Dan *Media Exposure* Terhadap  
Tingkat *Media Literacy* Siswa Sekolah Dasar Kelas IV Dan V Di Kota  
Malang Kecamatan Lowokwaru)**

**Diajukan Oleh:**

**Nama : RAHMI FITRIA  
NPM : 0706184922  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Kekhususan : MANAJEMEN KOMUNIKASI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Magister Sains Dalam Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia**

**Kekhususan Manajemen Komunikasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Indonesia  
Jakarta, 2009**

UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS**

Nama : Rahmi Fitria  
NPM : 0706184922  
Judul Tesis : Pengaruh *Media Use* dan *Media Exposure* Terhadap Tingkat *Media Literacy* Anak-Anak (Analisa Pola Hubungan Antara *Media Use* dan *Media Exposure* Terhadap Tingkat *Media Literacy* Siswa Sekolah Dasar Kelas IV dan V di Kota Malang Kecamatan Lowokwaru)

**PEMBIMBING TESIS**



DR. Pinkey Triputra, MSc

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

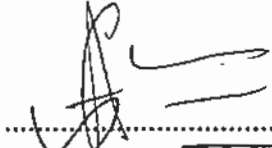
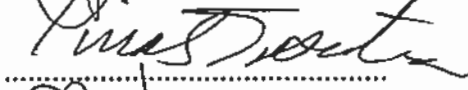


Nama : Rahmi Fitria  
NPM : 0706184922  
Program Studi : Manajemen Komunikasi  
Judul Tesis : "Pengaruh *Media Use* dan *Media Exposure* Terhadap Tingkat *Media Literacy* Anak-Anak (Analisa Pola Hubungan Antara *Media Use* dan *Media Exposure* Terhadap Tingkat *Media Literacy* Siswa Sekolah Dasar Kelas IV dan V di Kota Malang Kecamatan Lowokwaru"

Telah dipertahankan dihadapan Sidang Penguji Tesis Program Studi Manajemen Komunikasi, pada

Hari, tanggal : Selasa, 7 Juli 2009  
Pukul : 10.00 – 11.30 WIB  
Tempat : Program Pascasarjana, Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia. Gedung IASTH, Lt. 6 Jl. Salemba Raya 4, Jakarta

**PANITIA PENGUJI**

1. Ketua Sidang  
Dr. Ade Armando, MS
2. Dosen Pembimbing  
Dr. Pinkey Triputra, MSc
3. Pembaca Ahli  
Anne Suryani, M.Si., M.Ed
4. Sekretaris Sidang  
Drs. Eduard Lukman, MA

  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....



**Universitas Indonesia  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen Ilmu Komunikasi  
Program Pascasarjana**

**PERNYATAAN ORISIONALITAS**

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya penjiplakan/ plagiat dalam tesis ini saya bersedia dikenakan sanksi.

**Jakarta, Juni 2009**

**Rahmi Fitria  
0706184922**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmi Fitria  
NPM : 0706184922  
Program Studi : Manajemen Komunikasi  
Departemen : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH *MEDIA USE* DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP  
*TINGKAT MEDIA LITERACY* ANAK-ANAK  
(Analisa Pola Hubungan Antara *Media Use* Dan *Media Exposure* Terhadap  
Tingkat *Media Literacy* Siswa Sekolah Dasar Kelas IV & V Di Kota Malang  
Kecamatan Lowokwaru)**

beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta  
Pada Tanggal : 24 Juni 2009  
Yang Menyatakan,

(Rahmi Fitria)

UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA

Rahmi Fitria. 0706184922

Pengaruh *Media Use* dan *Media Exposure* Terhadap Tingkat *Media Literacy*  
Anak-Anak (Survei Pada Siswa Kelas IV dan V SD di Kota Malang Kecamatan  
Lowokwaru)

xiii+ 117 halaman + 5 lampiran

39 buku/jurnal (1990– 2009) + 15 artikel internet (1989 – 2009) + 1 tesis (2008)  
+ 1 Majalah (2006)

ABSTRAK

Dampak dari efek media telah menjadi perdebatan sejak dahulu. Dibutuhkan suatu sikap kritis dari individu untuk menyadari bahwa tidak semua pesan media bermanfaat buat mereka. W. James Potter (2005) menyatakan bahwa anak-anak diperlakukan sebagai audience khusus karena beresiko tinggi untuk terkena dampak negatif dari efek pesan media karena mereka berada pada posisi terendah dalam perkembangan kognitif, emosi dan moral- serta karena mereka kekurangan pengalaman nyata untuk memproses pesan media dengan baik. Tesis ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk melihat bagaimana hubungan *media use* dan *media exposure* terhadap tingkat *Media Literacy*, serta untuk mengetahui variabel mana yang paling mempengaruhi tingkat media literacy. Penelitian dilakukan pada siswa-siswi Sekolah Dasar di Kota Malang kecamatan Lowokwaru yang dipilih melalui teknik *probability sampling*, yaitu *proporsional random sampling*. Data yang di dapat dari seluruh responden tersebut

Kemudian diproses dengan menggunakan teknik statistik multivariate, yaitu analisis *multiple regresi*. Hasil pengujian statistik kemudian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara variabel *Media Use* terhadap variabel tingkat *Media Literacy*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh langsung yang signifikan hanyaterdapat pada hubungan antara variabel *Media Exposure* terhadap variabel Tingkat *Media Literacy*.

Kata kunci: Media literasi, *media use*, *media exposure*, pesan-pesan media

UNIVERSITY OF INDONESIA  
SOCIAL SCIENCE FACULTY AND POLITICS  
COMMUNICATIONS SCIENCE DEPARTMENT  
PROGRAM PASCASARJANA

Rahmi Fitria. 0706184922

The Effect *Media Use* and *Media Exposure* To Level of Children *Media Literacy*  
(Survey Research To 4<sup>th</sup> and 5<sup>th</sup> Elementary School Children in Malang District of  
Lowokwaru)

xiii+ 117pages + 5 enclosures

References: 39 books/journal (1990 – 2009) + 15 internet's article (1989 – 2009)  
+ 1 tesis (2008) + 1 Magazine (2006)

**ABSTRACT**

The impact of media effects to children has been the subject of much debate since time immemorial. It is critical for viewers to be aware that the messages they receive from media sources may not necessarily been entirely important. James W. Potter (2005) assert that children have been treated as a special audience for being at higher risk for negative effects of media messages because they are at lower levels of development—cognitively, emotionally, and morally—and because they lack the degree of real-world experience necessary to process media messages well. This research prompt one to test if media use and media exposure does actually correlate with level of media literacy, and guides this research's leading question of which variable affect more in explaining level of media literacy. Research has been conduct through elementary students in 4<sup>th</sup> and 5<sup>th</sup> grade in Malang, Lowokwaru.

Through quantitative survey study, a correlation between media use and media exposure is significantly supported. Multiple regression method shows that media exposure is the most determining factors to explain level of children media literacy.

Key word: Media literacy, media use, media exposure, media messages.



## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNYA, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul Pengaruh *Media Use* dan *Media Exposure* terhadap Tingkat *Media Literacy* Anak-Anak (Analisa Pola Hubungan antara *Media Use* dan *Media Exposure* terhadap Tingkat *Media Literacy* Siswa Sekolah Dasar Kelas IV & V di Kota Malang). Tesis ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Sains dalam Ilmu Komunikasi pada Program Pasca Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Pada kesempatan ini, dari lubuk hati yang dalam penulis ingin mengungkapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi selama proses pembuatan tesis ini, khususnya kepada :

1. Bapak Dedy N. Hidayat, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Program Pascasarjana, Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
2. Bapak DR. Pinkey Triputra., MSc, selaku Pembimbing tesis mulai dari *reading course* sampai dengan tesis ini diselesaikan. Terima kasih banyak untuk waktu, arahan, dan segala masukan yang telah diberikan kepada peneliti sehingga tesis ini dapat segera diselesaikan.
3. Bapak Guntarto dan Rekan-rekan di YPMA yang telah membantu membukakan jalan terhadap responden penelitian di Kota Malang, serta senantiasa menjadi *sharing partner* dalam membahas isu terkini seputar perkembangan *media literacy* di Indonesia. Terima kasih atas segala pengalaman berharga yang telah diberikan kepada penulis terkait dengan *media literacy*.
4. Seluruh Kepala Sekolah dari 8 (delapan) Sekolah Dasar di Kota Malang, dimana peneliti melakukan penelitian atas bantuan perizinan dan akses terhadap responden penelitian: Ibu Sri Purwaningtyas, S.Pd, Bapak Wage Munawar, S.Pd, Bapak Drs.HM. Shodiq, M.Si, Bapak Drs. Didik Bakti Purwianto, Ibu Dewi Masithoh, S.Pd, Ibu Liliek Christiana Ernawati, S.Pd, Bapak Ujang Heri Satori, SE, dan Ibu Ratnaningsih, S.Pd.

5. Mama dan papa yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan dorongan moril dan material kepada penulis. Begitu juga dengan seluruh keluarga besar lainnya atas segala doa dan dukungannya terhadap penulis.

6. Seluruh teman-teman peneliti yang telah memberikan kontribusinya sampai dengan masa akhir dari penulisan tesis ini, Novi, Ratri, Martina, Tissa, Mba Esthi, Intan, Yanto atas masukan dan *quality time* yang telah dihabiskan bersama-sama. Terima kasih untuk dukungan kalian semua.

14. Teman-teman DDB Advisindo yang telah mendukung dan mengizinkan proses penulisan tesis ini berjalan dengan baik, terutama untuk Mba Esthi, Mba Agustin, Mba Rully, Mas Adwin dan Zu-zu atas pengertian dan masukan dalam pengerjaan Tesis ini. Penulis ucapkan terima kasih.

Pada tesis ini, peneliti telah berupaya keras dalam melakukan penelitian dengan prosedur yang benar dan tepat guna mendapatkan data-data dan gambaran yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti telah berupaya untuk membuat tesis ini objektif dan menghindari bias. Peneliti juga berharap agar tesis ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang berminat mempelajarinya dan yang ingin mengembangkan topik mengenai *media literacy*.

Jakarta, Juni 2009

Peneliti

Rahmi Fitria

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
PERNYATAAN ORISIONALITAS .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
ABSTRAK .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Permasalahan.....	6
1.3.Tujuan Penelitian .....	7
1.4.Signifikansi Penelitian .....	8
1.4.1. Signifikansi Akademis .....	8
1.4.2. Signifikansi Praktis .....	8
1.5.Sistematika Penulisan .....	8
<b>2. STUDI LITERATUR .....</b>	<b>10</b>
2.1.Konsep <i>Media Use</i> .....	10
2.1.1. Pola <i>Media Use</i> .....	12
2.1.2. <i>Gendered Media Meanings and Uses</i> .....	13
2.2.Konsep <i>Media Exposure</i> .....	14
2.3.Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	16
2.3.1 <i>Active Audience</i> .....	19
2.4. Teori Kultivasi .....	20
2.5.Teori <i>Selective Exposure</i> .....	21
2.6. <i>Media Education</i> .....	22
2.7. Teori <i>Media Literacy</i> .....	24
2.7.1. Definisi <i>Media Literacy</i> .....	25
2.7.2. Tingkat <i>Media Literacy</i> .....	27
2.7.3. Aspek Media Literasi .....	28
2.7.4. Prinsip Dasar <i>Media Literacy</i> .....	30
2.7.5. Model Penerimaan Pesan .....	27
2.8. Anak-Anak Sebagai Khalayak Khusus .....	35
2.8.1. Tahap Perkembangan Anak .....	36
2.8.1.1. Usia 8 -12 tahun .....	37
2.9. Pola Hubungan Antar Variabel .....	40
2.9.1 Hubungan Antara <i>Media Use</i> dengan <i>Media Literacy</i> .....	40
2.9.2. Hubungan Antara <i>Media Exposure</i> dengan <i>Media Literacy</i> .....	41
2.10. Pola Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	42
2.11. Hipotesis Teoritis .....	42
<b>3. METODOLOGI.....</b>	<b>43</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	43
3.2. Metode Penelitian .....	43

3.3. Populasi dan Sampel .....	43
3.3.1. Responden Anak-Anak .....	44
3.3.1.1. Perkembangan Kognitif .....	44
3.3.1.2. Perkembangan Psikosial .....	46
3.4. Prosedur Penelitian .....	47
3.5. Instrumen Pengumpulan Data .....	47
3.6. Operasionalisasi Konsep dan Metode Pengukuran .....	48
3.7. Teknik Analisis Data .....	48
3.8. Uji Validitas dan Reabilitas .....	49
3.9. Hipotesis Penelitian dan Hipotesis Statistik .....	49
3.10. Uji Pendahuluan ( <i>Pre Test</i> ) .....	50
3.11. Keterbatasan Penelitian .....	50
<b>4. ANALISIS DATA .....</b>	<b>51</b>
4.1. Uji Validitas dan Reabilitas .....	51
4.1.1. Uji Validitas .....	51
4.1.2. Uji Reabilitas .....	64
4.2. Statistik Deskriptif .....	68
4.2.1. Karakteristik Umum Responden .....	68
4.2.2. Karakteristik Khusus Responden .....	70
4.2.2.1. Tingkat <i>Media Use</i> .....	70
4.2.2.2. Tingkat <i>Media Exposure</i> .....	71
4.2.2.3. Tingkat <i>Media Literacy</i> .....	71
4.2.2.4. Tabulasi Silang antara Variabel <i>Media Use</i> , <i>Media Expo-</i> <i>sure</i> dan <i>Media Literacy</i> dengan Jenis Kelamin Responden .....	72
4.2.2.5. Tabulasi Silang Antara Variabel <i>Media Use</i> , <i>Media Expo-</i> <i>sure</i> dan <i>Media Literacy</i> dengan Usia Responden .....	74
4.2.2.6. Tabulasi Silang antara Variabel <i>Media Use</i> , <i>Media Expo-</i> <i>sure</i> dan <i>Media Literacy</i> dengan Tingkat Kelas Responden .....	76
4.3. Pengujian Regresi Model Dasar Variabel <i>Media Use</i> ( <i>X1</i> ) dan Variabel <i>Media Exposure</i> ( <i>X2</i> ) dengan Variabel Tingkat <i>Media Literacy</i> ( <i>Y</i> ) .....	78
4.4. Uji Regresi Split Variabel <i>Media Use</i> ( <i>X1</i> ) dan <i>Media Exposure</i> ( <i>X2</i> ) dengan Variabel ( <i>Y</i> ) Tingkat <i>Media Literacy</i> Berdasarkan Jenis Kela- min dan Kelas Responden .....	87
<b>5. DISKUSI, KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
5.1. Diskusi .....	106
5.2. Kesimpulan .....	110
5.3. Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>118</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Operasionalisasi Konsep .....	48
Tabel 4.1	Tabel KMO <i>Media Use</i> .....	51
Tabel 4.2	Tabel <i>A Measure of Sampling adequacy (MSA) Media Use</i> ...	52
Tabel 4.3	Tabel <i>Communalities Media Use (X1)</i> .....	53
Tabel 4.4	Tabel <i>Total Variance Explained</i> .....	53
Tabel 4.5	Tabel <i>Component Matrix</i> .....	54
Tabel 4.6	Tabel KMO <i>Media Exposure</i> .....	55
Tabel 4.7	Tabel <i>A Measure of Sampling adequacy (MSA) Media Exposure</i> .....	55
Tabel 4.8	Tabel <i>Communalities Media Exposure (X2)</i> .....	56
Tabel 4.9	Tabel <i>Total Variance Explained</i> .....	57
Tabel 4.10	Tabel <i>Component Matrix</i> .....	57
Tabel 4.11	Tabel <i>Rotated Component Matrix</i> .....	58
Tabel 4.12	Tabel KMO <i>Tingkat Media Literacy</i> .....	58
Tabel 4.13	Tabel <i>MSA Tingkat Media Literacy</i> .....	59
Tabel 4.14	Tabel <i>Communalities Tingkat Media Literacy</i> .....	60
Tabel 4.15	Tabel <i>Varianced Explained</i> .....	61
Tabel 4.16	Tabel <i>Component Matrix</i> .....	62
Tabel 4.17	Tabel <i>Rotated Component Matrix</i> .....	63
Tabel 4.18	Tabel <i>Reliability Statistic for Media Use</i> .....	65
Tabel 4.19	Tabel <i>Reliability Statistic for Media Exposure</i> .....	66
Tabel 4.20	Tabel <i>Reliability Statistic for Tingkat Media Literacy</i> .....	67
Tabel 4.21	Tabel <i>Variable Entered/Removed</i> .....	79
Tabel 4.22	Tabel <i>Model Summary</i> .....	79
Tabel 4.23	Tabel ANOVA .....	80
Tabel 4.24	Tabel <i>Correlations</i> .....	81
Tabel 4.25	Tabel Hasil Koefisien Uji Regresi .....	82
Tabel 4.26	Tabel <i>Collinearity Statistics</i> .....	83
Tabel 4.27	Tabel <i>Variable Entered/Removed</i> .....	87
Tabel 4.28	Tabel <i>Model Summary</i> .....	87
Tabel 4.29	Tabel ANOVA .....	88
Tabel 4.30	Tabel Hasil Koefisien Uji Regresi .....	90
Tabel 4.31	Tabel <i>Collinearity Statistics</i> .....	90
Tabel 4.32	Tabel <i>Variable Entered/Removed</i> .....	96
Tabel 4.33	Tabel <i>Model Summary</i> .....	96
Tabel 4.34	Tabel ANOVA .....	98
Tabel 4.35	Tabel Hasil Koefisien Uji Regresi .....	99
Tabel 4.36	Tabel <i>Collinearity Statistics</i> .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar Model <i>Uses and Gratifications</i> .....	19
Gambar 2.2	Gambar <i>The Default Model of Information Processing</i> .....	31
Gambar 2.3	Gambar <i>The Cognitif Model of Media Literacy</i> .....	32
Gambar 2.4	Gambar Ringkasan Tiga Tahap Pemrosesan Informasi.....	34
Gambar 2.5	Gambar Pola Hubungan antar Variabel Penelitian .....	42
Gambar 4.1	Gambar Perbandingan Responden per Sekolah .....	68
Gambar 4.2	Gambar Perbandingan Jenis Kelamin Responden .....	69
Gambar 4.3	Gambar Perbandingan Usia Responden .....	69
Gambar 4.4	Gambar Proporsi Kelas Responden .....	70
Gambar 4.5	Gambar Tingkat <i>Media Use</i> Responden .....	70
Gambar 4.6	Gambar Tingkat <i>Media Exposure</i> Responden .....	71
Gambar 4.7	Gambar Tingkat <i>Media Literacy</i> Responden .....	71
Gambar 4.8	Gambar <i>Crosstab Media Use</i> dengan Jenis Kelamin .....	72
Gambar 4.9	Gambar <i>Crosstab Media Exposure</i> dengan Jenis Kelamin.....	72
Gambar 4.10	Gambar <i>Crosstab Tingkat Media Literacy</i> dengan Jenis Kelamin .....	73
Gambar4.11	Gambar <i>Crosstab Variabel Media Use</i> dg Usia Responden.....	74
Gambar 4.12	Gambar <i>Crosstab Variabel Media Exposure</i> dg Usia Responden.....	75
Gambar 4.13	Gambar <i>Crosstab Variabel Tingkat Media Literacy</i> dg Usia Responden.....	75
Gambar 4.14	Gambar <i>Crosstab Variabel Media Use</i> dg Kelas Responden..	76
Gambar 4.15	Gambar <i>Crosstab Variabel Media Exposure</i> dg Kelas Responden.....	76
Gambar 4.16	Gambar <i>Crosstab Variabel Media Literacy</i> dg Kelas Responden.....	76
Gambar 4.17	Gambar <i>Media Preference</i> Responden .....	77
Gambar 4.18	Gambar Model Dasar Pola Hubungan Antar Variabel .....	78
Gambar 4.19	Gambar Model Dasar Pola Hubungan Antar Variabel .....	84
Gambar 4.20	Gambar Model Dasar Pola Hubungan antar Variabel berdasarkan Jenis Kelamin .....	92
Gambar 4.21	Gambar Model Dasar Pola Hubungan antar Variabel berdasarkan Kelas .....	102

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kebebasan media meningkat setelah berakhirnya pemerintahan Presiden Soeharto. Pasar televisi di Indonesia telah meluas dengan melibatkan lebih dari 10 jaringan televisi komersial. Sementara itu jaringan lokal bersaing secara sukses dengan publik TVRI. Stasiun radio swasta yang membawa bulletin berita mereka sendiri dan penyiar asing dapat mensuplay program. Berdasarkan *demographic and Health survey* di tahun 2002-2003, aksesibilitas masyarakat terhadap media massa didominasi oleh televisi dengan penonton sebesar 18 juta orang di tahun 2005 (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia; 2006/ 2007).

Perkembangan jumlah media massa di era reformasi mengalami peningkatan pesat jika dibandingkan dengan era Orde Baru, dimana setahun pasca reformasi dalam sehari terbit lima media massa baru. Berdasarkan data dari ANTARA tercatat sebanyak 289 media cetak, enam stasiun televisi dan 740 radio yang berdiri pada era Orde Baru, melonjak pesat setahun pasca reformasi menjadi 1.687 media cetak (penerbitan) yang bertambah enam kali lipat (Antara, 2008).

Pesatnya perkembangan media pasca reformasi tidak dapat dipisahkan dengan proses liberalisasi pers sejalan dengan pergeseran dari sistem politik otoriter ke demokrasi. Seiring dengan transisi tersebut, maka masyarakat Indonesia yang sedang menuju era demokratisasi memiliki akses yang lebih terbuka terhadap media. Luasnya akses terhadap media ini memudahkan masyarakat dalam mendapatkan berbagai informasi dan pesan-pesan dari media. Kebebasan dalam memperoleh informasi ini turut mengubah pola bermedia masyarakat, dalam arti intensitas dalam menerima terpaan media pun semakin besar.

Peningkatan jumlah media ini membawa masyarakat ke dalam kondisi kejenuhan informasi. Dalam bukunya *media literacy 3<sup>rd</sup> edition*, W. James Potter memaparkan fenomena kejenuhan tersebut sebagai *message saturation*- yaitu suatu kondisi di mana budaya kita mengalami kejenuhan informasi (2005). Masyarakat dibanjiri oleh berbagai pesan yang datang dari media massa. Saat ini informasi bukan saja mudah didapatkan oleh hampir setiap orang, namun informasi juga tetap diproduksi pada *level* peningkatan yang tidak dapat kita bayangkan.

Gencarnya terpaan media terhadap khalayak sebagai akibat dari pesatnya perkembangan media di era ini menimbulkan suatu akibat dalam konteks penerimaan pesan-pesan media terhadap setiap individu. Dengan lamanya waktu yang dihabiskan setiap individu terhadap media, sangat penting untuk mengetahui medium pesan dan dampaknya terhadap setiap individu.

Sayangnya perkembangan yang pesat dari lingkungan media ini tidak disertai oleh pertumbuhan yang sama pesatnya dalam hal pengetahuan kita tentang bagaimana media baru dapat berpengaruh terhadap perkembangan kognitif, sosial, emosional atau jasmani anak-anak (A Kaiser Family Foundation's Report; 2006, hal.3) *Issue* ini menjadi perhatian yang mendalam bukan saja oleh orang tua, namun juga bagi para pendidik, *health providers*, pembuat kebijakan, dan pengacara. Dengan demikian *issue* ini merupakan sesuatu yang sangat penting untuk memahami penggunaan media oleh anak-anak berusia sangat muda, tidak lain karena perkembangan sosial dan intelektual lebih mudah ditempa pada tahun pertama ini, penggunaan media pada usia ini dapat berpengaruh khusus secara signifikan.

Sementara menurut W. James Potter anak-anak mendapatkan perlakuan secara khusus terutama disebabkan karena anak-anak diyakini berada dalam resiko tinggi untuk menerima efek negatif dari pesan media karena mereka berada pada level perkembangan terendah- kognitif, emosional, moral dan juga karena kurangnya pengalaman di dunia nyata yang dibutuhkan untuk memproses pesan media dengan baik (W. James Potter; 2004, hal.55). Oleh sebab itu, ketika individu meraih tingkat kedewasaan secara kognitif, emosional, dan moral, maka ia akan mampu untuk menerima lebih banyak pesan media.

Dilihat dari *landscape* media dunia untuk anak-anak dan remaja maka timbul dua tema yang berlawanan: kesempatan dan resiko. Sebagai contohnya, globalisasi media membawa kesempatan dalam memperluas pandangan dan menyediakan lebih banyak akses yang sama terhadap informasi, namun sekaligus mengancam identifikasi budaya dan nilai-nilai. Kemajuan teknologi ini menjanjikan kemampuan baru dan partisipasi anak muda yang lebih banyak dalam masyarakat, namun disatu sisi juga meningkatkan resiko eksploitasi anak dan *informational divides*. Dengan demikian terdapat kebutuhan mendesak di dalam



masyarakat untuk melindungi anak-anak dan sekaligus memperkuat mereka untuk membentuk lingkungan mediana sendiri, sebagaimana yang tertuang dalam konvensi United Nations mengenai hak anak (UNICEF; 2004, hal.2). Berdasarkan sumber dari *American Academy of Pediatrics* (AAP), "anak-anak terpengaruh oleh media yang mereka lakukan dengan mengamati, imitasi dan bertingkah laku dengan caranya sendiri" (State University, 2009). Oleh sebab itu pengaruh media pada anak-anak telah menjadi subjek perhatian di antara orang tua, pendidik dan *healthcare professionals*.

Dengan demikian sangat penting bagi setiap individu untuk menjadi aktif ketika menggunakan media, dengan menganalisa arti dibalik berbagai pesan sebelum menerimanya. *Media literacy* merupakan kemampuan vital yang harus dimiliki oleh masyarakat di abad ke-21 ini (Understand Media, 2005). *Media literacy* dapat membantu anak-anak, remaja dan orang dewasa mengurangi efek negatif dan meningkatkan efek positif dari terpaan pesan-pesan media. *Media literacy* dapat dikembangkan (W. James Potter; 2005, hal.69).

Sejarah gerakan *media literacy* di Amerika Serikat (AS) diawali dengan berbagai upaya skala kecil yang masih terpencar-pencar. Diawali pada tahun 1930an sekelompok guru Inggris bekerjasama dengan seorang ahli radio publik dan mendirikan *Wisconsin Association for Better Broadcasting*. Mereka menyebarkan daftar program radio yang "baik", bersamaan dengan "bantuan" untuk meningkatkan "*awareness, critical evaluation, and appreciation*" pendengar. Penelitian yang dilakukan oleh Aimee Dorr (1977) dan dua orang peneliti lainnya dari *Harvard University* dalam mempelajari efektifitas pendidikan *media literacy* (dalam Marjorie Heins dan Christina Cho; 2003, hal.7-8). Dorr melakukan tes pada tiga kurikulum anak berusia elementer selama sesi pelajaran enam jam yang sebagian besar berisi *games* dan *role-playing*. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat apakah *media literacy* dapat menurunkan kelemahan atau kerentanan anak-anak dalam melukiskan ras. Peneliti menemukan bahwa anak yang telah menerima salah satu kurikulum media literasi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menganalisa konten program untuk memisahkan aspek kenyataan dengan aspek *fictional*. Akan tetapi tingkah laku rasial anak-anak tidak mengalami perubahan setelah mengikuti enam sesi pelajaran. Hal ini dikarenakan

tingkah laku rasial terbentuk sepanjang waktu sebagai akibat dari banyak faktor. Penemuan penting dari penelitian ini adalah bahwa anak-anak yang telah menerima salah satu dari kurikulum pendidikan media lebih mampu dalam menganalisa konten program, terutama dalam melakukan pemisahan antara aspek fiksi dengan kenyataan atau realitas yang sebenarnya.

Pengajar di program Idaho menggunakan seperangkat materi audio visual dan manual dalam proyek pengembangan kemampuan analisa *televiwing*. Pada tingkat ketiga siswa belajar untuk menganalisa iklan, pada tingkat ke 4 dan ke-5 mereka menilai program hiburan, sedangkan pada tingkat ke-6 mereka membelajari berita TV. Dalam setiap tingkat, setiap siswa menyimpan jurnal dari TV *viewing habit* yang merefleksikan *media consumption* mereka, dan pada akhir tahun siswa memproduksi iklan, program hiburan atau pun spot berita. Bagian akhir dari program ini terdiri dari "*home components*" yang mendorong diskusi kritis diantara siswa dengan orang tuanya (melalui kegiatan menonton program TV bersama orang tuanya, siswa berdiskusi mengenai analisisnya terhadap konten program yang difokuskan pada *views on program, theme of the story, conflict slot*). Evaluasi akhir dari program ini dinilai efektif menggunakan "*TV information game*", karena melibatkan siswa pada setiap level untuk menonton, menganalisa setiap segmen TV. Para pengajar menemukan bahwa siswa pada tingkat ke-3 memperlihatkan peningkatan yang drastis dalam televisi- terkait dengan kemampuan kognitif dibandingkan dengan siswa pada tingkat atas. Berdasarkan penelitian ini, maka peneliti menyimpulkan bahwa *media literacy* seharusnya diperkenalkan sejak dini (Marjorie Heins dan Christina Cho; 2003, hal.9-10).

Sedangkan di Indonesia konsep *media literacy* lebih dikenal dengan istilah melek media. Walaupun *media literacy* di Indonesia jauh tertinggal jika dibandingkan dengan negara-negara maju lainnya seperti Amerika Serikat, Britain, Canada, Australia, namun beberapa penelitian mengenai topik tersebut pernah dilakukan. Di Indonesia materi tentang "pendidikan media" ke dalam kelas, sebagai salah satu bagian penting dari implementasi konsep melek media, pertama kali dilakukan pada bulan Mei – September 2002 di SD Negeri Percontohan Johar Baru 01 Pagi Jakarta Pusat (UNICEF; 2008, hal.3). Saat itu

eksperimen pendidikan media dilakukan oleh B.Guntarto dari YKAI (Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia) dan Filia Dina dari Pusat Studi Psikologi Universitas Sumatera Utara. Dalam penelitian tersebut, sebanyak 5 orang guru termasuk kepala sekolah diberi pelatihan pendidikan media selama 3 hari, kemudian mereka mengajarkan materi tersebut (awalnya disebut pembelajaran melek media) untuk siswa kelas 5 dengan 10 kali pertemuan dan 8 pokok bahasan. Ada lembar kerja, aktivitas di kelas, tugas di rumah, serta penggunaan stimulan tayangan TV di setiap pokok bahasan. Pada akhir kegiatan, diadakan post test dengan hasil sebagai berikut: terdapat peningkatan pengetahuan mereka tentang media, penurunan jumlah jam menonton TV, dan pilihan acara yang cenderung sudah sesuai dengan usia mereka.

Pada bulan Desember tahun 2004, UNESCO mensponsori pelatihan untuk guru SD-SLTP, bekerjasama dengan Kantor Kementerian Pemberdayaan Perempuan. Di bulan September 2005 UNESCO kembali mendanai pelatihan guru yang diadakan di SD IT Nurul Fikri Depok. Namun belum dilakukan pemantauan mengenai bagaimana sekolah tersebut menerapkan materi pendidikan medianya. Hingga pada tahun 2006, YPMA (Yayasan Pengembangan Media Anak) mengevaluasi materi pelatihan guru, dan mengujicobakannya dengan pelatihan guru di kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur dengan dukungan dari UNICEF. Dari pemantauan terhadap guru yang mengikuti pelatihan ini, diketahui bahwa para guru memerlukan alat bantu mengajar seperti panduan kidia, poster, ataupun VCD yang terkait pokok bahasan, serta komitmen dari kepala sekolah dan dukungan orang tua.

Di tahun 2008 ini pendidikan media memasuki fase penting dengan dilaksanakannya uji coba dalam skala yang lebih luas, dimana terdiri dari 35 sekolah di Jawa Tengah dan Jawa Timur dengan hasil yang lebih terukur.

Pendidikan media menyadari bahwa suatu informasi yang masih mentah (*raw material*) merupakan sesuatu yang buruk dan tidak bermanfaat, jika individu tidak memiliki kemampuan untuk mengolah, mengevaluasi dan membuatnya (informasi) berguna bagi diri individu. Dengan demikian pendidikan media membangun kemampuan *information processing* yang dibutuhkan untuk

bernegosiasi dengan masyarakat secara berkala melalui pemuasan secara personal dan sosial.

Keterikatan anak-anak dengan media hanya dapat diatasi dengan pembatasan konsumsi mediana, namun memperkenalkan dan menerapkan pengaturan dalam mengkonsumsi media pun belum tentu akan langsung bisa diterima oleh anak-anak. Orang tua dan guru harus memiliki pengetahuan dan keterampilan tertentu agar pengaturan dalam mengkonsumsi media ini dapat berjalan efektif. Proses dialog dan argumen untuk setiap persoalan perlu dilakukan oleh para orang tua dan guru dalam berkomunikasi dengan anak jaman sekarang.

Pelatihan pendidikan media mengajak para guru untuk memahami perkembangan anak, memahami media, serta mengantisipasi pola interaksi antara anak dan media. pendidikan media sangat penting diberikan kepada siswa di kelas untuk membangun proteksi dalam diri mereka agar tidak mudah terpengaruh oleh media, dan agar media dapat berperan sebagai salah satu sumber belajar.

Pendidikan media adalah proses atau rangkaian kegiatan pengajaran *media literacy* agar seseorang menjadi *media literate* atau melek media. Media literasi adalah keterampilan yang perlu dimiliki oleh siapapun agar dapat mengkonsumsi media dengan kritis dan bijaksana. Di banyak negara maju, pendidikan media sudah diajarkan sejak pra-sekolah hingga sekolah menengah atas. Sedangkan arti penting dari pendidikan media untuk diajarkan kepada siswa di tingkat sekolah dasar adalah: anak akan memiliki pengalaman kritis tentang bagaimana media bekerja, bagaimana isi media diproduksi, tentang aspek bisnis media, bagaimana realitas ditampilkan di media, dan bagaimana media mempengaruhi khalayak.

## 1.2. Permasalahan

Dalam penelusuran-penelusuran terhadap penelitian mengenai *media literacy* yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti menemukan beberapa hal penting. Pertama, penelitian terdahulu di bidang *media literacy* cenderung ditujukan terhadap anak-anak dan remaja. Namun dibandingkan dengan remaja, tingkat kepentingan anak-anak dalam menghadapi pesan media berbeda. Sebagaimana yang diutarakan oleh W. James Potter (2004) bahwa pada usia anak-anak paling rentan terkena efek negatif dari pesan media serta mengingat pada

masa anak-anak tingkat kedewasaan dapat menghalangi masa perkembangan, maka *media exposure* terhadap anak-anak tidak dapat disamakan pada orang dewasa, karena mereka kekurangan pengalaman. Kedua, dalam berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, *media literacy* diperkenalkan kepada anak-anak melalui *media tools* dan kemudian dievaluasi hasil dari *media literacy* nya.

Berdasarkan teori perkembangan anak, anak-anak yang berada pada rentang usia 10-12 tahun telah mengalami perkembangan kognitif sehingga daya pikir anak sudah berkembang ke arah yang lebih konkrit, rasional dan objektif. Daya ingatnya menjadi sangat kuat, sehingga anak benar-benar berada pada stadium belajar. Disamping itu pada rentang usia ini mereka telah mampu mengembangkan pemikiran kritis yaitu pemahaman atau refleksi terhadap permasalahan secara mendalam, mempertahankan pikiran agar tetap terbuka, tidak mempercayai begitu saja informasi-informasi yang datang dari berbagai sumber serta mampu befikir secara reflektif dan evaluatif, walaupun masih terbatas. Pada tingkat sekolah dasar, rentang usia 10-12 tahun anak-anak berada pada tingkat kelas IV dan kelas V SD. Dari uraian ini menjadi menarik untuk dibahas bagaimana *media use* dan *media exposure* pada anak-anak sekolah dasar kelas IV dan V dapat mempengaruhi tingkat *media literacy*, sehingga topik penelitian menekankan pada permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah tingkat *media literacy* siswa-siswi kelas IV dan V SD di Kota Malang Kecamatan Lowokwaru dipengaruhi oleh *media use* dan *media exposure*?
2. Variabel manakah di antara *media use* dan *media exposure* yang paling mempengaruhi tingkat *media literacy* tersebut?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Seiring dengan luasnya terpaan pesan-pesan media setiap hari, menciptakan kondisi dimana anak-anak menjadi khalayak yang paling rentan menerima konsekuensi dari setiap pesan media. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana *media use* dan *media exposure* anak-anak kelas IV-V SD mempengaruhi tingkat *media literacy* nya.

Dengan demikian penelitian yang dilakukan dalam konteks *media literacy* ini diharapkan bisa menjelaskan, atau merinci (*elaborasi*) keberlakuan teori-teori atau hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai topik terkait.

#### 1.4. Signifikansi Penelitian

##### 1.4.1. Signifikansi Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dalam studi media dan khalayak, lebih tepatnya kajian *media literacy* yang kajiannya lebih berkembang di negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Australia, dan Negara-negara Eropa Barat. Karena itu penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan kajian *media literacy* di tanah air.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada studi *media literacy*, yakni dengan mempertimbangkan aspek kekritisannya, latar belakang, dan pengalaman individu dalam kaitannya dengan *media literacy* yang selama ini belum atau kurang diamati secara mendalam dalam penelitian-penelitian terdahulu.

##### 1.4.2. Signifikansi Praktis

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat:

1. Menjadi wacana yang mengangkat masalah *media literacy*, khususnya pada kehidupan anak-anak usia dini mengingat merekalah yang paling rentan terkena dampak buruk dari terpaan media.
2. Memberi masukan dan sumbangan bagi penelitian-penelitian tentang *media literacy* di masa datang serta pada institusi atau lembaga-lembaga penggiat gerakan media literasi di tanah air, yang memiliki kepedulian dan berbagai program terkait dengan *media literacy*.

#### 1.5. Sistematika Penulisan

Bab.1 merupakan pendahuluan terdiri dari latar belakang permasalahan yang menggambarkan fenomena sosial yang memosisikan pentingnya media literasi bagi individu, gambaran umum dan hasil penelitian *media literacy*

terdahulu di beberapa negara maju dan perkembangannya di Indonesia; perumusan permasalahan penelitian, tujuan penelitian, signifikansi akademis. **Bab.2** merupakan *studi literature* terdiri dari konsep inti dari *media use*, *media exposure*, teori *Uses and Gratifications*, teori *selective exposure*, konsep *active khalayak*, Teori *media literacy*, tahap perkembangan anak-anak, dan seluruh konsep inti yang mampu menjelaskan permasalahan penelitian. **Bab.3** merupakan metodologi penelitian terdiri dari penjelasan prosedur penelitian dan metode pengambilan sample. **Bab.4** merupakan analisa dan interpretasi data terdiri dari analisa output SPSS yang terdiri dari uji validitas dan reabilitas, statistik deskriptif, dan analisa regresi berganda. **Bab.5** merupakan diskusi, kesimpulan dan saran dari hasil penelitian ini.



## BAB II STUDI LITERATUR

### 2.1. Konsep *Media Use*

*Media use* dapat menggambarkan tingkat kecintaan individu terhadap media, yang dapat dibuktikan dengan alokasi waktu yang dihabiskan dengan suatu media dibandingkan dengan waktu untuk aktivitas lainnya. Dengan demikian konsep *media use* disini menekankan pada pemilihan media oleh individu (*media preferences*) yang diukur berdasarkan tingkat kepentingannya. Suatu studi komprehensif yang dilakukan Ransford (2005) pada *media use* menemukan bahwa sekitar 30 % dari waktu bangun tidur dihabiskan dengan media sebagai suatu aktifitas tunggal, dan sebesar 39 % dari *media use* digabungkan dengan aktivitas lainnya. Berdasarkan hasil studi tersebut, hampir 70 % dari total rata-rata waktu yang dihabiskan dalam sehari oleh seseorang terdiri dari penggunaan media (dalam W. James Potter, 2007). Sebagai perbandingan, ditemukan pula bahwa kurang dari 21 % waktu individu didedikasikan untuk bekerja. Penelitian ini bermaksud untuk membandingkan aktivitas media individu dengan aktivitas non media. Dalam salah satu hasil studinya mengenai *media literacy*, Potter (2004) menekankan bahwa kemampuan seseorang untuk mengontrol media (*personal locus*) dan kesadaran ketika menggunakan media (*mindfulness*) merupakan faktor terpenting dalam menjelaskan tingkat *media literacy* seseorang (dalam Judith E. Rosenbaum et al; 2008, hal.5).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan terkini, “*use*” secara sederhana berarti “*exposure*” (terpaan), yang lebih sering diukur dengan menanyakan kepada responden berapa banyak waktu yang mereka gunakan untuk medium tertentu (Raymond W. Preiss et al; 2007, hal.381). Namun, pertanyaan mengenai menggunakan atau tidak menggunakan medium tidak hanya mengenai kemudahan akses fisik semata, misalnya ketersediaan media tersebut di rumah. *Physical accessibility* (kedekatan fisik antara individu dengan pesan media) lebih merupakan pra syarat dalam *media use*, namun bukan satu-satunya penentu. Menurut Chaney (1972), Johnsson-Smaragdi (1983) pertimbangan akses fisik



lebih terkait dengan pertimbangan sosial budaya dan psikologis atau ketertarikan (Livingstone dan Bovill; 2001, hal.115). Faktor-faktor ini kemungkinan berhubungan dengan tingkat penerimaan sosial suatu medium dalam budaya tertentu, terhadap konteks sosial dimana medium tersebut digunakan, serta terhadap persyaratan individu, *habit* dan *attitude* mereka.

*Media use* didefinisikan sebagai cara khalayak dalam berinteraksi dengan media (Public Broadcasting Services Organization; 2005). Berdasarkan definisi tersebut, maka *media use* bervariasi dari *person to person*, *group to group* dalam waktu tertentu dalam kehidupan setiap individu. Suatu studi mengenai *media use* mengungkapkan bahwa habit dari *media use* terbentuk oleh penggunaan media dan dapat dikategorikan sebagai suatu ritual (kebiasaan), pengalihan (*diversion*), atau instrument untuk tujuan informatif (Bryant dan Zillman, 1994). Menurut Bryant dan Zillman, *instrument use* terkait dengan *exposure* yang tinggi terhadap konten informatif dari media dan menerima konten media tersebut sebagai sesuatu yang realistis (Brenda Wilson, 2007). Dengan demikian *media use* disini digunakan secara aktif dan dengan suatu tujuan tertentu – sehingga mampu menggambarkan kegunaan (*utility*), maksud (*intention*), penyeleksian (*selectivity*), dan keterlibatan (*involvement*).

Suatu studi terdahulu yang membedakan antara *middle childhood* (usia 6 s.d 12 tahun) dan *adolescence* (12 s.d 17 tahun), menemukan bahwa selama usia *middle childhood* sebagian besar aktivitas bermedia secara berkesinambungan menyita banyak waktu, dan pada masa ini jumlah anak yang memilih televisi untuk tujuan informatif akan meningkat (Livingstone dan Bovill; 2001, hal.91).

Menurut Johnsson and Smaragdi (1994) dengan lebih banyak pilihan media untuk dipilih, konten yang lebih beragam, dan dengan kontrol yang lebih besar atas suatu media, jenis konten, tempat dan waktu menggunakannya, *individual preferences* dan *lifestyle* menjadi lebih penting (Livingstone dan Bovill, 2001, hal.114). Sehingga terdapat kebebasan individu yang besar dan lebih banyak kesempatan untuk mengadopsi *style media use* khusus untuk disesuaikan dengan *preferences* dan *circumstances* seseorang.

Berdasarkan penelitian Muijs (1997) diketahui bahwa *time expenditure* and *functions fulfilled by media* berhubungan dengan tiga karakteristik: usia anak-

anak, gender dan *socioeconomic status* (SES) dari orang tuanya. Usia menjadi penting karena perkembangan kognitif dan experiential terjadi selama *range* usia yang dipelajari, terutama masa *childhood*. Disamping itu, temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa usia bersamaan dengan gender dan SES, membantu membentuk *media use* karena faktor-faktor tersebut dapat menggambarkan orang/subgrup mana di dalam lingkungan anak-anak yang mampu mempengaruhi disposisi (pengaturan) terhadap *media use* (Livingstone dan Bovill; 2001, hal.86).

Studi yang membandingkan *media use* terhadap anak-anak telah dilakukan di Inggris (Brown, 1976), Jerman (Klingler dan Groebel, 1994), dan Swiss (Bonfadelli, 1986). Disamping itu suatu studi *cross-national comparisson* di Eropa dilakukan oleh Greenberg dan Li (1994), dalam studi ini anak-anak diminta untuk mengindikasikan medium mana yang akan dipilih untuk berbagai *uses* /penggunaan. Walaupun berbagai variasi *media use* secara luas dapat ditemukan di dalam literatur (McQuail, 1992), *uses* pada penelitian terhadap anak-anak ini sebagian besar dikategorikan kedalam tiga bagian: informasi, *mood control* dan hiburan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa koran, majalah, buku dan televisi seringkali dipilih untuk tujuan informatif (Bonfadelli, 1986; Brown, 1976; Greenberg dan Li, 1994), sedangkan TV, media audio dan buku digunakan untuk mnegkontrol mood dan sebagai sarana hiburan (Bonfadelli, 1986; Brown, 1976; Greenberg dan Li, 1994; Klingler dan Groebel, 1994). Secara umum menurut von Feilitzen (1974) penelitian ini menyimpulkan bahwa media yang memenuhi pemenuhan hiburan atau fungsi emosional merupakan media yang digunakan lebih sering, karena kedua motif penggunaan media ini sejauh ini merupakan yang terkuat dalam menggambarkan pemilihan media (Sonia Livingstone dan Moira Bovill; 2001, hal.89).

### 2.1.1 Pola *Media Use*

Terdapat dua pola dasar penggunaan media (*media use*) yaitu, pola aktif dan pola pasif (Julia Livaditi, 2002). Dalam pola *media use* yang pasif, level interaksi sangat rendah dan "user" atau pengguna mayoritas menerima konten media yang dipersembahkan kepada mereka dalam bentuk yang teratur. Sementara dalam pola *media use* aktif, pengguna menghabiskan waktu secara

aktif untuk *browsing*, *searching* dan menyediakan *feedback* terhadap medium yang mereka gunakan.

Terkait dengan upaya untuk meningkatkan *media literacy*, analisa *media use* yang dilakukan individu dengan bertanya pada diri sendiri, dengan menanyakan alasan pribadi dalam menghabiskan waktunya dengan media dan pesan tertentu, serta mengabaikan yang lain dapat meningkatkan *filtering task* pada individu.

### 2.1.2 Gendered Media Meanings and Uses

Teori feminist mengenai perbedaan antara anak laki-laki dan anak perempuan menunjukkan perbedaan di antara *sex* dan *gender* dengan tujuan untuk memisahkan makna *sociocultural* (*masculinity* dan *femininity*) atas dasar perbedaan *biological sex* (*male* atau *female*) sejak kedua makna tersebut berdiri (Livingstone dan Bovil; 2001, hal.263). Dengan demikian menurut teori ini, perbedaan gender diasumsikan terbentuk melalui suatu proses yang kompleks seperti sosialisasi, kultivasi, dan perkembangan psikologis. Dalam konteks penelitian ini, maka konsep gender digunakan untuk menjelaskan perbedaan *media use* dan *media exposure* responden penelitian sebagai faktor yang mempengaruhi tingkat *media literacy*.

Terdapat banyak hasil studi sebelumnya yang mempelajari anak-anak dan media dengan menekankan pada perbedaan gender (Sonia Livingstone dan Moira Bovil; 2001, hal.264). Di Swedia, Rosengren dan Windahl (1989) menemukan bahwa anak laki-laki berusia 6-15 tahun menonton televisi lebih banyak dibandingkan anak perempuan, mendengarkan radio lebih banyak, lebih sering pergi ke bioskop dan membaca lebih banyak komik, sedangkan anak perempuan lebih banyak membaca majalah dan buku dibanding anak laki-laki dan saat mereka tumbuh dewasa mendengarkan lebih banyak musik dibanding anak laki-laki. Anak laki-laki menunjukkan ketertarikannya terhadap *sport* dan *nature program*, sedangkan anak perempuan memilih program musik dan program anak-anak.

### Gender dan Usia

Dalam suatu studi *Flemish children* berjudul "*Boys will be Boys and Girls will be Girls*," Roe (1998) menemukan temuan penting mengenai perbedaan gender dalam pola *media use* yang meningkat sesuai usia (Sonia Livingstone dan Moira Bovil; 2001, hal.264). Dalam studi ini anak laki-laki mendedikasikan waktunya untuk *games* elektronik, sementara anak perempuan lebih banyak membaca dan mendengar musik. *Roe concluded, "...it is perhaps not too much of an exaggeration to say that, in this period of their lives, boys and girls increasingly inhabit different media worlds"* (Sonia Livingstone dan Moira Bovil; 2001, hal.264).

### **2.2. Konsep Media Exposure**

Dalam kaitannya dengan upaya untuk meningkatkan *media literacy* dengan memaksimalkan *filtering task*, individu harus secara rutin memeriksa *habit* dari *media exposure*nya (Potter; 2007, hal.39). Terkait dengan anak-anak yang tinggal di era *media age*, menurut Michael Rich *media exposure* dilihat sebagai suatu *environmental health issue*- "*We have to see media exposure like the air they breathe, the food they eat, the water they drink,*" he said. "*We should be aware of what we put in our kids' minds*" (Tom Abate; 2006, paragraf 1).

Dalam konsep yang lebih umum *exposure* di maknai "*open eyes facing a medium*" (Jack Z. Sissors dan Lincoln Bumba: 1997, hal.467). Namun dalam prakteknya, pengukuran *exposure* didasarkan pada jawaban responden mengenai interaksi mereka dengan media. Dalam media cetak, responden menandai jenis atau nama media yang mereka baca dalam daftar kuesioner. Sedangkan dalam media elektronik (TV dan radio), diukur saat individu berada dalam suatu ruang dimana program televisi atau program radio disiarkan.

Secara teknis, definisi *exposure* adalah "membuka mata (mendengarkan telinga) dalam menghadapi medium" (Jack Z. Sissors dan Lincoln Bumba: 1997, hal.467). Dalam prakteknya *exposure* merupakan suatu pengukuran khalayak, baik mereka yang telah mengatakan dengan yakin bahwa mereka telah melihat *vehicle* atau mengatakan mereka telah membaca *vehicle* dalam waktu yang telah diberikan (yaitu kemarin untuk medium koran; dalam 30 hari terakhir untuk

majalah bulanan), atau bahwa mereka tengah melihat ke arah televisi atau tengah mendengarkan radio ketika suatu program sedang mengudara .

Pada umumnya istilah *exposure* disamakan dengan perhatian (*attention*), namun dalam lingkup *media literacy* kedua istilah tersebut adalah dua hal yang berbeda (W. James Potter; 2005, hal.19). *Exposure* mengacu pada kondisi (keberadaan) dalam kedekatan fisik terhadap pesan media, sehingga individu berhubungan dengan pesan tersebut. Sedangkan *attention* merupakan suatu *conscious awareness* dari suatu pesan. Sehingga dengan demikian, *attention* mencakup inti dari *exposure*, yaitu bahwa seseorang tidak dapat memperhatikan suatu pesan tanpa terekspos terhadap pesan tersebut. Oleh karena itu lingkup *exposure* lebih luas dari *attention*.

Oleh karena *media exposure* secara luas diakui dapat membentuk *attitude*, persepsi dan *behavior* dari anak-anak dan remaja, beberapa pendidik menggunakan pendekatan lainnya dalam membantu anak-anak untuk secara kritis menganalisa pesan media dan juga dalam hal menciptakan pesan mereka sendiri dengan menggunakan media dan teknologi (Rutgers dalam W. James Potter; 2005).

Oleh karena penelitian ini melihat khalayak dari perspektif individu, maka perlu dikemukakan batasan yang jelas mengenai apa yang dimaksud dengan *exposure* terhadap pesan media, dan penjelasan mengenai apakah *exposure* dapat disamakan dengan "*attention*".

W. James Potter membagi serangkaian *exposure* ke dalam 3 (tiga) jenis sebagai berikut, lebih lanjut Potter juga mengkondisikan bahwa hanya jika ketiga kondisi *exposure* dibawah ini terjadi dapat dikategorikan sebagai "*attention*" (2007):

#### 1. Physical Exposure

*Physical exposure* berarti bahwa antara pesan dan individu menempati space fisik yang sama dalam satu satuan waktu. Dengan demikian *space* dan waktu dianggap sebagai suatu hambatan terhadap *exposure*. *Physical proximity* merupakan *necessary condition* untuk *media exposure*, namun bukan merupakan *sufficient condition*.

## 2. Perceptual Exposure

*Perceptual consideration* mengacu pada *human's sensory bandwidth* atau kemampuan untuk menerima *input sensory* yang tepat melalui indera visual dan *auditory*. Namun karena terdapat keterbatasan dalam *human's sense organ*, maka dengan demikian setiap sinyal *auditory* atau pun visual yang terjadi di luar indera kemampuan organ tubuh untuk menerimanya dikategorikan sebagai *nonexposure*. Namun demikian pernyataan di atas tidak berarti semua *exposure* merupakan *conscious*.

## 3. Psychological Exposure

Tipe *exposure* ini dapat terjadi hanya jika terdapat beberapa *trace element* yang tercipta dalam pikiran seseorang. Elemen ini dapat berupa *image*, *sound*, emosi, *a pattern*, dan sebagainya. Jenis *exposure* ini dapat tersimpan dalam waktu yang singkat atau pun seumur hidup. *Exposure* ini dapat masuk ke dalam pikiran individu secara *conscious* maupun *unconscious*.

### Attention

Untuk memastikan bahwa *attention* terjadi, individu harus memastikan bahwa ketiga jenis *exposure* yang telah dijelaskan di atas- *physical*, *perceptual*, dan *psychological exposure* terjadi. Akan tetapi terjadinya ketiga jenis *exposure* ini sendiri tidak menjamin terjadinya *attention*; faktor lain yang harus terjadi pada saat itu adalah *conscious awareness of media message*. Untuk alasan ini *attention* jarang terjadi. Hal ini dikarenakan saat individu memperhatikan suatu pesan media, *attention* itu dapat dengan mudahnya teralihkan oleh suatu hal lain. Harold Pashler menjelaskan bahwa pada suatu waktu tertentu, *awareness* mencakup hanya sebagian kecil proporsi dari stimulus pada system sensori seseorang (W. James Potter; 2007, hal.37).

## 2.3. Teori Uses and Gratifications

Owen, Chatman dan Aleajehi mengatakan bahwa *The uses and gratification theory* telah digunakan oleh banyak ilmuan sosial untuk mempelajari *newspaper, radio, television and internet use* (Khodadad Kaviani; 2009, hal.2). Dengan demikian dalam penelitian ini teori ini digunakan untuk menjelaskan

*media use* yang terkait dengan gratifikasi dari media yang digunakannya. Disamping itu teori ini juga dapat membantu menjelaskan mengenai konsep “*active audience*” yang menjadi salah satu konsep dasar dari *media literacy*.

Jika dalam penelitian mengenai efek komunikasi massa penelitian lebih menekankan mengenai apa yang dilakukan media terhadap khalayak maka pada pendekatan *Uses and Gratifications* ini dilihat dari sudut pandang apa yang dilakukan khalayak terhadap media (Sendjaja; 1992, hal.211). Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Dalam hal ini sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*) individu. Meskipun demikian perlu dipahami bahwa ini adalah suatu fenomena mengenai proses penerimaan (pesan dari media). Dengan demikian pendekatan ini tidak mencakup atau mewakili keseluruhan proses komunikasi.

*Uses and gratifications* adalah teori yang menyatakan bahwa media secara aktif dipilih untuk memuaskan berbagai kebutuhan *khalayak*. Perspektif *uses and gratifications* ini mendominasi pemikiran mengenai tingkah laku konsumsi media. Teori ini berdasarkan premis aktif khalayak (Straubhaar, 2006). *Users* secara aktif mencari media yang memenuhi kebutuhan atas pengetahuan baru, interaksi sosial dan *diversion*.

Katz (1974) menggambarkan logika yang mendasari penelitian mengenai *media uses and gratifications* sebagai berikut: (1) kondisi sosial psikologis seseorang akan menyebabkan adanya, (2) kebutuhan yang menciptakan, (3) harapan-harapan terhadap, (4) media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada, (5) perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktifitas lainnya) yang akhirnya akan menghasilkan, (6) pemenuhan kebutuhan dan, (7) konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya. Sebagai tambahan bagi elemen-elemen dasar tersebut di atas, penelitian *uses and gratifications* ini sering memasukkan unsur motif untuk memuaskan kebutuhan dan alternatif-alternatif fungsional, untuk memenuhi kebutuhan.

Sebelum seseorang merasakan manfaat akan media yang dikonsumsinya, individu memiliki alasan-alasan untuk menggunakan media tersebut dibandingkan penggunaan media lainnya. Hal ini dikarenakan berbagai variasi media memuaskan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda. Sebagai contohnya adalah komunikasi interpersonal, sebagai salah satu dari *gratification* terpenting yang diharapkan seseorang dari internet. Sedangkan *website* yang memenuhi berbagai ekspektasi ini dengan demikian berpeluang untuk dikunjungi dan mengalami *repeat viewing*.

Teori *uses and gratifications* berfokus pada penyesuaian antara *the gratifications* yang dicari individu dan *gratifications* yang didapatkan dari media. Menurut teori ini individu sampai pada keputusan konsumsi media dengan melakukan kalkulasi mental dimana kita membandingkan *gratifications* yang individu dapatkan dengan (*gratifications*) yang dicarinya dari seluruh alternatif media yang tersedia untuk mereka, dengan mempertimbangkan semua kebutuhan (contohnya: *diversion*, informasi dan *companionship*) yang relevan bagi individu pada saat tertentu (Straubhaar dan LaRose; 2006, hal.401).

Dalam ruang lingkup *Gratifications and media effects*, Katz (1974) mengemukakan bahwa terdapat hubungan antara motivasi penggunaan media dengan efek media. Argumen ini kemudian turut didukung oleh Windahl (1981), yang mengemukakan penggabungan *uses and gratifications* dengan *effect studies*, yang menghasilkan model "*consequence effects*" yang meneliti hasil akhir dari penggabungan *media content* dan *media use*. Dengan kata lain, Katz mengasumsikan bahwa khalayak bersifat aktif memilih media spesifik untuk memenuhi kebutuhannya, dan kebutuhan tersebut dapat terpuaskan melalui penggunaan media, maupun non-media (Michael B. Salwen dan Stacks Don W; 1996, hal.145-147).

Untuk menyederhanakan dan mempermudah penelitian studi *Uses and Gratifications*, dikembangkanlah berbagai model. Jalaluddin Rakhmat (1999) menyebutkan bahwa dibawah *Uses and Gratifications* sebagai *grand theory*, berlindung bermacam-macam model. Ada empat model telah dibuat yaitu model Linne dan Van Feilitzev, model Windhal (Windhal; 1982, hal.271), model



Rosengren (Rosengren; 1974, hal.271), serta model McLeod dan Becker (McLeod dan Beckerr; 1981, hal.73), (Rakhmat; 1999: hal.65).

Sesuai dengan mode-model tersebut, secara umum model *Uses and Gratifications* bisa dilukiskan sebagai berikut:



Sumber: Rakhmat. 1999:65

Gambar.2.1. Model Uses and Gratifications

Berdasarkan model di atas, variabel anteseden meliputi variable individual yang terdiri dari data demografis dan faktor-faktor psikologis serta variabel lingkungan seperti organisasi, sistem sosial dan struktur sosial. Variable motif dapat dioperasionalkan dengan berbagai cara: *unifungsional*, *bifungsional*, empat fungsional dan multi fungsional. Variable penggunaan media (*media use*) terdiri dari jumlah waktu yang digunakan, berbagai jenis isi media yang dikonsumsi, hubungan dengan berbagai jenis isi, dan hubungan dengan media secara keseluruhan (Rosengren, 1974). Sedangkan variable efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan. Dengan demikian studi yang menggunakan *Uses and Gratifications*, bisa menggunakan model tersebut, yang menyangkut hubungan antar variabel-variabelnya.

Pendekatan *Uses and gratifications* ini mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan khalayak yang umumnya terdiri dari: *surveillance* (misalnya, memonitor perkembangan yang terjadi di dunia), *personal relationships*, *personal identity* dan *diversion* (misalnya, *entertainment and escapism*) (cultsock.ndirect; 2009).

### 2.3.1. Active Audience

Palmgreen (1985) menyatakan bahwa gagasan mengenai audiens yang aktif merupakan salah satu teori penting yang menyokong pendekatan *Uses and Gratifications*, dan Rubin (1994) menyebut audiens yang aktif sebagai konsep inti dari *Uses and Gratifications*. Hal ini dikarenakan pada dasarnya pendekatan ini

memiliki asumsi bahwa khalayak dipandang aktif, memiliki kebutuhan-kebutuhan tertentu, tersedianya beberapa alternatif komunikasi, dan secara sadar khalayak memilih saluran komunikasi dan pesan-pesan yang paling memenuhi kebutuhannya (Katz; 1974, hal.205).

Salah satu hal yang dapat meminimalkan efek dari *media saturation* adalah jika individu bukan *passive recipients* (Tom Abate; 2006, paragraph 12). Dengan demikian terkait dengan *media literacy*, *active audience* merupakan gambaran dari individu yang *media literate*.

Berkaitan dengan *active audience* ini Frank Borca (1988) mengemukakan lima karakteristik khalayak aktif, yaitu (Littlejohn; 1999, hal.337) :

1. Selektivitas. Khalayak aktif dianggap selektif dalam pemilihan media.
2. Utilitarianisme. Khalayak aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tertentu.
3. Intensionalitas. Penggunaan isi media adalah untuk tujuan tertentu.
4. Involvement. Khalayak dengan aktif mengikuti, memikirkan dan menggunakan media.
5. Khalayak aktif tahan dan tidak mudah dipengaruhi atau tidak mudah dipersuasi oleh media.

Dengan demikian konsep *active audience* digunakan untuk menjelaskan bahwa individu yang melek media merupakan khalayak yang aktif dalam menggunakan medianya serta mampu menyaring informasi atau pesan yang diterimanya dari media. Dengan demikian ia mampu mengoptimalkan manfaat positif dari media yang dikonsumsi.

#### 2.4. Teori Kultivasi

Teori kultivasi digunakan untuk menggambarkan *media exposure* untuk media televisi. Namun walaupun penelitian yang didasarkan pada teori ini lebih difokuskan pada televisi, dapat dibuktikan bahwa media lain seperti film, majalah populer, buku, *online resources* juga berkontribusi terhadap formasi penggambaran mengenai realitas dan *workplace* (Phyllis W. Bernt; 2003).

Teori kultivasi telah melakukan pengkategorian tingkat *media exposure* khalayak berdasarkan intensitas *media use* nya. Teori ini berpendapat bahwa terpaan media massa memperkuat pandangan dunia yang konsisten dengan *mediated "reality"*. Menurut George Gerbner, terpaan TV yang kuat (sering) menanamkan pandangan tentang dunia yang konsisten dengan dunia televisi. Berdasarkan teori ini *heavy television viewers* cenderung *overestimate* akan kesempatan mereka, misalnya menjadi korban kejahatan kekerasan. *Viewers* yang mengadopsi perubahan *worldview* kemungkinan mentoleransi kekerasan dalam komunitas mereka, keluarga serta dalam tingkah laku pribadinya.

Teori ini pertama kali dikembangkan oleh George Gerbner di pertengahan tahun 1960an dan terutama mengacu pada *exposure* terhadap televisi. Menurut teori ini, *exposure* terhadap media "*cultivates*" *beliefs and attitudes* yang sesuai dengan dunia yang digambarkan media (*media-epicted world*), namun efek media belum sepenuhnya berlaku secara umum dalam dunia nyata (Gerbner, 1969). Realitas yang ditunjukkan oleh televisi atau media lainnya tidak diartikan sebagai realitas sosial (McCreary dan Sadava, 1999). Sebagai contohnya, jika televisi menunjukkan gambaran seorang wanita aktif mengkonsumsi *junk food* dan tidak berolahraga, maka informasi yang tidak komplis mengenai keterkaitan antara diet dan fitness dikomunikasikan kepada *viewers*. Dalam situasi ini, teori kultivasi memprediksi bahwa khalayak yang terkena *exposure* televisi pada tingkat tinggi akan memiliki sikap yang lebih refleksif terhadap realitas media dan kurang refleksif terhadap realitas sosial dunia nyata. Teori kultivasi, untuk itu juga memprediksi bagaimana *media exposure* dapat mempengaruhi *attitude television's worldview* dan behaviors terkait dengan *body image*, keinginan untuk kurus, dan *eating disorder*. Jika *viewers* terkena *exposure* oleh *television's worldview* secara berulang mengenai tipe tubuh ideal, seseorang kemungkinan mengalami misinterpretasi gambaran tersebut sebagai representasi dari dunia nyata dibandingkan dengan representasi dari "*media world*" (Harrison, 2003).

### 2.5. Selective Exposure Theory

Teori ini digunakan untuk menjelaskan salah satu proses terpenting pada saat individu menerima pesan media- *filtering the message*. Dikaitkan dengan

konsep *media literacy*, maka *selective exposure* merupakan salah satu ciri dari *active audience*. Sejak sejumlah besar pilihan media tersedia di abad ke-21, konsumen media memiliki *privilege* yang lebih untuk mengekspose diri mereka dalam menyeleksi medium dan konten media.

*Selective exposure* merupakan suatu term yang digunakan terhadap suatu fenomena mengenai pilihan cara *exposure* seseorang terhadap pesan atau informasi tertentu. Teori ini didasarkan pada ide bahwa individu membuat pilihannya terhadap pesan mana yang akan diterima maupun diacuhkannya. Secara umum hal ini merupakan keputusan individu dalam memfilter informasi yang diterimanya dari media. Seperti pendapat Rubin (1983) bahwa seseorang memiliki dua motivasi umum untuk *television exposure: ritualistic dan instrumental*. *Ritualistic mode* adalah ketika *exposure* digerakkan oleh *habit*. Medium, *vehiche*, waktu dan situasi secara keseluruhan dipastikan oleh *habit*.

Hampir seluruh penggunaan media termotivasi oleh keinginan untuk gratifikasi secara cepat (Gantz, 1981; Lometti, Reeves, & Bybee, 1977; Palmgreen & Rayburn, 1982; Rubin, 1983; Schramm, Lyle, & Parker, 1961). Seseorang memilih isi media yang akan memuaskan kebutuhan mereka akan *immediate gratification*. Pencarian akan *immediate gratification* menggaris bawahi hampir seluruh *channel consumption* dan keputusan penyeleksian pesan atau informasi dari khalayak media massa, dan hampir seluruh dari aktivitas ini merupakan *inertial* atau *indiscriminate* (Atkin; 1985, hal.63).

## 2.6. Media Education

Pendidikan media berpotensi untuk mengurangi efek merusak melalui proses edukasi terhadap anak-anak mengenai media (Aapublication Organization; 2008). Pendidikan didefinisikan sebagai studi dan analisis media massa. Publik yang *media literate* mampu menguraikan tujuan dan pesan media dari pada sekedar menerima pesan tersebut dengan *face value* nya. Dengan pemahaman pendidikan mengenai image dan pesan-pesan media, pengguna media dapat menyadari efek potensial media dan membuat pilihan yang bijak atau baik mengenai *media exposure* terhadap dirinya.

Pendidikan media mewakili berbagai pendekatan untuk memahami dan mengeliminasi dampak negatif dari *image* dan pesan media pada khalayak. Pada saat yang bersamaan, pendidikan media juga membuat *media uses* sebagai proses positif dan prososial lebih digali dan dihargai. Pendidikan media termasuk di dalamnya kemampuan untuk mengakses, menganalisa, mengevaluasi dan memproduksi produk-produk media. Khalayak yang *media literate* memahami beberapa hal sebagai berikut: semua pesan media merupakan konstruksi, pesan media membentuk pemahaman seseorang tentang dunia, individu menginterpretasi pesan media secara unik, dan media massa memiliki implikasi kekuatan ekonomi (W. James Potter; 2005). Dengan pemahaman akan berbagai hal tersebut, maka seseorang yang *media literate* memiliki kemampuan untuk membatasi *media use* mereka, membuat pilihan media yang positif, menyeleksi berbagai alternatif kreatif dalam *media consumption* mereka, mengembangkan pemikiran kritis dan *viewing skills*, dan memahami aspek politik, sosial, ekonomi dan implikasi emosional dari semua bentuk media

Hasil penelitian secara tegas menunjukkan bahwa pendidikan media berhasil membuat anak muda kurang rentan terhadap aspek negatif dari *media exposure*. Dalam beberapa studi, anak-anak di tingkat program sekolah dasar memiliki kemampuan untuk mengevaluasi program dan konten iklan secara lebih kritis. Dalam studi lainnya, *heavy viewers* dari program yang mengandung kekerasan, terbukti menerima kekerasan pada taraf yang rendah atau menunjukkan pengurangan *aggressive behavior* setelah menerima pendidikan media. Berdasarkan *common sense*, peningkatan pendidikan media dapat mewujudkan pendekatan efektif yang sederhana dan potensial dalam memberantas berbagai pesan media yang merusak yang dilihat atau pun didengar oleh anak-anak.

Rick Sheperd menekankan mengapa *media literacy* perlu untuk diajarkan dengan pendapatnya sebagai berikut:

*"Media literacy is taught through linked analytic and production activities. As with traditional literacies, "reading" and "writing" are learned together. Although many of us think about television when we consider the media, media literacy takes as its field all media - TV, radio, film, print, rock music,*

*and less obvious forms like fashion, children's toys and dolls, or T-shirts'* (Guntarto dan Filia Dina; 2002, hal.6).

Dengan demikian pendidikan media tidak terbatas pada satu jenis medium saja, namun dapat diterapkan pada seluruh media.

### 2.7. Teori Media Literacy

Terkait dengan gerakan *media literacy*, beberapa pakar merespon realitas kembar dari media yang berbeda, baik secara implisit maupun eksplisit untuk memperluas pandangan kita dengan cara yang berbeda serta pengembangan dari berbagai bentuk media. Mereka menyadari bahwa (Baran dan Davis; 2000, hal.358):

- *Audience is indeed active but not necessarily imperial (uses and gratifications)*
- Kebutuhan, kesempatan, dan pilihan khalayak bagaimanapun juga merupakan sesuatu yang memaksa atau mendesak (*critical cultural studies*).
- Konten dapat menggiring atau memicu aksi (*social cognitive theory; social semiotic theory*).
- Individu secara realistis harus menyatakan bagaimana interaksi mereka dengan teks media dapat menentukan fungsi bahwa interaksi dapat melayani untuk mereka dalam lingkungan mereka (*cultural theory*).
- Individu memiliki tingkatan kemampuan proses kognitif yang berbeda (*cognitive and biological sciences*).

Dari berbagai respon di atas maka cara terbaik untuk memastikan fungsionalisasi (dari pada disfungsionalisasi) penggunaan media (*media use*) adalah dengan meningkatkan kemampuan *media use* individu. Inilah *media literacy*.

Salah satu dari berbagai usaha sistematis untuk menempatkan *media literacy* dalam teori *audience- and culture-centered* dan untuk mbingkainya sebagai suatu kemampuan yang harus dan dapat dikembangkan, pertama kalinya disediakan oleh Art Silverblatt. Argumen inti Silverblatt's paralel terhadap pendapat bahwa, definisi tradisional *literacy* diterapkan hanya untuk *print*

*media*: "having a knowledge of letters; instructed; learned". Akan tetapi *channel* media saat ini termasuk cetak, fotografi, film, radio dan televisi. Terkait dengan perkembangan *channel* komunikasi massa ini, maka definisi *literacy* harus diperluas, dengan demikian Silverblatt mengidentifikasi lima elemen *media literacy* sebagai berikut (Baran dan Davis; 2000, hal.359) :

- Suatu *awareness* dari dampak media pada individu dan masyarakat.
- Suatu pemahaman dari proses komunikasi massa.
- Perkembangan strategi dengan menganalisa dan mendiskusikan pesan-pesan media.
- Suatu *awareness* terhadap konten media sebagai "text" yang menyediakan *insight* terhadap budaya kontemporer dan diri sendiri.
- Kultivasi dari *enhanced enjoyment, understanding, and appreciation of media content*.

#### 2.7.1. Definisi *Media Literacy*

Dalam *National Leadership Conference on Media Literacy* di tahun 1992, *media literacy* didefinisikan sebagai kemampuan *citizen* untuk mengakses, menganalisa, mengevaluasi dan memproduksi informasi dalam berbagai bentuk (Multivista Global Ltd.; 2004 hal.7-8). Sehingga jika seseorang tergolong *media literate*, maka ia akan mampu berpikir secara kritis mengenai apa yang ia lihat, dengar dan baca di buku, surat kabar, majalah, televisi, radio, film, musik, iklan, *video games*, internet dan seluruh teknologi baru lainnya. Sementara itu Paul Messaris mendefinisikan *media literacy* sebagai *knowledge* mengenai bagaimana media berfungsi di masyarakat. Justin Lewis dan Sut Jhally memaknai *media literacy* sebagai pemahaman akan batasan kultural, ekonomi, politik, dan teknologi, pada proses kreasi, produksi dan transmisi pesan-pesan.

Sementara W. James Potter mendefinisikan *media literacy* sebagai: serangkaian perspektif yang secara aktif digunakan individu untuk menerpa dirinya terhadap media dalam upaya untuk menginterpretasikan makna pesan yang ia hadapi (W. James Potter; 2005, hal.22). Kita membangun perspektif kita dari struktur pengetahuan (*knowledge structure*), dan untuk membangun struktur pengetahuan tersebut kita membutuhkan alat dan bahan mentah (*tools and raw*

*material*). Alatnya adalah kemampuan yang kita miliki. Bahan mentahnya adalah informasi dari media dan dari dunia nyata. Kata “aktif” berarti kita mengetahui pesan tersebut dan secara sadar berinteraksi dengannya. Oleh sebab itu *media literacy* merupakan konsep multidimensional dengan berbagai segi yang menarik.

Baran mendefinisikan media literasi sebagai “kemampuan untuk secara efektif dan efisien memahami dan memanfaatkan konten media massa” (Baran; 1999, hal.48). Rother (1998) mendefinisikan media literasi sebagai “mempercepat suatu cara dimana media dan teknologi mengkonstruksikan budaya saat ini” (Purdue, 2004). Dari berbagai definisi mengenai media literasi di atas, terdapat benang merah yang menyatukan keduanya, yaitu khalayak yang aktif ketika berhadapan dengan berbagai pesan media.

Barry Duncan menekankan bahwa *media literacy* membantu murid dalam mengembangkan informasi dan pemahaman kritis mengenai *the nature of mass media*, teknik yang digunakan oleh mass media beserta dampaknya. Secara lebih spesifik, Duncan juga mengaitkan antara *media literacy* dengan *media education*, dengan menganggap *media literacy*, sebagai suatu pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa, memahami dan menikmati bagaimana media bekerja, bagaimana media memproduksi makna, bagaimana media beroperasi dan bagaimana media mengkonstruksi realitas (B. Guntarto dan Filia Dina, 2002).

Menurut Wally Bowen: “*Media literacy seeks to empower citizenship, to transform citizens’ passive relationship to media into an active, critical engagement capable of challenging the traditions and structures of a privatized, commercial media culture, and thereby find new avenues of citizen speech and discourse*” (B. Guntarto dan Filia Dina, 2002).

Dari keseluruhan definisi mengenai *media literacy* di atas, terdapat benang merah yaitu menekankan *knowledge* khusus, *awareness*, dan rasionalitas, yaitu *cognitive processing of information*. Sebagian besar fokus pada evaluasi kritis terhadap pesan, dan beberapa termasuk pesan komunikasi. Dengan demikian *media literacy* adalah mengenai pemahaman akan sumber dan teknologi



komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang diproduksi dan proses selektifitas, interpretasi dan dampak dari pesan-pesan tersebut (Baran dan Davis; 2000).

Pembatasan Definisi Media Literacy :

Berdasarkan keseluruhan definisi mengenai media literasi di atas, peneliti melakukan penyesuaian terhadap subjek penelitian (anak-anak SD) dengan penggunaan definisi sebagai berikut : kemampuan anak dalam mengakses, menganalisa dan mengevaluasi pesan media yang dapat diukur berdasarkan kemampuan anak dalam melakukan pembatasan jumlah jam dalam konsumsi media, memilih isi media yang sesuai, paham akan isi media yang dikonsumsi, tidak mudah terpengaruh oleh isi media dan dapat mengambil manfaat dari media yang dikonsumsi.

**2.7.2. Tingkat Media Literacy**

Terkait dengan berbagai definisi para pakar di atas memperlihatkan suatu konsensus dimana seseorang dikategorikan media literate jika memiliki beberapa kemampuan khusus (namun tidak terbatas pada) untuk tidak menerima pesan media hanya pada nilai permukaannya (*face value*) dan memahami beberapa proses pengambilan keputusan yang berlangsung dalam institusi media dan motivasi dibalik proses produksi pesan media.

Namun demikian, tidak semua individu yang media literate berada pada level media literasi yang sama. James Potter (2006) menekankan pentingnya proses *media literacy* oleh karena *media literacy* bukanlah *categorical construct*. Lebih lanjut menurut Potter, *media literacy* bukanlah merupakan suatu kategori, yang menempatkan apakah individu berada di dalam kategori atau tidak. Namun, *media literacy* lebih tepat jika dianggap suatu continuum- seperti termometer- di mana terdapat tingkatan atau *degree* (W. James Potter; 2006). Setiap individu menempati posisi yang sama dalam *media literacy continuum*. Artinya, tidak terdapat *point below* dimana kita dapat mengatakan seseorang tidak memiliki *literacy*, serta tidak ada *point high* yang dapat diartikan bahwa seseorang *fully literate*- selalu ada ruang untuk improvement. Oleh karena *media literacy* merupakan suatu proses konstan.

Sebagai rangkaian kesatuan (*continuum*) yang dapat terus berkembang, semakin tinggi tingkat media literasi seseorang semakin besar kemampuannya dalam menguraikan pesan-pesan media yang kompleks. Sebaliknya, individu dengan tingkat media literasi yang rendah berada pada kondisi "*mindless state*" saat *viewing*, sehingga mereka tidak secara aktif memproses pesan media pada saat *media exposure* berlangsung (Potter; 1998, hal.7). Namun mereka kemungkinan memahami proses *editing*, mengikuti *narratives* dan mengerti teknik televisi seperti *angle* kamera dan *movement* (Buckingham; 1993, hal.131). Sedangkan individu dengan tingkat media literasi yang tinggi mampu mendemonstrasikan kemampuan yang lebih kompleks dan mampu menyaring seluruh pilihan makna dan menyeleksi pilihan yang paling bermanfaat dari berbagai sudut pandang- *cognitive*, *emotional*, *oral*, dan *aesthetic* (Potter; 1998, hal.5). Pada level media literasi yang tinggi, individu juga mampu untuk mengidentifikasi inakurasi, memahami dan menghargai retorika televisi, ironi, atau *satire*, skeptis akan interpretasi yang diberikan media, dan memiliki pemahaman akan genre televisi (Buckingham; 1993, hal.131).

### 2.7.3. Aspek Media Literasi

Elizabeth Thoman dari *the Center for Media Literacy* di Los Angeles mendeskripsikan media literasi sebagai konsep yang memiliki tiga (3) aspek yang signifikan (Camille Vigil, hal.8). Pertama, untuk menjadi media literate, individu harus waspada dengan waktu yang dihabiskan untuk mengkonsumsi media (video, games elektronik, film, dan berbagai media cetak). Kedua, individu harus mempelajari *specific tools of analysis*. Setiap individu harus belajar untuk menanyakan apa yang ia lihat atau dengar, memahami bagaimana hal tersebut dikonstruksikan dan bertanya pada dirinya sendiri apa yang tertinggal/kurang. Ketiga, individu harus mencari tahu berbagai isu mendasar tentang siapa yang memproduksi media dan alasannya. Individu harus bertanya pada dirinya siapa yang diuntungkan dari pesan media tersebut. Pada tahap analisis ini bertujuan untuk melihat bagaimana masing-masing individu membuat makna dari pesan-pesan yang terkandung di media, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam setiap unit, pertama-tama anak-anak akan merefleksikan jumlah waktu mereka dalam mengkonsumsi media\_ menonton televisi, video, video games, mendengarkan CD atau radio. Anak-anak beracuan pada “Jurnal media” untuk membantu mereka untuk tetap waspada. Kemudian para murid SD mendiskusikan aktivitas lainnya yang mana lebih menguntungkan untuk dilakukan pada waktu tersebut. Aktivitas lainnya yang bertujuan untuk membangun sikap kritis anak-anak, dilakukan melalui kegiatan outdoor: melihat berbagai iklan yang ada di jalan-jalan (*billboards, bus ads, ads on bus benches, dan sebagainya*), yang dapat membangun pemahaman mereka akan serbuan media disekitarnya.

Pada tahap selanjutnya, murid-murid akan mempelajari *specific tools of analysis* sehingga mereka dapat mendekonstruksikan berbagai iklan. Kemampuan mendekonstruksikan media memberikan kebebasan pada anak-anak akan berbagai pilihan dalam hidupnya, karena mereka akan mempertanyakan apa yang mereka lihat. Anak-anak akan mempelajari berbagai teknik persuasi yang digunakan oleh pengiklan dan memahami bahwa iklan televisi dibuat dengan berbagai pertimbangan. Selanjutnya anak-anak ini diharapkan mampu berpikir secara kritis mengenai berbagai pesan yang terkandung dalam media, terutama pesan yang mengandung gender dan *stereotype* budaya. Hal ini dikarenakan secara umum, anak-anak yang menonton televisi dilukiskan dalam kaitan peran gender- anak perempuan bermain dengan boneka, dan anak laki-laki dengan *sports*. Disamping itu, kaum minoritas dilukiskan secara *stereotype* dan sebagian besar tidak pernah sekuat dan sekaya mayoritas kulit putih. Dalam hal ini, *stereotyping* dapat mengarahkan anak-anak untuk membentuk kesan yang salah mengenai berbagai group dalam masyarakat. Murid-murid harus memahami bahwa *stereotype* membuat mereka memandang *image* seseorang secara tidak lengkap dan menyesatkan. Dengan membangun kemampuan kritis, diharapkan para murid mengetahui *term stereotype*, menyadari bagaimana televisi dan berbagai bentuk media lainnya memperlakukan orang, menyadari bagaimana diri mereka terhubung dengan karakter televisi, serta mengerti bagaimana *image stereotype* dapat mempengaruhi pendapat atau pandangan mereka tentang orang-orang di sekitar mereka.

#### 2.7.4. Prinsip Dasar *Media Literacy*

Di Inggris, Australia, Canada dan Amerika, para pengajar *media literacy* telah memiliki kesepakatan bersama tentang serangkaian prinsip-prinsip yang dikembangkan sebagai bagian dari *media literacy*. Di antaranya adalah konsep-konsep berikut ini (*The Journal of Media Literacy*; 1995, hal.1-3):

##### 1. Media adalah konstruksi

Pernyataan yang berbunyi "*The Camera Never Lies*," mengindikasikan bahwa khalayak dikondisikan untuk menerima hubungan antara kenyataan (*realitas*) dan representasi kenyataan yang dibentuk oleh media. Semua media dipasang, diedit, diseleksi dan mendesign bentuknya sendiri. Media memperlihatkan dunia, yang merupakan pilihannya dan seringkali tidak merepresentasikan pandangan walaupun sepertinya terlihat seperti suatu kebenaran. Belajar untuk memisahkan kenyataan dari refleksi adalah sesuatu yang sifatnya mutlak dalam konsep ini.

##### 2. Media merepresentasikan *construct reality*.

Prinsip ini melibatkan realisasi bahwa terdapat hubungan antara cara dunia dipersembahkan oleh media dengan cara kita sebagai konsumen media menerima dunia tersebut.

##### 3. *Audience negotiate their own meaning*.

"*Beauty is in the Eye of the Beholder*", ketika khalayak lebih sering memperdebatkan tentang *the "beauty" of media*, pepatah di atas membantu kita untuk mengkonseptualisasikan bahwa khalayak bukanlah *recipients* pasif dari pesan media. Akan lebih baik jika (*khalayak*) memfilter konten media dan pesan melalui *a complex nexus of their own nature and needs*, termasuk sistem kepercayaan dan sistem nilai dari khalayak sendiri.

##### 4. Pesan media mengandung nilai-nilai dan ideologi.

Walau pun *khalayak* terkondisikan untuk menganggap film, program televisi, serta media lainnya secara terpisah dan produk yang berlainan, namun secara ideologi media dikonstruksikan secara konsisten, serta mengandung, membawa dan menyampaikan nilai-nilai dasar dan kepercayaan tertentu. Ketika kita berhenti melihat produk media sebagai suatu program yang berlainan dan

mulai melihat konsistensi dan pengulangan tema yang meliputi media, maka kita mulai menyadari sistem nilai kumulatif pada prakteknya.

5. Pesan media memiliki berbagai konsekuensi sosial dan politik.

Prinsip ini membahas hubungan di antara *image* dan pengaruh, serta konten dan konsekuensi. Disamping itu, prinsip ini mengeksplorasi cara media dalam menunjukkan dan membentuk, merefleksikan dan memperkuat realita. Prinsip ini melibatkan pemahaman siapa dan apa yang diperankan secara kuantitatif dan kualitatif, begitu juga dengan group dan individual mana dalam masyarakat kita yang tidak memahaminya. Secara keseluruhan prinsip ini melibatkan pemahaman akan *who is portrayed by whom, how and why with what effect*.

6. Setiap medium memiliki bentuk estetika yang unik.

Prinsip *media literacy* ini memungkinkan khalayak dalam memahami karakteristik unik dan atribut-atribut dari setiap medium serta untuk mengeksplorasi sedemikian rupa bahwa *form* terkait dengan konten. Hal ini memungkinkan kita untuk mengkonseptualisasikan bukan hanya tentang apa yang diberitahukan kepada kita, namun juga caranya.

7. *Media construction* memiliki tujuan komersial.

Setiap pemahaman mengenai konten media tidak dapat dipisahkan dari konteks ekonomi dan *financial imperative* yang menggerakkan industri media. Di dalam *market*, secara alami media hanya memberikan publik apa yang mereka inginkan.

2.7.5. Model Penerimaan Pesan:

1. *The Default Model of Information Processing.*



Sumber: W. James Potter, 2005, hal. 6

Gambar.2.2. *The Default Model of Information Processing*

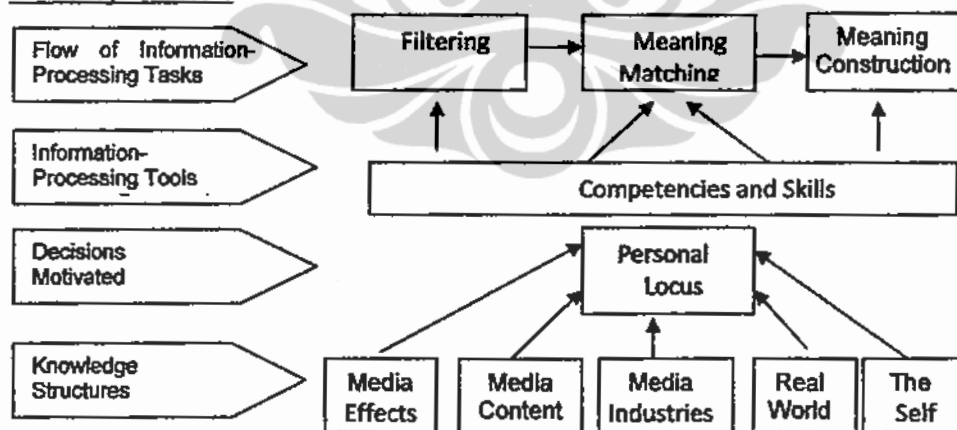
Model *default* ini menggambarkan apa yang terjadi jika individu memiliki sedikit pengetahuan mengenai dampak media, proses mempengaruhi, dan dirinya sendiri. Dengan model ini, media berada di dalam kontrol. *Designers* dan pembuat pesan media menggunakan pengaruh yang kuat terhadap *exposure decisions* dengan mengkondisikan individu untuk menerima *habitual patterns of exposure*.

Asumsinya berawal dari kondisi khalayak yang dikelilingi oleh pesan-pesan dari media. Sehingga khalayak tidak dapat mungkin memperhatikan keseluruhan pesan-pesan tersebut atau bahkan hanya untuk memperhatikan sebagian dari padanya, dengan demikian khalayak harus menyaring pesan-pesan tersebut.

Untuk membantu kita melakukannya dengan sedikit jumlah upaya-upaya mental (*mental effort*), kita menggunakan bentuk *default form of processing the messages*; yaitu kita berada dalam keadaan *automaticity*. Dalam keadaan ini, kita secara otomatis menyaring pesan tanpa memikirkan prosesnya sampai suatu pesan tertentu menggerakkan perhatian kita. Berdasarkan penjelasan ini, terdapat beberapa kerugian yang fatal dalam model *default* ini. Untuk menghindari mengalami kerugian ini, kita membutuhkan model penerimaan pesan lainnya, yaitu model *media literacy*.

## 2. Model Kognitif Media Literacy.

### Four Major Factors



Sumber : W. James Potter, 2005, hal. 33

Gambar.2.3. The Cognitif Model of Media Literacy

Model ini membutuhkan berbagai upaya yang lebih dalam penerapannya dibandingkan dengan model *Default*. Akan tetapi model ini jauh lebih bermanfaat karena akan membantu kita mendapatkan lebih banyak kontrol atas *exposure habits* kita dan cara pengkonstruksian suatu arti atau makna dalam kehidupan kita sehari-hari.

Model *media literacy* ini menekankan pada 4 (empat) faktor utama. Pada fondasi terdapat faktor *knowledge structure*. Kombinasi dari *knowledge structure* membuka jalan bagi informasi terhadap faktor kedua, yaitu *the personal locus*. *Personal locus* merupakan tempat dimana keputusan mengenai proses informasi termotivasi. Faktor ketiga adalah serangkaian kompetensi dan *skill* yang dimiliki oleh setiap individu, yang merupakan *information-processing tools*. Sedangkan faktor keempat adalah *flow of information-processing tasks*. Keseluruhan faktor dalam model ini bekerja bersamaan secara interaktif didalam suatu sistem.

#### Knowledge Structures.

Dasar untuk membangun *media literacy* adalah serangkaian lima *knowledge structure* yang kuat, yaitu: efek media, konten media, industri media, dunia nyata dan diri sendiri (W. James Potter; 2005, hal.33). Dengan pengetahuan kelima area tersebut, individu akan lebih sadar selama *information-processing task* dan dengan demikian lebih mampu membuat keputusan terbaik dalam mencari informasi, bekerja dengan informasi tersebut, dan mengkonstruksikan makna daripadanya yang dapat berguna didalam mencapai tujuannya masing-masing.

#### Personal Locus

Istilah *personal locus* mengacu pada pengaturan *information-processing tasks*. Disamping itu *personal locus* juga membentuk penyesuaian makna dan konstruksi makna. Dengan demikian *personal locus* disini terdiri dari *goals* dan *drives*. *Goals* membentuk *information processing task* dengan menetapkan apa yang disaring dan apa yang diabaikan. Semakin individu mengetahui *goals* nya, maka semakin ia mampu mengarahkan proses pencarian informasinya. Dan semakin kuat *drive* setiap individu untuk suatu informasi, maka semakin banyak upaya yang akan dikeluarkan untuk mencapai *goals* nya. Dengan demikian jika *locus* individu lemah, maka ia akan lalai terhadap kontrol media- yaitu ia akan

membiarkan media menggunakan kontrol pada *level* yang tinggi melalui *exposure* dan *information processing*.

### Competencies and Skills

*Competencies and Skills* merupakan *tools* bagi individu dalam berinteraksi dengan media dan alat untuk mengakses informasi dalam pesan. Kompetensi dipelajari individu sejak awal dalam kehidupannya dan diterapkan secara otomatis. Kompetensi bersifat *dichotomous*, yaitu apakah seseorang mampu untuk melakukan sesuatu atau tidak mampu melakukannya. Memiliki kompetensi tidak membuat seseorang menjadi *media literate*, namun kekurangan kompetensi dapat mencegah seseorang menjadi *media literate* karena defisiensi ini mencegah seseorang dalam mengakses jenis informasi tertentu.

Sedangkan *skills* merupakan kemampuan yang dikembangkan seseorang melalui praktek langsung. *Skills ability* tidak *dichotomus*, namun terdapat berbagai kemampuan dalam pengkategorian *skills*. Seseorang dapat memiliki kemampuan yang sedikit, dan orang lain memiliki kemampuan yang banyak, disamping itu *skills* harus selalu dilatih karena memiliki kemungkinan untuk melemah dan akan menguat jika selalu dilatih. *Skills* yang relevan terkait dengan *media literacy* adalah analisa, evaluasi, *grouping*, *induction*, *deduction*, *sintesis*, dan *abstraction*.

### *Information-Processing Tasks*

<i>Filtering Message</i>	
<i>Task:</i>	To make decisions about which messages to filter out (ignore) and which to filter in (pay attention to)
<i>Goal:</i>	To attend to only those messages that have some kind of usefulness for the person and ignore all other messages
<i>Focus:</i>	Messages in the environment
<i>Meaning Matching</i>	
<i>Task:</i>	To use basic competencies to recognize referents and locate previously learned definitions for each
<i>Goal:</i>	To access previously learned meanings efficiently
<i>Focus:</i>	Referents in messages
<i>Meaning Construction</i>	
<i>Task:</i>	To use skills in order to move beyond meaning matching and to construct meaning for one's self in order to personalize and get more out of a message
<i>Goal:</i>	To interpret messages from more than one perspective as a means of identifying the range of meaning options, then choose one or synthesize across several
<i>Focus:</i>	One's own knowledge structures

Source: W. James Potter, 2005, hal. 38.

Gambar.2.4. Ringkasan Tiga Tahap Pemrosesan Informasi



*Information-processing tasks* terdiri dari proses *filtering*, *meaning matching* dan *meaning construction*. Ketiga proses ini terjadi secara berurutan dalam skema proses informasi. Pertama, individu menerima pesan dan menghadapi tugas untuk memutuskan apakah akan mengabaikannya atau memfilternya. Jika kita memutuskan untuk menyaringnya maka individu harus membuatnya rasional dengan memahami simbol-simbol dan menyesuaikan definisi yang telah dipelajarinya mengenai simbol-simbol tersebut. Pada tahap selanjutnya individu perlu untuk mengkonstruksikan makna pesan tersebut.

Setelah menyaring suatu pesan, diperlukan suatu upaya untuk menentukan makna atau arti suatu pesan. Dengan demikian *meaning matching* memerlukan suatu kompetensi dasar untuk mengetahui elemen-elemen pesan dan mengakses memori kita untuk menemukan penyesuaian elemen tersebut dengan makna yang telah kita pelajari. Proses ini merupakan *automatic task*.

Peningkatan *media literacy* seseorang berarti meningkatkan kekuatan seseorang atas *filtering decisions*, *meaning-matching decisions*, dan *meaning-construction decisions*. Dengan demikian proses ini membutuhkan upaya yang terus menerus dari sekedar *meaning matching*, namun terus berlanjut sampai dengan proses *meaning construction*. Hal ini dikarenakan jika individu menerima suatu pesan hanya pada permukaannya tanpa mengkonstruksikan maknanya untuk dirinya, maka ia berada dalam bahaya akan efek negatif dari pesan media tersebut. Walaupun efek dari pesan negatif ini secara relatif minor, namun banyak pesan yang dapat mengubah cara khalayak berfikir tentang realitas, kebenaran, dan dirinya sendiri (W. James Potter; 2005, hal. 38).

## **2.8. Anak - Anak Sebagai Khalayak Khusus**

James W. Potter memberikan alasan mengapa anak-anak dijadikan khalayak khusus dalam kajian media literasi, terutama karena anak-anak berada pada resiko tinggi untuk terkena efek negatif pesan media karena mereka berada pada tingkat perkembangan- kognitif, emosi dan moral yang rendah- serta karena mereka kekurangan *the degree of real-world experience* yang dibutuhkan dalam memproses pesan-pesan media (2007).

### 2.8.1. Tahap Perkembangan Anak

Untuk memahami efek media pada anak-anak, pertama-tama diperlukan pemahaman mengenai karakteristik anak-anak pada setiap tahap perkembangan. Berkaitan dengan tahap perkembangan tersebut, pengalaman bermedia anak-anak pun berbeda-bede, maka dengan demikian isu, tantangan dan solusi untuk para orang tua pun berbeda-beda.

Tahap perkembangan anak merupakan bahasan yang sangat penting pada penelitian ini, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh anak-anak dalam menerima informasi. Dengan demikian justifikasi dalam penelitian ini mengacu pada tahapan perkembangan anak (yang difokuskan pada anak kelas IV dan V SD yang berusia antara 8 s.d 13 tahun) sebagai berikut:

#### Cognitif Development

Dalam salah satu hasil penelitiannya, pakar *cognitive maturation* Jean Piaget mengemukakan bahwa pikiran anak berkembang dari lahir sampai dengan usia 12 tahun, di mana dalam masa tersebut terjadi beberapa tahapan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

Sampai dengan usia 2 tahun anak-anak berada pada tahap sensorimotor dan kemudian meningkat ke tahapan *pre operational* dari usia 2-7 tahun. Kemudian mereka meningkat ke tahap operasional yang konkrit, hingga pada usia 12 tahun mereka beralih ke tahapan operasional yang formal di mana mereka mulai *mature secara cognitive into adulthood*. Pada setiap tahapan proses ini, pikiran anak-anak *mature* ke tingkat dimana mereka mulai mampu mencapai serangkaian *cognitive task* yang baru.

Hollenbeck dan Slaby menemukan bahwa pada usia 6 tahun anak-anak mulai memperhatikan televisi, dan pada usia 3 tahun beberapa anak telah mengembangkan pola reguler dari *viewing* mereka sekitar 1-2 jam per hari ( dalam James W. Potter, 2007). Tipe *viewing* mereka terutama bersifat *eksplanatory*, yaitu mereka memperhatikan sesuatu berdasarkan *motions, color, music, sound effect* atau *unusual voices* tertentu. Ellen Wartella (1979) berpendapat bahwa anak-anak menghadapi kesulitan dalam memahami bahwa *individual events* diatur berdasarkan jalan cerita, bahwa karakter memiliki motif yang mempengaruhi *action*, dan bahwa karakter tersebut berubah atas dasar jalan

cerita ( dalam Baran dan Davis; 2000, hal.191). Hal ini dikarenakan anak-anak belum mengembangkan pemahaman naratif yang baik.

Pada usia 4 tahun, anak-anak menghabiskan perhatiannya lebih sedikit untuk *explanatory mode* dan lebih banyak waktu untuk *search mode*. Hal ini berarti pada tahap ini anak mulai mengembangkan proses pencarian. Pada usia ini pula, anak-anak mulai membedakan antara program dan iklan. Pada awalnya sangat sulit, namun dengan banyak latihan mereka akan menjadi ahli dalam memisahkan iklan dengan konten program (Potter; 2007, hal.57).

Dalam bukunya Media Literacy, W. James Potter memaparkan hasil penelitiannya, yaitu sebesar 10 % dari anak-anak berusia 5-7 tahun memiliki pemahaman yang jelas mengenai motif dibalik pencarian *profit* iklan, sebesar 55 % dari mereka sama sekali tidak mengetahuinya dan menganggap bahwa iklan adalah hiburan murni. Sementara Wilson dan Weiss menemukan bahwa jika dibandingkan dengan anak usia 7-11 tahun, anak yang berusia 4-6 tahun kurang mampu untuk mengenali iklan mainan tertentu pada suatu program dan memahami maksudnya saat diputar pada acara kartun program, bahkan jika spokesperson dari produk yang diiklankan tersebut adalah karakter dari kartun yang berbeda (W. James Potter; 2007)

Pada tingkat 2 dan 3 sekolah, sebagian besar anak tengah menghadapi kesulitan mereka dalam membedakan antara program dan iklan. Dengan kombinasi *cognitif maturation*, pengalaman, dan aplikasi kemampuan kritis yang aktif, anak-anak mampu memahami hakekat dan tujuan dari suatu iklan. Lebih lanjut, *attention* berhubungan terbalik dengan *knowledge* dan pengalaman yang dibutuhkan untuk secara kritis mengevaluasinya. Pada tingkat 4, anak-anak telah mengembangkan *attitude* kritis dan skeptis terhadap iklan. Mereka juga mulai mempertanyakan mengenai kredibilitas suatu iklan dan mulai merasa bahwa mereka telah dibohongi dalam upaya pengiklan untuk membeli produk yang pada kenyataannya tidak selalu menarik seperti yang dikatakan iklan.

#### 2.8.1.1. Usia 8 – 12 tahun.

Pada usia 8-10 tahun, mayoritas anak-anak telah berhasil mengembangkan pemahaman yang baik mengenai *fictional plots*, bagaimana motif dari karakter

mempengaruhi jalan cerita, dan bagaimana suatu karakter berubah sebagai hasil dari apa yang terjadi terhadap mereka. Pada usia ini anak-anak tidak memiliki keterbatasan dalam memahami karakter hanya berdasarkan pada ciri fisik namun juga berpendapat/ menduga berdasarkan karakteristik sifat. Mereka juga mampu membedakan diantara karakter yang ada yang terdiri dari berbagai dimensi (W. James Potter; 2007, hal.57).

Sedangkan pada range usia 10 – 12 tahun, anak-anak telah memiliki ide mengenai *economic nature of television* yang bersifat mendasar- yaitu terkait dengan motif pembuatan *profit (profit-making motive)*. Sebagian besar anak-anak pada usia ini maupun yang berusia lebih tua sangat skeptis terhadap iklan. Akan tetapi, sikap skeptis mereka pada umumnya terbatas pada pengalaman mereka dengan suatu produk. Misalnya sikap skeptis mereka tinggi terhadap iklan untuk mainan tertentu, yang sekiranya mereka telah memiliki *real-world experiences* dengan mainan tersebut dan telah mempelajari bahwa suatu iklan mengandung *claim* yang dilebih-lebihkan (W. James Potter; 2007, hal.58). Namun anak-anak menjadi kurang skeptis terhadap iklan medis atau produk *nutritional*, hal ini dapat dimengerti karena mereka memiliki pengetahuan teknis yang terbatas mengenai produk tersebut.

#### Emotional Development

Pesan media dapat menimbulkan/ menggerakkan emosi pada individu di setiap usia. Dalam budaya di mana mereka tumbuh, individu dapat mengenali di dalam dirinya dan dalam diri orang lain tentang emosi dasar dari kemarahan, kesedihan, ketakutan, kesenangan, cinta, terkejut, malu dan sebagainya. Individu mampu mengembangkan *emotional literacy* dengan mendapatkan pengalaman dari emosi dan memperhatikan dengan seksama mengenai perasaan sesama saat berinteraksi dengan media. Semakin banyak individu menggali pengalaman emosionalnya maka ia akan semakin mampu dalam membedakan berbagai macam jenis *emotional feeling*.

Menurut Potter, kekurangan pada perkembangan kognitif dapat menjadi hambatan terhadap reaksi emosional yang sesuai terhadap pesan media (W. James Potter; 2007, hal.58). Pada anak-anak yang berusia sangat muda kemampuan mereka dalam memperhatikan *individual element* pada suatu program acara

menghambat mereka untuk menangkap emosi dari program tersebut. Oleh karena itu maka rendahnya kemampuan anak-anak dalam memiliki reaksi emosional terhadap pesan media bukan dikarenakan oleh kurangnya kemampuan untuk merasakan emosi, namun lebih disebabkan oleh kurangnya kemampuan dalam memahami apa yang terjadi dalam konteks naratif tertentu.

Pada usia pencapaian tahap pendewasaan, anak-anak telah mencapai kedewasaan kognitif, sehingga semua pintu terbuka untuk pemahaman yang luas terhadap semua jenis naratif. Tetapi beberapa anak masih tidak memiliki banyak reaksi emosional terhadap cerita media. Sehingga walaupun mereka telah mencapai perkembangan kognitif yang tinggi, namun rendah secara perkembangan emosinya. Dengan demikian *emosional literacy* berhubungan dengan perkembangan kognitif.

#### Moral Development

Oleh karena individu tidak terlahir dengan pengetahuan kode moral atau sensitifitas mengenai apa yang benar dan salah. Maka individu harus mempelajarinya sejak kecil, dan anak-anak mempelajari perkembangan moral ini dalam serangkaian tahapan. Menurut Lawrence Kohlberg, terdapat 3 (tiga) *level* perkembangan moral: *preconventional*, *conventional*, dan *postconventional*. Di antara ke tiga tahapan tersebut, *conventional* adalah tahapan terpenting yang menggambarkan karakteristik orang yang baik- *fair*, *honest*, *concerned*, *well regarded*, dan sebagainya (Kohlberg dalam W. James Potter; 2007).

Tahap *preconventional* dimulai pada usia 2 tahun dan berlanjut sampai usia 8 tahun. Ini terjadi pada saat anak-anak masih bergantung secara otoritas dan kontrol diri yang masih lemah, sehingga mereka bergantung pada orang tua atau orang dewasa untuk memberitahunya apa yang baik dan apa yang tidak baik, serta untuk menyaring dunia bagi mereka. Pada tahap ini terdapat dua sub tahapan:

1. anak-anak termotivasi untuk menghindari hukuman, dan ini menggerakkan alasan mereka.
2. anak-anak diarahkan oleh *self-satisfaction*.

Selama tahapan konvensional, anak-anak membangun kesadaran untuk dirinya dengan mencari tahu apa yang benar dan salah. Mereka juga membedakan

antara kejujuran dan kebohongan. Akan tetapi ancaman hukuman masih merupakan motivasi yang kuat bagi mereka.

3. anak-anak termotivasi untuk mendapatkan persetujuan dari orang lain, seperti *peers* dan orang tua.

4. motivasi bergeser menjadi rasa tanggung jawab.

Pada tahap ini anak-anak menghindari kejahatan/kenakalan antar sesama dan menghindari aib terhadap seseorang.

Tahapan *postconventional* dapat dimulai pada awal pertengahan remaja (*middle adolescence*), yaitu saat individu telah mampu melebihi dugaan *conventional* mengenai apa yang benar dan salah. Mereka cenderung fokus terhadap prinsip fundamental. Sehingga tahap ini memiliki karakteristik dimana rasa kesadaran sosial menjadi lebih penting dari prinsip legal.

## 2.9. Pola Hubungan Antar Variabel

### 2.9.1 Hubungan antara Media Use dengan Media Literasi

Argumen yang menguatkan keterkaitan bahwa *media use* mempengaruhi media literasi dapat dijelaskan dalam penjelasan berikut. Beberapa pakar *media literacy* memberikan ciri pada *awareness* saat individu menggunakan media sebagai bagian dari *media literacy*. Dalam ringkasan mengenai *critical viewing programs*, J.A. Brown (2001) menyebutkan bahwa beberapa program media berfokus pada "pola *media use* individu". Secara lebih spesifik Lloyd-Kolkin (1980) menyatakan bahwa *media literacy* memerlukan suatu kemampuan untuk mengevaluasi *media use* individu, misalnya: untuk mengakses ketika individu menggunakan media dan membandingkan *media use* seseorang dengan lainnya. Lebih lanjut, para pakar juga menekankan bahwa kemampuan seseorang/ individu untuk mengatur penggunaan medianya (*media use*) dalam pola yang baik menunjukkan keterkaitannya dengan media literasi.

*Media use* merupakan topik utama bagi beberapa program pendidikan media. Sebagai contohnya, menurut beberapa ahli, media literasi training dimaksudkan mendidik individu untuk mengevaluasi *television viewing pattern* mereka (misalkan: menanyakan *viewers* untuk menilai pola *media use* mereka dalam satu minggu). Kline (2005) menyuruh anak-anak untuk melakukan *self-*

*monitor* dan *self-report* untuk penggunaan televisi, videotape, dan videogame. J.A. Brown (1991) menggambarkan program pendidikan media di mana para murid membuat *pre-planned viewing schedules*. Disamping meningkatkan *awareness* mengenai *media use*, berbagai upaya tersebut ditujukan agar anak-anak menjadi lebih sensitif terkait tingkat *exposure* mereka terhadap media, misalkan berapa lama anak-anak menggunakan media dalam kurun waktu yang diberikan.

Lebih lanjut, keterkaitan antara kemampuan individu dalam memmanage *media use* dengan pola konsumsi yang baik merupakan bagian dari media literasi. Vooijs dan Van der Voort (1990) merangkum prinsip ini ketika mereka mengklaim bahwa *critical viewing skills* termasuk mengajarkan anak-anak “strategi untuk management *viewing duration* dan *program choices*”. D.G Singer dan J.L. Singer (1983) menggambarkan kurikulum pendidikan media di mana salah satu tujuannya adalah untuk mengajarkan pada anak-anak bagaimana mengontrol *viewing habits* mereka. Aspek dari media literasi ini merupakan hal yang bersifat praktis dalam penggunaannya.

### 2.9.2. Hubungan Antara *Media Exposure* dengan *Media Literacy*.

Dalam bukunya, Livingstone and Bovill (2001) berpendapat bahwa *Media literacy* dapat dijustifikasi dengan mengetahui kuantitas *media exposure* dalam kehidupan anak-anak dimana *entertainment* dan *popular culture* berfungsi sebagai agen sosialisasi (Sonia Livingstone dan Moira Bovill; 2001).

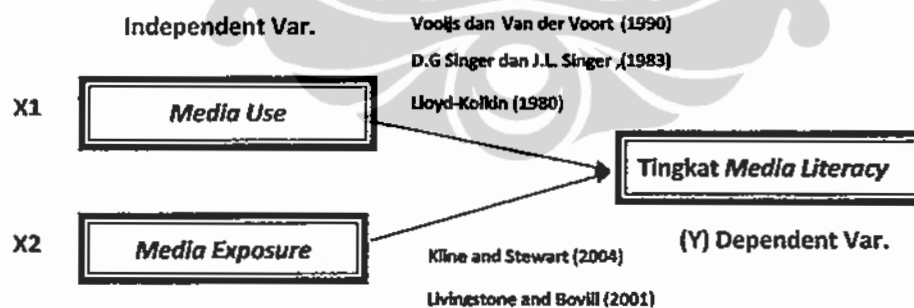
Oleh karena anak-anak tenggelam dalam dunia medianya yang secara tegas mempengaruhi perkembangan mereka, dalam hasil penelitiannya, Kline and Stewart meyakini bahwa *media exposure* dapat dijadikan sebagai faktor resiko: semakin sering seseorang menggunakan (*uses*) atau terekspose terhadap media (teknologi), semakin besar resiko individu menerima dampak negatif dalam hidupnya (Kline dan Stewart, 2004; Kline et.al., 2005). Para peneliti melihatnya dalam kerangka antara hubungan anak dengan media untuk menguji pola mediasi keluarga, motivasi dan pola *media use*, dan *media access*. Terkait dengan hal tersebut, peneliti menguji perbedaan antara *heavy media users* dengan *light media users* atas pola konsumsi medianya.

Suatu hasil studi yang dilakukan oleh A. Kaiser Family Foundation sejak tahun 1999, menyatakan bahwa: (secara harfiah) ratusan studi empiris yang dilakukan selama setengah abad tidak meragukan lagi bahwa, melalui *exposure* yang diberikan, konten media dapat atau mampu mempengaruhi *beliefs*, *attitude* dan *behaviors* anak (Roberts, 1999). Dengan demikian anak-anak mengalami proses pendewasaan yang lebih cepat dan mendapatkan pengalaman yang lebih banyak pada usia yang muda.

Sementara itu penelitian mengenai konsekuensi dari *media exposure* sangat kompleks, hingga akhirnya *research community* telah membuat konsensus bahwa pada *level* tinggi *media exposure* dan *exposure* terhadap konten media yang negatif berhubungan dengan negatif *outcomes* untuk anak-anak (<http://fyics.ifas.ufl.edu/newsletters/rncyu08/diehlwinter08.htm>). *Outcomes* ini termasuk berbagai efek di bidang performa akademis, agresifitas, *early sexual behavior*, nutrisi dan *body image*. Dengan demikian strategi yang muncul dari penelitian mengenai dampak media adalah media literasi, yang menyoroti kebutuhan individu untuk menjadi konsumen konten media yang terinformasi dan berpendidikan.

## 2.10. Pola Hubungan Antar Variabel Penelitian.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka berikut adalah model teoritis yang dikembangkan untuk penelitian ini:



Gambar.2.5. Pola Hubungan Antar Variabel Penelitian

## 2. 11. Hipotesis Teoritis

- 1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *media use* dan *media exposure* terhadap *tingkat media literacy*.



## BAB III METODOLOGI

### 3. 1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode pendekatan *hypothetico-deductive* yang bersifat eksplanatif kuantitatif, yaitu metode yang melibatkan pengujian hipotesis yang di deduksi dari hipotesis lain yang tingkat abstraksi atau perumusan konseptualnya lebih tinggi. Format eksplanasi dimaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sample terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain.

Menurut Neuman (2000: 23), penelitian eksplanatif dipakai untuk mengidentifikasi mengapa sesuatu timbul, penyebab dan alasan dari suatu kejadian. Bungin (2005: 38) menyatakan bahwa format eksplanasi dimaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sample terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain.

### 3. 2. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah *media use* dan *media exposure* memiliki pengaruh langsung dengan tingkat *media literacy*. Sebanyak 30 butir pertanyaan dengan skala Likert *survey* digunakan dengan pernyataan yang terutama difokuskan pada sikap terhadap kebiasaan bermedia, *media use* responden, *media exposure* responden, *media preferences* dan *media literacy*. Responden juga ditanyakan mengenai pertanyaan yang bersifat fakta mengenai kebiasaan bermedianya.

### 3. 3. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini subyek penelitian atau pokok kajian adalah sikap individu, sedangkan unit analisis yang diambil adalah individu. Individu sebagai unit survey dimaksud sebagai bagian dari populasi dan merupakan bagian yang utuh dari objek penelitian. Sehingga dalam ungkapan penjelasan nanti, yang ditonjolkan adalah potret keseluruhan populasi karena individu telah larut dalam populasi yang dimilikinya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh murid kelas IV dan V SD yang berasal dari 8 sekolah di Kota Malang kecamatan Lowokwaru. Pemilihan Kota Malang sebagai lokasi penelitian, diantaranya di

dasarkan oleh pertimbangan berikut: pertama, dalam bidang pendidikan, saat ini Pemerintah Kota Malang tengah berupaya meningkatkan kualitas penduduk dalam rangkaian pelaksanaan program terpadu untuk mewujudkan Kota Malang sebagai Kota Pendidikan; kedua, terkait dengan tengah giatnya pelaksanaan program pendidikan media yang diprioritaskan bagi murid-murid sekolah dasar (Pendidikan Kota Malang; 2009). Tren ini sudah mulai terlihat sejak 2002. Karena itu, tak salah bila pembangunan kota yang terkenal dengan apelnya ini diarahkan menjadi Kota Pelajar dan Kota Pendidikan. Parameter yang sangat mempengaruhi, adalah banyaknya jumlah institusi pendidikan, yakni 43 Perguruan Tinggi Swasta mencapai 43 buah, dan 3 PT Negeri. Sementara jumlah SMA Negeri mencapai 10, 12 SMK Negeri, 24 SLTP, dan 285 SD (*Memuju Kota Pendidikan*, Rabu, 25 Februari 2009. Kompas, hal. 2).

Dari jumlah populasi anak yang duduk di kelas IV dan V SD berdasarkan data yang diambil pada tanggal 13 April 2009 s.d tanggal 24 April 2009 sebesar 632 anak, sebanyak 241 responden disurvei (ketentuan jumlah sampel menggunakan *Tabel for determining random sample size from a given population*, maka diperoleh ukuran sample sebanyak 241 orang dengan tingkat keyakinan 95 %). Rata-rata responden berusia antara 8 s.d 13 tahun dengan perbandingan jumlah laki-laki dan perempuan yang hampir sama, walaupun jenis kelamin tidak dipertimbangkan terkait dengan perumusan masalah dalam penelitian ini.

### **3.3.1. Responden Anak-Anak**

Masa pertumbuhan dan perkembangan anak-anak dapat menentukan proses penerimaan pesan dan informasi terhadap anak. Dengan demikian proses penerimaan informasi dan pesan harus disesuaikan dengan masa perkembangan mental dan fisik anak. Secara umum masa perkembangan pada usia anak-anak terbagi kedalam: perkembangan kognitif dan perkembangan Psikosial.

#### **3.3.1.1. Perkembangan Kognitif**

Dalam keadaan normal, pada periode ini pikiran anak berkembang secara berangsur – angsur. Jika pada periode sebelumnya, daya pikir anak masih bersifat imajinatif dan egosentris, maka pada periode ini daya pikir anak sudah

berkembang ke arah yang lebih konkrit, rasional dan objektif. Daya ingatnya menjadi sangat kuat, sehingga anak benar-benar berada pada stadium belajar.

Menurut *teori Piaget*, pemikiran anak – anak usia sekolah dasar disebut pemikiran Operasional Konkrit (*Concret Operational Thought*), artinya aktivitas mental yang difokuskan pada objek – objek peristiwa nyata atau konkrit. Dalam upaya memahami alam sekitarnya, mereka tidak lagi terlalu mengandalkan informasi yang bersumber dari pancaindera, karena ia mulai mempunyai kemampuan untuk membedakan apa yang tampak oleh mata dengan kenyataan sesungguhnya. Dalam masa ini, anak telah mengembangkan 3 macam proses yang disebut dengan operasi – operasi, yaitu :

- Negasi (*Negation*), yaitu pada masa konkrit operasional, anak memahami hubungan – hubungan antara benda atau keadaan yang satu dengan benda atau keadaan yang lain.
- Hubungan Timbal Balik, yaitu anak telah mengetahui hubungan sebab-akibat dalam suatu keadaan.
- Identitas, yaitu anak sudah mampu mengenal satu persatu deretan benda-benda yang ada.

Operasi yang terjadi dalam diri anak memungkinkan pula untuk mengetahui suatu perbuatan tanpa melihat bahwa perbuatan tersebut ditunjukkan. Jadi, pada tahap ini anak telah memiliki struktur kognitif yang memungkinkannya dapat berfikir untuk melakukan suatu tindakan, tanpa ia sendiri bertindak secara nyata.

#### a. Perkembangan Memori

Selama periode ini, memori jangka pendek anak telah berkembang dengan baik. Akan tetapi, memori jangka panjang tidak terjadi banyak peningkatan dengan disertai adanya keterbatasan – keterbatasan. Untuk mengurangi keterbatasan tersebut, anak berusaha menggunakan strategi memori (*memory strategy*), yaitu merupakan perilaku disengaja yang digunakan untuk meningkatkan memori. Matlin (1994) menyebutkan 4 macam strategi memori yang penting, yaitu :

1. *Rehearsal* (Pengulangan) : Suatu strategi meningkatkan memori dengan cara mengulang berkali-kali informasi yang telah disampaikan.
2. *Organization* (Organisasi) : Pengelompokan dan pengkategorian sesuatu yang digunakan untuk meningkatkan memori. Seperti, anak SD sering mengingat nama-nama teman sekelasnya menurut susunan dimana mereka duduk dalam satu kelas.
3. *Imagery* (Perbandingan) : Membandingkan sesuatu dengan tipe dari karakteristik pembayangan dari seseorang.
4. *Retrieval* (Pemunculan Kembali) : Proses mengeluarkan atau mengangkat informasi dari tempat penyimpanan. Ketika suatu isyarat yang mungkin dapat membantu memunculkan kembali sebuah memori, mereka akan menggunakannya secara spontan.

Selain strategi-strategi memori diatas, terdapat hal lain yang mempengaruhi memori anak, seperti tingkat usia, sifat anak (termasuk sikap, kesehatan dan motivasi), serta pengetahuan yang diperoleh anak sebelumnya.

#### b. Perkembangan Pemikiran Kritis

Perkembangan Pemikiran Kritis yaitu pemahaman atau refleksi terhadap permasalahan secara mendalam, mempertahankan pikiran agar tetap terbuka, tidak mempercayai begitu saja informasi-informasi yang datang dari berbagai sumber serta mampu befikir secara reflektif dan evaluatif.

#### c. Perkembangan Kreativitas

Dalam tahap ini, anak-anak mempunyai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Perkembangan ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan, terutama lingkungan sekolah.

#### 3.3.1.2. Perkembangan Psikososial

Pada tahap ini, anak dapat menghadapi dan menyelesaikan tugas atau perbuatan yang dapat membuahkan hasil, sehingga dunia psikososial anak menjadi semakin kompleks. Anak sudah siap untuk meninggalkan rumah dan orang tuanya dalam waktu terbatas, yaitu pada saat anak berada di sekolah. Melalui proses pendidikan ini, anak belajar untuk bersaing (kompetitif), kooperatif dengan orang lain, saling memberi dan menerima, setia kawan dan belajar berbagai aturan yang berlaku. Dalam hal ini proses sosialisasi banyak terpengaruh oleh guru dan teman

sebayu. Identifikasi bukan lagi terhadap orang tua, melainkan terhadap guru. Selain itu, anak tidak lagi bersifat egosentris, ia telah mempunyai jiwa kompetitif sehingga dapat memilah apa yang baik bagi dirinya, mampu memecahkan masalahnya sendiri dan mulai melakukan identifikasi terhadap tokoh tertentu yang menarik perhatiannya.

#### 3.4. Prosedur Penelitian

Dalam rangka untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dalam penelitian ini, peneliti meminta izin untuk melakukan penelitian kepada seluruh kepala sekolah dari delapan sekolah yang siswanya menjadi responden dalam penelitian ini selama jam pelajaran berlangsung.

Teknik sampling yang dipakai adalah *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. Cara ini dimaksudkan agar sampel mengandung nilai *representative* yang dapat dipertanggungjawabkan untuk dilakukan generalisasi.

#### 3.5. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi lebih sistematis dan mudah.

Instrumen pengumpulan data yang dipilih untuk penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik berstruktur untuk pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan, baik tertulis maupun verbal, yang akan dijawab oleh responden (Maholtra; 1999, hal.293). Kuisisioner dipakai agar pengumpulan data lebih mudah untuk dilakukan, karena jumlah responden yang tersebar. Pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner ini bersifat terstruktur dan tertutup, artinya setiap pertanyaan disediakan pilihan jawaban sesuai dengan kemungkinan yang ada. Hal ini dimaksudkan agar jawaban responden tidak keluar dari pokok permasalahan dan relevan dengan tujuan penelitian ini. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kombinasi dari adaptasi kuisisioner penelitian yang pernah dilakukan oleh mahasiswa UNDIP (Universitas Diponegoro) terhadap anak-anak pada tahun 2008, dengan kuisisioner rancangan peneliti.

### 3.6. Operasionalisasi Konsep dan Metode Pengukuran

Table 3.1. Tabel Operasionalisasi Konsep

VARIABEL	INDIKATOR	SKALA
Media Use	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggambarkan tingkat kecintaan anak-anak terhadap media (media preference)</li> <li>2. Pemilihan Televisi / TV sebagai media terpenting</li> <li>3. Pemilihan radio sebagai media terpenting</li> <li>4. Pemilihan Surat Kabar / Koran sebagai media terpenting</li> <li>5. Pemilihan Majalah sebagai media terpenting</li> <li>6. Pemilihan Musik sebagai media terpenting</li> <li>7. Pemilihan CD/DVD Film sebagai media terpenting</li> <li>8. Pemilihan Handphone sebagai media terpenting</li> <li>9. Pemilihan Telephone rumah sebagai media terpenting</li> <li>10. Pemilihan Komputer sebagai media terpenting</li> <li>11. Pemilihan Playstation/ Sega sebagai media terpenting</li> <li>12. Pemilihan Internet sebagai media terpenting</li> <li>13. <i>Habit</i> dari <i>media use</i> terbentuk oleh penggunaan media.</li> <li>14. Instrument "<i>Use</i>" terkait dengan exposure yang tinggi terhadap konten informatif dari media dan menerima konten tersebut sebagai sesuatu yang realistis.</li> </ol>	Interval/ Rasio
Media Exposure	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi menonton TV</li> <li>2. Frekuensi mendengarkan radio</li> <li>3. Frekuensi membaca surat kabar/ koran</li> <li>4. Frekuensi membaca majalah</li> <li>5. Frekuensi membaca buku</li> <li>6. Frekuensi browsing internet</li> </ol>	Interval/ Rasio
Media Literacy	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat membatasi jumlah jam yang digunakan untuk mengonsumsi media</li> <li>2. Dapat memilih isi media yang sesuai</li> <li>3. Dapat memahami isi media yang dikonsumsi</li> <li>4. Tidak mudah terpengaruh oleh isi media</li> <li>5. Dapat mengambil manfaat dari media yang dikonsumsi</li> </ol>	Interval/ Rasio

### 3. 7. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data digunakan teknik regresi linier berganda. Menurut Aaker, Kumar dan Day (2004: hal. 447), regresi linier berganda dipakai untuk analisis multivariate jika terdapat satu variabel dependen. Regresi linier berganda dapat menjelaskan dua hal: pertama, seberapa bagus satu susunan variabel menjelaskan satu variabel dependen. Kedua, regresi linier berganda mengukur arah dan besarnya efek dari tiap variabel terhadap suatu variabel dependen.

Metode ini bertujuan untuk melihat prediksi variabel dependen (Y) berdasarkan beberapa variabel independen (X) secara bersamaan. Pada penelitian ini, variabel tingkat Melek Media akan diprediksi (diterangkan) berdasarkan variabel *media use* dan *media exposure*. Melalui metode regresi linier berganda ini pula dapat diketahui, variabel independen mana yang paling memberikan pengaruh terhadap Tingkat Melek media siswa kelas IV dan V SD.

### 3. 8. Uji Validitas dan Reabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu alat ukur (Riduwan, 2005: hal. 109). Penelitian ini menggunakan analisis Pearson's Correlation untuk menentukan apakah indikator yang dipilih mampu membentuk konstruk atau variabel, dimana jika signifikan ( $< 0.05$ ) maka indikator dapat dikatakan mampu membentuk konstruk.

Sedangkan untuk menguji reabilitas antar berbagai instrument pengukuran digunakan internal consistensi, yaitu dengan mencobakan instrument sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik *Cronbach's coefficient alpha analysis*. Apabila nilai tiap dimensi dan total  $\alpha$  memiliki nilai  $> 0.6$  maka alat ukur dinyatakan reliabel (Maholtra; 1999, hal.282).

### 3. 9. Hipotesis Penelitian dan Hipotesis Statistik

Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho1 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *media use* terhadap tingkat melek media anak kelas IV-V SD.  $r_{xy} = 0$

Ha1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara *media use* terhadap tingkat melek media anak kelas IV-V SD.  $r_{xy} > 0$

Ho2 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *media exposure* terhadap tingkat melek media anak kelas IV-V SD.  $r_{xy} = 0$

Ha2 : Terdapat hubungan yang signifikan antara *media exposure* terhadap tingkat melek media anak kelas IV-V SD.  $r_{xy} > 0$

Hip =  $r_{xy} > 0 \rightarrow r_{xy} \neq 0$ , dengan koefisien signifikansi = 0.05

### 3.10. Uji Pendahuluan (Pre Test)

Sebelum dilakukan penelitian yang sesungguhnya, peneliti terlebih dahulu melakukan pretest di lokasi penelitian, langkah ini dilakukan peneliti untuk mempelajari kondisi lapangan guna memudahkan proses turun ke lapangan pada saat yang sesungguhnya. Beberapa hal ditemukan dalam proses pretest yang diantaranya adalah sebagai berikut: pertama lokasi sekolah-sekolah yang diteliti berada dalam satu gugus yang berada di kecamatan Lowokwaru; kedua karakteristik setiap sekolah memiliki perbedaan satu dengan lainnya yang diukur berdasarkan fasilitas yang dimiliki, kondisi bangunan sekolah, serta jumlah guru yang terdaftar sebagai pengajar. Pretest dilakukan terhadap 19 anak di salah satu sekolah dengan membagikan kuisisioner yang ditujukan untuk menilai apakah responden memahami setiap item pertanyaan dan pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

### 3.11. Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan alternatif-alternatif konseptualisasi, operasionalisasi dan pengukuran ke-2 (dua) konsep yang diukur, terutama untuk konteks penelitian di Indonesia.
2. Terbatasnya studi replikasi dari model dasar yang diuji pada penelitian ini, sehingga interpretasi atau diskusi terhadap hasil pengujian atau replikasi model teoritis pada penelitian ini menjadi terbatas.
3. Dalam beberapa kasus ada kecenderungan guru mengintervensi murid dalam menjawab angket, karena takut hasil jawaban murid dari sekolah tersebut membuat nama sekolah jelek, untuk mengatasinya peneliti menjelaskan kepada guru tersebut dan memastikan bahwa kuisisioner dibagikan secara random kepada responden yang terpilih.
4. Kesulitan metodologi yang dihadapi peneliti seringkali mencegah penelitian ini dalam menyediakan interpretasi yang akurat mengenai efek langsung dari pesan-pesan media. Sebagian besar literatur rujukan terkait tujuan penelitian ini hanya menawarkan interpretasi dan analisis yang tidak cukup dalam menggambarkan ke efek media secara langsung terhadap anak-anak sebagai responden penelitian.



## BAB IV ANALISIS DATA

### 4.1. Uji Validitas dan Reabilitas

Pengujian validitas dan reabilitas dalam sebuah penelitian merupakan persoalan yang penting. Hal ini terutama untuk melihat bagaimana instrumen atau alat ukur yang digunakan oleh peneliti mampu mengukur hal yang ingin diukur (valid) dan dapat diandalkan (*reliable*). Alat ukur yang valid biasanya memiliki reabilitas yang baik, sehingga tingkat validitas instrumen atau alat ukur merupakan hal yang penting dalam menentukan kualitas data yang dikumpulkan.

Hubungan antara reliabilitas dan validitas dapat dipahami dalam konteks *the true score model* (Naresh K. Maholtra; 1999, hal.284). Jika pengukuran valid secara sempurna, maka ia juga *reliabel* secara sempurna. Dengan demikian validitas yang sempurna menunjukkan reliabilitas sempurna. Sehingga jika suatu pengukuran tidak *reliable*, maka ia tidak dapat menjadi valid sempurna.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik CFA (*Confirmatory Factor Analysis*). CFA bertujuan untuk menentukan apakah jumlah faktor dan indikator yang diukur sesuai dengan kerangka konseptual yang dipakai dalam penelitian ini.

#### 4.1.1. Uji Validitas.

Berikut merupakan hasil pengujian validitas dari alat ukur dalam penelitian ini:

##### 1. Uji validitas variabel *Media Use* (X1)

Table 4.1

#### KMO *Media Use* (X1)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.707
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	409.454
	df	55
	Sig.	0.000

*The Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy*, merupakan suatu index yang digunakan untuk menguji kelayakan analisis faktor. Nilai yang tinggi

berkisar antara 0.5 dan 1.0 mengindikasikan bahwa analisis faktor telah layak (Maholtra, 1996; hal.649). Pada tabel 4.1 di atas, angka KMO sebesar 0.707 (berada pada *level* sedang /cukup), angka *Bartlett's Test (Chi Square)* = 409.454 dengan signifikansi 0.000. Berdasarkan data tersebut, nilai KMO lebih besar dari 0.5 dan signifikansi  $< \alpha = 0.05$ , maka variabel dan sampel sudah layak atau memadai untuk dapat dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan *factor analysis*.

Table 4.2 A Measure of Sampling Adequacy (MSA)

MSA- Media Use

		Anti-image Metrics										
		MU1. Televisi/TV	MU2. Radio	MU3. Surat Kabar /	MU4. Majalah	MU5. Musik	MU6. CD/DVD Film	MU7. Handphone	MU8. Telepon	MU9. Komputer	MU10. Playstation/	MU11. Internet
Anti-image Covariance	MU1. Televisi/TV	.725	-.246	-.037	-.041	.034	-.041	-.113	-.066	-.088	-.079	-.056
	MU2. Radio	-.246	.653	-.134	-.069	.024	-.098	-.048	-.093	.038	.120	-.052
	MU3. Surat Kabar /	.037	-.134	.706	-.140	.065	.038	.002	-.118	-.120	.068	-.149
	MU4. Majalah	-.041	-.069	-.140	.629	-.027	.057	-.062	-.087	-.073	-.059	-.010
	MU5. Musik	.034	.024	.065	-.027	.726	-.305	-.102	.024	-.077	-.023	.036
	MU6. CD/DVD Film	-.041	-.098	.038	.057	-.305	.666	-.075	.102	.000	-.139	-.111
	MU7. Handphone	-.113	-.048	.002	-.062	-.102	-.075	.809	-.176	.035	-.081	.092
	MU8. Telepon Rumah	-.066	-.093	-.118	-.087	.024	.102	-.176	.697	-.104	.081	-.057
	MU9. Komputer	-.088	.038	-.120	-.073	-.077	.000	.035	-.104	.863	.000	-.088
	MU10. Playstation/	-.079	.120	.068	-.059	-.023	-.139	-.081	.081	.006	.863	-.052
	MU11. Internet	-.056	-.052	-.149	-.010	.036	-.111	.092	-.057	-.086	-.052	.851
Anti-image Correlation	MU1. Televisi/TV	.723 <sup>a</sup>	-.354	.052	-.053	.047	-.059	-.147	-.093	-.111	-.100	-.071
	MU2. Radio	-.354	.718 <sup>a</sup>	-.195	-.093	.034	-.148	-.065	-.136	.050	.159	-.069
	MU3. Surat Kabar /	.052	-.195	.765 <sup>a</sup>	-.183	.091	.056	.002	-.169	-.154	.085	-.192
	MU4. Majalah	-.053	-.093	-.183	.817 <sup>a</sup>	-.034	.076	-.076	-.114	-.087	-.070	-.012
	MU5. Musik	.047	.034	.091	-.034	.593 <sup>a</sup>	-.438	-.133	.033	-.097	-.028	.046
	MU6. CD/DVD Film	-.059	-.148	.056	.076	-.438	.573 <sup>a</sup>	-.102	.149	.000	-.184	-.147
	MU7. Handphone	-.147	-.065	.002	-.076	-.133	-.102	.687 <sup>a</sup>	-.234	.042	-.097	.111
	MU8. Telepon Rumah	-.093	-.136	-.169	-.114	.033	.149	-.234	.775 <sup>a</sup>	-.134	.104	-.074
	MU9. Komputer	-.111	.050	-.154	-.087	-.097	.000	.042	-.134	.761 <sup>a</sup>	.000	-.100
	MU10. Playstation/	-.100	.159	.085	-.070	-.028	-.184	-.097	.104	.000	.640 <sup>a</sup>	-.060
	MU11. Internet	-.071	-.069	-.192	-.012	.046	-.147	-.111	-.074	-.100	-.060	.719 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Data pada tabel 4.2 merupakan hasil uji yang dilakukan dengan memperhatikan angka MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Angka MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1, dengan kriteria sebagai berikut:

- MSA = 1, variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- MSA > 0.5, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- MSA < 0.5, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Berdasarkan pada kriteria angka MSA di atas, maka keseluruhan indikator dari MUI sampai dengan MU11 dapat dianalisis lebih lanjut, karena memiliki angka MSA > 0.5.

Table 4.3. *Communalities – Media Use (X1)*

	Communalities	
	Initial	Extraction
MU1. Televisi /TV	1.000	0.467
MU2. Radio	1.000	0.507
MU3. Surat Kabar / Koran	1.000	0.551
MU4. Majalah	1.000	0.316
MU5. Musik	1.000	0.553
MU6. CD/ DVD Film	1.000	0.680
MU7. Handphone	1.000	0.633
MU8. Telepon Rumah	1.000	0.543
MU9. Komputer	1.000	0.386
MU10. Playstation/ Sega	1.000	0.338
MU11. Internet	1.000	0.615

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel *Communalities* di atas menunjukkan proporsi dari total varian suatu variabel yang dinilai dari *common factors* (*SPSS Window Glossary*). Dalam tabel tersebut terlihat bahwa indikator MU1. Televisi/ TV memiliki nilai *extraction* = 0.467, hal ini menunjukkan sebesar 46.7 persen varian indikator MU1.Televisi/TV dapat dijelaskan oleh 3 faktor yang terbentuk (lihat Tabel 4.4). Demikian juga berlaku sama untuk indikator MU2. Radio sampai dengan MU11 Internet.

Table 4.4. *Total Variance Explained*

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.637	23.973	23.973	2.637	23.973	23.973	2.192	19.832	19.832
2	1.861	16.921	40.894	1.861	16.921	40.894	1.853	16.842	36.675
3	1.090	9.912	50.807	1.090	9.912	50.807	1.554	14.132	50.807
4	.944	8.583	59.390						
5	.894	8.126	67.515						
6	.784	7.130	74.646						
7	.735	6.679	81.324						
8	.599	5.443	86.767						
9	.545	4.950	91.718						
10	.475	4.314	96.032						
11	.437	3.968	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel 4.4 merupakan *Total Variance Explained*, pada *Initial Eigenvalues* (pada kolom Total) menunjukkan 3 angka dengan nilai *Eigenvalues* lebih besar

dari 1, yaitu faktor 1 dengan nilai 2.637, faktor 2 dengan nilai 1.861 dan faktor 3 dengan nilai 1.090, yang artinya adalah: faktor 1 mampu menjelaskan sebesar 23.973 persen dari total variasi MU1 sampai dengan MU11, faktor 2 mampu menjelaskan sebesar 16.921 persen dari total variasi MU1 sampai dengan MU11, dan faktor 3 mampu menjelaskan sebesar 9.912 persen dari total variasi MU1 sampai dengan MU11. Dengan demikian terdapat 3 (tiga) faktor yang terbentuk untuk variabel *Media Use*. Dari 11 indikator yang dipergunakan, jumlah total varian yang dapat dijelaskan oleh 3 faktor yang terbentuk adalah 50.807 persen.

Table 4.5. *Component Matrix*

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
MU1. Televisi /TV	.601	.264	-.190
MU2. Radio	.690	.092	-.150
MU3. Surat Kabar / Koran	.653	-.270	.227
MU4. Majalah	.559	-.034	-.048
MU5. Musik	-.064	.738	.060
MU6. CD/ DVD Film	.008	.806	.174
MU7. Handphone	.387	.420	-.554
MU8. Telepon Rumah	.685	-.176	-.208
MU9. Komputer	.471	.035	.403
MU10. Playstation/ Sega	-.141	.548	.133
MU11. Internet	.443	.075	.643

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Tabel 4.5 menunjukkan 3 faktor yang terbentuk di mana nilai indikator MU1, MU2, MU3, MU4, dan MU8 berada pada faktor 1. Sedangkan MU5, MU6, MU7 dan MU10 berada dalam faktor 2, sementara sisanya MU11 berada dalam faktor 3. Dari tiga faktor yang terbentuk di atas, terbagi menjadi tiga dimensi yaitu : *Above the line media* (Televisi, radio, Surat kabar, Majalah, telephone rumah, dan komputer), *media entertainment* (musik, CD/DVD film, handphone dan playstation/ sega) dan *media interaktif* (internet).

2. Uji validitas variabel *Media Exposure* (X2)Table 4.6. KMO *Media Exposure* (X2)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.720
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	234.876
	df	15
	Sig.	.000

Tabel 4.6 menunjukkan angka KMO = 0.720 (berada pada *level* sedang/cukup), dengan angka *Bartlett's Test* (*Chi Square*) = 234.876 dengan signifikansi 0.000. Dengan nilai KMO lebih besar dari 0.5 dan signifikansi  $< \alpha = 0.05$ , maka variabel dan sampel sudah layak untuk dapat dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan *factor analysis*.

Table 4.7 A Measure of Sampling Adequacy (MSA)

MSA -- *Media Exposure*

## Anti-image Matrices

	ME1. Saya menonton TV setiap hari	ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	ME4. Saya membaca buku setiap hari	ME5. Saya membaca majalah setiap hari	menggunakan internet setiap hari	ME7. Saya main video games setiap hari	
Anti-image Covariance	ME1. Saya menonton TV setiap hari ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari ME4. Saya membaca buku setiap hari ME5. Saya membaca majalah setiap hari ME6. Saya menggunakan internet setiap hari ME7. Saya main video games setiap hari	.614 -.220 -.029 -.065 -.127 -.208	-.220 .844 -.006 -.067 -.022 -.004	-.029 -.006 .929 -.106 -.017 -.109	-.065 -.067 -.106 .982 .004 .668	-.127 -.022 -.017 .004 .668 -.251	-.208 -.004 -.109 .012 -.251 .589
Anti-image Correlation	ME1. Saya menonton TV setiap hari ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari ME4. Saya membaca buku setiap hari ME5. Saya membaca majalah setiap hari ME6. Saya menggunakan internet setiap hari ME7. Saya main video games setiap hari	.722 <sup>a</sup> -.305 -.039 -.085 -.199 -.346	-.305 .724 <sup>a</sup> -.007 .788 <sup>a</sup> -.112 -.022	-.039 -.007 .788 <sup>a</sup> -.112 .715 <sup>a</sup> -.005	-.085 -.074 -.112 .715 <sup>a</sup> .005 .737 <sup>a</sup>	-.199 -.029 -.022 .005 .737 <sup>a</sup> -.400	-.346 -.006 -.147 .016 -.400 .694 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Data pada tabel 4.7 di atas merupakan hasil uji yang dilakukan dengan memperhatikan angka MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Angka MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1, dengan kriteria sebagai berikut:

- MSA = 1, variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- MSA > 0.5, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- MSA < 0.5, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Berdasarkan pada kriteria angka MSA di atas, karena MSA indikator ME3 < 0.5, maka indikator tersebut dikeluarkan dan dilakukan proses KMO ulang tanpa indikator ME3. Kemudian hasilnya diketahui bahwa semua indikator ME1, ME2, ME4, ME5, ME6 dan ME7 mempunyai angka MSA > 0.05, sehingga analisis dapat dilakukan lebih lanjut.

Table 4.8. *Communalities – Media Exposure (X2)*

Communalities		
	Initial	Extraction
ME1. Saya menonton TV setiap hari	1.000	.646
ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	1.000	.297
ME4. Saya membaca buku setiap hari	1.000	.328
ME5. Saya membaca majalah setiap hari	1.000	.769
ME6. Saya menggunakan internet setiap hari	1.000	.628
ME7. Saya main video games setiap hari	1.000	.683

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Pada tabel *Communalities* di atas menunjukkan proporsi dari total varian suatu variabel yang dinilai dari *common factors* (*SPSS Window Glossary*). Dalam tabel tersebut terlihat bahwa indikator ME1 memiliki nilai *extraction* = 0.646, hal ini menunjukkan sebesar 64.6 persen varian indikator ME1 dapat dijelaskan oleh 2 faktor yang terbentuk (lihat Tabel 4.9). Demikian juga berlaku sama untuk indikator ME2, ME4 sampai dengan ME7.

Table 4.9 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	2.321	38.682	38.682	2.321	38.682	38.682	2.159	35.982
2	1.031	17.177	55.859	1.031	17.177	55.859	1.193	19.878	55.859
3	.940	15.664	71.523						
4	.789	13.146	84.669						
5	.505	8.421	93.090						
6	.415	6.910	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel 4.9 merupakan *Total Variance Explained*, pada *Initial Eigenvalues* (pada kolom total) menunjukkan 2 (dua) angka dengan nilai *Eigenvalues* lebih besar dari 1, yaitu faktor 1 dengan nilai 2.321 dan faktor 2 dengan nilai 1.031, yang artinya adalah: faktor 1 mampu menjelaskan sebesar 38.682 persen dari total variasi ME1, ME2, ME4 sampai dengan ME7 dan faktor 2 mampu menjelaskan sebesar 17.177 persen dari total variasi ME1, ME2, ME4 sampai dengan ME7. Dengan demikian terdapat 2 (dua) faktor yang terbentuk untuk variabel *Media Exposure*. Dari 6 indikator yang dipergunakan, jumlah total varian yang dapat dijelaskan oleh 2 faktor yang terbentuk adalah sebesar 55.859 persen.

Table 4.10. Component Matrix

Component Matrix<sup>a</sup>

	Component	
	1	2
ME1. Saya menonton TV setiap hari	.801	-.073
ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	.529	.131
ME4. Saya membaca buku setiap hari	.395	.416
ME5. Saya membaca majalah setiap hari	.258	.838
ME6. Saya menggunakan internet setiap hari	.737	-.290
ME7. Saya main video games setiap hari	.796	-.222

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Tabel 4.10 di atas menunjukkan 2 faktor yang terbentuk di mana nilai indikator ME1, ME2, ME6 dan ME7 berada pada faktor 1. Sementara itu indikator ME4 dan ME5 berada pada faktor 2 yang dibentuk sehingga menyulitkan interpretasi. Maka untuk mencapai struktur yang sederhana perlu dilakukan rotasi.

Table 4.11. *Rotated Component Matrix*

	Component	
	1	2
ME1. Saya menonton TV setiap hari	.775	.215
ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	.448	.310
ME4. Saya membaca buku setiap hari	.222	.528
ME5. Saya membaca majalah setiap hari	-.055	.875
ME6. Saya menggunakan internet setiap hari	.792	-.010
ME7. Saya main video games setiap hari	.823	.075

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Hasil rotasi pada tabel 4.11 di atas menunjukkan hasil yang sama dengan *unrotated componen matrix*, di mana indikator ME4 dan ME5 masih berada pada faktor yang sama- faktor 2. Dari hasil rotasi terbentuk dua faktor: faktor 1 "*media elektronik exposure*" dan faktor 2 "*media print exposure*".

### 3. Uji validitas variabel *Media Literacy* (Y)

Table 4.12. *KMO Tingkat Media Literacy* (Y)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.789
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-df	366.230
	Sig.	.000



Tabel 4.12 di atas menunjukkan angka KMO = 0.789 (berada pada level sedang/cukup), dengan angka Bartlett's Test (Chi Square) = 366.230 dengan signifikansi 0.000. Dengan nilai KMO lebih besar dari 0.5 dan signifikansi <math>\alpha = 0.05</math>, maka variabel dan sampel sudah layak untuk dapat dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan *factor analysis*.

Table 4.13. A Measure of Sampling Adequacy (MSA)

MSA- Tingkat Media Literacy

Anti-Image Matrices

	ML1. Saya dapat membaca jumlah jam dalam memperoleh skor media.	ML2. Saya dapat membaca isi media yang sesuai untuk saya.	ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan.	ML4. Saya agak mudah berpengaruh oleh isi media.	ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan.	ML6. Semua acara Televisi dapat untuk anak-anak.	ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk anak-anak.	ML8. Saya berkeinginan untuk membuat orang-orang membaca media.	ML9. Semua media bermanfaat bagi saya.	ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik.	ML11. Saya mampu menggunakan media elektronik.	ML12. Media elektronik bermanfaat jika saya dapat menggunakannya.
Anti-Image Covariance	789	-.171	-.059	.017	-.012	-.005	-.074	.010	.019	-.090	-.021	-.122
ML1. Saya dapat membaca jumlah jam dalam memperoleh skor media.												
ML2. Saya dapat membaca isi media yang sesuai untuk saya.	-.171	.763	-.184	-.031	-.008	.036	-.078	-.032	-.033	.015	.010	.015
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan.	-.059	-.184	.740	.000	-.110	-.015	-.042	-.067	-.030	.015	-.047	-.100
ML4. Saya agak mudah berpengaruh oleh isi media.	.017	-.031	.000	.856	-.135	-.118	-.142	.040	.106	.047	.000	-.048
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan.	-.012	-.008	-.110	-.135	.719	-.007	-.050	-.017	-.114	-.046	-.114	-.066
ML6. Semua acara Televisi dapat untuk anak-anak.	-.005	.036	-.015	-.118	-.037	.943	-.018	.038	-.143	-.015	-.003	.007
ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk anak-anak.	.074	-.078	-.042	-.142	-.050	-.018	.790	-.120	.015	-.080	.074	-.123
ML8. Saya berkeinginan untuk membuat orang-orang membaca media.	.010	-.032	-.067	.040	-.017	.038	-.120	.903	.010	-.022	-.071	.000
ML9. Semua media bermanfaat bagi saya.	.019	-.033	-.030	.100	-.114	-.142	.015	.010	.871	-.133	-.044	.031
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik.	-.090	.015	.015	.047	-.046	-.035	-.080	-.092	-.103	.783	-.155	-.090
ML11. Saya mampu menggunakan media elektronik.	-.021	.010	-.047	.000	-.114	-.003	.074	-.071	-.044	-.105	.821	-.100
ML12. Media elektronik bermanfaat jika saya dapat menggunakannya.	-.122	.015	-.100	-.048	-.088	.007	-.123	.008	.033	-.099	-.100	.763
Anti-Image Correlation	.823	-.221	-.073	.021	-.017	-.008	-.093	.012	.023	-.122	-.063	-.162
ML1. Saya dapat membaca jumlah jam dalam memperoleh skor media.												
ML2. Saya dapat membaca isi media yang sesuai untuk saya.	-.221	.786	-.246	-.038	-.132	.042	-.101	-.039	-.040	.020	.013	.010
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan.	-.073	-.246	.823	-.001	-.153	-.018	-.055	-.106	-.048	.020	-.061	-.146
ML4. Saya agak mudah berpengaruh oleh isi media.	.021	-.038	-.001	.849	-.190	-.130	-.172	.045	.120	.058	.011	-.059
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan.	-.017	-.132	-.163	-.190	.821	-.045	-.067	-.021	-.144	-.061	-.148	-.117
ML6. Semua acara Televisi dapat untuk anak-anak.	-.008	.042	-.018	-.130	-.045	.871	-.021	.041	-.158	-.017	-.003	.008
ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk anak-anak.	.093	-.101	-.050	-.172	-.067	-.021	.799	-.142	.018	-.102	.002	-.162
ML8. Saya berkeinginan untuk membuat orang-orang membaca media.	.012	-.039	-.100	.045	-.021	.041	-.142	.784	.012	-.110	-.062	.011
ML9. Semua media bermanfaat bagi saya.	.023	-.040	-.048	.120	-.144	-.106	.018	.012	.869	-.188	-.052	.030
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik.	-.122	.020	.020	.058	-.061	-.017	-.102	-.110	-.185	.782	-.194	-.123
ML11. Saya mampu menggunakan media elektronik.	-.063	.013	-.051	.011	-.140	-.003	.092	-.082	-.052	-.194	.792	-.135
ML12. Media elektronik bermanfaat jika saya dapat menggunakannya.	-.162	.010	-.146	-.050	-.117	.008	-.162	.011	.039	-.125	-.135	.826

Measure of Sampling Adequacy (MSA)

Data pada tabel 4.13 di atas merupakan hasil uji yang dilakukan dengan memperhatikan angka MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Angka MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1, dengan kriteria sebagai berikut:

- $MSA = 1$ , variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- $MSA > 0.5$ , variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- $MSA < 0.5$ , variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Berdasarkan pada kriteria angka MSA di atas, maka keseluruhan indikator dari ML1 sampai dengan ML12 dapat dianalisis lebih lanjut, karena memiliki angka  $MSA > 0.5$ . Berdasarkan pada kriteria angka MSA di atas, maka keseluruhan indikator dari ML1 sampai dengan ML12 dapat dianalisis lebih lanjut, karena memiliki angka  $MSA > 0.5$ .

Table 4.14. *Communalities – Tingkat Media Literacy (Y)*

Communalities		
	Initial	Extraction
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	1.000	.374
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	1.000	.400
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	1.000	.416
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	1.000	.615
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	1.000	.476
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	1.000	.626
ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk aku	1.000	.417
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	1.000	.273
ML9. Semua media bermanfaat buatku	1.000	.559
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	1.000	.492
ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	1.000	.404
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik	1.000	.393

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel *Communalities* di atas menunjukkan proporsi dari total varian suatu variabel yang dinilai dari *common factors* (*SPSS Window Glossary*). Dalam tabel

tersebut terlihat bahwa indikator ML1 memiliki nilai *extraction* = 0.374, hal ini menunjukkan sebesar 37.4 persen varian indikator ML1 dapat dijelaskan oleh 3 faktor yang terbentuk (lihat Tabel 4.14). Demikian juga berlaku sama untuk indikator ML2 sampai dengan ML12.

Table 4.15. Tabel *Varianced Explained*

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.015	25.127	25.127	3.015	25.127	25.127	2.591	21.594	21.594
2	1.268	10.565	35.692	1.268	10.565	35.692	1.653	13.773	35.366
3	1.161	9.679	45.371	1.161	9.679	45.371	1.201	10.005	45.371
4	.968	8.067	53.438						
5	.928	7.737	61.175						
6	.862	7.182	68.357						
7	.776	6.469	74.826						
8	.707	5.889	80.715						
9	.604	5.031	85.745						
10	.595	4.958	90.704						
11	.571	4.761	95.465						
12	.544	4.535	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel 4.15 merupakan *Total Variance Explained*, pada *Initial Eigenvalues* (pada kolom total) menunjukkan 3 angka dengan nilai *Eigenvalues* lebih besar dari 1, yaitu faktor 1 dengan nilai 3.015, faktor 2 dengan nilai 1.268 dan faktor 3 dengan nilai 1.161, yang artinya adalah: faktor 1 mampu menjelaskan sebesar 25.127 persen dari total variasi ML1 sampai dengan ML12, faktor 2 mampu menjelaskan sebesar 10.565 persen dari total variasi ML1 sampai dengan ML12, dan faktor 3 mampu menjelaskan sebesar 9.679 persen dari total variasi ML1 sampai dengan ML12. Dengan demikian terdapat 3 (tiga) faktor yang terbentuk untuk variabel Tingkat *Media Literacy*. Dari 12 indikator yang dipergunakan, jumlah total varian yang dapat dijelaskan oleh 3 faktor yang terbentuk adalah 45.371 persen.

Table 4.16. Tabel Component Matrix

	Component Matrix <sup>a</sup>		
	1	2	3
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	.566	-.073	-.219
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk	.565	-.237	-.156
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	.627	-.112	-.101
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	.304	-.574	.440
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	.651	-.039	.225
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	.175	.093	.766
ML7. Tidak semua acara televisi baik	.544	-.347	-.018
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli	.372	.101	-.352
ML9. Semua media bermanfaat buatku	.315	.590	.335
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	.530	.456	-.057
ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	.488	.403	-.055
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya	.518	-.072	-.075

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Tabel 4.16 di atas menunjukkan 3 (tiga) faktor yang terbentuk di mana nilai indikator ML1, ML2, ML3, ML5, ML7, ML8, ML10, ML11 dan ML12 berada pada faktor 1. Sementara itu indikator ML9 berada pada faktor 2, ML4 dan ML6 masuk pada faktor 3 yang dibentuk sehingga menyulitkan interpretasi. Maka untuk mencapai struktur yang sederhana perlu dilakukan rotasi.

Table 4.17. *Rotated Component Matrix*

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	.573	.177	-.120
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	.631	.041	-.026
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	.618	.185	.011
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	.423	-.308	.584
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	.536	.298	.315
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	-.053	.252	.748
ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk aku	.631	-.050	.127
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	.355	.223	-.311
ML9. Semua media bermanfaat buatku	-.057	.703	.250
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	.273	.642	-.074
ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	.260	.576	-.068
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik	.586	.219	.026

Extraction Method: Principal Component Analysis. □ Rotation Met

a. Rotation converged in 6 iterations.

Hasil rotasi pada tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa pengujian dengan *factor analysis* terjadi pengelompokan variabel *Media Literacy* dalam 3 komponen, yaitu indikator ML1 – ML3, ML5, ML7-ML8, dan ML12 yang mengelompok pada faktor 1. Sedangkan indikator ML9 – ML11 mengelompok pada faktor 2, dan indikator ML4 dan ML6 mengelompok pada faktor 3. Berdasarkan hasil rotasi di atas terbentuk tiga faktor sebagai berikut: faktor 1 "*high media literacy*", faktor 2 "*medium media literacy*" dan faktor 3 "*low media literacy*".

#### 4.1.2. Uji Reabilitas.

Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat James.W. Grimm dan Paul R. Wozniak bahwa suatu indikator dikatakan *reliable* jika indikator tersebut memiliki pengukuran yang konsisten- yaitu jika ia mampu menghasilkan hasil pengukuran yang sama setiap kali digunakan (1990, hal.165).

Sedangkan suatu indikator dikatakan valid jika mampu mengukur konsep yang ingin diukur secara aktual dan akurat. Oleh karena suatu indikator dapat reliabel tapi tidak valid, maka *issue* validitas mempertanyakan mengenai makna suatu indikator terlepas dari seberapa konsisten *outcome* yang dihasilkannya. Dengan demikian pada umumnya pertama-tama seorang peneliti akan memastikan bahwa *value obtained* dengan menggunakan indikator *reliable*, dan kemudian memastikan lebih lanjut validitasnya. Dalam melakukannya peneliti dapat menerapkan beberapa metode.

Uji reliabilitas internal ini berguna untuk menganalisis konsistensi butir-butir pertanyaan/ pernyataan kuesioner, sehingga dapat diketahui tingkat kepercayaan alat/ instrumen tersebut. Suatu instrumen dikatakan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian reliabilitas menunjukkan hasil yang tetap. Dengan demikian, masalah reliabilitas instrumen berhubungan dengan masalah ketetapan hasil (*stability*).

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Dalam cara ini seseorang akan diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One shot* atau pengukuran sekali saja. Dengan cara ini, pengukuran dilakukan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi jawaban pertanyaan. Untuk mengukur reliabilitas ini kita dapat menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$ .

Untuk menguji reliabilitas alat ukur yang digunakan, dihitung koefisien alpha cronbach guna melihat *internal consistency*. *Internal consistency* sendiri dapat menjadi indikator sejauh mana homogenitas item-item dapat mengukur suatu variabel atau dimensi. Untuk itu dilakukanlah perbandingan nilai alpha cronbach tiap *item* dengan koefisien alpha keseluruhan set item yang akan diuji. Angka koefisien yang dianggap cukup memadai dan dapat dikatakan sudah baik adalah jika nilai koefisien lebih besar dari 0,6 (Maholtra; 1999, hal.282).

Adapun pengukuran reliabilitas variabel penelitian ini menggunakan metode "one shot".

Dalam penelitian ini ada 3 (tiga) konstruk yang diteliti:

### 1. Konstruk *Media Use*.

Dari hasil pengolahan item-item konstruk *Media Use* diperoleh hasil seperti tabel di bawah ini. Perhitungan ini didapat dengan menggunakan program SPSS.

Table 4.18

Reliability Statistics for Media Use

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.621	0.621	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MP1. Televisi /TV	33.84	14.270	0.427	0.275	0.569
MP2. Radio	33.86	14.327	0.426	0.337	0.569
MP3. Surat Kabar / Koran	33.40	14.932	0.303	0.294	0.594
MP4. Majalah	34.03	14.407	0.318	0.171	0.590
MP5. Musik	34.44	15.806	0.130	0.274	0.629
MP6. CD/ DVD Film	34.65	15.396	0.213	0.334	0.612
MP7. Handphone	34.16	14.461	0.323	0.191	0.589
MP8. Telepon Rumah	33.74	14.694	0.341	0.303	0.586
MP9. Komputer	33.68	14.900	0.293	0.137	0.595
MP10. Playstation/ Sega	34.98	16.612	0.042	0.137	0.641
MP11. Internet	33.94	14.530	0.277	0.149	0.599

Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel *Media Use* pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian *Cronbach Alpha* sebesar 0.621. Nilai tersebut

berada di atas standar pengujian yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0.60, sehingga konstruk pertanyaan variabel *Media Use* dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

## 2. Konstruk *Media Exposure*.

Dari hasil pengolahan item-item konstruk *Media Exposure* diperoleh hasil seperti tabel di bawah ini. Perhitungan ini didapat dengan menggunakan program SPSS.

Table 4. 19

Reliability Statistics					
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items		N of Items		
.643	.647		6		

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ME1. Saya menonton TV setiap hari	16.41	5.210	.569	.386	.517
ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	16.31	5.957	.329	.156	.618
ME4. Saya membaca buku setiap hari	15.00	6.837	.240	.071	.642
ME5. Saya membaca majalah setiap hari	16.15	6.603	.163	.038	.682
ME6. Saya menggunakan internet setiap hari	16.62	5.786	.457	.332	.568
ME7. Saya main video games setiap hari	16.58	5.703	.532	.411	.543

Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel *Media Exposure* pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian *Cronbach Alpha* sebesar 0.643. Nilai tersebut berada di atas standar yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0.60, sehingga konstruk pertanyaan variabel *Media Exposure* dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

## 3. Konstruk Tingkat *Media Literacy*.

Dari hasil pengolahan item-item konstruk Tingkat *Media Literacy* diperoleh hasil seperti tabel di bawah ini. Perhitungan ini di dapat dengan menggunakan program SPSS.



Table 4.20

## Reliability Statistics for Tingkat Media Literacy

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.703	0.707	12

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	45.90	7.948	0.397	0.211	0.676
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	45.85	7.986	0.377	0.237	0.679
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	46.02	7.933	0.449	0.260	0.671
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	46.18	8.739	0.211	0.134	0.699
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	45.98	7.312	0.494	0.281	0.658
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	46.61	8.381	0.123	0.057	0.724
ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk aku	45.87	7.982	0.380	0.210	0.679
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	46.19	8.697	0.245	0.097	0.696
ML9. Semua media bermanfaat buatku	46.19	8.686	0.246	0.129	0.696
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	46.57	7.388	0.388	0.217	0.677
ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	46.33	7.688	0.350	0.179	0.684
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik	45.88	7.598	0.450	0.247	0.667

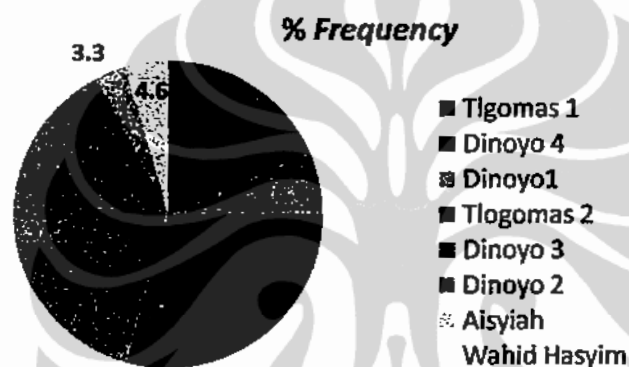
Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian *Cronbach Alpha* sebesar 0.703. Nilai tersebut berada di atas standar yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0.60, sehingga konstruk pertanyaan variabel Tingkat *Media Literacy* dalam penelitian ini dapat dinyatakan *reliabel*.

## 4.2. Statistik Deskriptif

### 4.2.1. Karakteristik Responden

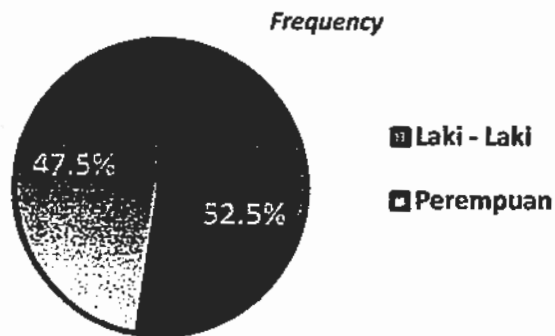
Responden adalah siswa-siswi yang duduk di bangku Sekolah Dasar kelas IV dan V di kota Malang, kecamatan Lowokwaru yang mendapatkan kurikulum "Pendidikan Media". Pada saat penelitian dilakukan terdapat 8 (delapan) sekolah dasar yang diikutsertakan dalam penelitian ini (daftar sekolah terlampir). Responden sebanyak 241 dipilih secara random mewakili delapan sekolah tersebut.

Berikut ditampilkan tabel-tabel yang terbagi dalam beberapa kategori yang merupakan hasil analisis data dalam bentuk *distribusi frekuensi* tabel tunggal :



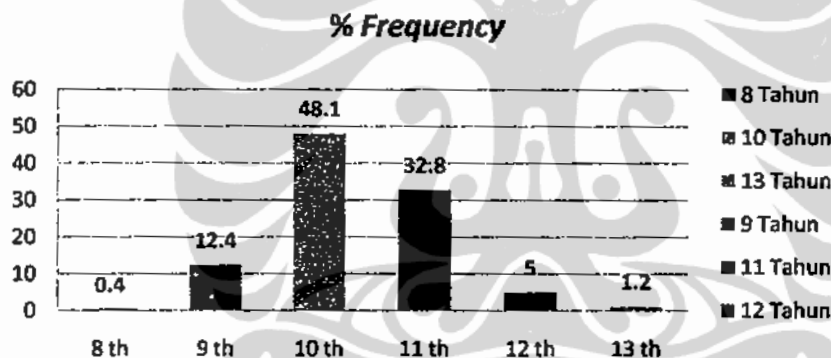
Gambar.4.1.Perbandingan Responden per Sekolah

Gambar 4.1 diatas merupakan tabel frekuensi yang menunjukkan pembagian responden pada masing-masing sekolah. Responden dipilih random pada setiap sekolah secara proposional, dengan mempertimbangkan jumlah populasi dalam setiap sekolah (data terlampir). Berdasarkan data pada tabel dapat diketahui bahwa responden terbesar berada pada sekolah Dinoyo 2 yaitu sebanyak 91 anak (37.8 %) dan pada posisi kedua dengan responden terbesar berada pada Sekolah Tlogomas 2 dengan jumlah 58 anak (23.2%). Sedangkan responden dengan jumlah terkecil terdapat pada sekolah Aisyiah sebanyak 8 anak (3.3 %) dan Wahid Hasyim sebanyak 11 anak (4.6 %).



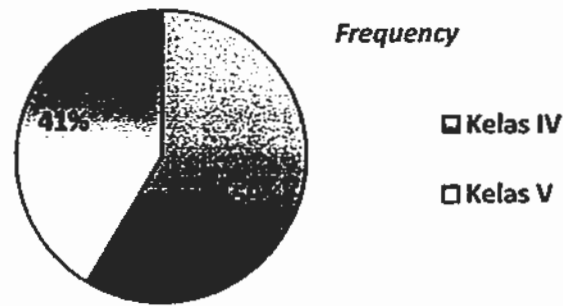
Gambar.4.2. Perbandingan Jenis Kelamin Responden

Pada gambar 4.2 di atas menunjukkan perbandingan jenis kelamin responden. Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada frekuensi kedua jenis kelamin responden, namun demikian jumlah responden laki-laki lebih besar dibanding responden perempuan.



Gambar. 4.3. Perbandingan Usia Responden

Gambar 4.3 di atas menunjukkan *range* usia responden penelitian ini. Berdasarkan data di atas terlihat bahwa rata-rata responden penelitian ini berusia antara 9 – 12 tahun, dengan persentase terbesar berada pada usia 10 tahun (48.1%) dan 11 tahun (32.8 %). Meskipun siswa yang menjadi responden hanya berasal dari dua tingkatan kelas namun *range* umur responden cukup lebar yaitu antara 8 sampai dengan 13 tahun, kondisi tersebut disebabkan oleh keberagaman usia masuk SD sehingga ada anak yang sudah kelas 4 SD namun masih berusia 8 tahun dan juga ada beberapa siswa yang tinggal kelas atau masuk SD pada usia 8 tahun sehingga meskipun sudah berusia 12 dan 13 tahun mereka masih duduk di kelas 5 SD.



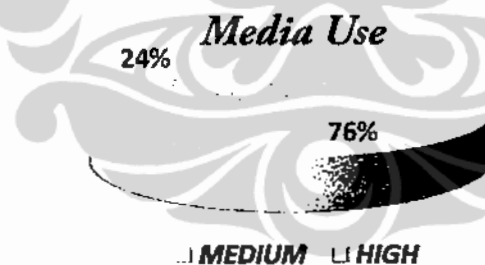
Gambar.4. 4. Proporsi Kelas Responden

Berdasarkan data pada gambar 4.4 di atas, terlihat bahwa mayoritas responden penelitian duduk di kelas IV (empat) SD. Namun perbandingannya dengan responden yang duduk di kelas V (lima) SD tidak terlalu signifikan. *Range* usia anak yang duduk di kelas empat berkisar antara 10 tahunan, maka responden penelitian pada usia ini mendominasi jika dibandingkan dengan anak-anak dengan usia lain dalam penelitian ini.

#### 4.2.2. Karakteristik Khusus Responden

##### 4.2.2.1. Tingkat *Media Use*

Dari hasil uji regresi berganda secara kumulatif terhadap semua variabel dalam penelitian ini, dilakukan *scoring* untuk mengklasifikasikan *media use*, *media exposure* dan *media literacy* anak-anak sebagai berikut:

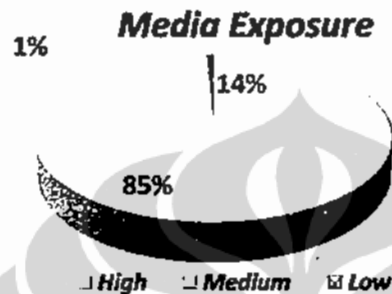


Gambar. 4. 5. *Media Use* Responden

Hasil pengkategorian *media use* pada gambar 4.5 di atas, didapatkan dengan cara mengkalikan skor terendah (skor 1) dan skor tertinggi (skor 5) skala likert secara terpisah dengan jumlah item pertanyaan variabel *media use* pada kuisioner sebanyak 11 pertanyaan. Dari hasil perkalian ini dihasilkan *range* 11 – 55, dengan *mean* 15. Kemudian skor 11 (skor terendah) dijumlah dengan nilai *mean* (dan seterusnya untuk tiap tingkatan kelas) hingga menghasilkan tiga

pengkategorian kelas: *low* (skor 11-25), *medium* (skor 26-40) dan *high* (skor 41-55). Namun data responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kategori *Media Use* responden hanya terbagi menjadi dua, yaitu *medium* dan *low*. Berdasarkan gambar 4.5 dapat terlihat mayoritas responden berada pada tingkat *medium Media Use*.

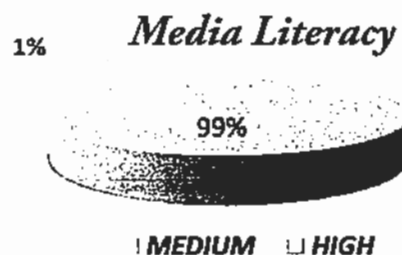
#### 4.2.2.2. Tingkat *Media Exposure*



Gambar. 4.6. *Media Exposure* Responden

Pengkategorian *media exposure* pada gambar 4.6 didapatkan dengan mengkalikan skor terendah (skor 1) dan skor tertinggi (skor 5) skala likert secara terpisah dengan jumlah item pertanyaan variabel *media exposure* pada kuisioner sebanyak 6 pertanyaan. Dari hasil perkalian ini dihasilkan *range* 6 – 30, dengan *mean* 8. Kemudian skor 6 dijumlah dengan nilai *mean* (dan seterusnya untuk tiap tingkatan kelas) hingga menghasilkan tiga pengkategorian kelas: *low* (skor 6-13), *medium* (skor 14-22) dan *high* (skor 23-30). Dari *chart* di atas terlihat bahwa kategori tingkat *Media Exposure* dari responden penelitian terbagi menjadi tiga tingkatan, yaitu *low*, *medium* dan *high*, dengan mayoritas responden berada pada tingkat *medium*.

#### 4.2.2.3. Tingkat *Media Literacy*

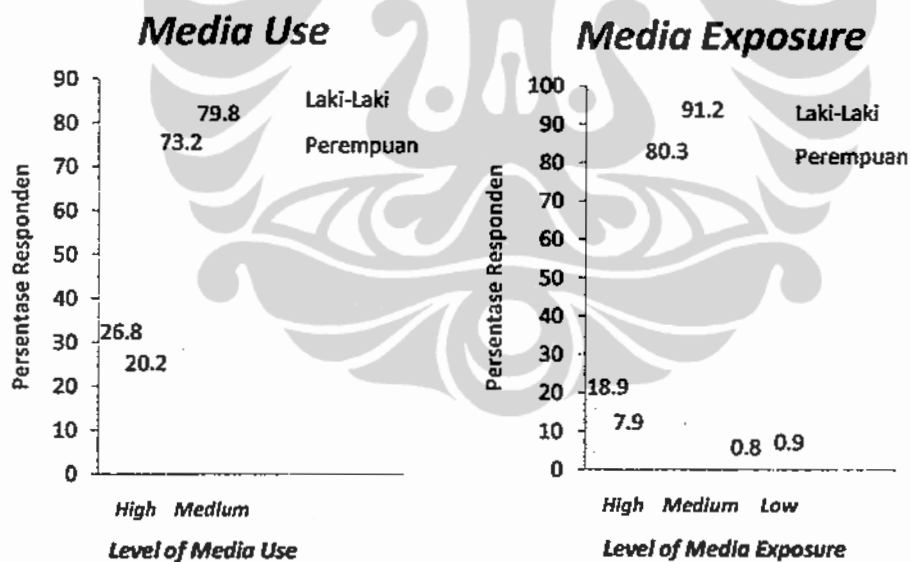


Gambar.4.7. *Media Literacy* Responden

Pengkategorian *media literacy* pada gambar 4.6 didapatkan dengan mengkalikan skor terendah (skor 1) dan skor tertinggi (skor 5) skala likert secara terpisah dengan jumlah item pertanyaan variabel *media literacy* pada kuisioner sebanyak 12 pertanyaan. Dari hasil perkalian ini dihasilkan *range* 12 – 60, dengan *mean* 16. Kemudian skor 12 dijumlah dengan nilai *mean* (dan seterusnya untuk tiap tingkatan kelas) hingga menghasilkan tiga pengkategorian kelas: *low* (skor 12-27), *medium* (skor 28-44) dan *high* (skor 45-60). Namun data responden pada *chart* 4.7 di atas menunjukkan pembagian tingkatan terbagi dalam dua tingkatan: *medium* dan *high*, dengan persentase terbesar pada tingkatan *high Media Literacy*.

#### 4.2.2.4. Tabulasi Silang Antara Variabel *Media Use*, *Media Exposure* dan Tingkat *Media Literacy* dengan Jenis Kelamin Responden.

Chart Crostabulasi *Media Use* dengan Jenis Kelamin



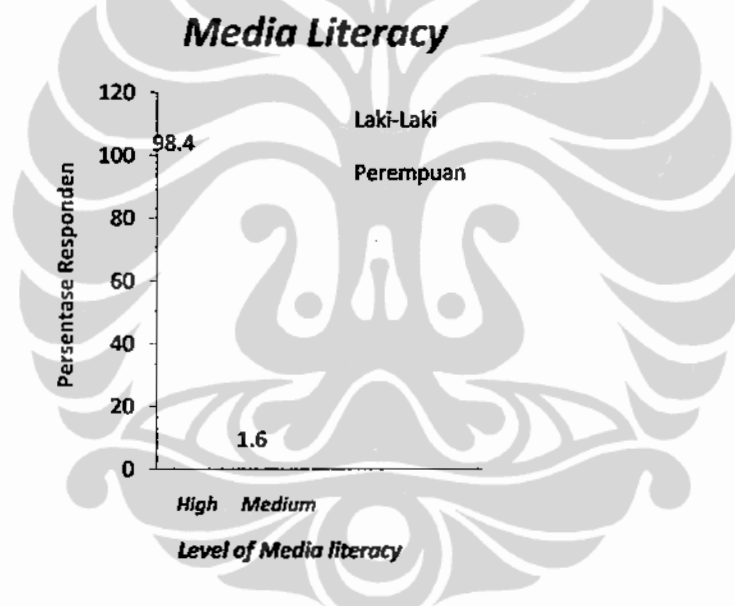
Gambar.4.8. *Media Use Based on Gender*

Gambar4.9. *Media Exposure Based on Gender*

Chart *Media Use* di atas menunjukkan bahwa *media use* responden berdasarkan jenis kelaminnya terbagi menjadi dua kategori, yaitu *high* dan *medium*. Berdasarkan jenis kelaminnya, mayoritas responden baik laki-laki

maupun perempuan berada pada tingkat *medium media use*. Pada responden laki-laki skor tingkat *media use* pada *level high* melebihi skor tingkat responden perempuan. Namun kebalikannya pada tingkat *media use medium*, skor responden perempuan melebihi responden laki-laki.

Chart 4.9. di atas menunjukkan bahwa skor *media use* responden terbagi menjadi 3 tingkat, yaitu *high*, *medium* dan *low*, dimana mayoritas skor *Media exposure* responden berada pada tingkat *medium* yang berlaku sama pada kedua jenis kelamin responden. Pada tingkat *high media exposure*, skor responden perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan responden laki-laki. Sedangkan pada tingkat *medium*, skor *media exposure* responden perempuan lebih tinggi dari responden laki-laki.

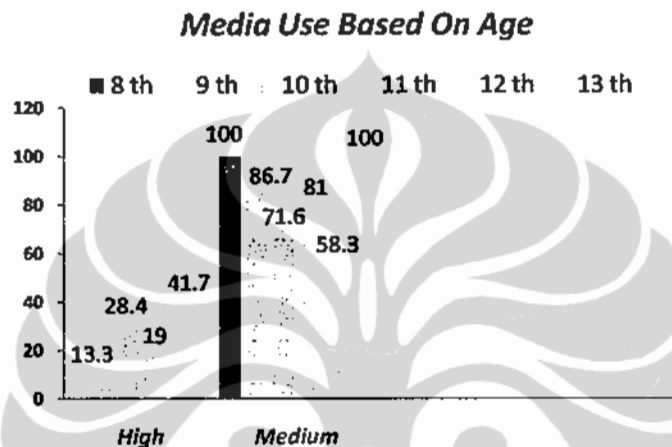


Gambar 4.10. *Media Literacy Responden*

Berdasarkan *chart* 4.10 di atas, terlihat kategori tingkat *media literacy* responden terbagi menjadi dua kategori, yaitu tingkat *high* dan *medium*. Mayoritas responden baik laki-laki maupun perempuan berada pada *level high*, dengan skor tertinggi berada pada responden perempuan. Dari *chart* tersebut juga terlihat bahwa sebagian kecil responden laki-laki berada pada *level medium*, sedangkan keseluruhan responden perempuan berada pada *level media literacy* tinggi.

**4.2.2.5. Tabulasi Silang Antara Variabel *Media Use*, *Media Exposure* dan tingkat *Media Literasi* dengan Usia responden.**

Dari hasil *crossstab* antara ketiga variabel dalam penelitian ini dengan usia responden yang terdiri dari : 8 tahun, 9 tahun, 10 tahun, 11 tahun, 12 tahun, dan 13 tahun, di hasilkan *chart* seperti dibawah ini.

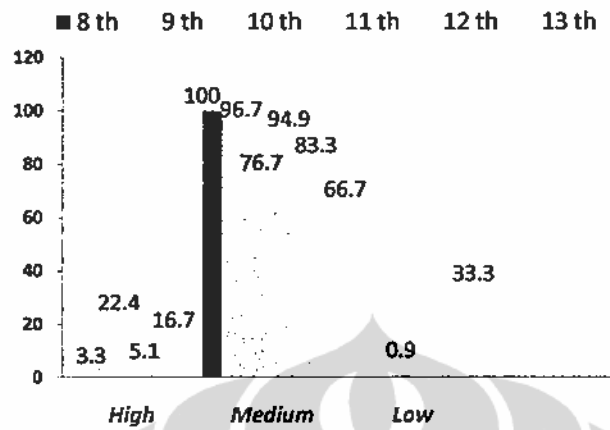


**Gambar 4.11. Media Use Based on Age**

Dari *chart* 4.11 di atas terlihat bahwa berdasarkan usia responden, tingkat *media use* terbagi menjadi dua kategori, yaitu *high* dan *medium*. Mayoritas responden berada pada level *medium media use*, dengan persentase tertinggi berada pada usia 8 tahun dan 13 tahun, namun hal ini memungkinkan karena jumlah responden yang berusia 8 tahun dan 13 tahun sedikit jumlahnya. Pada level *high media use*, persentase tertinggi responden berada pada usia 12 tahun dan 10 tahun.



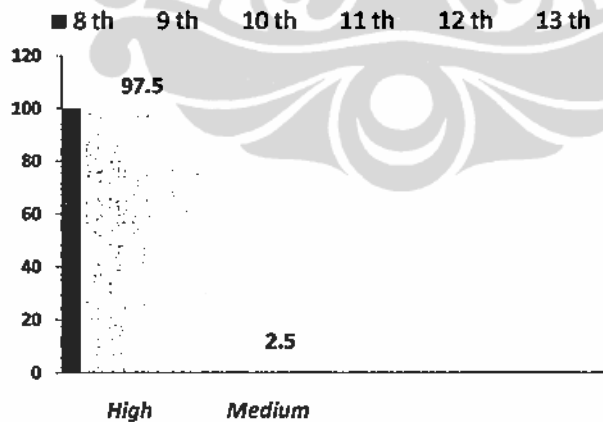
### Media Exposure Based On Age



Gambar 4.12. Media Exposure Based on Age

Pada chart 4.12 di atas, *media exposure* responden terbagi dalam tiga kategori, yaitu *high*, *medium* dan *low*. Mayoritas responden berada pada *level medium*, dengan presentase tertinggi berada usia 8 tahun, 11 tahun dan 12 tahun. Pada level *high media exposure* di dominasi oleh responden berusia 10 tahun dan 12 tahun, sedangkan pada *level low* didominasi oleh responden berusia 13 tahun.

### Media Literacy Based On Age

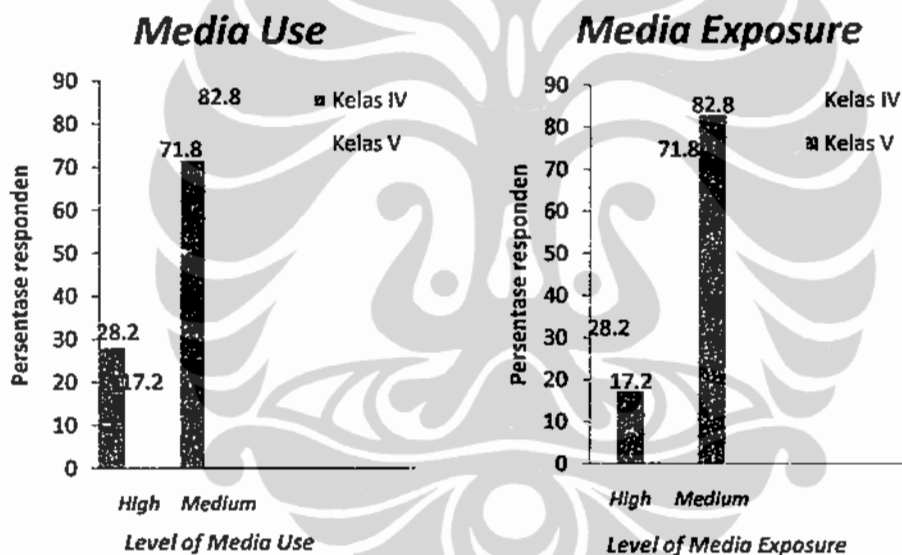


Gambar 4.13. Media Literacy Based on Age

Dari chart *media literacy* di atas, terlihat bahwa hasil skoring membagi responden berdasarkan level *media literacy high* dan *medium*. Dari chart terlihat bahwa mayoritas responden dari semua usia berada pada level *high*, kecuali sebagian kecil responden berusia 11 tahun yang masih terbagi ke dalam tingkat *media literacy medium*.

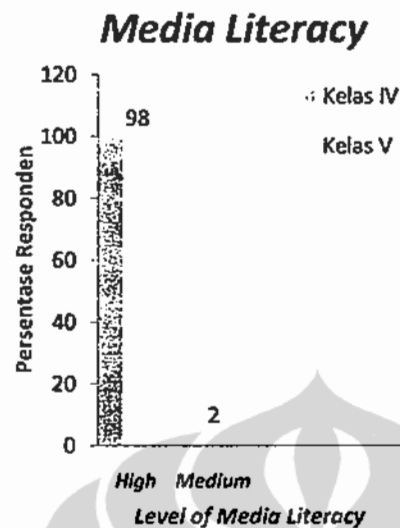
#### 4.2.2.6. Tabulasi Silang Antara Variabel *Media Use*, *Media Exposure* dan Tingkat *Media Literasi* dengan Tingkat Kelas responden.

Dari hasil *crosstab* antara ketiga variabel dalam penelitian ini dengan kelas responden yang terdiri dari : kelas IV dan kelas V SD, di hasilkan chart seperti dibawah ini.



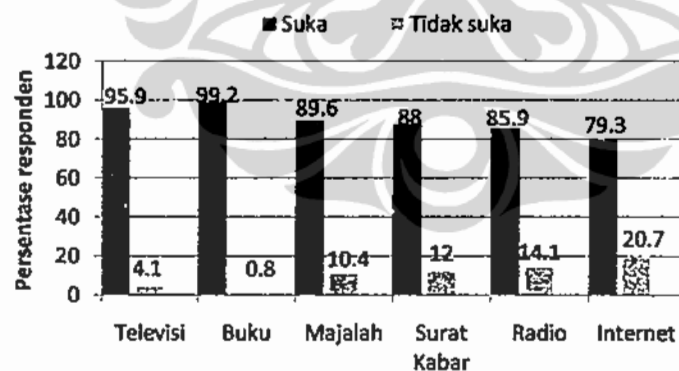
Gambar 4.14. *Media Use Based on Level of Class*      Gambar 4.15. *Media Exposure Based on Level of Class*

Data pada *chart media use* di atas berdasarkan pembagian kelas, terbagi menjadi dua kategori, yaitu *high* dan *medium*, dengan mayoritas responden dari kelas 4 dan 5 berada pada level *media use* yang *medium*. Sedangkan data *chart media exposure* di atas, terbagi menjadi dua kategori yaitu *high* dan *medium*, dengan mayoritas responden kelas IV dan V berada pada level *media exposure medium*.



Gambar 4.16. *Media Literacy Based on Class*

Berdasarkan chart 4.16 di atas hasil skoring terhadap variabel *media literacy* dengan tingkatan kelas responden menghasilkan dua kategori tingkat *media literacy*, yaitu *high* dan *medium*. Mayoritas responden, baik yang duduk di kelas IV maupun kelas V SD berada pada tingkat *high*, akan tetapi 2 persen dari responden kelas V berada pada *level media literacy medium*.



Gambar 4.17 *Media Preference*

Chart 4.17 di atas, menunjukkan jenis media yang disukai dan tidak disukai anak-anak. Berdasarkan data *chart*, terlihat bahwa buku merupakan media yang paling disukai anak-anak, sedangkan televisi menduduki peringkat kedua

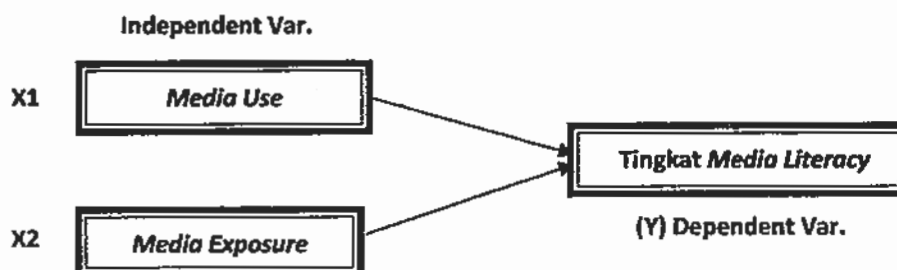
dan majalah di peringkat ketiga. Data juga menunjukkan internet sebagai media yang paling tidak disukai anak-anak, diikuti oleh radio, surat kabar dan majalah. Dengan demikian pada responden penelitian, dominasi televisi sebagai medium tidak berlaku, karena data menunjukkan media cetak (buku, majalah, surat kabar) sebagai media yang paling disukai oleh anak-anak. Sedangkan terkait dengan internet sebagai media yang paling tidak disukai oleh anak-anak kemungkinan disebabkan oleh berbagai hambatan dalam mengakses medium tersebut seperti: *skill* dan *access*.

#### 4.3. Pengujian Regresi Model Dasar Variabel *Media Use* (X1) dan Variabel *Media Exposure* (X2) dengan Variabel Tingkat *Media Literacy* (Y)

Pengujian model dalam penelitian ini dilakukan dengan metode regresi berganda (*Multiple regression*) yang diolah dengan SPSS. Metode regresi berganda merupakan suatu teknik statistik yang secara simultan membangun hubungan matematis di antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen berskala interval (Maholtra; 1999, hal.538). Regresi berganda melibatkan *single dependent variable* dan dua atau lebih variabel independen. Regresi berganda memiliki model sebagai berikut :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k$$

Berikut merupakan Model dasar /pola hubungan yang akan diuji regresi berganda dalam penelitian ini:



Gambar 4.18. Model Dasar Pola Hubungan Antar Variabel

### Analisis Regresi

Dari hasil penghitungan diperoleh hasil regresi seperti tabel di bawah ini:

Table 4. 21

Variables Entered/Removed			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

Dalam pengujian regresi ini digunakan metode entered. Pengujian regresi melibatkan variabel dependen (Y) variabel Tingkat *Media Literacy* dan variabel Independen (X1) *Media Use* dan (X2) *Media Exposure*.

Table 4.22

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.327 <sup>a</sup>	.107	.099	2.89491

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

Dalam Tabel 4.22 di atas merupakan tabel *model summary* yang menunjukkan angka *R Square* atau koefisien determinasi sebesar 0.107 yang berarti 10.7 persen variabel Tingkat *Media Literacy* dapat dijelaskan oleh variabel *Media Use* dan *Media Exposure* secara kumulatif. Sedangkan sisanya sebesar 89.3 persen ( $100\% - 10.7\% = 89.3\%$ ) dari variabel Tingkat *Media Literacy* dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar hasil penelitian ini, hal ini berarti bahwa *media use* dan *media exposure* merupakan *necessary condition* bagi variabel tingkat *media literacy*. Dengan demikian *media use* dan *media exposure* merupakan kondisi yang diperlukan bagi munculnya suatu gejala lain (dalam hal ini adalah tingkat *media literacy*). Tingkat *media literacy* tidak akan muncul (terjadi) tanpa adanya *media use* dan *media exposure*, tetapi hanya dengan *media use* dan *media exposure* saja, tingkat *media literacy* juga tidak akan muncul.

Dengan demikian peran variabel *media use* dan *media exposure* terhadap variabel tingkat *media literacy* tidak dominan. *Standar Error of Estimate* (SEE)

sebesar 2.89491. Semakin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen- Tingkat *Media Literacy*.

Hasil uji regresi berganda ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan peran *media use* dan *media exposure* dalam menjelaskan tingkat *media literacy*. Lloyd-Kolkin (1980) yang menyatakan bahwa *media literacy* memerlukan suatu kemampuan untuk mengevaluasi *media use* individu, misalnya: untuk mengakses ketika individu menggunakan media dan membandingkan *media use* seseorang dengan lainnya. Suatu studi mengenai *media use* mengungkapkan bahwa habit dari *media use* terbentuk oleh penggunaan media dan dapat dikategorikan sebagai suatu ritual (kebiasaan), pengalihan (*diversion*), atau instrument untuk tujuan informatif (Bryant & Zillman, 1994), dengan demikian *media use* dapat menunjukkan habit anak-anak untuk kemudian diukur tingkat *media literacy* nya. Sementara itu James Potter menyatakan bahwa upaya untuk meningkatkan *media literacy* dapat dilakukan dengan memaksimalkan *filtering task*, dengan demikian individu harus secara rutin memeriksa habit dari *media exposure*nya (2007, hal.39).

Table 4.23

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	238.190	2	119.095	14.211	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1994.565	238	8.381		
	Total	2232.755	240			

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

b. Dependent Variable: Media Literasi

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 14.211 dengan probabilitas (sig) 0.000. Uji ANOVA atau F test pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen- *Media Use* dan *Media Exposure* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* (variabel dependen). Dengan kata lain uji F ditujukan untuk melihat atau memprediksi apakah persamaan yang akan dibuat baik atau tidak dalam membentuk persamaan regresi secara keseluruhan, namun uji F tidak menjamin semua variabel signifikan.

Pengujian Hipotesis:

Ho : semua parameter dalam model sama dengan nol (artinya apakah semua variabel *Media Use* (X1) dan *Media Exposure* (X2) bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* (Y).

Ha : tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol (artinya apakah semua variabel *Media Use* (X1) dan *Media Exposure* (X2) merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* (Y).

Untuk dapat melakukan pengujian terhadap hipotesis di atas digunakan pedoman sebagai berikut : Sig  $\leq \alpha$  maka Ho ditolak

Sig  $> \alpha$  maka Ho tidak ditolak

Dengan memperhatikan output SPSS pada tabel 4.22 di atas, diperoleh nilai probabilitas (Sig) = 0.000. Oleh karena nilai Sig (0.000)  $< \alpha$  (0.05), maka Ho ditolak, dengan demikian tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol yang artinya bahwa semua variabel *Media Use* (X1) dan *Media Exposure* (X2) merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* (Y). Maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi terhadap variabel dependen (Y) *Media Literacy* atau dapat dikatakan bahwa variabel independen (X1) *Media Use*; (X2) *Media Exposure* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) Tingkat *Media Literacy*.

Table 4.24 Correlations

		Media Literasi	Media Exposure	Media Use
Pearson Correlation	Media Literasi	1.000	0.277	0.197
	Media Exposure	0.277	1.000	0.087
	Media Use	0.197	0.087	1.000
Sig. (1-tailed)	Media Literasi		0.000	0.001
	Media Exposure	0.000		0.090
	Media Use	0.001	0.090	
N	Media Literasi	241	241	241
	Media Exposure	241	241	241
	Media Use	241	241	241

Table 4.25 Hasil Koefisien Uji Regresi

		Coefficients(a)		t	Sig.	
		Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.102	2.034		19.714	0.000
	Media Exposure	0.280	0.066	0.261	4.251	0.000
	Media Use	0.127	0.045	0.174	2.837	0.005

a. Dependent Variable: Media Literasi

### Uji Multicolinearitas

Uji Multicolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (yaitu variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen dengan nol). Dengan demikian untuk menguji ada atau tidaknya multicolinearitas dalam model regresi dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut:

1. Nilai Tolerance dan lawannya.
2. *Variance Inflation Factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana, setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Sehingga nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi ( $VIF = 1/\text{Tolerance}$ ). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multicolinearitas adalah nilai Tolerance  $< 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$  (Imam Ghozali; 2005).



Table 4.26 Coefficients(a)

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Media Exposure	0.992	1.008
	Media Use	0.992	1.008

Berdasarkan data pada tabel di atas, dari parameter *collinearity statistic*, dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai Tolerance  $< 0.10$  } terdapat-  
 VIF  $> 10$  } multicollinearitas

Oleh karena nilai tolerance dan VIF untuk *media use* (X1) dan *media exposure* (X2) sbb:

0.992  $> 0.10$  } maka tidak terdapat multicollinearitas  
 1.008  $< 10$  } maka tidak terdapat multicollinearitas

di antara ke dua variabel independen dalam penelitian ini.

#### Uji T

Sedangkan Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat dua pasang variabel yaitu:

#### 1. Variabel Tingkat *Media Literacy* (Y) dan Variabel *Media Use* (X1)

Ho : Suatu parameter sama dengan nol (artinya variabel *Media Use* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* ( $r_{xy} = 0$ )).

Ha : Suatu parameter tidak sama dengan nol (artinya variabel *Media Use* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* ( $r_{xy} \neq 0$ )).

Pengujian hipotesis statistik dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut: Sig  $\leq \alpha$  maka Ho ditolak

Sig  $> \alpha$  maka Ho tidak ditolak

Dengan memperhatikan output SPSS pada tabel 4.23 di atas, diketahui Sig = 0.005. Oleh karena nilai Sig (0.005)  $< \alpha$  (0.05), maka Ho ditolak, dengan

demikian parameter secara simultan tidak sama dengan nol ( $rx_y \neq 0$ ); yang artinya variabel *Media Use* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy*. Dengan demikian variabel dependen (Y) Tingkat *Media Literacy* dipengaruhi oleh variabel Independent (X1) *Media Use* secara signifikan.

## 2. Variabel Tingkat *Media Literacy* (Y) dan Variabel *Media Exposure* (X2)

Ho : Suatu parameter sama dengan nol (artinya variabel *Media Exposure* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* ( $rx_y = 0$ ).

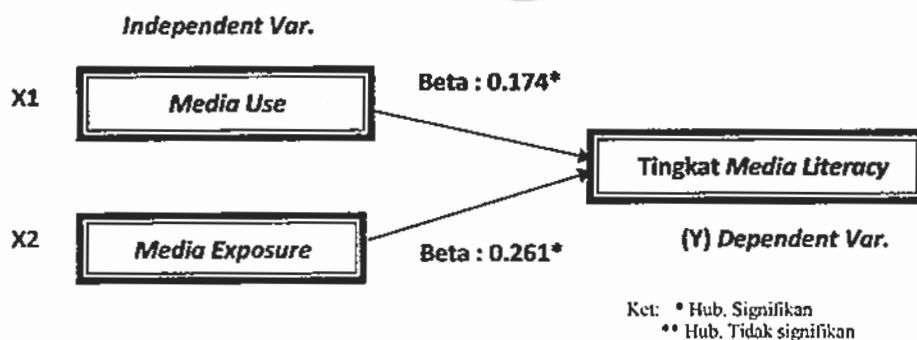
Ho : Suatu parameter tidak sama dengan nol (artinya variabel *Media Exposure* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* ( $rx_y \neq 0$ ).

Pengujian hipotesis statistik dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:  $Sig \leq \alpha$  maka Ho ditolak

$Sig > \alpha$  maka Ho tidak ditolak

Dengan memperhatikan output SPSS pada tabel 4.23 di atas, diketahui  $Sig = 0.000$ . Oleh karena nilai  $Sig (0.000) < \alpha (0.05)$ , maka Ho ditolak, dengan demikian parameter secara simultan tidak sama dengan nol ( $rx_y \neq 0$ ); yang artinya variabel *Media Exposure* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy*. Dengan demikian variabel dependen (Y) Tingkat *Media Literacy* dipengaruhi oleh variabel Independent (X2) *Media Exposure* secara signifikan.

Berdasarkan hasil uji t di atas, maka model dasar regresi berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut:



Gambar 4.19. Model Dasar Pola Hubungan Antar Variabel

Dengan memperhatikan kedua pengujian hipotesis di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang ada dalam penelitian ini ( $X_1$ ) *Media Use* dan ( $X_2$ ) *Media Exposure* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ) *Tingkat Media Literacy*. Pernyataan ini diperkuat dengan persamaan garis regresi yang terbentuk :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

$$Y = 0.174X_1 + 0.261X_2$$

Atau

$$\text{Adoption} = 0.174 \text{ Media Use} + 0.261 \text{ Media Exposure}$$

Hal ini berarti bahwa:

- Variabel *media use* ( $X_1$ ) sebesar 0.174  
Tanda b '+' berarti hubungan *media use* dan tingkat *media literacy* adalah positif atau setiap penambahan/penurunan skor *Media Use* sebanyak 10 poin akan meningkatkan/menurunkan skor *Tingkat Media Literacy* sebanyak 1.74 poin. Atau kenaikan *media use* 10 % akan meningkatkan tingkat *media literacy* sebesar 1.74 %.
- Variabel *media exposure* ( $X_2$ ) sebesar 0.261  
Tanda b '+' berarti hubungan *media exposure* dan tingkat *media literacy* adalah positif atau setiap penambahan/penurunan skor *Media exposure* sebanyak 10 poin akan meningkatkan/ menurunkan skor *Tingkat Media Literacy* sebanyak 2.61 poin. Atau kenaikan/turunnya *media use* 10 % akan meningkatkan/mengurangi tingkat *media literacy* sebesar 2.61 %.

Dengan demikian maka dalam membuat prediksi terhadap tingkat *media literacy* anak-anak, dapat menggunakan variabel *media use* dan *media exposure*. Hasil regresi di atas menunjukkan hubungan positif antar variabel, sehingga anak yang *media use* nya tinggi maka tingkat *media literacy* nya tinggi (begitu juga sebaliknya). Disamping itu setiap anak yang *media use* nya meningkat maka tingkat *media literacy* nya meningkat. Hubungan positif ini sesuai dengan definisi *media use* oleh PBS organization (2005) yang menyatakan *media use* sebagai cara khalayak dalam berinteraksi dengan media, sehingga terkait dengan tingkat *media*

*literacy* yang fokus pada *how to take control over media messages*. Disamping itu, dalam hal ini anak-anak dengan *media use* yang digunakan secara aktif dan dengan suatu tujuan tertentu— sehingga mampu menggambarkan kegunaan (*utility*), maksud (*intention*), penyeleksian (*selectivity*), dan keterlibatan (*involvement*) mereka menggambarkan tingkat *media literacy*, karena menekankan pada sikap kritis dalam *media use* nya.

Keterkaitan antara *media use* dengan tingkat *media literacy* ini semakin diperkuat oleh pendapat Lloyd-Kolkin (1980) yang menyatakan bahwa *media literacy* memerlukan suatu kemampuan untuk mengevaluasi *media use* individu, misalnya: untuk mengakses ketika individu menggunakan media dan membandingkan *media use* seseorang dengan lainnya. Disamping itu suatu studi mengenai *media use* mengungkapkan bahwa habit dari *media use* terbentuk oleh penggunaan media dan dapat dikategorikan sebagai suatu ritual (kebiasaan), pengalihan (*diversion*), atau instrument untuk tujuan informatif (Bryant & Zillman, 1994), dengan demikian *media use* dapat menunjukkan habit anak-anak untuk kemudian diukur tingkat *media literacy* nya.

Selain itu, hasil regresi di atas menunjukkan hubungan positif antar variabel, sehingga anak yang *media exposure* nya tinggi maka tingkat *media literacy* nya tinggi. Hubungan positif ini sesuai dengan pendapat Renee Hobbs: "*Media literacy is also justified by acknowledging the sheer quantity of media exposure in the lives of children and youth, where entertainment and popular culture messages serve as an agent of socialization*" (Renee Robbs, hal.2). Dengan mengetahui pola *media exposure* dan *media use* dari anak-anak kita dapat memprediksi tingkat *media literacy* mereka. James Potter menekankan bahwa, semakin tinggi tingkat *media literacy* seseorang semakin besar kemampuannya dalam menguraikan pesan-pesan media yang kompleks. Sebaliknya, individu dengan tingkat media literasi yang rendah berada pada kondisi "*mindless state*" saat *viewing*, sehingga mereka tidak secara aktif memproses pesan media pada saat *media exposure* berlangsung (Potter; 1998, hal.7). Oleh karena itu maka jika *media exposure* rendah maka tingkat *media literacy* nya rendah. Semakin individu tergerak oleh *habit* dan semakin sempit *experience base* seseorang, maka semakin sedikit opsi yang dapat terpikirkan. Oleh karena itu meningkatkan *media literacy*

membutuhkan individu untuk memperluas *base of experience* sehingga ia dapat menerima lebih banyak pilihan mengenai orang, bagaimana untuk menghabiskan waktu, dan mengenai berbagai reaksi emosional.

#### 4.4 Uji Regresi Split Variabel *Media Use* (X1) dan *Media Exposure* (X2) dengan Variabel (Y) Tingkat *Media Literacy* Berdasarkan Jenis Kelamin dan Kelas Responden:

Selain uji regresi untuk model dasar, dilakukan pula uji regresi dengan *split* guna melihat model dasar berdasarkan jenis kelamin dan kelas dari responden penelitian. Dari hasil uji regresi tersebut, didapatkan hasil sebagai berikut:

##### 1. Jenis Kelamin

Table 4.27 *Variables Entered/Removed*

Variables Entered/Removed				
Jenis kelamin	Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
Laki-laki	1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter
Perempuan	1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

Dalam pengujian regresi ini digunakan metode entered. Pengujian regresi melibatkan variabel dependen (Y) variabel Tingkat *Media Literacy* dan variabel Independen (X1) *Media Use* dan (X2) *Media Exposure*.

Table 4.28 *Model Summary*

Model Summary					
Jenis kelamin	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Laki-laki	1	.382 <sup>a</sup>	.146	.132	2.86688
Perempuan	1	.267 <sup>a</sup>	.071	.054	2.92923

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

Dalam Tabel 4.28 di atas merupakan tabel *model summary* yang di *breakdown* berdasarkan jenis kelamin responden. Berdasarkan data pada tabel, angka *R Square* atau koefisien determinasi pada responden berjenis kelamin laki-laki lebih besar jika dibandingkan dengan anak perempuan. Untuk responden berjenis kelamin laki-laki, sebesar 14.6 persen variabel tingkat *media literacy* dapat dijelaskan oleh variabel *media use* dan *media exposure secara kumulatif*, sedangkan sisanya sebesar 85.4 persen ( $100\% - 14.6\% = 85.4\%$ ) dari variabel tingkat *media literacy* dijelaskan oleh faktor lain di luar hasil temuan dalam penelitian ini. Pada responden perempuan sebesar 7.1 persen variabel tingkat *media literacy* dapat dijelaskan oleh variabel *media use* dan *media exposure secara kumulatif*, sedangkan sisanya sebesar 92.9 persen ( $100\% - 7.1\% = 92.9\%$ ) dari variabel tingkat *media literacy* dijelaskan oleh faktor lain di luar hasil temuan dalam penelitian ini. *Standar Error of Estimate* (SEE) membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen- tingkat *media literacy*, semakin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

Berdasarkan besarnya angka *Rsquare* di atas menunjukkan bahwa pada responden anak laki-laki variabel *media use* dan *media exposure* lebih besar/ mampu dalam menjelaskan variabel tingkat *media literacy* dibandingkan pada responden perempuan. Hal ini memungkinkan mengingat jumlah responden laki-laki melebihi jumlah responden perempuan.

Table 4.29 ANOVA

		ANOVA <sup>a</sup>					
Jenis kelamin	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Laki-laki	1	Regression	174.258	2	87.129	10.601	.000 <sup>b</sup>
		Residual	1019.159	124	8.219		
		Total	1193.417	126			
Perempuan	1	Regression	73.013	2	36.506	4.255	.017 <sup>b</sup>
		Residual	952.426	111	8.580		
		Total	1025.439	113			

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

b. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

Dari uji ANOVA atau F test terhadap responden laki-laki didapat nilai F hitung sebesar 10.601 dengan probabilitas (sig) 0.000. Sedangkan pada responden

perempuan nilai F sebesar 4.255 dengan signifikansi 0.017. Uji ANOVA atau F test pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen- *media use* dan *media exposure* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel tingkat *media literacy* (variabel dependen).

#### Pengujian Hipotesis:

$H_0$  : semua parameter dalam model sama dengan nol (artinya apakah semua variabel *media use* (X1) dan *media exposure* (X2) bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* (Y).

$H_a$  : tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol (artinya apakah semua variabel *media use* (X1) dan *media exposure* (X2) merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* (Y).

Untuk dapat melakukan pengujian terhadap hipotesis di atas digunakan pedoman sebagai berikut :  $Sig \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak  
 $Sig > \alpha$  maka  $H_0$  tidak ditolak

Dengan memperhatikan output SPSS pada tabel 4.24 di atas, terhadap responden laki-laki diperoleh nilai probabilitas ( $Sig$ ) = 0.000 dan ( $Sig$ ) = 0.017 untuk perempuan. Oleh karena nilai:

(laki-laki) $Sig (0.000) < \alpha (0.05)$	}	maka $H_0$ ditolak.
(perempuan) $Sig (0.017) < \alpha (0.05)$		

Artinya, tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol yang artinya bahwa terhadap responden laki-laki maupun perempuan, semua variabel *media use* (X1) dan *media exposure* (X2) merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *media literacy* (Y). Maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi terhadap variabel dependen (Y) *media literacy* bagi kedua jenis kelamin responden atau dapat dikatakan bahwa variabel independen (X1) *media use*; (X2) *media exposure* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) tingkat *media literacy*.

Table 4.30 Hasil Koefisien Uji Regresi

Jenis Kelamin	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			
Laki-laki	1	(Constant)	38.823	2.821		13.760	.000
		Media Use	.121	.058	.172	2.077	.040
		Media Exposure	.364	.088	.343	4.129	.000
Perempuan	1	(Constant)	41.413	2.990		13.852	.000
		Media Use	.150	.072	.195	2.067	.039
		Media Exposure	.161	.102	.148	1.581	.117

a. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

Table 4.31 Hasil Koefisien Uji Regresi

Jenis kelamin	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
Laki-laki	1	(Constant)	
		Media Exposure	1.000
		Media Use	1.000
Perempuan	1	(Constant)	
		Media Exposure	0.960
		Media Use	0.960

a. Dependent Variable: Media Literasi

Uji Multicolliaritas dapat dilihat dari parameter *collinearity statistic*, dengan ketentuan sebagai berikut (Imam Ghozali; 2005):

Jika nilai Tolerance < 0.10 } terdapat-  
VIF > 10 } multicollinearitas

Oleh karena nilai tolerance untuk *media use* (X1) dan *media exposure* (X2) :

Laki-Laki 1.000 > 0.10 } maka tidak-  
Perempuan 0.960 > 0.10 } terdapat multicollinearitas

Dan nilai VIF nya sebagai berikut:

Laki-Laki 1.000 < 10 } maka tidak terdapat multicollinearitas  
Perempuan 1.041 < 10 } maka tidak terdapat multicollinearitas

di antara ke dua variabel independen dalam penelitian ini.



## Uji T

Hasil uji statistik t terhadap kedua jenis kelamin yang didasarkan pada uji hipotesis menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam hal ini dua pasang variabel yang diuji yaitu:

### **1. Variabel Tingkat *Media Literacy* (Y) dan Variabel *Media Use* (X1)**

Ho : Suatu parameter sama dengan nol (artinya variabel *media use* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* ( $r_{xy} = 0$ )).

Ha : Suatu parameter tidak sama dengan nol (artinya variabel *media use* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* ( $r_{xy} \neq 0$ )).

Pengujian hipotesis statistik dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:  $\text{Sig} \leq \alpha$  maka Ho ditolak

$\text{Sig} > \alpha$  maka Ho tidak ditolak

Dengan memperhatikan output SPSS pada tabel 4.25 di atas, diketahui  $\text{Sig} = 0.040$  untuk jenis kelamin laki-laki dan  $\text{Sig} (0.039)$  untuk perempuan. Oleh karena nilai  $\text{Sig} (0.040) < \alpha (0.05)$  } maka Ho ditolak  
 $\text{Sig} (0.039) < \alpha (0.05)$  } maka Ho ditolak

dengan demikian parameter secara simultan tidak sama dengan nol ( $r_{xy} \neq 0$ ); yang artinya variabel *media use* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy*. Dengan demikian variabel dependen (Y) tingkat *media literacy* dipengaruhi oleh variabel independen (X1) *media use* secara signifikan yang berlaku pada responden laki-laki maupun perempuan.

### **2. Variabel Tingkat *Media Literacy* (Y) dan Variabel *Media Exposure* (X2)**

Ho : Suatu parameter sama dengan nol (artinya variabel *media exposure* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* ( $r_{xy} = 0$ )).

$H_a$  : Suatu parameter tidak sama dengan nol (artinya variabel *media exposure* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* ( $r_{xy} \neq 0$ )).

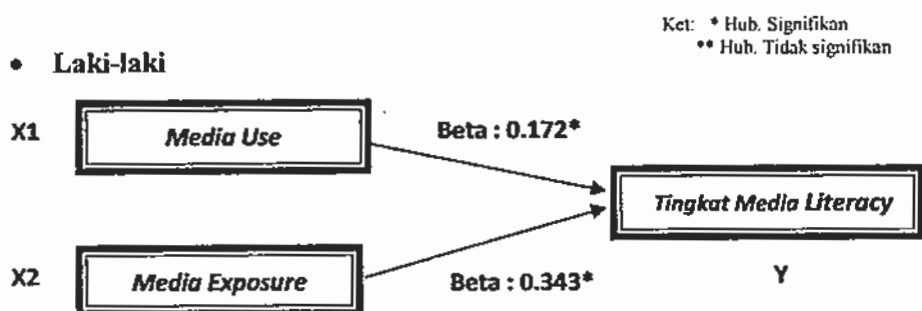
Pengujian hipotesis statistik dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:  $Sig \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak

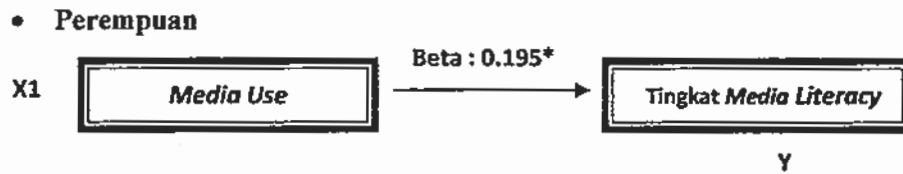
$Sig > \alpha$  maka  $H_0$  tidak ditolak

Dengan memperhatikan output SPSS pada tabel 4.25 di atas, diketahui  $Sig = 0.000$  untuk jenis kelamin laki-laki dan  $Sig (0.117)$  untuk perempuan. Oleh karena nilai  $Sig (0.000) < \alpha (0.05)$  } maka  $H_0$  ditolak  
 $Sig (0.117) > \alpha (0.05)$  } maka  $H_0$  diterima

dengan demikian terhadap responden laki-laki parameter secara simultan tidak sama dengan nol ( $r_{xy} \neq 0$ ); yang artinya variabel *media exposure* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *media literacy*. Sehingga terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel dependen (Y) tingkat *media literacy* oleh variabel independen (X2) *media exposure* yang berlaku pada responden berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan pada responden berjenis kelamin perempuan, variabel *media exposure* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy*. Sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel dependen (Y) tingkat *media literacy* oleh variabel independen (X2) *media exposure*.

Berdasarkan hasil uji t di atas, maka model dasar regresi yang terbentuk berdasarkan jenis kelamin sbb:





Gambar 4.20. Model Dasar Pola Hubungan Antar Variabel Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari model dasar yang terbentuk setelah uji t diatas maka pada responden berjenis kelamin laki-laki, variabel *tingkat media literacy* (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel *media use* (X1) dan *media exposure* (X2). Namun pada responden perempuan hanya variabel *media use* (X1) saja yang mampu mempengaruhi variabel *tingkat media literacy* (Y).

Pernyataan ini diperkuat dengan persamaan garis regresi yang terbentuk :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

Responden berjenis kelamin Laki-laki:

$$Y = 0.172X_1 + 0.343X_2$$

Atau

$$\text{Adoption} = 0.172 \text{ Media Use} + 0.343 \text{ Media Exposure}$$

Hal ini berarti bahwa:

- Variabel *media use* (X1) sebesar 0.172  
Tanda b '+' berarti hubungan *media use* dan *tingkat media literacy* adalah positif atau setiap penambahan/pengurangan skor *media use* sebanyak 10 poin akan meningkatkan/ menurunkan skor *tingkat media literacy* sebanyak 1.72 poin. Atau kenaikan/ turunnya *media use* 10 % akan meningkatkan/ mengurangi *tingkat media literacy* sebesar 1.72 %.
- Variabel *media use* (X2) sebesar 0.343  
Tanda b '+' berarti hubungan *media exposure* dan *tingkat media literacy* adalah positif atau setiap penambahan/pengurangan skor *media use* sebanyak 10 poin akan meningkatkan/ menurunkan skor *tingkat media literacy* sebanyak 3.43 poin. Atau kenaikan/ turunnya *media use* 10 % akan meningkatkan/ mengurangi *tingkat media literacy* sebesar 3.43 %.

Dengan demikian maka dalam membuat prediksi terhadap tingkat *media literacy* anak laki-laki, dapat menggunakan variabel *media use* dan *media exposure*.

Responden berjenis kelamin Perempuan:

$$Y = 0.195X_1$$

Atau

$$\text{Adoption} = 0.195 \text{ Media Use}$$

Hal ini berarti bahwa:

- Variabel *media use* ( $X_1$ ) sebesar 0.195

Tanda b '+' berarti hubungan *media use* dan tingkat *media literacy* adalah positif atau setiap penambahan/ pengurangan skor *media use* sebanyak 10 poin akan meningkatkan/ menurunkan skor tingkat *media literacy* sebanyak 1.95 poin. Atau kenaikan/ turunnya *media use* 10 % akan meningkatkan/ mengurangi tingkat *media literacy* sebesar 1.95 %.

Oleh karena itu maka dalam membuat prediksi terhadap tingkat *media literacy* anak perempuan, hanya dapat menggunakan variabel *media use*.

Perbedaan yang terdapat di antara anak laki-laki dan anak perempuan yang ditemukan dalam hasil uji regresi berganda dalam hal pengaruh *media use* dan *media exposure* terhadap tingkat *media literacy* ini, dapat dijelaskan melalui beberapa temuan pada beberapa penelitian terdahulu.

Perbedaan gender yang terkait dengan hubungan antara variabel *media use* dan *media exposure* terhadap tingkat *media literacy* kemungkinan terkait dengan perbedaan karakteristik yang melekat baik pada anak laki-laki maupun anak perempuan. Hal ini terlihat dari berbagai temuan dalam penelitian terdahulu. Menurut Johnsson dan Smaragdi (1994) dengan lebih banyak pilihan media untuk dipilih, konten yang lebih beragam, dan dengan kontrol yang lebih besar atas suatu media, jenis konten, tempat dan waktu menggunakannya, *individual preferences* dan *lifestyle* menjadi lebih penting (Livingstone dan Bovill, 2001, hal.114). Sehingga terdapat kebebasan individu yang besar dan lebih banyak kesempatan untuk mengadopsi *style media use* khusus untuk disesuaikan dengan *preferences* dan *circumstances* seseorang.

Dalam penelitian sebelumnya, terungkap bahwa anak laki-laki menunjukkan rasa percaya diri yang lebih dan memiliki aspirasi yang lebih berbeda jika dibanding anak perempuan (Livingstone dan Bovill; 2001, hal.277). Sehingga sifat ini mempengaruhi motivasinya dalam mengeksplor media guna mendapatkan kepuasan. Tujuan dari *media use* nya kemungkinan mampu menggambarkan kegunaan (*utility*), maksud (*intention*), penyeleksian (*selectivity*), dan keterlibatan (*involvement*). Dalam hal ini anak laki-laki memilih media yang paling ia sukai, dengan suatu tujuan tertentu yang dapat berupa tujuan informatif, hiburan atau pun *mood control* hingga ia menggunakan media pilihannya tersebut dan secara otomatis terlibat dengan pesan-pesan media (Bonfadelli, 1986; Brown, 1976; Greenberg dan Li, 1994). Disamping itu asumsi yang menggaris bawahi perbedaan dalam hal gender terhadap media juga dapat disebabkan karena karakteristik gender ini merupakan hasil dari interaksi yang berkesinambungan diantara anak-anak dengan lingkungan dimana mereka tumbuh dan berkembang, termasuk keluarga, *peers*, sekolah, tetangga sekitar dan media itu sendiri (Livingstone dan Bovill; 2001, hal.275). Lebih jauh, hal ini dapat menyebabkan anak-anak memiliki akses yang berbeda terhadap berbagai input informasional, termasuk dari orang tua, anggota keluarga terluar, pendidik, dan berbagai sumber lainnya, hal ini dapat menyebabkan mereka berbeda pada *level* ketergantungan terhadap kontent persembahan media dan dalam hal ini *media literacy* membantu anak-anak dalam mengetahui bagaimana suatu nilai dipersembahkan dalam media massa dan bagaimana mengevaluasi perbedaan dalam hal kualitas, relevansi, dan kegunaan diantara arah dunia hiburan dan pilihan informasi yang tanpa batas (Livingstone dan Bovill, 2001).

Sedangkan pada anak perempuan dari penelitian terdahulu ditemukan bahwa mereka lebih *family oriented* dibandingkan anak laki-laki dan menempatkan perlakuan relasional (seperti *helpfull / kind*, jujur, dan menjadi diri sendiri) pada prioritas utama. Akan tetapi sejalan dengan temuan ini, ditemukan pula indikasi bahwa anak perempuan memiliki ketertarikan akan *self-improvement*. *Self improvement* - terutama intensi dari penggunaan media sebagai sumber informatif- ini dapat terkait dengan pola konsumsi mediana yang aktif,

oleh karena itu *media use* merupakan satu-satunya variabel yang mempengaruhi tingkat *media literacy* mereka.

Temuan ini sesuai dengan saran dari beberapa penelitian terdahulu yang secara optimis menganggap bahwa khalayak anak perempuan lebih *self-conscious* dan refleksif dalam pendekatan mereka terhadap pesan media. Brown (1998) berpendapat bahwa "*perceives girls as active meaning makers, in constant search of alternatives for empowerment*". Dengan demikian *media use* anak perempuan lebih tinggi dibandingkan anak laki-laki, yang menjadikan mereka lebih kritis terhadap pesan media. Kekritisan yang diterapkan pada saat anak perempuan ini menggunakan media dapat menghindari *exposure* negatif terhadap berbagai pesan media yang dikonsumsi- *media literacy*.

## 2. Kelas

Berikut adalah hasil output SPSS dengan melakukan *split* pada kelas responden:

Table 4.32. Variables Entered/Removed

Variables Entered/Removed				
Level of school	Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
kelas 4	1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter
kelas 5	1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

Table 4.33. Model Summary

Model Summary					
Level of school	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
kelas 4	1	.277 <sup>a</sup>	.077	.063	2.89581
kelas 5	1	.403 <sup>a</sup>	.163	.145	2.90572

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

Dalam Tabel 4.33 di atas merupakan tabel *model summary* yang dibagi berdasarkan kelas responden. Berdasarkan data pada tabel, nilai *R Square* atau koefisien determinasi pada responden yang duduk di kelas 5 lebih besar jika dibandingkan dengan responden kelas 4. Untuk responden kelas 4, sebesar 7.7 persen variabel Tingkat *Media Literacy* dapat dijelaskan oleh variabel *media use* dan *media exposure secara kumulatif*, sedangkan sisanya sebesar 92.3 persen

( $100\% - 7.7\% = 92.3\%$ ) dari variabel tingkat *media literacy* dijelaskan oleh faktor lain di luar hasil temuan dalam penelitian ini.

Pada responden kelas 5 sebesar 16.3 persen variabel tingkat *media literacy* dapat dijelaskan oleh variabel *media use* dan *media exposure secara kumulatif*, sedangkan sisanya sebesar 83.7 persen ( $100\% - 16.3\% = 83.7\%$ ) dari variabel tingkat *media literacy* dijelaskan oleh faktor lain di luar hasil temuan dalam penelitian ini. *Standar error of estimate* (SEE) membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen- tingkat *media literacy*, semakin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

Berdasarkan besarnya nilai *Rsquare* di atas, terlihat bahwa pada responden anak kelas 5 SD variabel *media use* dan *media exposure* lebih besar/ mampu dalam menjelaskan variabel tingkat *media literacy* dibandingkan pada responden kelas IV SD. Hal ini memperkuat studi pendahuluan yang dilakukan oleh Livingstone dan Bovill (2001) yang membedakan antara *middle childhood* (usia 6 s.d 12 tahun) dan *adolescence* (12 s.d 17 tahun), menemukan bahwa selama usia *middle childhood* sebagian besar aktivitas bermedia secara gradual menyita banyak waktu, dan pada masa ini jumlah anak yang memilih televisi untuk tujuan informatif akan meningkat. Dengan demikian berdasarkan studi tersebut, mengingat usia anak kelas IV dan anak kelas V tidak berbeda jauh (keduanya masih berada pada masa *middle childhood*) maka *media use* dan *media exposure* keduanya cenderung tinggi, namun hanya berbeda pada segi kuantitasnya. Hasil penelitian Muijs (1997) memperkuat asumsi tersebut, berdasarkan penelitian diketahui bahwa *time expenditure and functions fulfilled by media* berhubungan dengan tiga karakteristik: usia anak-anak, gender dan *socioeconomic status* (SES) dari orang tuanya. Usia menjadi penting karena perkembangan kognitif dan experiential terjadi selama *range* usia yang dipelajari, terutama masa *childhood*. Disamping itu, temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa usia bersamaan dengan gender dan SES, membantu membentuk *media use* karena faktor-faktor tersebut dapat menggambarkan orang atau subgrup mana di dalam lingkungan anak-anak yang mampu mempengaruhi disposisi (pengaturan) terhadap *media use* (Livingstone dan Bovill; 2001, hal.86).

Table 4.34. ANOVA

			ANOVA <sup>a</sup>				
Level of school	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kelas 4	1	Regression	96.696	2	48.348	5.766	.004 <sup>b</sup>
		Residual	1165.614	139	8.386		
		Total	1262.310	141			
kelas 5	1	Regression	157.411	2	78.705	9.322	.000 <sup>b</sup>
		Residual	810.549	96	8.443		
		Total	967.960	98			

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

b. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

Dari tabel 4.34 di atas, hasil uji ANOVA atau F test terhadap responden kelas IV didapat nilai F hitung sebesar 5.766 dengan probabilitas (sig) 0.004. Sedangkan pada responden kelas V nilai F sebesar 9.322 dengan signifikansi 0.000. Uji ANOVA atau F test pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen- *media use* dan *media exposure* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel tingkat *media literacy* (variabel dependen).

#### Pengujian Hipotesis:

Ho : semua parameter dalam model sama dengan nol (artinya apakah semua variabel *Media Use* (X1) dan *Media Exposure* (X2) bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* (Y).

Ha : tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol (artinya apakah semua variabel *Media Use* (X1) dan *Media Exposure* (X2) merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* (Y).

Untuk dapat melakukan pengujian terhadap hipotesis di atas digunakan pedoman sebagai berikut :  $\text{Sig} \leq \alpha$  maka Ho ditolak

$\text{Sig} > \alpha$  maka Ho tidak ditolak

Dengan memperhatikan output SPSS pada tabel 4.24 di atas, terhadap responden laki-laki diperoleh nilai probabilitas (Sig) = 0.000 dan (Sig) = 0.017 untuk perempuan.



Oleh karena nilai:

(kelas IV) Sig (0.004) <  $\alpha$  (0.05) } maka Ho ditolak.  
 (kelas V) Sig (0.000) <  $\alpha$  (0.05) } maka Ho ditolak.

Artinya, tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol yang artinya bahwa terhadap responden kelas IV maupun kelas V, semua variabel *media use* (X1) dan *media exposure* (X2) merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* (Y). Maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi terhadap variabel dependen (Y) *media literacy* bagi kedua kelas responden atau dapat dikatakan bahwa variabel independen (X1) *media use*; (X2) *media exposure* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) tingkat *media literacy*.

Table 4.35. Hasil Koefisien Uji Regresi

Level of school Model			Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			B	Std. Error	Beta		
kelas 4	1	(Constant)	42.039	2.767		15.194	.000
		Media Use	.093	.058	.130	1.594	.113
		Media Exposure	.243	.080	.247	3.030	.003
kelas 5	1	(Constant)	36.777	3.171		11.597	.000
		Media Use	.174	.073	.228	2.383	.019
		Media Exposure	.373	.125	.286	2.984	.004

a. Dependent Variable: Media Literasi

Table 4.36. Coefficients(a)

Level of school Model			Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
kelas 4	1	(Constant)		
		Media Exposure	1.000	1.000
		Media Use	1.000	1.000
kelas 5	1	(Constant)		
		Media Exposure	0.951	1.051
		Media Use	0.951	1.051

a. Dependent Variable: Media Literasi

Uji Multicolliaritas dapat dilihat dari parameter *collinearity statistic*, dengan ketentuan sebagai berikut (Imam Ghazali; 2005):

Jika nilai Tolerance < 0.10 } terdapat-  
 VIF > 10 } multicollinearitas

Oleh karena nilai tolerance untuk *media use* (X1) dan *media exposure* (X2) :

Kelas 4	1.000 > 0.10	} maka tidak- terdapat multicollinearitas
Kelas 5	0.951 > 0.10	

Dan nilai VIF nya sebagai berikut:

Kelas 4	1.000 < 10	} maka tidak terdapat multicollinearitas
Kelas 5	1.051 < 10	

### Uji T

Hasil uji statistik t terhadap kedua kelas responden yang didasarkan pada uji hipotesis menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam hal ini dua pasang variabel yang diuji yaitu:

#### 1. Variabel Tingkat *Media Literacy* (Y) dan Variabel *Media Use* (X1)

- Ho : Suatu parameter sama dengan nol (artinya variabel *Media Use* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* ( $r_{xy} = 0$ )).
- Ha : Suatu parameter tidak sama dengan nol (artinya variabel *Media Use* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Tingkat *Media Literacy* ( $r_{xy} \neq 0$ )).

Pengujian hipotesis statistik dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:  $\text{Sig} \leq \alpha$  maka Ho ditolak

$\text{Sig} > \alpha$  maka Ho tidak ditolak

Dengan memperhatikan output SPSS pada tabel 4.29 di atas, diketahui  $\text{Sig} = 0.113$  untuk responden kelas IV dan  $\text{Sig} (0.019)$  untuk kelas V. Oleh karena nilai  $\text{Sig} (0.113) > \alpha (0.05)$  } maka Ho diterima

$\text{Sig} (0.019) < \alpha (0.05)$  } maka Ho ditolak

dengan demikian bagi responden kelas IV parameter secara simultan sama dengan nol ( $r_{xy} = 0$ ); yang artinya variabel *media use* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy*. Namun bagi responden kelas V, parameter tidak sama dengan nol (artinya variabel *media use* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* ( $r_{xy} \neq 0$ )).

Dengan demikian variabel dependen (Y) tingkat *media literacy* dipengaruhi oleh variabel independen (X1) *media use* secara signifikan hanya berlaku pada responden yang duduk di kelas V SD.

## 2. Variabel Tingkat *Media Literacy* (Y) dan Variabel *Media Exposure* (X2)

Ho : Suatu parameter sama dengan nol (artinya variabel *media exposure* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* ( $r_{xy} = 0$ )).

Ha : Suatu parameter tidak sama dengan nol (artinya variabel *media exposure* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media literacy* ( $r_{xy} \neq 0$ )).

Pengujian hipotesis statistik dilakukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:  $\text{Sig} \leq \alpha$  maka Ho ditolak

$\text{Sig} > \alpha$  maka Ho tidak ditolak

Dengan memperhatikan output SPSS pada tabel 4.25 di atas, diketahui  $\text{Sig} = 0.003$  untuk responden kelas IV SD dan  $\text{Sig} (0.004)$  untuk kelas V SD. Oleh

karena nilai  $\text{Sig} (0.003) < \alpha (0.05)$  } maka Ho ditolak  
 $\text{Sig} (0.004) < \alpha (0.05)$  } maka Ho ditolak

maka terhadap seluruh responden dari kedua kelas (IV dan V SD) parameter secara simultan tidak sama dengan nol ( $r_{xy} \neq 0$ ); yang artinya variabel *media exposure* merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel tingkat *media*

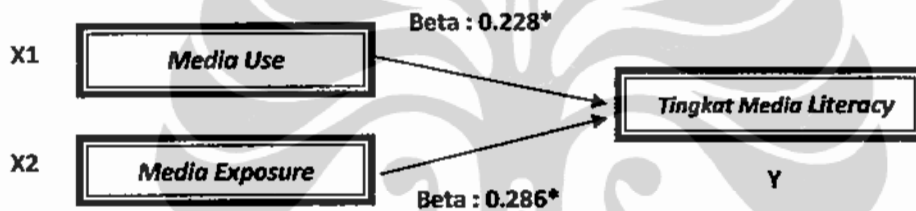
*literacy*. Sehingga terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel dependen (Y) tingkat *media literacy* oleh variabel independent (X2) *media exposure* yang berlaku pada responden dari kedua kelas.

Berdasarkan hasil uji t di atas, didapatkan model dasar berdasarkan pembagian kelas sbb:

- Kelas IV SD



- Kelas V SD



Gambar 4.21. Model Dasar Pola Hubungan Antar Variabel Berdasarkan Tingkatan Kelas

Dari model dasar yang terbentuk setelah uji t diatas, pada responden yang duduk di kelas IV variabel *tingkat media literacy* (Y) hanya dipengaruhi oleh variabel *media exposure* (X2). Namun terhadap responden yang duduk di kelas V SD kedua variabel baik *media use* (X1) dan *media exposure* (X2) mampu mempengaruhi variabel *tingkat media literacy* (Y).

Pernyataan ini diperkuat dengan persamaan garis regresi yang terbentuk :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

Responden kelas IV SD:

$$Y = 0.247X_2$$

Atau

$$\text{Adoption} = 0.247\text{Media Exposure}$$

Hal ini berarti bahwa:

- Variabel *media exposure* ( $X_2$ ) sebesar 0.247

Tanda b '+' berarti hubungan *media exposure* dan tingkat *media literacy* adalah positif atau setiap penambahan/ pengurangan skor *media exposure* sebanyak 10 poin akan meningkatkan/ menurunkan skor tingkat *media literacy* sebanyak 2.47 poin. Atau kenaikan/ turunnya *media use* 10 % akan meningkatkan/ mengurangi tingkat *media literacy* sebesar 2.47 %.

Oleh karena itu maka dalam membuat prediksi terhadap tingkat *media literacy* anak kelas IV SD, hanya dapat menggunakan variabel *media exposure*. Ini kemungkinan disebabkan karena usia anak kelas IV SD lebih muda jika dibandingkan dengan usia anak kelas V SD, sehingga perkembangan kognitif belum sebaik anak-anak kelas V SD yang berusia lebih matang. Hal ini terkait dengan pembentukan habit konsumsi medianya yang cenderung pasif, yang dibuktikan dalam temuan penelitian ini dimana hanya *media exposure* yang mempengaruhi tingkat *media literacy* nya. Sebagaimana yang ditulis oleh Ellen Wartella (1979), mengenai *developmental perspective* "seeks to describe and explain the nature of the communicative differences between four year olds, six year olds, 10 year olds, etc., and adults" (Baran dan Davis; 2000, hal.191). Gagasan dari tahap perkembangan (*developmental stages*) dalam kemampuan komunikatif anak-anak bersumber dari *developmental psychology*, terutama hasil penelitian Jean Piaget yang membuktikan bahwa anak-anak, saat beralih dari masa *infancy through adolscence*, mengalami perubahan kualitatif pada *level* kognitif dan kemampuan intelektual yang ada pada mereka. Sebagian besar penelitian terkait dengan *developmental perspektive* yang berfokus pada perbedaan dalam hal *attention* dan pemahaman/ pengertian pada tahap perkembangan yang berbeda untuk menyesuaikan program edukasi terhadap kelompok anak tertentu dengan lebih baik.

Responden kelas V SD:

$$Y = 0.228X_1 + 0.286X_2$$

Atau

$$\text{Adoption} = 0.228 \text{ Media Use} + 0.286 \text{ Media Exposure}$$

Hal ini berarti bahwa:

- Variabel *media Use* (X1) sebesar 0.228  
Tanda b '+' berarti hubungan *media use* dan tingkat *media literacy* adalah positif atau setiap penambahan/ pengurangan skor *media use* sebanyak 10 poin akan meningkatkan/ menurunkan skor tingkat *media literacy* sebanyak 2.28 poin. Atau kenaikan/ turunnya *media use* 10 % akan meningkatkan/ mengurangi tingkat *media literacy* sebesar 2.28 %.
  
- Variabel *media Exposure* (X2) sebesar 0.286  
Tanda b '+' berarti hubungan *media exposure* dan tingkat *media literacy* adalah positif atau setiap penambahan/ pengurangan skor *media exposure* sebanyak 10 poin akan meningkatkan/ menurunkan skor tingkat *media literacy* sebanyak 2.86 poin. Atau kenaikan/ turunnya *media exposure* 10 % akan meningkatkan/ mengurangi tingkat *media literacy* sebesar 2.86 %.

Dengan demikian maka dalam memprediksi tingkat *media literacy* anak kelas V SD, dapat dilakukan dengan menggunakan (skor) variabel *media use* dan *media exposure*. Dengan dominasi pengaruh terhadap tingkat *media literacy* oleh variabel *media exposure* kemungkinan disebabkan oleh karena anak-anak pada usia ini pun cenderung bersikap pasif dalam konsumsi medianya sedangkan mereka hidup dalam *media-rich environments* yang secara tegas mempengaruhi perkembangan mereka. Sebagaimana dinyatakan oleh Kline dan Stewart dalam penelitiannya bahwa *media exposure* dapat dijadikan sebagai faktor resiko: semakin sering seseorang menggunakan media atau terkena *exposure* terhadap media atau teknologi, semakin besar resiko individu menerima dampak negatif dalam hidupnya (Kline dan Stewart, 2004; Kline et.al., 2005).

Namun setidaknya dengan mengacu pada *developmental stage*, tingkat perkembangan kognitif anak kelas V sudah lebih matang (dibanding dengan anak kelas IV) sehingga memungkinkan mereka untuk bersikap kritis terhadap konsumsi medianya, yang secara statistik terbukti dengan pengaruh variabel *media use* terhadap tingkat *media literacy* mereka. Hal ini sejalan dengan pernyataan Lloyd-Kolkin (1980) bahwa *media literacy* memerlukan suatu

kemampuan untuk mengevaluasi *media use* individu, misalnya: untuk mengakses ketika individu menggunakan media dan membandingkan *media use* seseorang dengan lainnya. Lebih lanjut, para pakar juga menekankan bahwa kemampuan seseorang/ individu untuk mengatur penggunaan mediana (*media use*) dalam pola yang baik menunjukkan keterkaitannya dengan media literasi. Pernyataan Lloyd-Kolkin (1980) mengenai keterkaitan *media use* dengan *media literacy* ini di perkuat oleh pendapat Rubin (dalam *Mass Communication Theory*, 2000) yang menyatakan bahwa cara terbaik untuk memastikan fungsionalisasi (dari pada disfungsionalisasi) penggunaan media (*media use*) adalah dengan meningkatkan kemampuan *media use* individu, dan inilah *media literacy*.



## BAB V DISKUSI, KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Diskusi

*Media literacy* merupakan kebutuhan mendesak bagi anak-anak ditengah derasnya serbuan pesan-pesan media. Anak-anak yang tumbuh di lingkungan media membutuhkan kemampuan *media literacy* dalam menghadapi pesan-pesan media. Dalam kajian mengenai *media literacy*, anak-anak dianggap sebagai *special group* karena mereka masih berada pada *level* perkembangan yang rendah sehingga membutuhkan perhatian yang lebih untuk membentuk *media habit* dan *awareness of potential effects* mereka.

Menurut W. James Potter tujuan untuk menjadi *media literate* adalah untuk memperoleh kontrol yang lebih besar atas *exposure* individu dan untuk mengkonstruksi makna pesannya sendiri dari pesan media dalam *exposure* tersebut (W. James Potter; 2004). Lebih lanjut Potter mengungkapkan bahwa terdapat hasil yang harus dibayar untuk menjadi individu yang *media literate*. Dengan demikian harus dipastikan bahwa hasil ini merupakan sesuatu yang besar, karena sejumlah upaya dibutuhkan untuk membangun perspektif yang kuat dan menerapkannya selama *media exposure* berlangsung.

Era reformasi di Indonesia menawarkan aksesibilitas pola konsumsi media yang tinggi bagi konsumen media, termasuk anak-anak. Kemajuan teknologi dan informasi pun berkontribusi pada perkembangan media dan kemudahan akses media bagi anak-anak. Penelitian ini menggunakan anak-anak sebagai objek penelitian yang memiliki berbagai keterbatasan, oleh karena itu maka konteks *media literacy* di sini dibatasi hanya pada kemampuan mereka dalam membatasi waktu konsumsi mediana dan kemampuan dalam memilih konten media. Sehubungan dengan hal tersebut maka dibutuhkan kemampuan dalam menggunakan media (*Media Use*) dan intensitas penerimaan pesan media (*Media Exposure*).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan variabel-variabel tersebut, kemudian dilihat variabel mana yang paling mempengaruhi tingkat media literasi. Penelitian dilakukan pada 241 siswa yang tersebar di delapan sekolah dasar (SD)



di Kota Malang kecamatan Lowokwaru. Beberapa temuan yang menarik dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- Terdapat hubungan yang signifikan antara *media use* dan *media exposure* terhadap tingkat *media literacy*. Ini berarti hipotesis awal penelitian ini telah terbukti. Dengan demikian penelitian yang mengadopsi pola hubungan antar konsep dari pendapat Lloyd Kolkin (1980), Vooijs dan Van der Voort (1990), D.G Singer dan J.L. Singer (1983) serta Kline dan Steward (2004) dan Livingstone dan Bovill (2001) ini telah sesuai.

- Terdapat hubungan yang signifikan di antara variabel *media use* dan variabel *media exposure* terhadap variabel tingkat *media literacy*. Dengan demikian hipotesis teoritis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *media use* dan *media exposure* dengan tingkat *media literacy* telah terbukti. Hubungan antar variabel signifikan, sehingga hasil temuan pada sampel dapat digeneralisir ke tingkat populasi. Terdapatnya pengaruh yang signifikan ini sejalan dengan pendapat Lloyd-Kolkin (1980) yang menyatakan bahwa *media literacy* memerlukan suatu kemampuan untuk mengevaluasi *media use* individu, misalnya: untuk mengakses ketika individu menggunakan media dan membandingkan *media use* seseorang dengan lainnya. Suatu studi lainnya mengenai *media use* mengungkapkan bahwa *habit* dari *media use* terbentuk oleh penggunaan media dan dapat dikategorikan sebagai suatu ritual (kebiasaan), pengalihan (*diversion*), atau instrumen untuk tujuan informatif (Bryant dan Zillman, 1994), dengan demikian *media use* dapat menunjukkan *habit* anak-anak untuk kemudian diukur tingkat *media literacy* mereka.

Dengan kata lain, keterkaitan antara kemampuan individu dalam mengatur *media use* dengan pola konsumsi yang baik merupakan bagian dari media literasi. Lebih lanjut, para pakar juga menekankan bahwa kemampuan seseorang atau individu untuk mengatur penggunaan medianya (*media use*) dalam pola yang baik menunjukkan keterkaitannya dengan tingkat media literasi. Oleh sebab itu untuk menilai tingkat *media literacy* anak-anak SD dalam penelitian ini dapat diukur berdasarkan *media use* nya. Disamping itu, konsep

inti dari *media literacy* yang menekankan pada sikap kritis individu dalam menghadapi pesan-pesan media, membutuhkan partisipasi aktif dari anak-anak sebagai *active khalayak*. Hal ini berarti *media use* disini digunakan secara aktif dan dengan suatu tujuan tertentu – sehingga mampu menggambarkan kegunaan (*utility*), maksud (*intention*), penyeleksian (*selectivity*), dan keterlibatan (*involvement*).

- Hasil uji regresi berganda terhadap variabel yang diteliti dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *media use* dan *media exposure* mampu menjelaskan secara kumulatif varian dari variabel tingkat *media literacy*. Kecilnya pengaruh variabel *media use* dan *media exposure* dalam menjelaskan variabel tingkat *media literacy* ini semakin dikuatkan oleh lemahnya nilai koefisien korelasi Pearson's untuk *media use* dan *media exposure*. Kekuatan hubungan yang lemah namun signifikan ini kemungkinan dapat dijelaskan oleh pendapat Potter yang menyatakan bahwa kemampuan *media literacy* seseorang dapat dikembangkan oleh banyak faktor yang diantaranya melalui proses pendewasaan, meningkatkan kemampuan alamiah, mendapatkan pengalaman yang berarti dan secara aktif menerapkan kemampuannya, sehingga dari beberapa faktor tersebut *media use* dan *media exposure* tidak berperan secara dominan. Persamaan regresi yang terbentuk positif, sehingga setiap penambahan skor *media use* akan meningkatkan skor tingkat *media literacy* demikian juga setiap penambahan skor *media exposure* akan meningkatkan skor tingkat *media literacy*.

- Secara umum, variabel *media exposure* memiliki pengaruh yang lebih besar dari pada variabel *media use* terhadap tingkat *media literacy*. Hal ini mungkin disebabkan oleh karakteristik anak-anak yang cenderung bersikap pasif dalam konsumsi mediana. Dugaan ini sesuai dengan pendapat W. James Potter (2007) bahwa anak-anak berada pada resiko tinggi untuk terkena efek negatif pesan media karena mereka berada pada tingkat perkembangan- *ppgnitif*, emosi dan moral yang rendah- serta karena mereka kekurangan *the degree of real-world experience* yang dibutuhkan dalam memproses pesan-pesan media.

Dengan demikian mereka cenderung bersikap pasif oleh karena keterbatasan yang mereka miliki.

- Namun hasil uji regresi berganda yang di *split* pada kategori jenis kelamin dan pembagian kelas, pada penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda. Berdasarkan jenis kelamin, koefisien regresi menunjukkan bahwa pada anak laki-laki, *media exposure* merupakan variabel yang paling mempengaruhi jika dibandingkan dengan *media use* terhadap tingkat *media literacy* mereka. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Rosengren dan Windahl (1989) yang menunjukkan bahwa di Swedia anak laki-laki berusia 6 - 15 tahun menonton televisi lebih banyak dibandingkan anak perempuan, mendengarkan radio lebih banyak, lebih sering pergi ke bioskop, dan membaca lebih banyak komik, sementara anak perempuan membaca lebih banyak buku dan majalah dibandingkan dengan anak laki-laki, dan saat mereka bertambah usia anak perempuan lebih banyak mendengarkan musik. Di sini dapat dikatakan karena anak laki-laki memiliki konsumsi media yang tinggi jika dibandingkan anak perempuan, maka mereka lebih memiliki peluang yang lebih besar untuk terkena *exposure* media (*media exposure* yang tinggi).

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, Roe (1998) menarik temuan penting mengenai perbedaan gender dalam pola *media use* yang meningkat sesuai usia anak (Livingstone dan Bovill; 2001, hal.264). Sedangkan pada anak perempuan, tingkat *media literacy* hanya dipengaruhi oleh variabel *media use* saja. Temuan ini sesuai dengan saran dari beberapa penelitian terdahulu yang secara optimis menganggap bahwa khalayak anak perempuan lebih *self-conscious* dan reflektif dalam pendekatan mereka terhadap pesan media. Brown (1998) berpendapat bahwa "*Perceives girls as active meaning makers, in constant search of alternatives for empowerment*". Dengan demikian *media use* anak perempuan lebih tinggi dibandingkan anak laki-laki, yang menjadikan mereka lebih kritis terhadap pesan media.

Berdasarkan tingkatan kelas, uji regresi berganda menunjukkan bahwa *media exposure* merupakan variabel yang paling berpengaruh dibandingkan dengan *media use* terhadap tingkat *media literacy*. Namun pada anak kelas IV SD tingkat *media literacy* hanya dapat dijelaskan oleh *media exposure*.

Sedangkan pada anak kelas V SD *media use* dan *media exposure* mempengaruhi tingkat *media literacy*. Dengan pengaruh terbesar oleh variabel *media exposure*. Perbedaan tingkatan kelas pada responden, dalam penelitian ini mengacu pada perbedaan usia antara anak kelas IV dan kelas V.

## 5.2. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisa data dan pembahasan hasil pengujian regresi yang dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara variabel *media use* dan *media exposure* terhadap variabel tingkat *media literacy*.
2. *Media exposure* merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar dalam menjelaskan variabel tingkat *media Literacy*.
3. Persamaan regresi yang terbentuk positif, dengan demikian maka:
  - Semakin tinggi skor *media use* semakin tinggi skor tingkat *media literacy* anak-anak.
  - Semakin tinggi skor *media exposure* semakin tinggi skor tingkat *media literacy* anak-anak.
4. Pada responden anak laki-laki, baik *media use* dan *media exposure* merupakan variabel yang mempengaruhi dalam menjelaskan tingkat *media literacy*, dengan dominasi variabel *media exposure* sebagai variabel yang paling berperan terhadap tingkat *media literacy*. Sedangkan pada responden anak perempuan, hanya variabel *media use* yang dapat mempengaruhi tingkat *media literacy*.
5. Pada responden anak kelas IV SD hanya variabel *media exposure* yang dapat mempengaruhi variabel tingkat *media literacy*. Sedangkan pada responden anak kelas V SD, masing-masing dari variabel *media use* dan *media exposure* memiliki pengaruh dalam menjelaskan variabel tingkat *media literacy*, namun pengaruh yang paling dominan diberikan oleh variabel *media exposure*.

Dengan demikian secara keseluruhan hasil temuan dari penelitian ini memberikan validitas terhadap ide bahwa *media use* dan *media exposure* mempengaruhi tingkat *media literacy*, walau dengan pengaruh yang relatif kecil.

### 5.3. Saran

Penelitian ini menekankan perlunya dilakukan penelitian lanjutan. Hasil penelitian melaporkan hasil survey yang dilakukan di delapan sekolah dasar yang berada di Kota Malang kecamatan Lowokwaru, sehingga penelitian ini tidak dapat digeneralisir ke populasi di tingkat sekolah dasar nasional di Kota Malang. Namun lebih merepresentasikan populasi di delapan sekolah di kecamatan Lowokwaru tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh *media use* dan *media exposure* anak-anak terhadap tingkat *media literacy* mereka.

Penelitian ini dapat dengan mudah direplikasi karena bersifat sederhana, dengan perumusan masalah yang mendasar. Namun studi replikasi yang dilakukan dalam lingkup sekolah dasar yang berbeda secara geografis dan ekonomi dapat menunjukkan hasil yang tidak sama atau pola yang berbeda.

Saran untuk penelitian selanjutnya berupa pendefinisian konsep yang lebih jelas agar dapat menggambarkan indikator yang mampu diturunkan menjadi item pertanyaan atau pernyataan sehingga lebih menggambarkan variabel *media use*, *media exposure* dan tingkat *media literacy*. Serta pemisahan konsep antara *fokus media use* dengan *general media use*, dan *conscious media exposure* dengan *unconscious media exposure* sangat disarankan, sebagaimana hasil dari penelitian ini secara tegas mengindikasikan penyatuan kedua konsep menyebabkan interpretasi data yang kurang maksimal. Disamping itu berbagai faktor termasuk, *self motivation*, *knowledge*, *parental control*, peran guru kelas dan pendidikan media dapat berkontribusi terhadap tingkat *media literacy* anak-anak, namun tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Baran, Stanley.J. (2000). *Mass communication theory: foundations, ferment, and future* (2<sup>nd</sup> ed.) Canada: Wadsworth.
- Briggs, Adam & Copley, Paul.(1998). *The media: an introduction*. New York: Longman.
- Ghozali, Imam. (2005) *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit UNDIP.
- Grimm, James W. and Wozniak, Paul R. (1990). *Basic social statistics and quantitative research methods*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Griffin, EM. (2005). *A first look at communication theory* (5<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw Hill.
- Hair, Anderson, et.al. (1998). *Multivariate data analysis* (5<sup>th</sup> ed.). USA: Prentice-Hall International. Inc.
- Littlejohn, Stephen.W and Foss, Karen. (2006). *A theories of human communication* (8<sup>th</sup> ed.). USA: Thomson Wadsworth.
- Livingstone, Sonia and Bovill, Moira (2001). *Children and their changing media environment: a european comparative study*, Mahwah, New Jersey.
- Potter, W.James (2001). *Media literacy* (2<sup>nd</sup> ed.). USA: Sage Publications Inc.
- Potter, W. James. (2004). *Theory of media literacy: a cognitive approach*. USA: Sage Publications Inc.
- Potter, W. James (2005). *Media literacy* (3<sup>rd</sup> ed.). USA: Sage Publications Inc.
- Potter, W. James. (2007). *Children as a special audience*. [Review of the book *Media Literacy* (5<sup>th</sup> ed)]. [www.sagepub.com/potterm14study](http://www.sagepub.com/potterm14study) for chapter-specificstudy resources.
- Preiss, Raymon W., et al (2007). *Mass media effects research: Advances through meta-analysis*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. (2001). *Riset pemasaran: konsep dan aplikasi dengan SPSS*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih (2002). *SPSS Statistik multivariate (buku latihan)*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. (2004). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sissors, Jack Z. and Bumba, Lincoln (1996). *Advertising media planning* (5<sup>th</sup> ed.). USA.
- Straubhaar, Joseph and LaRose, Robert. (2005) *Media now: understanding media, culture, and technology* (5<sup>th</sup> ed.). Canada: Thomson Wadsworth.
- Salwen, Michael B & Stacks, Don W. (1996). *An integrated approach to communication theory and research*. Lawrence Erlbaum Associate, Publishers, New Jersey.
- Severin, Werner J. and James W. Tankard, Jr. (2005). *Teori komunikasi: sejarah, metode, & terapan di dalam media massa* (edisi ke-5). Jakarta: Kencana.

#### **Jurnal**

- Abrar, Ana Nadhya. (1999). "Menumbuhkan gerakan melek media yang efektif" dalam *Jurnal Masalah-Masalah Pembangunan Alternatif* 10, 53-60.
- Anne LaForty, Jo. (1998). "A new literacy for a new age" dalam *Emergency Librarian*. May / June, 8-9.
- Brown, James A. (1998). "Media literacy perspective" dalam *Journal of Communication* 48 (1), 44-54.
- Considine, David. (1995). "An introduction to media literacy: the what, why and how to's" dalam *The Journal of Media Literacy*, 41(2). <http://www.ced.appstate.edu/departments/ci/programs/edmedia/media>
- Eagle, Lynne. (2007). "Commercial media literacy: what does it do, to whom-and does it matter?" dalam *Journal of Advertising*, Summer, 101-110.
- Falk, Ross Francine, Rajski, Dzuryak Fran and Chris, Rogers, et al. (2008). "Activating teachers' inquiry: media projects for literacy lessons (K-8)" dalam *Literacy Research and Instruction*, 273-284.

- Gentile, Douglas A. and Walsh, David A. (2002). "A normative study of family media habits" dalam *Applied Developmental Psychology*, 23, 157-178. [www.elsevier.com](http://www.elsevier.com)
- Graydon, Shari. (1997). "Overcoming impossible bodies: using media literacy to challenge popular culture" dalam *Emergency Librarian*, Jan/Feb, 15-18.
- Jan, Lacina. (2005/2006). "Media literacy and learning" dalam *Childhood Education*, winter, 118-120.
- J.Flemming, Jennifer. (2007). "Critical thinking about sex, love and romance in the mass media: media literacy" dalam *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Summer, 402-403.
- Kline, S. (2005). "Countering children's sedentary lifestyles: An evaluative study of a media risk education approach" dalam *Childhood*, 12, 239-258.
- Lee, Alice, Yuet Lin. (1997). "Promoting media literacy: the author proposes a new model for media studies" dalam *Education Canada*, 37,32-34.
- Malcom, Teresa. (2007). "Teaching children to think critically about media" dalam *National Catholic Reporter*, Nov 16: 4A.
- Megee, Mary. (1997). "Media literacy: the new basic- will the real curriculum please stand up?" dalam *Emergency Librarian*., 25, 23-28.
- Pugente, John. (1996). "Getting started on media literacy" dalam *Emergency Librarian*, Nov/ Dec, 9-11.
- Rosenbaum, Judith E., et al (2008). "Mapping media literacy: key concepts and future directions" dalam *Communication Yearbook*, 32, 312-353.
- Ruggieri, Collen A. (2007). "Making multiple literacies accessible" dalam *English Journal*, 115-116.
- Skinner, Emily. (2007). "Writing workshop meets critical media literacy: using magazines and movies as mentor text" dalam *Voice From the Middle*, Dec 30-39.
- Sinclair, Dede. (1996). "Media literacy: elementary, my dear tl" dalam *Emergency Librarian*, Nov/ Dec, 26-29.



### Makalah Seminar, Konferensi dan Publikasi Penelitian

- Buckingham, David. *The media literacy of children and young people: a review of the research literature on behalf of Ofcom*. Center for The Study of Children, Youth and Media Institute of Education : University of London.
- Cowart, Melissa. (2006). *Does what you watch influence how you think? : The relationship between media exposure and political attitudes*. Paper presented for presentation at the 2006 Southern States Communication Association Undergraduate Honor's Conference, Lexington: Kentucky
- Guntarto, B. dan Dina, Fillia. (2002, September). *Pembelajaran melek media mampukah menjadi perisai pengaruh siaran tv pada anak?. Makalah dipersembahkan pada Seminar hasil proyek percontohan pembelajaran melekmedia, Jakarta* <http://www.library.itb.ac.id/data/OWPLibrary-sw-hwdigital-librarygd140PAPERSPMM-REPORT-melek-media.pdf>
- Heins, Marjorie and Cho, Christina. (2003). *Media Literacy: An alternative to censorship* (2<sup>nd</sup> ed). New York: Free Expression Policy Project dalam [www.fepproject.org](http://www.fepproject.org)
- Multivista Global Ltd. (2004) *Information literacy: Essential skills for the information age* (2<sup>nd</sup> ed.). London: Rain Tree Libraries Unlimited.
- Roberts, Donald F., et al (2005) *Generation M: Media in the lives of 8-18 years old*. USA: A Kaiser Family Foundation Study.
- UNICEF. (2008, Juni). *Pendidikan media: Membangun sikap kritis anak dalam menggunakan media*. Jakarta: Yayasan Pengembangan Media Anak.
- UNICEF. (2004, April). *Children, youth and media around the world: an overview of trends & issues*. Paper presented at the 4<sup>th</sup> World Summit on Media for Children and Adolescents, Rio de Janeiro, Brazil.
- Wilson, Brenda. (2007, August). *Factors that predict newspaper reading habits in college students*. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, The Renaissance, Washington, DC dalam [http://www.allacademic.com/meta/p202904\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p202904_index.html).

**Artikel Online**

- Abate, Tom. (2006). "Generation M: Are we so immersed in media brine that it's become an environmental health hazard?." [Http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/c/a/2006/01/01/CMGVHFVA-PC1.DTL&hw=tom+abate&sn=003&sc=911](http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/c/a/2006/01/01/CMGVHFVA-PC1.DTL&hw=tom+abate&sn=003&sc=911)
- A Kaiser Family Foundation. (2006). "The media Family." [www.kff.org](http://www.kff.org).
- Aufderheide, Patricia. (1989). "General principles in media literacy handout." [Http://www.kff.org/entmedia/upload/Key-Facts-Media-Literacy.pdf](http://www.kff.org/entmedia/upload/Key-Facts-Media-Literacy.pdf).
- Downs, Diaendra. "What's media literacy? Santa Fe: NM." [Http://www.laplaza.org/about\\_lap/archives/mlit/media\\_2.html](http://www.laplaza.org/about_lap/archives/mlit/media_2.html)<http://proquest.umi.com/pqdweb?index=31&did=1405231231&SrchMode=1&sid=8&Fmt=6&VInst=PROD&VType=POD&ROT=309&VName=POD&TS=1228031162&clientId=78722>.
- Hanley, Pam. (2002). "Striking a balance: the control of children's media consumption." [Http://www.icra.org/archive/strikingabalance/striking\\_a\\_balance.pdf](http://www.icra.org/archive/strikingabalance/striking_a_balance.pdf).
- Hermawan, Anang. (2008). "Agenda media literacy berbasis sekolah." [Http://abunavis.wordpress.com/2008/04/10/agenda-media-literacy-berbasis-sekolah/](http://abunavis.wordpress.com/2008/04/10/agenda-media-literacy-berbasis-sekolah/).
- Hobbs, Renee. (2008). "Approaches to instruction and teacher education in media literacy." [Http://www.medialiteracy.org.cn/prog/ShowDetail.asp?id=264](http://www.medialiteracy.org.cn/prog/ShowDetail.asp?id=264)
- Livaditi, Julia. (2002). "A media consumption analysis of digital TV applications, 2." [Http://uitv.info/articles/2002/06livaditi](http://uitv.info/articles/2002/06livaditi)
- KOMPAS. (2009). "Malang menuju kota pendidikan." (2009, 25 Februari). [Http://regional.kompas.com/read/xml/2009/02/25/16461211/Malang..Menuju.Kota.Pendidikan](http://regional.kompas.com/read/xml/2009/02/25/16461211/Malang..Menuju.Kota.Pendidikan)
- Media Literacy Data Base. (2009). "What is media literacy?." [Http://nordicom.aub.aau.dk/mld/media\\_literacy.do](http://nordicom.aub.aau.dk/mld/media_literacy.do)
- Public Broadcasting Service (2008). "Media literacy education" <http://www.pbs.org/weta/myjourneyhome/teachers/glossary.html>.
- Vigil, Camille. (2004). "Abstracts from media literacy: Toward youth empowerment in mass communication" dalam Media Literacy: awareness

andanalysis." [Http://www.unm.edu/~abqteach/media\\_cus/media\\_abstracts.pdf](http://www.unm.edu/~abqteach/media_cus/media_abstracts.pdf).

Yates, Bradford L. (2001). "Media literacy and attitude change: assessing the effectiveness of media literacy training on children's responses persuasive message within the ELM." [Http://www.westga.edu/~byates/media1.htm](http://www.westga.edu/~byates/media1.htm).

ANTARA. (2008). "Setiap hari terbit lima media massa baru pasca- reformasi." <http://www.antara.co.id/arc/2008/2/15/http://www.understandmedia.com/index.html>.

#### **Majalah**

Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia. (2006/2007, Vol. 18). *Media Scene: Media review*. Jakarta: P3I.

#### **Tesis**


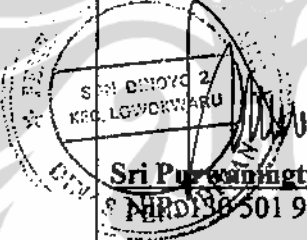

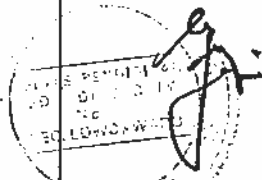
Sabayasa, Anas, (2008). *Hubungan internet self-efficacy, innovativeness dan internet use dengan kepuasan memanfaatkan internet (Studi survai pada siswa SMP sekolah standar nasional di Jakarta)*. Tesis Magister, Program Pascasarjana, Universitas Indonesia.





# LAMPIRAN LAMPIRAN



## TANDA BUKTI PENELITIAN

Berikut adalah tanda bukti bahwa peneliti telah melakukan penelitian di seluruh Sekolah Dasar dibawah ini, pada tanggal 30 April 2009 sampai dengan 2 Mei 2009 di Kota Malang kecamatan Lowokwaru:

<b>SDN DINOYO I</b>	Kepala Sekolah  <u>H. Wage Munawar, S.Pd.</u> NIP. 130 580 309
<b>SDN DINOYO II</b>	Kepala Sekolah  <u>Sri Purwaningtyas</u> NIP. 130 501 967
<b>SDN DINOYO III</b>	Kepala Sekolah  <u>Rahmaningsih, S.Pd</u> NIP. 130 745 673
<b>SDN DINOYO IV</b>	Kapala Sekolah  <u>Drs. HM. Shodiq, M.Si</u> NIP. 131 242 617

<p><b>SDN TLOGOMAS I</b></p>	<p>Kepala Sekolah</p> <p><i>ay</i> </p> <p><b><u>Liliek Christiana Ernawati, S.Pd</u></b> NIP. 130 586 018</p>
<p><b>SDN TLOGOMAS II</b></p>	<p>Kepala Sekolah</p> <p> <i>[Signature]</i></p> <p><b><u>Drs. Didik Bekti Purwianto</u></b> NIP. 130 847 741</p>
<p><b>SDI WAHID HASYIM</b></p>	<p>Kepala Sekolah</p> <p> <i>[Signature]</i></p> <p><b><u>Dewi Masithoh S.Pd</u></b></p>
<p><b>SD AISYIYAH</b></p>	<p>Kepala Sekolah</p> <p> <i>[Signature]</i></p> <p><b><u>Eri Satori, SE</u></b></p>

## Kuesioner Penelitian

No. Responden: .....

### I. Data Responden

Nama : ..... (L / P)  
Umur : ..... tahun  
Kelas : .....  
Tanggal : .....

### II. Media Use

Isilah pertanyaan ini dengan memberi tanda silang (x) pada alphabet yang merupakan jawaban kamu. Bacalah setiap pertanyaan dengan teliti sebelum menjawab !

#### Televisi

1. Apakah kamu suka menonton televisi ?
  - a. suka
  - b. tidak suka
2. Berapa lama waktu yang kamu luangkan untuk menonton televisi dalam sehari ?
  - a. 1 jam
  - b. 2 jam
  - c. 3 jam
  - d. 4 jam
  - e. > 5 jam
3. Berapa kali kamu menonton televisi dalam sehari ?
  - a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. 4 kali
  - e. > 5 kali
4. Saat hari libur, berapa lama waktu yang kamu lakukan untuk menonton televisi?
  - a. 1 jam
  - b. 2 jam
  - c. 3 jam
  - d. 4 jam
  - e. > 5 jam
5. Acara apa yang paling kamu sukai di televisi ?
  - a. Sinetron / film
  - b. musik
  - c. kartun
  - d. berita
  - e. Lainnya: ..... (sebutkan acaranya !)

### Media Cetak

6. Apakah kamu suka membaca majalah ?
  - a. Ya
  - b. Tidak
7. Majalah apa yang suka kamu baca ?
  - a. Majalah tentang film
  - b. Majalah tentang musik
  - c. Majalah tentang ilmu pengetahuan
  - d. Majalah tentang games
  - e. Lainnya:.....
8. Berapa kali kamu membaca majalah dalam sehari ?
  - a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. > 3 kali
  - e. Tidak pernah
9. Apakah kamu suka membaca buku ?
  - a. ya
  - b. tidak
10. Buku apa yang suka kamu baca ?
  - a. Buku pelajaran sekolah
  - b. Novel
  - c. Komik
  - d. Cerita
  - e. Lainnya: ..... (sebutkan bukunya !)
11. Berapa kali kamu membaca buku dalam sehari?
  - a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. > 3 kali
  - e. Tidak pernah
12. Apakah kamu suka membaca surat kabar/ Koran?
  - a. Ya, Koran ..... (sebutkan nama korannya !)
  - b. Tidak
13. Berapa kali dalam sehari kamu membaca Koran?
  - a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. > 3 kali
  - e. Tidak pernah

### Radio

14. Apakah kamu suka mendengarkan radio ?
  - a. Suka
  - b. Tidak suka
15. Dimana biasanya kamu mendengarkan radio ?
  - a. Di rumah
  - b. Di mobil / angkutan umum



- c. Di sekolah
- d. Di handphone
- e. Lainnya: ..... (sebutkan !)

**Komputer**

16. Apakah kamu sering menggunakan komputer ?
- a. Sering
  - b. Jarang
  - c. Tidak pernah
17. Di mana kamu menggunakan komputer?
- a. Di rumah
  - b. Di sekolah
  - c. Di rumah teman
  - d. Di rental computer/ warnet
  - e. Lainnya: ..... (sebutkan tempatnya !)
18. Berapa kali kamu menggunakan komputer dalam sehari ?
- a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. > 3 kali
  - e. Tidak pernah
19. Untuk apa kamu menggunakan komputer ?
- a. Bermain games
  - b. Mengerjakan tugas sekolah
  - c. Menonton DVD film
  - d. Mendengarkan music
  - e. Lainnya: ..... (sebutkan !)

**Internet**

20. Apakah kamu suka menggunakan internet?
- a. Suka
  - b. Tidak suka
21. Berapa kali dalam sehari kamu menggunakan internet?
- a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. > 3 kali
  - e. Tidak pernah
22. Apa yang kamu cari melalui internet ?
- a. Informasi / berita
  - b. Music/mp3
  - c. Games online
  - d. Film
  - e. Lainnya: .....(sebutkan !)

Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Saya menggunakan media untuk menghabiskan waktu					
Saya menggunakan media untuk pelarian					
Saat menggunakan media saya bersikap pasif					
Saat menggunakan media saya menyeleksi informasi apa yang bermanfaat buat saya					
Saya menggunakan media untuk mencari informasi					

### III. Media Exposure

Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Saya menonton TV setiap hari					
Saya mendengarkan radio setiap hari					
Saya membaca surat kabar/ Koran setiap hari					
Saya membaca buku setiap hari					
Saya membaca majalah setiap hari					
Saya menggunakan internet setiap hari					
Saya main video games setiap hari					

### IV. Media Preference

Seberapa penting media ini buat kalian? Beri tanda (√) pada salah satu jawaban dalam kolom dibawah ini !

Jenis Media	Sangat penting	Penting	Ragu-ragu	Tidak Penting	Sangat Tidak penting
Televisi /TV					

Radio					
Surat Kabar / Koran					
Majalah					
Musik					
CD/ DVD Film					
Handphone					
Telepon Rumah					
Komputer					
Playstation/ Sega					
Internet					

#### V. Media Literasi

Bacalah pernyataan dibawah ini dengan seksama, kemudian beri tanda (v) pada salah satu jawaban dalam kolom dibawah ini !

Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media					
Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya					
Saya memahami isi media yang saya gunakan					
Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media					
Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan					
Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu					
Tidak semua acara televisi baik untuk aku					
Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk					
Semua media bermanfaat buatku					
Saya mampu mengoperasikan media elektronik					
Saya mampu menggunakan media cetak					
Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik					

1. Di bawah adatah tabel kegiatan sepanjang hari dari sejak bangun pagi sampai tidur malam pada hari sekolah. Isikan kegiatan sehari-hari kalian di bawah ini!

Jam	Kegiatan
04.00-05.00	
05.00-06.00	
06.00-07.00	
07.00-08.00	
08.00-09.00	
09.00-10.00	
10.00-11.00	
11.00-12.00	
12.00-13.00	
13.00-14.00	
14.00-15.00	
15.00-16.00	
16.00-17.00	
17.00-18.00	
18.00-19.00	
19.00-20.00	
20.00-21.00	
21.00-22.00	
22.00-23.00	
23.00-24.00	

2. Di bawah adatah tabel kegiatan sepanjang hari dari sejak bangun pagi sampai tidur malam pada hari Minggu atau libur. Isikan kegiatan sehari-hari kalian di bawah ini!

Jam	Kegiatan
04.00-05.00	
05.00-06.00	
06.00-07.00	
07.00-08.00	
08.00-09.00	
09.00-10.00	

10.00-11.00	
11.00-12.00	
12.00-13.00	
13.00-14.00	
14.00-15.00	
15.00-16.00	
16.00-17.00	
17.00-18.00	
18.00-19.00	
19.00-20.00	
20.00-21.00	
21.00-22.00	
22.00-23.00	
23.00-24.00	

3. Pada hari biasa/kerja/sekolah, jam berapa saja kalian melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut? Beri tanda check list (v) pada kolom media yang digunakan !

Jam	(2)	(3)	(4)	(5)
	Nonton TV	Main Game	Membaca	Internet
05.00				
06.00				
07.00				
08.00				
09.00				
10.00				
11.00				
12.00-				
13.00				
14.00				
15.00				
16.00				
17.00				
18.00				
19.00				
20.00				

21.00				
22.00				
23.00				
24.00				
JUMLAH Jam				

4. Pada hari Minggu/libur, jam berapa saja kalian melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut? Beri tanda check list (v) pada kolom media yang digunakan !

Jam	(7)	(8)	(9)	(10)
	Nonton TV	Main Game	Membaca	Internet
05.00				
06.00				
07.00				
08.00				
09.00				
10.00				
11.00				
12.00-				
13.00				
14.00				
15.00				
16.00				
17.00				
18.00				
19.00				
20.00				
21.00				
22.00				
23.00				
24.00				
JUMLAH Jam				

## Factor Analysis

Correlation Matrix<sup>a</sup>

	MU1. Televisi /TV	MU2. Radio	MU3. Surat Kabar	MU4. Majalah	MU5. Musik	MU6. CD/ DVD	MU7. Handphone	MU8. Telepon Rumah	MU9. Komputer	MU10. Playstation/ Internet	MU11. Internet	
Correlation	MU1. Televisi /TV	1.000	.451	.165	.203	.022	.128	.266	.270	.191	.060	.184
	MU2. Radio	.451	1.000	.340	.252	-.014	.110	.215	.338	.139	-.128	.217
	MU3. Surat Kabar	.165	.340	1.000	.314	-.151	-.116	.074	.367	.263	-.162	.281
	MU4. Majalah	.203	.252	.314	1.000	-.017	-.054	.166	.289	.199	-.002	.130
	MU5. Musik	.022	-.014	-.151	-.017	1.000	.488	.187	-.105	.057	.181	-.014
	MU6. CD/ DVD	.128	.110	-.116	-.054	.488	1.000	.180	-.142	.020	.267	.121
	MU7. Handphone	.266	.215	.074	.166	.187	.180	1.000	.265	.063	.108	-.004
	MU8. Telepon	.270	.338	.367	.289	-.105	-.142	.265	1.000	.246	-.157	.177
	MU9. Komputer	.191	.139	.263	.199	.057	.020	.063	.246	1.000	-.019	.195
	MU10.	.060	-.128	-.162	-.002	.181	.267	.108	-.157	-.019	1.000	.029
	MU11. Internet	.184	.217	.281	.130	-.014	.121	-.004	.177	.195	.029	1.000
Sig. (1-tailed)	MU1. Televisi /TV		.000	.005	.001	.366	.023	.000	.000	.001	.175	.002
	MU2. Radio	.000		.000	.000	.412	.044	.000	.000	.015	.024	.000
	MU3. Surat Kabar	.005	.000		.000	.009	.037	.127	.000	.000	.006	.000
	MU4. Majalah	.001	.000	.000		.399	.203	.005	.000	.001	.487	.022
	MU5. Musik	.366	.412	.009	.399		.000	.002	.052	.191	.002	.414
	MU6. CD/ DVD	.023	.044	.037	.203	.000		.003	.014	.382	.000	.030
	MU7. Handphone	.000	.000	.127	.005	.002	.003		.000	.166	.048	.474
	MU8. Telepon	.000	.000	.000	.000	.052	.014	.000		.000	.007	.003
	MU9. Komputer	.001	.015	.000	.001	.191	.382	.166	.000		.382	.001
	MU10.	.175	.024	.006	.487	.002	.000	.048	.007	.382		.330
	MU11. Internet	.002	.000	.000	.022	.414	.030	.474	.003	.001	.330	

a. Determinant = .176

Inverse of Correlation Matrix

	MU1. Televisi /TV	MU2. Radio	MU3. Surat Kabar /	MU4. Majalah	MU5. Musik	MU6. CD/ DVD	MU7. Handphone	MU8. Telepon	MU9. Komputer	MU10. Playstation/	MU11. Internet
MU1.	1.379	-.511	.072	-.069	.065	-.084	-.192	-.130	-.140	-.126	-.090
MU2.	-.511	1.509	-.286	-.126	.049	-.223	-.089	-.200	.066	.210	-.092
MU3. Surat	.072	-.286	1.417	-.240	.127	.081	.003	-.241	-.198	.109	-.248
MU4.	-.069	-.126	-.240	1.206	-.044	.103	-.093	-.150	-.102	-.083	-.014
MU5.	.065	.049	.127	-.044	1.377	-.630	-.174	.047	-.122	-.036	.059
MU6. CD/	-.084	-.223	.081	.103	-.630	1.502	-.138	.219	.000	-.243	-.195
MU7.	-.192	-.089	.003	-.093	-.174	-.138	1.236	-.312	.050	-.116	.134
MU8.	-.130	-.200	-.241	-.150	.047	.219	-.312	1.434	-.172	.135	-.097
MU9.	-.140	.066	-.198	-.102	-.122	.000	.050	-.172	1.159	.000	-.116
MU10.	-.126	.210	.109	-.083	-.036	-.243	-.116	.135	.000	1.159	-.070
MU11.	-.090	-.092	-.248	-.014	.059	-.195	.134	-.097	-.116	-.070	1.175

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.707
Bartlett's Approx. Chi-Test of Sphericity	409.454
df	55
Sig.	.000

Anti-image Matrices

		MU1. Televisi /TV	MU2. Radio	MU3. Surat Kabar	MU4. Majalah	MU5. Musik	MU6. CD/ DVD	MU7. Handphone	MU8. Telepon Rumah	MU9. Komputer	MU10. Playstation/	MU11. Internet
Anti-image Covariance	MU1. Televisi /TV	.725	-.246	.037	-.041	.034	-.041	-.113	-.066	-.088	-.079	-.056
	MU2. Radio	-.246	.663	-.134	-.069	.024	-.098	-.048	-.093	.038	.120	-.052
	MU3. Surat Kabar	.037	-.134	.706	-.140	.065	.038	.002	-.118	-.120	.066	-.149
	MU4. Majalah	-.041	-.069	-.140	.829	-.027	.057	-.062	-.087	-.073	-.059	-.010
	MU5. Musik	.034	.024	.065	-.027	.726	-.305	-.102	.024	-.077	-.023	.036
	MU6. CD/ DVD	-.041	-.098	.038	.057	-.305	.666	-.075	.102	.000	-.139	-.111
	MU7. Handphone	-.113	-.048	.002	-.062	-.102	-.075	.809	-.176	.035	-.081	.092
	MU8. Telepon	-.066	-.093	-.118	-.087	.024	.102	-.176	.697	-.104	.081	-.057
	MU9. Komputer	-.088	.038	-.120	-.073	-.077	.000	.035	-.104	.863	.000	-.086
	MU10.	-.079	.120	.066	-.059	-.023	-.139	-.081	.081	.000	.863	-.052
	MU11. Internet	-.056	-.052	-.149	-.010	.036	-.111	.092	-.057	-.086	-.052	.851
Anti-image Correlation	MU1. Televisi /TV	.723 <sup>a</sup>	-.354	.052	-.053	.047	-.059	-.147	-.093	-.111	-.100	-.071
	MU2. Radio	-.354	.718 <sup>a</sup>	-.195	-.093	.034	-.148	-.065	-.136	.050	.159	-.069
	MU3. Surat Kabar	.052	-.195	.765 <sup>a</sup>	-.183	.091	.056	.002	-.169	-.154	.085	-.192
	MU4. Majalah	-.053	-.093	-.183	.817 <sup>a</sup>	-.034	.076	-.076	-.114	-.087	-.070	-.012
	MU5. Musik	.047	.034	.091	-.034	.593 <sup>a</sup>	-.438	-.133	.033	-.097	-.028	.046
	MU6. CD/ DVD	-.059	-.148	.056	.076	-.438	.573 <sup>a</sup>	-.102	.149	.000	-.184	-.147
	MU7. Handphone	-.147	-.065	.002	-.076	-.133	-.102	.687 <sup>a</sup>	-.234	.042	-.097	.111
	MU8. Telepon	-.093	-.136	-.169	-.114	.033	-.149	-.234	.775 <sup>a</sup>	-.134	.104	-.074
	MU9. Komputer	-.111	.050	-.154	-.087	-.097	.000	.042	-.134	.761 <sup>a</sup>	.000	-.100
	MU10.	-.100	.159	.085	-.070	-.028	-.184	-.097	.104	.000	.640 <sup>a</sup>	-.060
	MU11. Internet	-.071	-.069	-.192	-.012	.046	-.147	.111	-.074	-.100	-.060	.719 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	n
MU1.	1.000	.467
MU2.	1.000	.507
MU3.	1.000	.551
MU4.	1.000	.316
MU5.	1.000	.553
MU6.	1.000	.680
MU7.	1.000	.633
MU8.	1.000	.543
MU9.	1.000	.386
MU10.	1.000	.338
MU11.	1.000	.615

Extraction Method: Principal Component



**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Squared Loadings			Squared Loadings		
	Total	Variance	ve %	Total	Variance	ive %	Total	Variance	ive %
1	2.637	23.973	23.973	2.637	23.973	23.973	2.182	19.832	19.832
2	1.861	16.921	40.894	1.861	16.921	40.894	1.853	16.842	36.675
3	1.090	9.912	50.807	1.090	9.912	50.807	1.554	14.132	50.807
4	.944	8.583	59.390						
5	.894	8.126	67.515						
6	.784	7.130	74.646						
7	.735	6.679	81.324						
8	.599	5.443	86.767						
9	.545	4.950	91.718						
10	.475	4.314	96.032						
11	.437	3.968	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
MU1.	.601	.264	-.190
MU2.	.690	.092	-.150
MU3.	.653	-.270	.227
MU4.	.559	-.034	-.048
MU5.	-.064	.738	.060
MU6.	.008	.806	.174
MU7.	.387	.420	.854
MU8.	.585	-.176	-.208
MU9.	.471	.035	.403
MU10.	-.141	.548	.133
MU11.	.443	.075	.043

Extraction Method: Principal Component Analysis

a. 3 components extracted.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
MU1.	.649	.153	.150
MU2.	.669	-.020	.245
MU3.	.370	-.308	.565
MU4.	.482	-.110	.267
MU5.	.057	.740	-.037
MU6.	.070	.816	.093
MU7.	.692	.273	-.281
MU8.	.643	-.291	.212
MU9.	.186	.042	.591
MU10.	-.081	.575	-.005
MU11.	.044	.124	.773

Extraction Method: Principal Component Analysis

a. Rotation converged in 6 iterations

**Reproduced Correlations**

	MU1. Televisi /TV	MU2. Radio	MU3. Surat Kabar	MU4. Majalah	MU5. Musik	MU6. CD/ DVD	MU7. Handphone	MU8. Telepon Rumah	MU9. Komputer	MU10. Playstation/	MU11. Internet	
Reproduced Correlation	MU1. Televisi /TV	.467 <sup>a</sup>	.277	-.336	.145	.185	.449	.404	.216	.035	.164	
	MU2. Radio	.467	.507 <sup>a</sup>	.392	.390	.014	.053	.389	.488	.268	-.067	.216
	MU3. Surat Kabar	.277	.392	.551 <sup>a</sup>	.363	-.228	-.173	.013	.447	.390	-.210	.415
	MU4. Majalah	.336	.390	.363	.316 <sup>a</sup>	-.064	-.031	.229	.399	.243	-.104	.214
	MU5. Musik	.145	.014	-.228	-.064	.553 <sup>a</sup>	.605	.252	-.187	.020	.422	.066
	MU6. CD/ DVD	.185	.053	-.173	-.031	.605	.680 <sup>a</sup>	.245	-.173	.102	.463	.176
	MU7. Handphone	.449	.389	.013	.229	.252	.245	.633 <sup>a</sup>	.306	-.026	.102	-.153
	MU8. Telepon	.404	.488	.447	.399	-.187	-.173	.306	.543 <sup>a</sup>	.233	-.221	.156
	MU9. Komputer	.216	.268	.390	.243	.020	.102	-.026	.233	.386 <sup>a</sup>	.006	.470
	MU10.	.035	-.067	-.210	-.104	.422	.463	.102	-.221	.006	.338 <sup>a</sup>	.064
	MU11. Internet	.164	.216	.415	.214	.066	.176	-.153	.156	.470	.064	.615 <sup>a</sup>
Residual <sup>b</sup>	MU1. Televisi /TV		-.016	-.113	-.133	-.123	-.056	-.182	-.134	-.025	.026	.020

MU2. Radio	-.016		-.051	-.138	-.029	.057	-.174	-.150	-.129	-.061	.000
MU3. Surat Kabar	-.113	-.051		-.050	.077	.057	.061	-.080	-.127	.048	-.134
MU4. Majalah	-.133	-.138	-.050		.047	-.023	-.062	-.110	-.044	.102	-.084
MU5. Musik	-.123	-.029	.077	.047		-.117	-.065	.082	.037	-.240	-.080
MU6. CD/ DVD	-.056	.057	.057	-.023	-.117		-.065	.030	-.083	-.196	-.055
MU7. Handphone	-.182	-.174	.061	-.062	-.065	-.065		-.041	.089	.006	.149
MU8. Telepon	-.134	-.150	-.080	-.110	.082	.030	-.041		.013	.063	.021
MU9. Komputer	-.025	-.129	-.127	-.044	.037	-.083	.089	.013		-.025	-.276
MU10.	.026	-.061	.048	.102	-.240	-.196	.006	.063	-.025		-.036
MU11. Internet	.020	.000	-.134	-.084	-.080	-.055	.149	.021	-.276	-.036	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Reproduced communalities

b. Residuals are computed between observed and reproduced correlations. There are 36 (65.0%) nonredundant residuals with a

Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component		
	1	2	3
MU1.	.649	.153	.150
MU2.	.669	-.020	.245
MU3.	.370	-.308	.565
MU4.	.482	-.110	.267
MU5.	.057	.740	-.037
MU6.	.070	.816	.093
MU7.	.692	.273	-.281
MU8.	.643	-.291	.212
MU9.	.186	.042	.591
MU10.	-.081	.575	-.005
MU11.	.044	.124	.773

Extraction Method: Principal Component Analysis

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

ent	1	2	3
1	.829	-.123	.546
2	.192	.979	-.070
3	-.525	.163	.835

Extraction Method: Principal Component Analysis

## Factor Analysis

Correlation Matrix<sup>a</sup>

	Saya menonton TV setiap hari	ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	ME4. Saya membaca buku setiap hari	ME5. Saya membaca majalah setiap hari	Saya menggunakan internet	Saya main video games
Correlation	ME1. Saya menonton TV setiap hari	.387	.175	.143	.444	.526
	ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	1.000	.085	.124	.201	.220
	ME4. Saya membaca buku setiap hari	.175	1.000	.133	.156	.234
	ME5. Saya membaca majalah setiap hari	.143	.124	1.000	.064	.077
	ME6. Saya menggunakan internet	.444	.201	.156	1.000	.545
	ME7. Saya main video games setiap hari	.526	.220	.234	.077	1.000
Sig. (1-tailed)	ME1. Saya menonton TV setiap hari	.000	.003	.013	.000	.000
	ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	.000	.094	.027	.001	.000
	ME4. Saya membaca buku setiap hari	.003	.094	.019	.008	.000
	ME5. Saya membaca majalah setiap hari	.013	.027	.019	.162	.118
	ME6. Saya menggunakan internet	.000	.001	.008	.162	.000
	ME7. Saya main video games setiap hari	.000	.000	.000	.118	.000

a. Determinant = .371

Inverse of Correlation Matrix

	ME1. Saya menonton TV setiap hari	Saya mendengarkan radio	ME4. Saya membaca buku setiap hari	ME5. Saya membaca majalah setiap hari	menggunakan internet setiap hari	Saya main video games setiap hari
ME1. Saya menonton	1.629	-.424	-.052	-.110	-.310	-.575
ME2. Saya mendengarkan radio	-.424	1.185	-.008	-.083	-.039	-.008
ME4. Saya membaca	-.052	-.008	1.076	-.118	-.028	-.199
ME5. Saya membaca	-.110	-.083	-.118	1.040	.006	.021
ME6. Saya menggunakan	-.310	-.039	-.028	.006	1.497	-.638
ME7. Saya main video	-.575	-.008	-.199	.021	-.638	1.697

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.720
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df	234.876 15
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Saya menonton TV setiap	ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	ME4. Saya membaca buku setiap hari	ME5. Saya membaca majalah setiap hari	Saya menggunakan internet	Saya main video games
Anti-image Covariance	ME1. Saya menonton TV setiap hari	.614	-.220	-.029	-.065	-.127	-.208
	ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	-.220	.844	-.006	-.067	-.022	-.004
	ME4. Saya membaca buku setiap hari	-.029	-.006	.929	-.106	-.017	-.109
	ME5. Saya membaca majalah setiap hari	-.065	-.067	-.106	.962	.004	.012
	ME6. Saya menggunakan internet	-.127	-.022	-.017	.004	.668	-.251
	ME7. Saya main video games setiap hari	-.208	-.004	-.109	.012	-.251	.589
Anti-image Correlation	ME1. Saya menonton TV setiap hari	.722 <sup>a</sup>	-.305	-.039	-.085	-.199	-.346
	ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	-.305	.724 <sup>a</sup>	-.007	-.074	-.029	-.006
	ME4. Saya membaca buku setiap hari	-.039	-.007	.788 <sup>a</sup>	-.112	-.022	-.147
	ME5. Saya membaca majalah setiap hari	-.085	-.074	-.112	.715 <sup>a</sup>	.005	.016
	ME6. Saya menggunakan internet	-.199	-.029	-.022	.005	.737 <sup>a</sup>	-.400
	ME7. Saya main video games setiap hari	-.346	-.006	-.147	.016	-.400	.694 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	n
ME1. Saya menonton	1.000	.646
ME2. Saya mendengarkan radio	1.000	.297
ME4. Saya membaca	1.000	.328
ME5. Saya membaca	1.000	.769
ME6. Saya menggunakan	1.000	.628
ME7. Saya main video	1.000	.683

Extraction Method: Principal Comp

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	Variance	ve %	Total	Variance	e %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.321	38.682	38.682	2.321	38.682	38.682	2.159	35.982	35.982
2	1.031	17.177	55.859	1.031	17.177	55.859	1.193	19.878	55.859
3	.940	15.664	71.523						
4	.789	13.146	84.669						
5	.505	8.421	93.090						
6	.415	6.910	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
ME1. Saya menonton	.801	-.073
ME2. Saya mendengarkan radio	.529	.131
ME4. Saya membaca	.395	.416
ME5. Saya membaca	.258	.838
ME6. Saya menggunakan	.737	-.290
ME7. Saya main video	.796	-.222

Extraction Method: Principal Comp

a. 2 components extracted.

**Reproduced Correlations**

	Saya menonton TV setiap	Saya mendengarkan radio	Saya membaca buku setiap	Saya membaca majalah	menggunakan internet setiap hari	Saya main video games
Reproduced Correlation	ME1. Saya	.646 <sup>a</sup>	.414	.285	.145	.612
	ME2. Saya	.414	.297 <sup>a</sup>	.263	.246	.352
	ME4. Saya	.285	.263	.328 <sup>a</sup>	.450	.170
	ME5. Saya	.145	.246	.450	.769 <sup>a</sup>	-.053
	ME6. Saya	.612	.352	.170	-.053	.628 <sup>a</sup>
	ME7. Saya	.654	.392	.222	.020	.651
Residual <sup>b</sup>	ME1. Saya		-.027	-.110	-.002	-.167
	ME2. Saya					
	ME4. Saya					
	ME5. Saya					
	ME6. Saya					
	ME7. Saya					

	ME7. Saya main video games setiap hari	.654	.392	.222	.020	.651	.683 <sup>a</sup>
Residual <sup>b</sup>	ME1. Saya menonton TV setiap hari		-.027	-.110	-.002	-.167	-.127
	ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	-.027		-.178	-.122	-.151	-.172
	ME4. Saya membaca buku setiap hari	-.110	-.178		-.317	-.014	.012
	ME5. Saya membaca majalah setiap hari	-.002	-.122	-.317		.117	.057
	ME6. Saya menggunakan internet setiap hari	-.167	-.151	-.014	.117		-.107
	ME7. Saya main video games setiap hari	-.127	-.172	.012	.057	-.107	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Reproduced communalities

b. Residuals are computed between observed and reproduced correlations. There are 11 (73.0%) nonredundant

Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component	
	1	2
ME1. Saya	.775	.215
ME2. Saya	.448	.310
ME4. Saya	.222	.528
ME5. Saya	-.055	.875
ME6. Saya	.792	-.010
ME7. Saya	.823	.075

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2
1	.935	.354
2	-.354	.935

Extraction Method: Principal Component Analysis.

## Factor Analysis

Correlation Matrix<sup>a</sup>

	ML1. Saya dapat memb atasi jumlah jam	ML2. Saya dapat memilih isi media yang	ML3. Saya memahami isi media yang	ML4. Saya tidak mudah terpengaruh	ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari	ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk	ML7. Tidak semua acara televi si	ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk	ML9. Semua media bermanfaat buatkan	ML10. Saya mampu mengoperasikan	ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya
Correlation	1.000	.332	.267	.076	.220	.035	.244	.110	.074	.245	.193	.311
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media												
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	.332	1.000	.380	.128	.298	.015	.250	.144	.106	.133	.125	.199
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	.267	.380	1.000	.117	.347	.059	.239	.199	.136	.167	.206	.308
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	.076	.128	.117	1.000	.252	.139	.237	.012	-.061	.010	.040	.157
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	.220	.298	.347	.252	1.000	.118	.249	.141	.212	.234	.277	.308
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	.035	.015	.059	.139	.118	1.000	.063	-.018	.169	.067	.047	.047
ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk aku	.244	.250	.239	.237	.249	.063	1.000	.206	.047	.206	.072	.300
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	.110	.144	.199	.012	.141	-.018	.206	1.000	.058	.194	.158	.127
ML9. Semua media bermanfaat buatku	.074	.106	.136	-.061	.212	.169	.047	.058	1.000	.249	.156	.072
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	.245	.133	.167	.010	.234	.067	.206	.194	.249	1.000	.307	.273
ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	.193	.125	.206	.040	.277	.047	.072	.158	.156	.307	1.000	.265
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik	.311	.199	.308	.157	.308	.047	.300	.127	.072	.273	.265	1.000
Sig. (1-tailed)		.000	.000	.120	.000	.294	.000	.044	.126	.000	.001	.000
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media												
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	.000		.000	.023	.000	.411	.000	.013	.050	.020	.026	.001
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	.000	.000		.035	.000	.182	.000	.001	.018	.005	.001	.000

	ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	.010	-.032	-.087	.040	-.017	.038	-.120	.903	.010	-.092	-.071	.009
	ML9. Semua media bermanfaat buatku	.019	-.033	-.039	.108	-.114	-.143	.015	.010	.871	-.153	-.044	.031
	ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	-.096	.015	.015	.047	-.046	-.015	-.080	-.092	-.153	.783	-.155	-.096
	ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	-.051	.010	-.047	.009	-.114	-.003	.074	-.071	-.044	-.155	.821	-.106
	ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik	-.125	.015	-.109	-.048	-.086	.007	-.125	.009	.031	-.096	-.106	.753
Anti- imag e Corr elati on	ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	.823 <sup>a</sup>	-.221	-.073	.021	-.017	-.008	-.093	.012	.023	-.122	-.063	-.162
	ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	-.221	.786 <sup>a</sup>	-.246	-.038	-.132	.042	-.101	-.039	-.040	.020	.013	.019
	ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	-.073	-.246	.825 <sup>a</sup>	-.001	-.163	-.018	-.055	-.106	-.048	.020	-.061	-.146
	ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	.021	-.038	-.001	.649 <sup>a</sup>	-.196	-.130	-.172	.045	.125	.058	.011	-.059
	ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	-.017	-.132	-.163	-.196	.821 <sup>a</sup>	-.045	-.067	-.021	-.144	-.061	-.148	-.117
	ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	-.008	.042	-.018	-.130	-.045	.621 <sup>a</sup>	-.021	.041	-.158	-.017	-.003	.008
	ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk aku	-.093	-.101	-.055	-.172	-.067	-.021	.799 <sup>a</sup>	-.142	.018	-.102	.092	-.162
	ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	.012	-.039	-.106	.045	-.021	.041	-.142	.794 <sup>a</sup>	.012	-.110	-.082	.011
	ML9. Semua media bermanfaat buatku	.023	-.040	-.048	.125	-.144	-.158	.018	.012	.666 <sup>a</sup>	-.185	-.052	.039
	ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	-.122	.020	.020	.058	-.061	-.017	-.102	-.110	-.185	.782 <sup>a</sup>	-.194	-.125
	ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	-.063	.013	-.061	.011	-.148	-.003	.092	-.082	-.052	-.194	.792 <sup>a</sup>	-.135
	ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik	-.162	.019	-.146	-.059	-.117	.008	-.162	.011	.039	-.125	-.135	.828 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)



Communalities

	Initial	n
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan	1.000	.374
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk	1.000	.400
ML3. Saya memahami isi media yang saya	1.000	.416
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	1.000	.615
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	1.000	.476
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan	1.000	.626
ML7. Tidak semua acara televisi baik	1.000	.417
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang	1.000	.273
ML9. Semua media bermanfaat buatku	1.000	.559
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	1.000	.492
ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	1.000	.404
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya	1.000	.393

Extraction Method: Principal Component Analysis

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Loadings		
	Total	Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	Variance	%
1	3.015	25.127	25.127	3.015	25.127	25.127	2.591	21.594	21.594
2	1.268	10.565	35.692	1.268	10.565	35.692	1.653	13.773	35.366
3	1.161	9.679	45.371	1.161	9.679	45.371	1.201	10.005	45.371
4	.968	8.067	53.438						
5	.928	7.737	61.175						
6	.862	7.182	68.357						
7	.776	6.469	74.826						
8	.707	5.889	80.715						
9	.604	5.031	85.745						
10	.595	4.958	90.704						
11	.571	4.761	95.465						

12	.544	4.535	100.000						
----	------	-------	---------	--	--	--	--	--	--

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix<sup>a</sup>

	Component		
	1	2	3
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam	.566	-.073	-.219
ML2. Saya dapat memilih isi media yang	.565	-.237	-.156
ML3. Saya memahami isi media yang	.627	-.112	-.101
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh	.304	-.574	.440
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari	.651	-.039	.225
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk	.175	.093	.766
ML7. Tidak semua acara	.544	-.347	-.018
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk	.372	.101	-.352
ML9. Semua media	.315	.590	.335
ML10. Saya mampu mengoperasikan	.530	.456	-.057
ML11. Saya mampu menggunakan	.488	.403	-.055
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya	.618	-.072	-.075

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Reproduced Correlations

	ML1. Saya dapat memb atasi jumlah jam	ML2. Saya dapat memilih isi media yang	ML3. Saya memahami isi media yang	ML4. Saya tidak mudah terpengaruh	ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari	ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk	ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk	ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk	ML9. Semua media bermanfaat buatku	ML10. Saya mampu mengoperasikan	ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	ML12. Media bermanfaat jika aku dapat
<b>Reproduced Correlation</b>	ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media .374 <sup>a</sup>	.372	.385	.118	.322	-.076	.337	.280	.062	.279	.259	.371
	ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya .372	.400 <sup>a</sup>	.397	.239	.342	-.043	.393	.241	-.014	.200	.189	.378
	ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan .385	.397	.416 <sup>a</sup>	.211	.390	.022	.382	.257	.098	.287	.267	.403
	ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media .118	.239	.211	.615 <sup>a</sup>	.319	.337	.357	-.100	-.095	-.126	-.107	.196
	ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan .322	.342	.390	.319	.476 <sup>a</sup>	.282	.363	.159	.258	.314	.290	.388
	ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu -.076	-.043	.022	.337	.282	.626 <sup>a</sup>	.049	-.195	.367	.091	.081	.044
	ML7. Tidak semua acara televisi baik .337	.393	.382	.357	.363	.049	.417 <sup>a</sup>	-.173	-.039	.131	.127	.362
	ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk .280	.241	.257	-.100	.159	-.195	.173	.273 <sup>a</sup>	.059	.263	.242	.249
	ML9. Semua media bermanfaat buatku .062	-.014	.098	-.095	.258	.367	-.039	.059	.559 <sup>a</sup>	.417	.373	.127
	ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik .279	.200	.287	-.126	.314	.091	.131	.263	.417	.492 <sup>a</sup>	.446	.299
	ML11. Saya mampu menggunakan media cetak .259	.189	.267	-.107	.290	.081	.127	.242	.373	.446	.404 <sup>a</sup>	.277
	ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya .371	.378	.403	.196	.388	.044	.362	.249	.127	.299	.277	.393 <sup>a</sup>
<b>Residual<sup>b</sup></b>	ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	-.039	-.119	-.042	-.102	.111	-.094	-.170	.012	-.034	-.066	-.061
	ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	-.039	-.017	-.111	-.044	.057	-.143	-.098	.120	-.068	-.064	-.179
	ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	-.119	-.017	-.094	-.043	.037	-.143	-.059	.037	-.120	-.060	-.095
	ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	-.042	-.111	-.094	-.067	-.197	-.120	.112	.033	.136	.147	-.039

ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	-.102	-.044	-.043	-.067		-.165	-.114	-.018	-.046	-.081	-.013	-.080
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	.111	.057	.037	-.197	-.165		.014	.178	-.198	-.024	-.034	.003
ML7. Tidak semua acara televisi baik	-.094	-.143	-.143	-.120	-.114	.014		.033	.086	.076	-.054	-.062
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	-.170	-.098	-.059	.112	-.018	.178	.033		-.001	-.069	-.083	-.122
ML9. Semua media bermanfaat buatku	.012	.120	.037	.033	-.046	-.198	.086	-.001		-.168	-.217	-.055
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	-.034	-.068	-.120	.136	-.081	-.024	.076	-.069	-.168		-.139	-.026
ML11. Saya mampu menggunakan media cetak	-.066	-.064	-.060	.147	-.013	-.034	-.054	-.083	-.217	-.139		-.012
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya	-.061	-.179	-.095	-.039	-.080	.003	-.062	-.122	-.055	-.026	-.012	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Reproduced communalities

b. Residuals are computed between observed and reproduced correlations. There are 44 (66.0%) nonredundant residuals with at

Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component		
	1	2	3
ML1. Saya dapat memba	.573	.177	-.120
ML2. Saya dapat	.631	.041	-.026
ML3. Saya memah	.618	.185	.011
ML4. Saya tidak	.423	-.308	.584
ML5. Saya dapat menga	.536	.298	.315
ML6. Semua acara	-.053	.252	.748
ML7. Tidak	.631	-.050	.127
ML8. Iklan bertuju	.355	.223	-.311

ML9. Semua	-.057	.703	.250
ML10. Saya	.273	.642	-.074
mampu			
ML11. Saya	.260	.576	-.068
mampu			
ML12. Media	.586	.219	.026
bermanfaat			

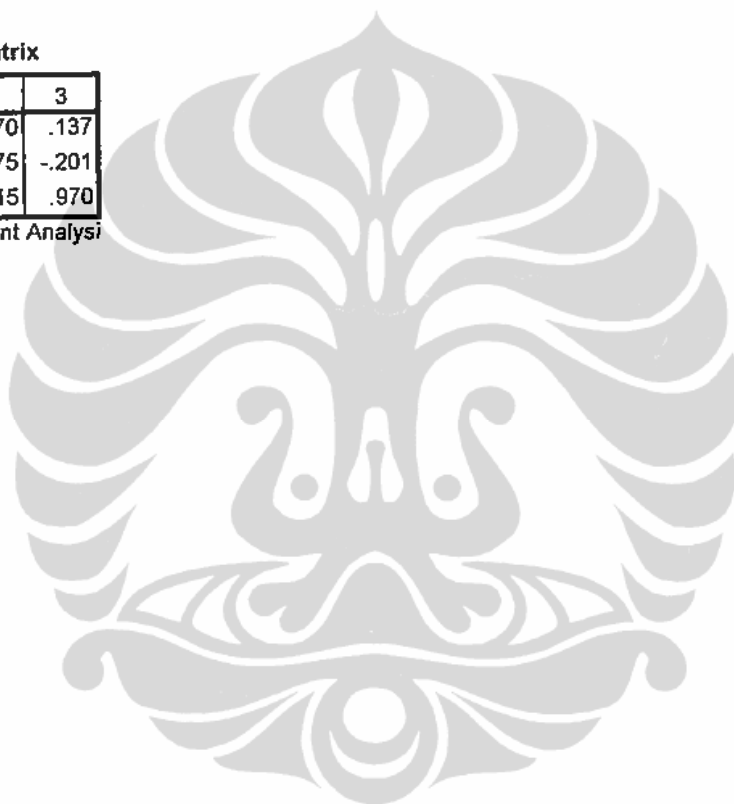
Extraction Method: Principal Component Analysis

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3
1	.872	.470	.137
2	-.440	.875	-.201
3	-.215	.115	.970

Extraction Method: Principal Component Analysis



## Reliability Scale: Media Use

Case Processing Summary

	N	%
Cases		
Valid	241	100.0
Excluded(a)	0	0.0
Total	241	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

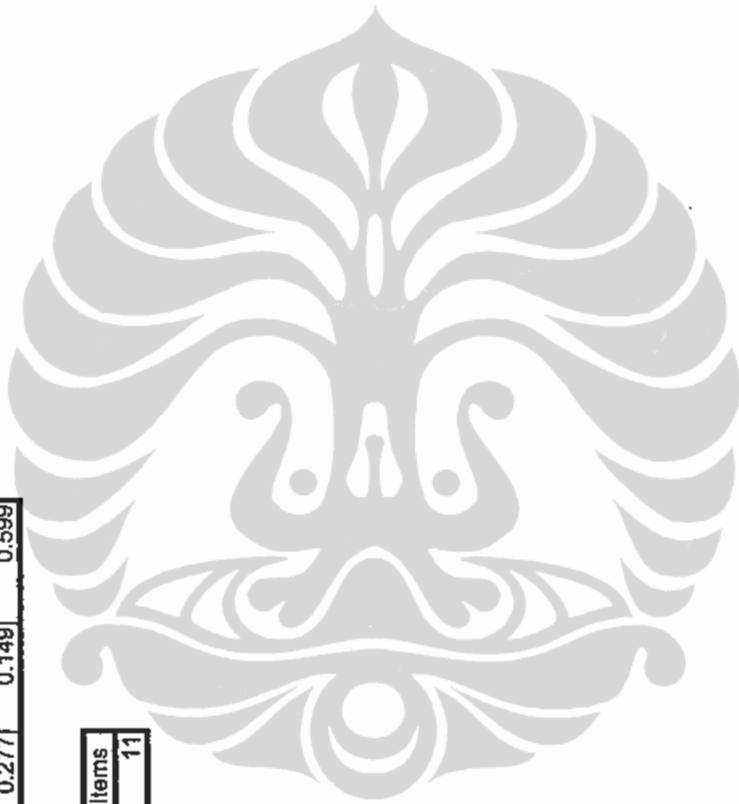
Cronbach's Alpha	Alpha Based on Standardized	N of Items
0.621	0.621	11

### Item Statistics

	Mean	Deviation	N
MU1. Televisi /TV	3.63	0.785	241
MU2. Radio	3.61	0.773	241
MU3. Surat Kabar / Koran	4.07	0.792	241
MU4. Majalah	3.44	0.907	241
MU5. Musik	3.03	0.853	241
MU6. CD/ DVD Film	2.83	0.813	241
MU7. Handphone	3.31	0.884	241
MU8. Telepon Rumah	3.73	0.798	241
MU9. Komputer	3.79	0.817	241
MU10. Playstation/ Sega	2.49	0.742	241
MU11. internet	3.53	0.944	241

### Inter-item Correlation Matrix

	MU1. Televisi /TV	MU2. Radio	Kabar / Koran	MU4. Majalah	MU5. Musik	MU6. CD/ DVD Film	MU7. Handphone	Telepon Rumah	MU9. Komputer	Playstation / Sega	MU11. Internet
MU1. Televisi /TV	1.000	0.451	0.165	0.203	0.022	0.128	0.266	0.270	0.191	0.060	0.184
MU2. Radio	0.451	1.000	0.340	0.252	-0.014	0.110	0.215	0.338	0.139	-0.128	0.217
MU3. Surat Kabar / Koran	0.165	0.340	1.000	0.314	-0.151	-0.116	0.074	0.367	0.263	-0.162	0.281
MU4. Majalah	0.203	0.252	0.314	1.000	-0.017	-0.054	0.166	0.289	0.199	-0.002	0.130
MU5. Musik	0.022	-0.014	-0.151	-0.017	1.000	0.488	0.187	-0.105	0.057	0.181	-0.014
MU6. CD/ DVD Film	0.128	0.110	-0.116	-0.054	0.488	1.000	0.180	-0.142	0.020	0.267	0.121
MU7. Handphone	0.266	0.215	0.074	0.166	0.187	0.180	1.000	0.265	0.063	0.108	-0.004
MU8. Telepon Rumah	0.270	0.338	0.367	0.289	-0.105	-0.142	0.265	1.000	0.246	-0.157	0.177
MU9. Komputer	0.191	0.139	0.263	0.199	0.057	0.020	0.063	0.246	1.000	-0.019	0.185
MU10. Playstation/ Sega	0.060	-0.128	-0.162	-0.002	0.181	0.267	0.108	-0.157	-0.019	1.000	0.029
MU11. Internet	0.184	0.217	0.281	0.130	-0.014	0.121	-0.004	0.177	0.195	0.029	1.000



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Variance if Item Deleted	Item-Total Correlation	Multiple Correlations	s Alpha if Item Deleted
MU1. Televisi /TV	33.84	14.270	0.427	0.275	0.569
MU2. Radio	33.86	14.327	0.426	0.337	0.569
MU3. Surat Kabar / Koran	33.40	14.932	0.303	0.294	0.594
MU4. Majalah	34.03	14.407	0.318	0.171	0.590
MU5. Musik	34.44	15.806	0.130	0.274	0.629
MU6. CD/ DVD Film	34.65	15.398	0.213	0.334	0.612
MU7. Handphone	34.16	14.461	0.323	0.191	0.589
MU8. Telepon Rumah	33.74	14.694	0.341	0.303	0.588
MU9. Komputer	33.68	14.900	0.293	0.137	0.595
MU10. Playstation/ Sega	34.98	16.612	0.042	0.137	0.641
MU11. Internet	33.94	14.530	0.277	0.149	0.599

**Scale Statistics**

	Variance	Deviation	N of Items
Mean	37.47	4.173	11

## Scale: Media Exposure

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	241	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	241	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.643	.647	6

### Item Statistics

	Mean	Deviation	N
ME1. Saya menonton TV setiap hari	3.00	.837	241
ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	3.10	.862	241
ME4. Saya membaca buku setiap hari	4.42	.654	241
ME5. Saya membaca majalah setiap hari	3.27	.868	241
ME6. Saya menggunakan internet	2.79	.774	241
ME7. Saya main video games setiap hari	2.83	.728	241



**Inter-Item Correlation Matrix**

	ME1. Saya menonton TV setiap hari	Saya mendengarkan radio setiap hari	Saya membaca buku setiap hari	Saya membaca majalah setiap hari	ME6. Saya menggunakan internet setiap hari	ME7. Saya main video games setiap hari
ME1. Saya menonton TV setiap hari	1.000	.387	.175	.143	.444	.526
ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	.387	1.000	.085	.124	.201	.220
ME4. Saya membaca buku setiap hari	.175	.085	1.000	.133	.156	.234
ME5. Saya membaca majalah setiap hari	.143	.124	.133	1.000	.064	.077
ME6. Saya menggunakan internet	.444	.201	.156	.064	1.000	.545
ME7. Saya main video games setiap hari	.526	.220	.234	.077	.545	1.000

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item	Scale Variance if Item	Corrected Item-Total	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item
ME1. Saya menonton TV setiap hari	16.41	5.210	.569	.386	.517
ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari	16.31	5.957	.329	.156	.618
ME4. Saya membaca buku setiap hari	15.00	6.837	.240	.071	.642
ME5. Saya membaca majalah setiap hari	16.15	6.603	.163	.038	.682
ME6. Saya menggunakan internet	16.62	5.786	.457	.332	.568
ME7. Saya main video games setiap hari	16.58	5.703	.532	.411	.543

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Deviation	Items
19.41	8.085	2.843	6

## Reliability

### Scale: MEDIA LITERASI

Case Processing Summary

	N	%
Cases		
Valid	241	100.0
Excluded(a)	0	0.0
Total	241	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Alpha	N of Items
0.703	0.707	12

Item Statistics

	Mean	Deviation	N
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	4.42	0.495	241
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	4.47	0.500	241
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	4.30	0.459	241
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	4.15	0.353	241
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	4.34	0.607	241
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	3.72	0.667	241
ML7. Tidak semua acara televisi baik	4.46	0.499	241
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	4.13	0.340	241
ML9. Semua media bermanfaat buatku	4.14	0.344	241
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	3.76	0.685	241
ML11. Saya mampu menggunakan	4.00	0.628	241
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik	4.44	0.561	241

Inter-Item Correlation Matrix

	dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	dapat memilih isi isi media yang sesuai untuk saya	dapat memahami isi media yang saya gunakan	Saya tidak dapat	Saya dapat	Semua acara	Tidak semua	Ikian bertujuan	Semua media	Saya mampu	Saya Media
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	1.000	0.332	0.267	0.076	0.220	0.035	0.244	0.110	0.074	0.245	0.193
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	0.332	1.000	0.380	0.128	0.298	0.015	0.250	0.144	0.106	0.133	0.125
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	0.267	0.380	1.000	0.117	0.347	0.059	0.239	0.199	0.136	0.167	0.206
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	0.076	0.128	0.117	1.000	0.252	0.139	0.237	0.012	-0.061	0.010	0.040
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	0.220	0.298	0.347	0.252	1.000	0.118	0.249	0.141	0.212	0.234	0.277
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	0.035	0.015	0.059	0.139	0.118	1.000	0.063	-0.018	0.169	0.067	0.047
ML7. Tidak semua acara televisi baik	0.244	0.250	0.239	0.237	0.249	0.063	1.000	0.206	0.047	0.206	0.072
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	0.110	0.144	0.199	0.012	0.141	-0.018	0.206	1.000	0.058	0.194	0.158
ML9. Semua media bermanfaat buatku	0.074	0.106	0.136	-0.061	0.212	0.169	0.047	0.058	1.000	0.249	0.156
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	0.245	0.133	0.167	0.010	0.234	0.067	0.206	0.194	0.249	1.000	0.307
ML11. Saya mampu menggunakan	0.193	0.125	0.206	0.040	0.277	0.047	0.072	0.158	0.156	0.307	1.000
ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik	0.311	0.199	0.308	0.157	0.308	0.047	0.300	0.127	0.072	0.273	0.265

Item-Total Statistics

Item	Variance if Item	Total	Multiple	Item's Alpha
ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media	45.90	7.948	0.397	0.211
ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya	45.85	7.966	0.377	0.237
ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan	46.02	7.933	0.449	0.260
ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media	46.18	8.739	0.211	0.134
ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan	45.98	7.312	0.494	0.281
ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu	46.61	8.381	0.123	0.057
ML7. Tidak semua acara televisi baik	45.87	7.982	0.380	0.210
ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk	46.19	8.697	0.245	0.097
ML9. Semua media bermanfaat buatku	46.19	8.686	0.246	0.129
ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik	46.57	7.388	0.388	0.217
ML11. Saya mampu menggunakan	46.33	7.688	0.350	0.179

ML12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik	45.88	7.598	0.450	0.247	0.667
--	-------	-------	-------	-------	-------

Scale Statistics

	Mean	Variance	Deviation	N of Items
	50.32	9.303	3.050	12



## Regression

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.327 <sup>a</sup>	.107	.099	2.89491

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	238.190	2	119.095	14.211	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1994.565	238	8.381		
	Total	2232.755	240			

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

b. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.102	2.034		19.714	.000
	Media Use	.127	.045	.174	2.837	.005
	Media Exposure	.280	.066	.261	4.251	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

95.0% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
36.094	44.109		
.039	.216	.992	1.008
.150	.410	.992	1.008

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Media Use	Media Exposure
1	1	2.979	1.000	.00	.00	.00
	2	.016	13.715	.02	.26	.81
	3	.005	23.556	.98	.74	.19

a. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

## Regression

### Variables Entered/Removed

Jenis kelamin	Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
Laki-laki	1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter
Perempuan	1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

### Model Summary

Jenis kelamin	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Laki-laki	1	.382 <sup>a</sup>	.146	.132	2.86688
Perempuan	1	.267 <sup>a</sup>	.071	.054	2.92923

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

### ANOVA<sup>b</sup>

Jenis kelamin	Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Laki-laki	1	Regression	174.258	2	87.129	10.601	.000 <sup>a</sup>
		Residual	1019.159	124	8.219		
		Total	1193.417	126			
Perempuan	1	Regression	73.013	2	36.506	4.255	.017 <sup>a</sup>
		Residual	952.426	111	8.580		
		Total	1025.439	113			

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

b. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

### Coefficients<sup>a</sup>

Jenis kelamin	Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			B	Std. Error	Beta		
Laki-laki	1	(Constant)	38.823	2.821		13.760	.000
		Media Use	.121	.058	.172	2.077	.040
		Media Exposure	.364	.088	.343	4.129	.000
Perempuan	1	(Constant)	41.413	2.990		13.852	.000
		Media Use	.150	.072	.195	2.087	.039
		Media Exposure	.161	.102	.148	1.581	.117

a. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

Interval for B		Collinearity Statistics	
Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
33.239	44.408		
.006	.236	1.000	1.000
.190	.539	1.000	1.000
35.488	47.337		
.008	.293	.960	1.041
-.041	.363	.960	1.041

#### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Jenis kelamin	Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
					(Constant)	Media Use	Media Exposure
Laki-laki	1	1	2.977	1.000	.00	.00	.00
		2	.018	12.960	.01	.29	.70
		3	.005	23.729	.99	.71	.30
Perempuan	1	1	2.981	1.000	.00	.00	.00
		2	.014	14.777	.05	.21	.93
		3	.005	23.957	.95	.79	.07

a. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

## Regression

#### Variables Entered/Removed

Level of school	Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
kelas 4	1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter
kelas 5	1	Media Exposure, Media Use <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

#### Model Summary

Level of school	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
kelas 4	1	.277 <sup>a</sup>	.077	.063	2.89581
kelas 5	1	.403 <sup>a</sup>	.163	.145	2.90572

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

ANOVA<sup>b</sup>

Level of school Model			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kelas 4	1	Regression	96.696	2	48.348	5.766	.004 <sup>a</sup>
		Residual	1165.614	139	8.386		
		Total	1262.310	141			
kelas 5	1	Regression	157.411	2	78.705	9.322	.000 <sup>a</sup>
		Residual	810.549	96	8.443		
		Total	967.960	98			

a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Media Use

b. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

Coefficients<sup>a</sup>

Level of school Model			Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			B	Std. Error	Beta		
kelas 4	1	(Constant)	42.039	2.767		15.194	.000
		Media Use	.093	.058	.130	1.594	.113
		Media Exposure	.243	.080	.247	3.030	.003
kelas 5	1	(Constant)	36.777	3.171		11.597	.000
		Media Use	.174	.073	.228	2.383	.019
		Media Exposure	.373	.125	.286	2.984	.004

a. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi

Interval for B		Collinearity Statistics	
Lower Bound	Bound	Tolerance	VIF
36.569	47.510	1.000	1.000
-.022	.209		
.085	.402		
30.482	43.072	.951	1.051
.029	.319		
.125	.622		

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Level of school Model Dimension			Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
					(Constant)	Media Use	Media Exposure
kelas 4	1	1	2.977	1.000	.00	.00	.00
		2	.018	12.729	.02	.22	.76
		3	.005	24.588	.98	.77	.24
kelas 5	1	1	2.983	1.000	.00	.00	.00
		2	.011	16.288	.02	.39	.81
		3	.006	23.204	.98	.61	.19

a. Dependent Variable: Tingkat Media Literasi



## Frequencies

	Name of school	Jenis kelamin	Age of respondent	Level of school
N	241	241	241	241
	Valid	241	241	241
	Missing	0	0	0

## Frequency Table

Name of school	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tigomas 1	21	8.7	8.7	8.7
Dinoyo 4	23	9.5	9.5	18.3
Dinoyo1	16	6.6	6.6	24.9
Tlogomas 2	56	23.2	23.2	48.1
Dinoyo 3	15	6.2	6.2	54.4
Dinoyo 2	91	37.8	37.8	92.1
Aisyiah	8	3.3	3.3	95.4
Wahid Hasyim	11	4.6	4.6	99.9
Total	241	100.0	100.0	100.0

Jenis kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	127	52.7	52.7	52.7
Perempuan	114	47.3	47.3	100.0
Total	241	100.0	100.0	100.0

Age of respondent	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
8	1	0.4	0.4	0.4
9	30	12.4	12.4	12.9
10	116	48.1	48.1	61.0
11	79	32.8	32.8	93.8
12	12	5.0	5.0	98.8
13	3	1.2	1.2	100.0
Total	241	100.0	100.0	100.0

Level of school

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
kelas 4	142	58.9	58.9	58.9
kelas 5	99	41.1	41.1	100.0
Total	241	100.0	100.0	

T1.1. Apakah kamu suka menonton televisi

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SUKA	231	95.9	95.9	95.9
TIDAK SUKA	10	4.1	4.1	100.0
Total	241	100.0	100.0	

T2. 2. Berapa lama waktu yang kamu langkan untuk menonton televisi dalam sehari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 jam	52	21.6	21.6	21.6
2 jam	144	59.8	59.8	81.3
3 jam	43	17.8	17.8	99.2
4 jam	2	0.8	0.8	100.0
Total	241	100.0	100.0	

T3 3. Berapa kali kamu menonton televisi dalam sehari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 kali	33	13.7	13.7	13.7
2 kali	147	61.0	61.0	74.7
3 kali	55	22.8	22.8	97.5
4 kali	5	2.1	2.1	99.6
5 kali atau lebih	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

T4. 4. Saat hari libur, berapa lama waktu yang kamu luangkan untuk menonton televisi

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 jam	41	17.0	17.0	17.0
2 jam	71	29.5	29.5	46.5
3 jam	93	38.6	38.6	85.1
4 jam	32	13.3	13.3	98.3
5 jam atau lebih	4	1.7	1.7	100.0
Total	241	100.0	100.0	

T5. 5. Acara apa yang paling kamu sukai di televisi

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak jawab	2	0.8	0.8	0.8
Sinetron/film	13	5.4	5.4	6.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Musik	48	19.9	19.9	26.1
Kartun	97	40.2	40.2	66.4
berita	48	19.9	19.9	86.3
Sport	1	0.4	0.4	86.7
Sibolang	11	4.6	4.6	91.3
Sepak Bola	13	5.4	5.4	96.7
Petualangan	2	0.8	0.8	97.5
Ilmu Pengetahuan	1	0.4	0.4	97.9
Jarum ISL	2	0.8	0.8	98.8
Moto GP	1	0.4	0.4	99.2
Jejak Petualang	1	0.4	0.4	99.6
Si Unyil	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

M6. 6. Apakah kamu suka membaca majalah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SUKA	216	89.6	89.6	89.6
TIDAK SUKA	25	10.4	10.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

M7. 7. Majalah apa yang suka kamu baca

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Jawab	3	1.2	1.2	1.2
Majalah tentang film	4	1.7	1.7	2.9
Majalah tentang musik	51	21.2	21.2	24.1
Majalah tentang ilmu pengetahuan	145	60.2	60.2	84.2
Majalah tentang games	16	6.6	6.6	90.9
Majalah Sepak Bola	3	1.2	1.2	92.1
Majalah Olahraga/Sport	9	3.7	3.7	95.9
Majalah Bobo	5	2.1	2.1	97.9
Majalah Anak-anak	1	0.4	0.4	98.3
Majalah cerita	2	0.8	0.8	99.2
Majalah musik, ilmu pengetahuan & Boo	2	0.8	0.8	100.0
Total	241	100.0	100.0	

M8. 8. Berapa kali kamu membaca majalah dalam sehari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 kali	107	44.4	44.4	44.4
2 kali	98	40.7	40.7	85.1
3 kali	19	7.9	7.9	92.9
>3 kali	5	2.1	2.1	95.0
Tidak pernah	12	5.0	5.0	100.0

Total	241	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

B9. 9. Apakah kamu suka membaca buku

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SUKA	239	99.2	99.2	99.2
TIDAK SUKA	2	0.8	0.8	100.0
Total	241	100.0	100.0	

B10. 10. Buku apa yang suka kamu baca

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Jawab	1	0.4	0.4	0.4
Buku pelajaran sekolah	130	53.9	53.9	54.4
Novel	8	3.3	3.3	57.7
Komik	43	17.8	17.8	75.5
Cerita	57	23.7	23.7	99.2
Legenda	1	0.4	0.4	99.6
Pengethahuan	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

B11. 11. Berapa kali kamu membaca buku dalam sehari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 kali	39	16.2	16.2	16.2
2 kali	106	44.0	44.0	60.2
3 kali	82	34.0	34.0	94.2
>3 kali	13	5.4	5.4	99.6
Tidak pernah	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

K12a. 12a. Apakah kamu suka membaca surat kabar/koran

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SUKA	212	88.0	88.0	88.0
TIDAK SUKA	29	12.0	12.0	100.0
Total	241	100.0	100.0	

K12b. 12b. Sebutkan nama korannya

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Jawab	11	4.6	5.2	5.2
Sportivo	4	1.7	1.9	7.1
Jawa Post	107	44.4	50.5	57.5
Radar Malang	8	3.3	3.8	61.3
Olahraga	6	2.5	2.8	64.2
Musibah	1	0.4	0.5	64.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sport	4	1.7	1.9	66.5
Seputer Indonesia (Sindo)	9	3.7	4.2	70.8
Malang Pos	17	7.1	8.0	78.8
Kompas	10	4.1	4.7	83.5
Surya	28	11.6	13.2	96.7
Pos Koran	1	0.4	0.5	97.2
Harian Post	1	0.4	0.5	97.6
Berani	1	0.4	0.5	98.1
Berita	3	1.2	1.4	99.5
Nyata	1	0.4	0.5	100.0
Total	212	88.0	100.0	
Missing	29	12.0		
Total	241	100.0		

**K13. 13. Berapa kali dalam sehari kamu membaca koran**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 kali	151	62.7	62.7	62.7
2 kali	56	23.2	23.2	85.9
3 kali	7	2.9	2.9	88.8
>3 kali	2	0.8	0.8	89.6
Tidak pernah	25	10.4	10.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**R14. 14. Apakah kamu suka mendengarkan radio**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SUKA	207	85.9	85.9	85.9
TIDAK SUKA	34	14.1	14.1	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**R15. 15. Dimana biasanya kamu mendengarkan radio**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Jawab	4	1.7	1.7	1.7
Di rumah	190	78.8	78.8	80.5
Di Mobil / angkutan umum	7	2.9	2.9	83.4
di handphone	39	16.2	16.2	99.6
Rumah Teman	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**C15. 16. Apakah kamu sering menggunakan komputer**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sering	96	39.8	39.8	39.8
Jarang	139	57.7	57.7	97.5

Tidak pernah		6	2.5	2.5	100.0
Total		241	100.0	100.0	100.0

C17. 17. Dimana kamu menggunakan komputer

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Jawab	3	1.2	1.2	1.2
Di rumah	120	49.8	48.8	51.0
Di sekolah	50	20.7	20.7	71.8
Di rumah teman	7	2.9	2.9	74.7
Di rental computer/warnet	47	19.5	19.5	94.2
Di rumah Saudara	2	0.8	0.8	95.0
di rumah dan sekolah	11	4.6	4.6	99.6
Di Rumah Nenek	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

C18. 18. Berapa kali kamu menggunakan komputer dalam sehari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 kali	160	66.4	66.4	66.4
2 kali	53	22.0	22.0	88.4
3 kali	14	5.8	5.8	94.2
>3 kali	4	1.7	1.7	95.9
Tidak pernah	10	4.1	4.1	100.0
Total	241	100.0	100.0	

C19. 19. Untuk apa kamu menggunakan komputer

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Jawab	3	1.2	1.2	1.2
Bermain games	41	17.0	17.0	18.3
Mengerjakan tugas sekolah	167	69.3	69.3	87.6
Memonton DVD film	4	1.7	1.7	89.2
Mendengarkan music	22	9.1	9.1	98.3
Belajar	1	0.4	0.4	98.8
Buat Cerita	1	0.4	0.4	99.2
Pelajaran Komputer	1	0.4	0.4	99.6
Internet	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

120. 20. Apakah kamu suka menggunakan Internet

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SUKA	191	79.3	79.3	79.3
TIDAK SUKA	50	20.7	20.7	100.0
Total	241	100.0	100.0	

121. 21. Berapa kali dalam sehari kamu menggunakan internet

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 kali	175	72.6	72.6	72.6
2 kali	19	7.9	7.9	80.5
3 kali	2	0.8	0.8	81.3
Tidak pernah	45	18.7	18.7	100.0
Total	241	100.0	100.0	

122. 22. Apa yang kamu cari melalui internet

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak jawab	26	10.8	10.8	10.8
Informasi / berita	137	56.8	56.8	67.6
Music / Mp3	27	11.2	11.2	78.8
Games online	33	13.7	13.7	92.5
Film	7	2.9	2.9	95.4
Gambar Hantu	4	1.7	1.7	97.1
Tugas Sekolah/ PR	4	1.7	1.7	98.8
Frienster	1	0.4	0.4	99.2
ilmu Pengetahuan	1	0.4	0.4	99.6
Primbon	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

RE1. Saya menggunakan media untuk menghabiskan waktu

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak jawab	1	0.4	0.4	0.4
Sangat Setuju	1	0.4	0.4	0.8
Setuju	16	6.6	6.6	7.5
Regu-ragu	23	9.5	9.5	17.0
Tidak setuju	123	51.0	51.0	68.0
Sangat tidak setuju	77	32.0	32.0	100.0
Total	241	100.0	100.0	

RE2. Saya menggunakan media untuk pelajaran

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak jawab	1	0.4	0.4	0.4
Sangat Setuju	4	1.7	1.7	2.1
Setuju	20	8.3	8.3	10.4
Ragu-ragu	48	19.9	19.9	30.3
Tidak setuju	94	39.0	39.0	69.3
Sangat tidak setuju	74	30.7	30.7	100.0
Total	241	100.0	100.0	

RE3. Saat menggunakan media saya bersikap pasif

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Jawab	1	0.4	0.4	0.4
Sangat Setuju	2	0.8	0.8	1.2
Setuju	39	16.2	16.2	17.4
Ragu-ragu	50	20.7	20.7	38.2
Tidak setuju	114	47.3	47.3	85.5
Sangat tidak setuju	35	14.5	14.5	100.0
Total	241	100.0	100.0	

RE4. Saat menggunakan media saya menyeleksi Informasi apa yang bermanfaat buat saya

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	147	61.0	61.0	61.0
Setuju	75	31.1	31.1	92.1
Ragu-ragu	8	3.3	3.3	95.4
Tidak setuju	11	4.6	4.6	100.0
Total	241	100.0	100.0	

RE5. Saya menggunakan media untuk mencari informasi

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	161	66.8	66.8	66.8
Setuju	75	31.1	31.1	97.9
Ragu-ragu	3	1.2	1.2	99.2
Tidak setuju	1	0.4	0.4	99.6
Sangat tidak setuju	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

ME1. Saya menonton TV setiap hari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	2	0.8	0.8	0.8
Setuju	50	20.7	20.7	21.6
Ragu-ragu	47	19.5	19.5	41.1
Tidak setuju	100	41.5	41.5	82.6
Sangat tidak setuju	42	17.4	17.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

ME2. Saya mendengarkan radio setiap hari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	10	4.1	4.1	4.1
Setuju	55	22.8	22.8	27.0
Ragu-ragu	70	29.0	29.0	56.0



Tidak setuju	82	34.0	90.0
Sangat tidak setuju	24	10.0	100.0
Total:	241	100.0	

ME3. Saya membaca surat kabar/ Koran setiap hari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	45	18.7	18.7	18.7
Setuju	109	45.2	45.2	63.9
Regu-ragu	61	25.3	25.3	89.2
Tidak setuju	23	9.5	9.5	98.8
Sangat tidak setuju	3	1.2	1.2	100.0
Total	241	100.0	100.0	

ME4. Saya membaca buku setiap hari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	121	50.2	50.2	50.2
Setuju	102	42.3	42.3	92.5
Regu-ragu	15	6.2	6.2	98.8
Tidak setuju	2	0.8	0.8	99.6
Sangat tidak setuju	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

ME6. Saya membaca majalah setiap hari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	13	5.4	5.4	5.4
Setuju	92	38.2	38.2	43.6
Regu-ragu	73	30.3	30.3	73.9
Tidak setuju	58	24.1	24.1	97.9
Sangat tidak setuju	5	2.1	2.1	100.0
Total	241	100.0	100.0	

ME6. Saya menggunakan Internet setiap hari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	17	7.1	7.1	7.1
Regu-ragu	71	29.5	29.5	36.5
Tidak setuju	105	43.6	43.6	80.1
Sangat tidak setuju	48	19.9	19.9	100.0
Total	241	100.0	100.0	

ME7. Saya main video games setiap hari

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	1	0.4	0.4	0.4

	5	2.1	2.1	2.5
Setuju	5	2.1	2.1	2.5
Ragu-ragu	38	15.8	15.8	18.3
Tidak setuju	101	41.9	41.9	60.2
Sangat tidak setuju	96	39.8	39.8	100.0
Total	241	100.0	100.0	

MP1. Televisi /TV

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Jawab	1	0.4	0.4	0.4
Tidak penting	25	10.4	10.4	10.8
ragu-ragu	55	22.8	22.8	33.6
Penting	142	58.8	58.8	92.5
sangat penting	18	7.5	7.5	100.0
Total	241	100.0	100.0	

MP2. Radio

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat tidak penting	4	1.7	1.7	1.7
Tidak penting	29	12.0	12.0	13.7
ragu-ragu	52	21.6	21.6	35.3
Penting	139	57.7	57.7	92.9
sangat penting	17	7.1	7.1	100.0
Total	241	100.0	100.0	

MP3. Surat Kabar / Koran

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat tidak penting	4	1.7	1.7	1.7
Tidak penting	11	4.6	4.6	6.2
ragu-ragu	28	11.6	11.6	17.8
Penting	125	51.9	51.9	69.7
sangat penting	73	30.3	30.3	100.0
Total	241	100.0	100.0	

MP4. Majalah

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak jawab	1	0.4	0.4	0.4
Sangat tidak penting	8	3.3	3.3	3.7
Tidak penting	39	16.2	16.2	19.9
ragu-ragu	61	25.3	25.3	45.2
Penting	112	46.5	46.5	91.7
sangat penting	20	8.3	8.3	100.0
Total	241	100.0	100.0	

MP6. Musik					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid					
Sangat tidak penting	11	4.6	4.6	4.6	4.6
Tidak penting	75	31.1	31.1	35.7	35.7
ragu-ragu	82	34.0	34.0	69.7	69.7
Penting	64	26.6	26.6	96.3	96.3
sangat penting	9	3.7	3.7	100.0	100.0
Total	241	100.0	100.0		

MP6. CD/ DVD Film					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid					
Sangat tidak penting	25	10.4	10.4	10.4	10.4
Tidak penting	90	37.3	37.3	47.7	47.7
ragu-ragu	78	32.4	32.4	80.1	80.1
Penting	41	17.0	17.0	97.1	97.1
sangat penting	7	2.9	2.9	100.0	100.0
Total	241	100.0	100.0		

MP7. Handphone					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid					
Sangat tidak penting	9	3.7	3.7	3.7	3.7
Tidak penting	56	23.2	23.2	27.0	27.0
ragu-ragu	59	24.5	24.5	51.5	51.5
Penting	104	43.2	43.2	94.6	94.6
sangat penting	13	5.4	5.4	100.0	100.0
Total	241	100.0	100.0		

MP8. Telepon Rumah					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid					
Sangat tidak penting	12	5.0	5.0	5.0	5.0
Tidak penting	18	7.5	7.5	12.4	12.4
ragu-ragu	37	15.4	15.4	27.8	27.8
Penting	146	60.6	60.6	88.4	88.4
sangat penting	28	11.6	11.6	100.0	100.0
Total	241	100.0	100.0		

MP9. Komputer					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid					
Tidak jawab	1	0.4	0.4	0.4	0.4
Sangat tidak penting	8	3.3	3.3	3.7	3.7
Tidak penting	18	7.5	7.5	11.2	11.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ragu-ragu	37	15.4	15.4	26.6
Penting	142	58.9	58.9	85.5
sangat penting	35	14.5	14.5	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**MP10. Playstation/ Sega**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat tidak penting	85	35.3	35.3	35.3
Tidak penting	82	34.0	34.0	69.3
ragu-ragu	54	22.4	22.4	91.7
Penting	12	5.0	5.0	96.7
sangat penting	8	3.3	3.3	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**MP11. Internet**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat tidak penting	31	12.9	12.9	12.9
Tidak penting	26	10.8	10.8	23.7
ragu-ragu	39	16.2	16.2	39.8
Penting	115	47.7	47.7	87.6
sangat penting	30	12.4	12.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML1. Saya dapat membatasi jumlah jam dalam menggunakan media**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	102	42.3	42.3	42.3
Setuju	113	46.9	46.9	89.2
Ragu-ragu	15	6.2	6.2	95.4
Tidak setuju	10	4.1	4.1	99.6
Sangat tidak setuju	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML2. Saya dapat memilih isi media yang sesuai untuk saya**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	114	47.3	47.3	47.3
Setuju	112	46.5	46.5	93.8
Ragu-ragu	10	4.1	4.1	97.9
Tidak setuju	4	1.7	1.7	99.6
Sangat tidak setuju	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML3. Saya memahami isi media yang saya gunakan**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	72	29.9	29.9	29.9
Setuju	147	61.0	61.0	90.9
Ragu-ragu	17	7.1	7.1	97.9
Tidak setuju	4	1.7	1.7	99.6
Sangat tidak setuju	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML4. Saya tidak mudah terpengaruh oleh isi media**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	35	14.5	14.5	14.5
Setuju	81	33.6	33.6	48.1
Ragu-ragu	54	22.4	22.4	70.5
Tidak setuju	62	25.7	25.7	96.3
Sangat tidak setuju	9	3.7	3.7	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML5. Saya dapat mengambil manfaat dari media yang saya gunakan**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	100	41.5	41.5	41.5
Setuju	124	51.5	51.5	92.9
Ragu-ragu	12	5.0	5.0	97.9
Tidak setuju	5	2.1	2.1	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML6. Semua acara Televisi dibuat untuk suatu tujuan tertentu**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	29	12.0	12.0	12.0
Setuju	115	47.7	47.7	59.8
Ragu-ragu	60	24.9	24.9	84.6
Tidak setuju	30	12.4	12.4	97.1
Sangat tidak setuju	7	2.9	2.9	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML7. Tidak semua acara televisi baik untuk aku**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	110	45.6	45.6	45.6
Setuju	95	39.4	39.4	85.1
Ragu-ragu	12	5.0	5.0	90.0
Tidak setuju	19	7.9	7.9	97.9
Sangat tidak setuju	5	2.1	2.1	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML8. Iklan bertujuan untuk membujuk orang membeli produk**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	32	13.3	13.3	13.3
Setuju	80	33.2	33.2	46.5
Ragu-ragu	44	18.3	18.3	64.7
Tidak setuju	63	26.1	26.1	90.9
Sangat tidak setuju	22	9.1	9.1	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML9. Semua media bermanfaat buatku**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	33	13.7	13.7	13.7
Setuju	61	25.3	25.3	39.0
Ragu-ragu	82	34.0	34.0	73.0
Tidak setuju	57	23.7	23.7	96.7
Sangat tidak setuju	8	3.3	3.3	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML10. Saya mampu mengoperasikan media elektronik**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	34	14.1	14.1	14.1
Setuju	114	47.3	47.3	61.4
Ragu-ragu	59	24.5	24.5	85.9
Tidak setuju	32	13.3	13.3	99.2
Sangat tidak setuju	2	0.8	0.8	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**ML11. Saya mampu menggunakan media cetak**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	47	19.5	19.5	19.5
Setuju	146	60.6	60.6	80.1
Ragu-ragu	38	15.8	15.8	95.9
Tidak setuju	8	3.3	3.3	99.2
Sangat tidak setuju	2	0.8	0.8	100.0
Total	241	100.0	100.0	

**M12. Media bermanfaat jika aku dapat menggunakannya dengan baik**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Setuju	114	47.3	47.3	47.3
Setuju	121	50.2	50.2	97.5
Ragu-ragu	5	2.1	2.1	99.6

Tidak setuju	1	0.4	0.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	100.0



No	NIS	NISN	Nama Siswa	L/P	Tempat Tgl Lahir	Nama Orang Tua	Agama
1	39	9998710773	Adhitya Sabillillah	L	Malang, 26 Mei 99	Rahadi, S.Sos	Islm
2	40	9998710840	Ahmad Yusa PP	L	Malang, 11 Nop 99	Yuni Kurniawati	Islm
3	41	9998710757	Amir Muhammad	L	Malang, 6 Mrt 99	Thalib	Islm
4	42	9988297076	Anggraini K	P	Malang, 24 Okt 98	Suhariyanto	Islm
5	43	9998710845	Arrumanisa Al	P	Blitar, 4 Des 99	Jery Iskandar	Islm
6	44	9998710809	Aulia Safira Putri	P	Malang, 19 Ags 99	Etok Suwianto	Islm
7	46	9998710774	Daniel Adi Kurniawan	L	Malang, 28 Mei 99	Winarto Suko P	Krstn
8	47	9988297092	Dimas Ario Putro	L	Malang, 2 Des 98	Bawadi	Islm
9	48	9998710749	Dinda Febrianti P	P	Malang, 12 Feb 99	Konsul Azie	Islm
10	49	9988297103	Dita Amalia S	P	Malang, 27 Des 98	Yuswano	Islm
11	50	9998710820	Dwi Andani Indarto	L	Malang, 24 Sep 99	Kakung Prakoso	Islm
12	51	9998710753	Emmalyana V	P	Jakarta, 22 Feb 99	Achmad Surojo	Islm
13	52	9998710784	Erika Yuniar Melanda	P	Malang, 21 Jun 99	Melany	Islm
14	53	9998710802	Evan Tegar Mahsaalif	L	Malang, 2 Ags 99	Arifin	Islm
15	54	9988297010	Fadillah Dwi Yugi M	P	Malang, 9 Mrt 98	Teguh Karjo M	Islm
16	55	9988297090	Fajar Dian Utomo	L	Malang, 29 Nop 98	Sanimbar	Islm
17	56	9998710788	Farahdiba Putri K	P	Pasuruan, 29 Jun 99	R.Bambang .W	Islm
18	57	9988297061	Fatin Furoida	P	Malang, 25 Ags 98	Wahyu Achmad .S	Islm
19	58	9998710748	Fitrianur Khumairo	P	Malang, 11 Feb 99	Suwarno	Islm
20	59	9998710769	Govinda Adi P	L	Malang, 12 Mei 99	Tri Yuliarso	Islm
21	60	9998710767	Hafizh Arrozaq B	L	Malang, 8 Mei 99	Iwan Mahmudi	Islm
22	61	9988297098	Khafidzudin Abrori	L	Malang, 13 Des 98	Sumanto	Islm
23	62	9998710755	Kresno Candra Arta G	L	Malang, 3 Mrt 99	Ananta .SP	Islm
24	63	9988297074	M.Keiml Thariq	L	Malang, 10 Okt 98	H. Aminuddin A	Islm
25	64	9998710739	M.Fikri Maghfireh	L	Malang, 22 Jan 99	Ainul Arifin	Islm
26	65	9988297099	M.Maula APK	L	Malang, 13 Des 98	Makky K,ST	Islm
27	66	9998710780	M.Nanang Mubarak	L	Blitar, 12 Jun 99	Bambang S	Islm
28	67	9998710772	M.Teddy Syahrudin	L	Malang, 24 Mei 99	Lilik Kasiani	Islm
29	68	9998710798	M.Yusrillah Yahya	L	Batu, 29 Jul 99	M.Sabri, S.Pt, MP	Islm
30	69	9998710810	Nadyah Mulia Putri	P	Malang, 31 Jul 99	Marsudiono	Islm



31	70	9998710793	Nurnel Syafitri	P	Malang, 12 Jul 99	Moch. Syaiful	Islm
32	72	9998710746	Riska Pratiwi Febianti	P	Malang, 5 Feb 99	Suyanto	Islm
33	73	9998710853	Rovita Luryanda A	P	Malang, 29 Des 99	Drs. Robiq Y	Islm
34	74	9998710795	Saffira Auladi H	P	Malang, 20 Jul 99	Budi Handoko	Islm
35	75	9998710765	Silvinia Nurlaili R	P	Malang, 4 Mei 99	Syaiful Rahman	Islm
36	76	9998710814	Syakila Eka Putri L. T	P	Malang, 5 Sep 99	Achmad Muslimin	Islm
37	77	9998710770	Valiant Kevin S	L	Malang, 14 Mei 99	Budi Suryanto	Islm
38	3354	9988296999	Adine Rivasti Fitrié	P	Malang, 22 Jan 98	R. Ariyo Sapto P	Islm

Mengetahui,  
Kepala Sekolah

Sri Purwaningtyas, S.Pd  
NIP. 130 501 967

No	NIS	NISN	Nama Siswa	L/P	Tempat Tgl Lahir	Nama Orang Tua	Agama
1	2238	9988297011	Rosa Shella Ovidita	P	Malang, 13 Mrt 98	Widito Mulyo	Isim
2	78	9998710754	Adi Pratama	L	Malang, 2 Mrt 99	Supriadi	Isim
3	79	9998710789	Adinda Karunia Putri	P	Malang, 3 Jul 99	Mulyono	Isim
4	80	9998710819	Aufa Zatin Nirwana	L	Gresik, 22 Sep 99	Drs. Syamsul, M. Ag	Isim
5	81	9998710768	Alexander Rinaldy N	L	Yogyakarta, 8 Mei 99	Irianto	Isim
6	83	9988297085	Dini Ismatur Fatma	P	Malang, 21 Nop 98	Suryanto	Isim
7	84	9988297086	Dina Ismanur Laila	P	Malang, 21 Nop 98	Suryanto	Isim
8	85	9998710735	Dewi Munawaroh	P	Malang, 10 Jan 99	Tutut Denikati	Isim
9	86	9998710792	Faiq Ihza Wiratama	L	Kediri, 12 Jul 99	Len Jon, S.Pt	Isim
10	87	9988297077	Fahmi Hafiyah	L	Malang, 29 Okt 98	Sugiono	Isim
11	88	9998710758	Farhan Adriansyah E	L	Malang, 21 Mrt 99	Nanang Pudji A	Isim
12	89	9998710778	Farah Meilia A	P	Malang, 8 Jun 99	Budi Ari Wibowo	Isim
13	90	9998710811	Fatimah Nurulita A	P	Malang, 31 Ags 99	M. Syakur	Isim
14	91	9998710759	Feri Ferdiansyah	L	Malang, 23 Mrt 99	Muhammad S	Isim
15	92	9998710783	Ferlanda Puspa C	L	Malang, 15 Jun 99	Puspo Wibowo	Kristen
16	93	9998710782	Gadis Ainur	P	Malang, 15 Jun 99	Sariyanto	Isim
17	94	9998710779	Jihan Nabila P	P	Malang, 10 Jun 99	Joko Suyanto	Isim
18	95	9998710803	Kalam Achmad Nabila	L	Malang, 3 Ags 99	Bambang Sudibyo	Isim
19	96	9998710744	M. Andiar Eka H	L	Malang, 4 Feb 99	Hendro Iriantoro	Isim
20	97	9998710794	M. Akbar Alfaridzi	L	Malang, 15 Jul 99	M. Agus W	Isim
21	98	9998710771	M. Haidi Rizqy	L	Malang, 23 Mei 99	Darus Saleh, S.Pt	Isim
22	100	9998710740	M. Wildan R	L	Sidoarjo, 23 Jan 99	Sugianto	Isim
23	101	9998710763	Maria Geofani Merisi	P	Malang, 26 Apr 99	Yohanes Aru I	Katolik
24	102	9998710796	Mumtazunnisa' As	P	Malang, 24 Jul 99	Didi Wibowo	Isim
25	104	9998710844	Novita Rahmasari	P	Malang, 28 Nop 99	Ahmad Radli	Isim
26	105	9998710775	Oppy Pramudya W	P	Malang, 30 Mei 99	Bambang Hadi .P	Isim
27	106	9998710804	Rahajeng Supriano	P	Malang, 6 Ags 99	Gatot Supriano	Isim
28	107	9998710750	Renofa Dendit P	L	Malang, 13 Feb 99	Yudi Purwanto	Isim
29	108	0007512716	Syafira Indah C.M	P	Malang, 25 Mrt 00	Moch. Arief W	Isim
30	109	9988297101	Tri Hatma Kasta D	L	Malang, 21 Des 98	Kasimin	Isim

31	110	9988297100	Tuhfah Sa'diyah	P	Malang, 16 Des 98	Muttahid	Islm
32	111	9998710732	Taskiyah Ratri R	P	Situbondo, 5 Jan 99	Bambang Arif R	Islm
33	112	9988297068	Yavis Septian	L	Malang, 19 Sep 98	Suliyanto	Islm
34	113	9988297071	Yuraida Fatimah D	P	Malang, 24 Sep 98	Suwadi	Islm
35	115	9998710738	Zaka Aldi Fitrianto	L	Malang, 18 Jan 99	Dewi M	Islm
36	3358	9998710743	Amalia Kusuma D	P	Malang, 2 Feb 99	Moch.Bashori A	Islm
37	391	9992009870	M. Abdul Azis	L	Malang, 1 Jan 99		
38	394	9992009871	Zharifah Husnashiran	P	Bekasi, 11 Juni 99		
39	521	9991799019	M Tri Lutfiah	L			

Mengetahui,  
Kepala Sekolah

Sri Purwaningtyas, S.Pd  
NIP. 130 501 967

No	NIS	NISN	Nama Siswa	L/P	Tempat Tgl Lahir	Nama Orang Tua	Agama
1	3935	9978453927	Affif Surya Diantika	L	Purbalingga, 13 Mei 97	Jaedi, SP	Islam
2	3936	9988297050	Agnes Wiratamin N	P	Malang, 8 Ags 98	Djuono	Islam
3	3937	9988296994	Ajeng Sunti Puspita	P	Malang, 5 Jan 98	Tjutjuk Usman Hadi	Islam
4	3938	9988297045	Aliviansyah Yulian P	L	Malang, 17 Jul 98	Sugianto	Islam
5	3939	9988297039	Allini Rossa Aisha	P	Malang, 1 Jul 98	Imam Asyari	Islam
6	3940	9988296998	Alvino Fii Ramadhan	L	Malang, 22 Jan 98	Agus Yani	Islam
7	3941	9978453994	Amalia Nur Hidayati	P	Malang, 9 Nop 97	Moch. Norman	Islam
8	3942	9988297044	Ariyani Novita Sari	L	Malang, 16 Jul 98	Arifin Saridho	Islam
9	3943	9988297034	Chrisnawati	P	Malang, 12 Jun 98	Sumariyanto	Islam
10	3944	9988296996	Clara Nadya Putri	P	Jakarta, 8 Jan 98	Zulfikri Kadir, SE	Islam
11	3945	9988297081	Defara Satria Pratama	P	Malang, 10 Nop 98	Nurul Huda	Islam
12	3946	9988297027	Della Anggi Rahma	P	Malang, 26 Apr 98	Virady Djoko M	Islam
13	3947	9988297048	Dendy Bangga Wiguna	L	Malang, 30 Jul 98	Siswandi	Islam
14	3948	9988297089	Devanska Titansa Winar	P	Malang, 28 Nop 98	Hendiva Winar, SE	Islam
15	3949	9988297069	Dyane Puspa Pertiwi	P	Malang, 19 Sep 98	Agus Suprayogi, SE	Islam
16	3950	9988297049	Diana Rafika Wiaya	P	Malang, 31 Jul 98	Mochammad Arofik	Islam
17	3951	9978453886	Erwina C. Candra	P	Malang, 18 Jan 97	Zaenal Arifin	Islam
18	3952	9978454014	Evanda Nur Santi	P	Malang, 28 Des 97	Agus Darpono	Islam
19	3953	9988297012	Fa'is Dwi Fala	L	Malang, 18 Mrt 98	Drs. Moh. Padil, M. Pd	Islam
20	3954	9978453985	Faradila Fahira	P	Malang, 12 Okt 97	Faddol Tukum	Islam
21	3955	9988297008	Febrian Adidya Brahma	L	Malang, 21 Feb 98	Soejatmoko	Islam
22	3956	9978454013	Findy Rachmandika	L	Banyuwangi, 26 Des 97	Ir. Ach Muhib	Islam
23	3957	9988296993	Firdiana Restu W	P	Malang, 5 Jan 98	Iskandar Junian	Islam
24	3958	9988297000	Fitria Rhamadhani	P	Malang, 2 Feb 98	Ichwan Saadi, SH	Islam
25	3959	9988297004	Fitri Valentim Srilestari	P	Malang, 14 Feb 98	Salichin	Islam
26	3960	9978453925	Litu Hayu Pinasthika	P	Malang, 9 Mei 97	Supriyanto	Islam
27	3961	9988297055	Mohammad Refi Nur	L	Malang, 14 Ags 98	Syaiful Ghazi	Islam
28	3963	9988297017	Nancyta Istighfara D.A	P	Malang, 3 Mrt 98	Drs. Tatok Sudarto	Islam
29	3964	9978453987	Natasya Dea Ferina	P	Malang, 12 Okt 97	Taufk Hidayat	Islam
30	3965	9988297003	Nengala Santri Anom	L	Malang, 9 Feb 98	Koko Abdullah	Islam

31	3966	9978454009	Nurin Al Husna	P	Malang, 20 Des 97	Hary Oswald	Islam
32	3967	9988297022	Rachma Aprilita	P	Malang, 10 Apr 98	Nopem Ariwiyono	Islam
33	3969	9988296991	Rafel Permata Syukur	L	Malang, 1 Jan 98	Yales Afianto	Islam
34	3971	9988297035	Salsabila Thifal Nabil	P	Malang, 18 Jun 98	Joko Samudra	Islam
35	3972	9988297046	Setiawan Bakti Pratama	L	Malang, 18 Jul 98	Mulyo Bintarto	Islam
36	3973	9988297026	Shabrina Haizah Rahma	P	Malang, 21 Apr 98	Irfandi Setiawan	Islam
37	3974	9988297014	Shandyka Pratama	L	Malang, 21 Mrt 98	Bagus Juli	Islam
38	3975	9988297038	Sully Nur Aisyah	P	Malang, 22 Jun 98	Suliadi	Islam
39	3976	9978454000	Tri Setyadi Yuwananta	L	Malang, 18 Nop 97	Suparno	Islam
40	3978	9988297066	Ummi Khoiroh	P	Posuruan, 14 Sep 98	Mohammad Cholili	Islam
41	3979	9988297058	Wioya Krisnia Putri	P	Malang, 21 Ags 98	Dwi Teguh hadi	Islam
42	3980	9978453976	Wisnu Hadi Pratama	L	Malang, 2 Sep 97	Krisno Hadi	Islam
43	3981	9988297018	Yusri Sabri Wahyudi	L	Malang, 1 Apr 98	Wahyudi Karimullah	Islam
44	261	9988297079	Doddyk Prasetyo	L	Malang, 3 Nop 98	Adi P	Krstn

Mengetahui,  
Kepala Sekolah

Sri Purwaningtyas, S.Pd  
NIP. 130 501 967

No	NIS	NISN	Nama Siswa	L/P	Tempat Tgl Lahir	Nama Orang Tua	Agama
1	2173	9978454005	Ayu Saraswati	P	Malang, 25 Nop 97	Moch. Sabari Syah	Islam
2	2209	9978453958	Aiham Giovani	L	Malang, 23 Jul 97	Suwandi	Islam
3	2212	9988297036	Amirullah Fachrul R	L	Malang, 20 Jun 98	Konawi Purwoto	Islam
4	2213	9988297083	Aulia Nuril Ardhi	L	Malang, 18 Nop 98	Supriyanto	Islam
5	2214	9988297020	Ahmad Imani Robbi	L	Malang, 9 Apr 98	Ipung Hadi Purwanto	Islam
6	2215	9988297042	Bahrul Ilham Ashari	L	Malang, 12 Jul 98	Kuswandi	Islam
7	2218	9988297002	Dian Imaniar I	P	Malang, 2 Feb 98	Aisam	Islam
8	2219	9988297013	Divia Irsadiani	P	Surabaya, 20 Mrt 98	Guntur Lindarso	Islam
9	2221	9988296995	Erinda Dwi M .S	P	Malang, 6 Jan 98	Drs.Aman Sukmana	Islam
10	2222	9978453891	Fariz Idya Putra	L	Malang, 26 Jan 97	Pujiono	Islam
11	2223	9988297037	Ibrahim Imanun H	L	Malang, 21 Jun 98	Achmad Sidik	Islam
12	2225	9988297047	Kristanti yulianti	P	Blitar, 20 Jul 98	Tumiji	Islam
13	2226	9988297067	Karisma Nanda	P	Malang, 15 Sep 98	Kaliman Suyanto	Islam
14	2227	9988297032	Manggar Samudera	L	Malang, 2 Jun 98	Warto Sungkowo	Islam
15	2228	9988297040	Maulana Satrio	L	Kediri, 2 Jul 98	Roedi Koesharsanto	Islam
16	2229	9988297009	M.Febri Purwanto	L	Malang, 25 Feb 98	Hadi Purwoto	Islam
17	2230	9988297094	M.Risky Arsyadany	L	Malang, 4 Des 98	Ali Imron,ST	Islam
18	2231	9978453975	Niko Atma .W	L	Malang, 2 Sep 97	Bendot Joko .N	Islam
19	2233	9988297088	Nadya Rahmawati	P	Malang, 24 Nop 98	Wahid Muslim	Islam
20	2234	9988297015	Nisrina Salma M	P	Malang, 23 Mrt 98	Moch Sulistyanto	Islam
21	2236	9988297060	Nadia Amalia .J	P	Jombang, 24 Ags 98	Ir.Zainul Arifin, MP	Islam
22	2237	9988297031	Pimpin Neindra	L	Malang, 27 Mei 98	Widyo Seno Suryo .S	Islam
23	2239	9978453980	Regia Delanix	P	Malang, 25 Sep 97	Sugeng Winarno	Islam
24	2241	9988297006	Rifki Adilah R	L	Malang, 16 Feb 98	Nurachman	Islam
25	2242	9988297059	Siti Handayani	P	Malang, 22 Ags 98	M.Syaiful Islam	Islam
26	2244	9988296992	Virgianty Ramadani	P	Malang, 4 Jan 98	Sugianto	Islam
27	2245	9978454002	Wahyu Trinoviana	P	Malang, 20 Nop 97	Agus Subagio	Islam
28	2246	9998710751	Wladirda .F.H	P	Malang, 17 Feb 99	Zulriadi	Islam
29	2247	9988297043	Yulinda sari .C	P	Malang, 16 Jul 98	Suyono	Islam
30	2248	9978453950	Yulia Adi Putri	P	Malang, 6 Jul 97	Suwadi	Krstn

31	3332	9988297016	M. Fadli Adha	L	Tangerang, 26 Mrt 98	Yasevival	Islm
32	3333	9988297093	Natasha	P	Surabaya, 3 Des 98	Novy Pramudia Kusuma	Islm
33	3334	9988297005	Lalu Risandi	L	Mataram, 16 Feb 98	Taufan H.P	Islm
34	3338	9988297062	Devita Iva Sukma	P	Malang, 27 Ags 98	Terbit Susanto	Islm
35	3339	9968659741	Feby Putri Ramadhani	P	Malang, 8 Feb 96	Hasan Awaludin	Islm
36	3343	9998710742	Citra	P			
37	260	9988296997	Dahan cendekia	L	Jember, 20 Jan 98	Sucipto	
38	389	9988297053	Nadhira K	P			Islm

Mengetahui,  
Kepala Sekolah

Sri Purwaningtyas, S.Pd  
NIP. 130 501 967

No	NIS	NISN	Nama Siswa	L/P	Tempat Tgl Lahir	Nama Orang Tua	Agama
1	3275	9988297073	Achmad Diva. R.F	L	Malang, 9 Okt 98	Moch. Amin	Islm
2	3277	9988297063	Agnes Dwi.M	P	Malang, 30 Ags 98	Suwadi	Krstn
3	3278	9978453959	Aji Krida Ismaya	L	Malang, 24 Jul 97	Cholifin	Islm
4	3247	9978453922	Alfan Syarifuddin	L	Malang, 21 Apr 97	Kristiono Fauzi	Islm
5	3279	9988297021	Ananda Rizky.A.P	L	Malang, 9 Apr 98	Sudarsono	Islm
6	3276	9988297051	Aryo Dwi Laksono	L	Jakarta, 12 Ags 98	Safei Soleh	Islm
7	3248	9978453937	Catur Mei Candra	L	Malang, 6 Jun 97	Suparto	Islm
8	3281	9978454011	Dessy Setyoningtyas	P	Amban, 22 Des 97	Sutiono	Islm
9	3280	9978453991	Dwi Wahyu Novianto	L	Malang, 6 Nop 97	Arif Budianto	Islm
10	3285	9988297057	Ella Mardiolillah	P	Malang, 21 Ags 98	Supriadi	Islm
11	3287	9988297001	Febianti Sugesti. P	P	Malang, 2 Feb 98	Samuri	Katlik
12	3290	9988297056	Gandhi Putrandi. S	L	Malang, 20 Ags 98	Iswoyo (alm)	Islm
13	3296	9978453948	M.Bachrul Bayqi	L	Bekasi, 29 Jun 97	Susilo	Islm
14	3265	9978453910	M.Daniel Andreas	L	Malang, 16 Mrt 97	Eddy Sujarwo	Islm
15	3295	9978454001	Miftah Qurrotul .A	P	Malang, 18 Nop 97	Harianto	Islm
16	3297	9988297028	Muhammad Imaduddin	L	Sidoarjo, 26 Apr 98	M.Muchlis Madjid	Islm
17	3293	9988297064	Muhammad Nur Reza	L	Malang, 8 Sep 98	Bambang .S	Islm
18	3267	9978453890	Nur Hasanah	P	Bangkalan, 24 Jan 97	Marlasan	Islm
19	3298	9978453999	Oiq Chindyta .M	P	Malang, 17 Nop 97	Didik Kurniawan	Islm
20	3299	9988297075	Oktavianus Bayu .P	L	Malang, 14 Okt 98	Bambang Sulistyio	Islm
21	3302	9988297025	Riski Wahyu .P	L	Malang, 20 Apr 98	Supratno	Islm
22	3301	9978453955	Rohman Afani	L	Malang, 18 Jul 97	Sardi	Islm
23	3306	9978453923	Satrio Eka Sudyono	L	Malang, 21 Apr 97	Suyono	Islm
24	3305	9978453967	Sri Wulandari .A	P	Bogor, 3 Ags 97	Herman Caniago	Islm
25	3304	9988297030	Tri Anda Suci .K	L	Malang, 23 Mei 98	Suci Suwandi	Islm
26	3308	9988297007	Trisna Jumaida	P	Malang, 20 Feb 98	M.Yasin	Islm
27	3307	9978454007	Umi Syaefatul	P	Brebes, 6 Des 97	Suwandi	Islm
28	3288	9978453996	Vitry Arifah	P	Malang, 13 Nop 97	Suwito	Islm
29	3309	9988297019	Wahyu Widodo	L	Malang, 9 Apr 98	Joko Siadiono	Islm
30	3311	9988297041	Yulia Kirana .S	P	Malang, 8 Jul 98	Achmad Murad	Islm



31	3352	9978453989	Hidayah Oktabrianti	P	Malang, 13 Okt 97	Ngadirin	Islm
32	398		Aditya Sapta Direre	L			
33	262	9988297078	Zahrina Amalia				
34	397	9998691006	Bayu Ramadhan	L			
35	396	9988277767	Pratama Hanan	L			

Mengetahui,  
Kepala Sekolah

Sri Purwaningtyas, S.Pd  
NIP. 130 501 967

NO URUT	NO INDIK	NO SISWA	NAMA SISWA	L/P	KO URUT ANAK KE-	TEMPAT, TANGGAL LAHIR	AGAMA	NAMA ORANG TUA	AGAMA	PENDIDIKAN TERTINGGI
1	2	3			5				9	10
1	1764		MAULANA RIZKY P	L	-	MALANG, 11-02-1999	ISLAM	AGUS P	ISLAM	SMA
2	1773		ZULFIANA CHAIRANI	P	-	MALANG, 14-04-1998	ISLAM	SUGIONO	ISLAM	SD
3	1782		ALFIN ADE P	L	-	MALANG, 24-07-1999	ISLAM	ASHRAFIN	ISLAM	SMP
4	1783		AMALIYAH NUR H	P	-	MALANG, 15-03-1999	ISLAM	KUSNADI	ISLAM	SD
5	1784		ANTON PRIBADI S	L	-	MALANG, 17-07-1999	ISLAM	HUNJARI S	ISLAM	SMP
6	1785		APRIILA MALIKA A	P	-	MALANG, 01-04-1999	ISLAM	MONARIS	ISLAM	SMP
7	1787		ARDIAN TRI S	L	-	MALANG, 30-06-1999	ISLAM	MURDIWAN	ISLAM	SMP
8	1788		ASKARINA WIDA A	P	-	MALANG, 27-08-1998	ISLAM	EKO SUTRISNO	ISLAM	SMP
9	1788		AUDI RETNO P	L	-	MALANG, 05-09-1999	ISLAM	SURATNO	ISLAM	STM
10	1790		DEWI AYU WULAN	P	-	MALANG, 28-11-1999	ISLAM	SUJIONO	ISLAM	SD
11	1791		DIDIN DW S	L	-	MALANG, 28-09-1999	ISLAM	M. SUJIONO	ISLAM	SMP
12	1792		ENO ARDIA S W	L	-	MALANG, 05-08-1999	ISLAM	SURKOTO	ISLAM	SMP
13	1793		FAIS LUTFI M J	P	-	MALANG, 29-01-1999	ISLAM	MURDIANTO	ISLAM	SMP
14	1795		GADING HIFA I R	L	-	MALANG, 19-12-1999	ISLAM	RUPAI	ISLAM	SMA
15	1796		KURNIA RISSALAH	P	-	MALANG, 15-03-1999	ISLAM	PIETER TANDIL	ISLAM	SMP
16	1797		LATIFATUL F	P	-	MALANG, 01-12-1999	ISLAM	MISDI	ISLAM	SMP
17	1798		LILIANA WIDAL	P	-	MALANG, 15-05-2000	ISLAM	EKO BUJDI L	ISLAM	SMP
18	1799		LAYLA MARETHA Z	L	-	MALANG, 12-03-1999	ISLAM	ELA Z	ISLAM	SD
19	1800		MOCH ANDIKA	L	-	MALANG, 22-07-1999	ISLAM	SULADI	ISLAM	SMP
20	1801		MOCH DENI S	L	-	MALANG, 29-07-1999	ISLAM	DUL HADI	ISLAM	SD
21	1802		M.ILHAM NAZZAR A	L	-	MALANG, 12-01-1999	ISLAM	MARZUKI	ISLAM	SMP
22	1803		MOCH KAMIM	L	-	MALANG, 02-04-1999	ISLAM	KASIM	ISLAM	SD
23	1804		MOCH TAUFIK H	L	-	MALANG, 23-05-1999	ISLAM	YUDI RIANTO	ISLAM	SMA
24	1806		NIZAR SAGAF F	L	-	JOMBANG, 12-05-1999	ISLAM	ABDI MUNTOLIB	ISLAM	SMP
25	1807		RETNQ H	P	-	JAKARTA, 17-06-1999	ISLAM	BAGIO	ISLAM	SMP
26	1808		RIKY REYNALDO	L	-	MALANG, 01-07-1999	ISLAM	EDI SUKIRNO	ISLAM	SMA
27	1810		RENI KURNIASARI	P	-	MALANG, 23-06-1999	ISLAM	A. JOHAN	ISLAM	SMA
28	1811		SALFA NUR FITRI	P	-	MALANG, 27-01-1999	ISLAM	SUPENO	ISLAM	SMA
29	1812		SONY INDIRAWAN	L	-	MALANG, 25-04-1999	ISLAM	ZAINUL ARIFIN	ISLAM	SMA
30	1813		TICKA MAYLA S	P	-	NGAWI, 27-05-1999	ISLAM	SUSANTO	ISLAM	SMP
31	1814		ZULFI FAJAR S	L	-	MALANG, 24-05-1999	ISLAM	ROFIK	ISLAM	SMP
32			BUINGA RM	P	-					

Mengajar  
Kepala SDN Tigomas I

LILIEK CHRISTIANA ERNAWATI, S.Pd  
NIP. 130 566 018

NO URUT	NO INDUK	NAMA SISWA	L/P	NO URUT ANAK KE-	TEMPAT, TANGGAL LAHIR	AGAMA	NAMA ORANG TUA	AGAMA	PENDIDIKAN TERTINGGI
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1704	FAISAL RAMADANI	L	-	MALANG, 12-01-1997	ISLAM	SAERAN	ISLAM	SMP
2	1732	ANGGORO AHMAD P	L	-	MALANG, 09-10-1997	ISLAM	M. SUSANTO	ISLAM	SMA
3	1733	DICKY FIRMANSYAH	L	-	MALANG, 14-10-1998	ISLAM	BUAMIN	ISLAM	SD
4	1735	HAFIDH MISBAH.F	L	-	MALANG, 05-06-1997	ISLAM	A.ZAENUDIN	ISLAM	SMA
5	1738	INDAH AYU .R	P	-	MALANG, 18-11-1997	ISLAM	SURIP.P	ISLAM	SMP
6	1763	ARSITA DWI	P	-	MALANG, 15-07-1998	ISLAM	BEJO SUNYOTO	ISLAM	SMP
7	1768	DERY ALIF B	L	-	MADIUN, 01-02-1997	ISLAM	BUCHORI	ISLAM	SD
8	1767	DAVID PRABETYA	L	-	LUMAJANG, 22-11-1997	ISLAM	WAKIDI	ISLAM	SMP
9	1768	VIRDA PURWATI	P	-	MALANG, 05-08-1998	ISLAM	ISMAN	ISLAM	SMA
10	1769	ILHAM MOH. REZA	L	-	MALANG, 15-01-1998	ISLAM	MOH. PALIL	ISLAM	SMP
11	1760	MOCH. ZAINUR ROZIQIN	L	-	MALANG, 13-01-1998	ISLAM	MURDI	ISLAM	SMP
12	1761	MOCH. WAHYU .A	L	-	MALANG, 09-11-1998	ISLAM	NANANG.A.S	ISLAM	SMP
13	1762	MAULANA FANTONI	L	-	MALANG, 03-03-1998	ISLAM	ISLAMET	ISLAM	SMP
14	1763	NUR AFIATUL CHASANAH	P	-	MALANG, 15-02-1998	ISLAM	SUNARI	ISLAM	SD
15	1767	RIZNA OKTAVIA	P	-	MALANG, 11-10-1998	ISLAM	Abd. MUKHID	ISLAM	SMP
16	1769	SARASKIA MEI .C	P	-	MALANG, 07-05-1998	ISLAM	CHOIRUL DENI	ISLAM	SMA
17	1769	SAKTIA RAFI .A	L	-	MALANG, 10-06-1998	ISLAM	ADITYA RUSLI	ISLAM	SMP
18	1771	ULFA MAULIDIYAH	P	-	MALANG, 15-07-1998	ISLAM	MAKSUD	ISLAM	SD
19	1772	YOFIN YOLA .P	P	-	MALANG, 04-05-1998	ISLAM	EKO SUGIANTO	ISLAM	SMP
20	1815	RISKY RAHMADANTY	P	-	MALANG, 22-01-1998	ISLAM	MULYONO	ISLAM	SD
21	1881	AMELIA SAKTI C.R	P	-	SEMARANG, 01-10-1988	ISLAM	JOKO SURIANTO	ISLAM	SMP
22	1931	KEN TRISNA RAVETA .C	P	-	MALANG, 02-04-1999	ISLAM	KEN HENDRA .Y	ISLAM	SI
23	1932	METHA ROFADA YULaida .J	P	-	JOMBANG, 17-07-1997	ISLAM	H.M.ROBIDIN.M	ISLAM	SMA
24		RYKO MAULANA ADAMIS	L	-	MALANG, 28-08-1998	ISLAM	KOKOH.E	ISLAM	SI
25		GUMILANG FEBI MANARDIKA	L	-	MALANG, 15-02-1998	ISLAM	MUNADI	ISLAM	SMA

Mengestahul  
Kepala Sekolah  
SDN Tegomas I

LILIEK CHRISTIANA ERNAWATI, S.Pd  
NIP. 130 588 018

243	1488	987 004 0841	ACH. RIZQI SETIAWAN	L	Malang	1987-12-28	Islam	Juliadi	4
244	1526	987 004 0901	DIMAS AGIL PRATAMA	L	Malang	1987-06-29	Islam	Nawang Djarwoko	4
245	1681	989 034 3340	ACHMAD MUSTOFA B	L	Malang	1989-07-08	Islam	Sudarto	4
246	1562	989 034 3325	AFRISA DWI PUTRA	L	Malang	1989-04-14	Islam	Sucipto	4
247	1583	989 034 3303	AINUN NADA A	P	Malang	1989-01-31	Islam	Supaat Rais	4
248	1564	989 034 3304	ALAMANDA BUNGA	P	Malang	1989-02-02	Islam	Drs. Taufiq S	4
249	1565	989 034 3332	ALAMAYDA YOSI G	P	Malang	1989-05-13	Islam	Suyono	4
250	1588	989 034 3307	AMALA LAILATUL ALIFAH	P	Malang	1989-02-12	Islam	Taat	4
251	1567	988 887 2851	ANGGUNI KHARISMA P	P	Malang	1988-11-13	Islam	T Santosa	4
252	1589	989 034 3331	ARINI PUTRI DEWANTARI	P	Malang	1989-05-04	Islam	Suanto	4
253	1570	989 034 3351	ARNETHA WAHYU N W	P	Surabaya	1989-08-04	Islam	Mirza Andika	4
254	1571	989 034 3324	AYU WIDIAS APRILIANI	P	Malang	1989-04-06	Islam	Suparman	4
255	1572	988 887 2818	BIMA BHAGASKARA	L	Malang	1988-06-17	Islam	Hekis	4
256	1573	988 887 2849	DAVID ALFARIDZI P I	L	Malang	1988-11-05	Islam	Tatok	4
257	1574	988 887 2838	DEVI INDAH PRATIWI	P	Malang	1988-09-17	Islam	Haru Imanawanto	4
258	1575	989 034 3345	DYAH AYU JULIWDIYANTI	P	Malang	1988-07-24	Islam	Riyanti W	4
259	1576	989 034 3336	EKO DION MAULANA	L	Malang	1989-05-24	Islam	Sudiono	4
260	1577	988 887 2811	FAZAL NUR KHOLIS	L	Blitar	1988-08-03	Islam	Misdi	4
261	1580	989 034 3330	GALIH PRATAMA W	L	Malang	1989-04-27	Islam	Didik S	4
262	1581	989 034 3358	HAFSAH ALFISABILILLAH	P	Malang	1989-08-25	Islam	Salful Tauhid	4
263	1584	989 034 3341	JEFFRY ANGGATRA K A	L	Malang	1988-07-14	Islam	Priyo P	4
264	1586	989 034 3329	MOHAMAD SUGIARTO	L	Malang	1988-04-25	Islam	Nayoko	4
265	1587	988 887 2837	NELA INGGA MARISKA	P	Malang	1988-09-14	Islam	Rianto	4
266	1586	988 887 2831	NINDY RACHMA AGUSTIN	P	Malang	1988-08-10	Islam	Wahit B	4
267	1589	989 034 3318	RACHMADI RIFKY A	L	Malang	1989-03-12	Islam	Demy Ansoari	4
268	1591	989 034 3371	SINGGIH ANDREAN N	L	Malang	1989-11-17	Islam	Kasyanto	4
269	1592	988 034 3321	TIARA ISMIANINGTYAS	P	Malang	1989-03-28	Islam	Hari Prasetyo	4
270	1593	989 034 3367	ULFA TAKHIYATUR R	P	Malang	1989-08-20	Islam	Subaltri	4
271	1594	988 887 2845	WAHYU RETNO SAMUTRI	P	Malang	1988-10-29	Islam	Karen Praswoto	4
272	1595	989 034 3338	ZAIN FERDIANSYAH HAQ	L	Malang	1989-06-14	Islam	M. Zainudin	4
273	1650	989 034 3338	ANTASYA MUSLIMAH	P	Jombang	1989-06-12	Islam	Agus Subekti	4

274	1853	998 887 2834	NADHITA ALYANI	P	Sumenep	1988-09-08	Islam	Joni Gafar S.	4
275	1743	998 034 3323	ADINDA SAFITRI	P	Malang	1988-03-31	Islam	Sudiono	4
276	1834	998 034 3320	AYU DIAN MULIA	P	Malang	1988-03-21	Islam	Heri Mulyono	4
277	1841	998 887 2819	M-ANGGIH MAULANA	L	Malang	1988-07-02	Islam	Amed Riedl	4
278	1846	998 859 8215	ZULFA NADHIA ARIUSTA	P	Malang	1988-11-20	Islam	Mustakim	4
279	1847	998 859 8208	ANUGRAHANTI ANDARUNI B. P	P	Malang	1988-10-18	Islam	Endro Budi Prasopo	4
280	1930	998 827 1208	WULAN DIAN PRAMESTI	P	Jakarta	1988-08-04	Islam	Winarso W.	4
281	1931	998 826 3829	DWIKI AJI LAKSANA	L	Malang	1988-04-28	Islam	Sudarmaji	4
282	1932	998 869 1010	ARIEF YAFIE FATURROCHMAN	L	Yogyakarta	1988-02-05	Islam	Heru Kusanto	4
283	1415	998 887 2615	ELSA TYAS S	P	Malang	1988-08-15	Islam	Purwanto	4
284	1437	997 004 0887	SETYA ADI WARDANY	L	Malang	1987-05-12	Islam	Sujoko Suwamo	4
285	1438	998 887 2608	SYAYID MUHAMAD ABDUH	L	Malang	1988-05-18	Islam	Muh. Muballin	4
286	1586	999 034 3352	AHMAD EKA PUTRA	L	Jember	1999-08-08	Islam	Iwan Kurniawan	4
287	1597	999 034 3327	ALDHI RIZALDI	L	Malang	1999-04-19	Islam	Misyanto	4
288	1588	998 887 2656	ALDY BAGASKARA	L	Malang	1988-12-25	Islam	Wiyono	4
289	1589	998 034 3343	ANANDA PUTRI CHUSNUL	P	Satu	1989-07-17	Islam	weslanto	4
290	1600	998 034 3328	ANIS RAHMAYATI KC	P	Malang	1989-04-18	Islam	Jinnoni	4
291	1601	998 034 3348	ANNISA PUSPITA RAHMA	P	blitar	1989-07-28	Islam	Nur haliza Wis	4
292	1602	998 034 3311	ARIANGGARA	L	Malang	1989-02-24	Islam	Sueb	4
293	1603	998 034 3305	AZALEA BUNGA	P	Malang	1989-02-02	Islam	Dra. Taufiq S	4
294	1604	998 034 3342	BAGASKARA INDRAJAYA	L	Bekasi	1989-07-15	Islam	Suwito	4
295	1605	998 034 3348	DANAPARAMITHA P	P	Malang	1989-03-02	Islam	Moh.Syafar Aminuddin	4
296	1607	998 034 3344	FARIDA FAJRIN	P	Malang	1989-07-19	Islam	Supriyanto	4
297	1608	998 034 3314	HANIFAH FAIRUS	L	Malang	1989-03-06	Islam	Heri Budiono	4
298	1608	998 034 3358	ICO REINA AULIA NUR R.	P	Malang	1988-06-26	Islam	Maryani	4
299	1610	998 034 3322	IMAM FATIHL HAQ	L	Malang	1989-03-28	Islam	Yusuf Arifin	4
300	1611	998 034 3350	JIHAN INNEKE WARDANI	P	Malang	1989-08-03	Islam	Agus Abedi Ichwanto	4
301	1612	998 887 2657	KHARISMA INDAH ALI VIOLA	P	Malang	1988-12-30	Islam	Kasmeri	4
302	1613	998 034 3368	LAILY NABILAH H	P	Malang	1988-10-10	Islam	Suhartono	4
303	1615	998 887 2823	MOCH. ARISA SUKMA	L	Banyuwangi	1988-07-20	Islam	Mahbus	4
304	1616	998 887 2654	MUHAMMAD AL IRZAM-ZAM	L	Malang	1988-12-01	Islam	Rifal	4
305	1617	998 034 3308	NANA MARDIANA	P	Malang	1988-02-07	Islam	Mafiedl	4
306	1618	998 034 3319	NINDYA INTAN PRATIWI	P	Malang	1989-03-14	Islam	Nur Yanto	4
307	1619	998 034 3328	PRATAMA APRILIANTO	L	Malang	1988-04-20	Islam	Ruslan	4
308	1621	998 034 3316	RATNA AYU ANGDRIANI	P	Malang	1988-03-11	Islam	Anggono Purbo	4

309	1622	988 034 3309	RENDYANO WILDANY P	L	Malang	1999-02-17	Islam	Eko Haryanto	4
310	1623	988 034 3315	RETA DIANA PRADANI	P	Malang	1999-03-07	Islam	Alm. Bambang Edi	4
311	1624	988 034 3388	REINA DINDA ADELIA	P	Pangkajene, Bun	1999-10-26	Islam	Darmawati	4
312	1625	988 887 2653	RICO FADILAH ALAM	L	Malang	1998-11-22	Islam	Bintang Irawan	4
313	1626	988 034 3363	RIKI AGIS ALFIANTRI P	L	Malang	1999-10-02	Islam	Santoso	4
314	1627	988 034 3366	SABRINA ISHMAH ADHANI	P	Malang	1999-08-13	Islam	Rudi Haryanto	4
315	1628	988 0304 3308	SYANIA IKA AYU	P	Malang	1999-02-15	Islam	Eby Purwasanto	4
316	1629	988 887 2805	TURKI HANIF BAWAD	L	Malang	1998-05-17	Islam	Hanif Abu Bakar	4
317	1634	988 034 3337	CALVIN ANDIKA P.	L	Lumajang	1999-06-10	Katolik	Jito Purnomo	4
318	1635	988 887 2630	KARTIKA LALITA CYNDI	P	Malang	1998-08-08	Islam	Supriadi, S.Pd	4
319	1638	988 034 3313	ISMA MUJIDA	P	Malang	1999-02-28	Islam	Muhamad Antoni	4
320	1637	988 034 3369	BRIGITA NOVYANTI	P	Jeyapura	1999-11-08	Islam	Kuswari	4
321	1633	988 888 1028	ELSHA VADIA FINDRA	P	Malang	1999-07-29	Islam	Bambang Parikesit	4
322	1476	988 026 5371	BAYU SETIAWAN	L	Malang	1998-12-01	Islam	Dwifono	5
323	1467	987 004 0883	ACH. HAIRIL AFFAN	L	Malang	1997-04-04	Islam	Jaelani	6
324	1492	987 004 0886	NURHAYATI	P	Majalengka	1987-05-05	Islam	Dada Juanda	5
325	1512	988 887 2598	AGUNG KARTIKA AJI	L	Malang	1998-04-21	Islam	Suharyono	5
326	1513	988 887 2628	AGUSTIN SETYO RINI	P	Malang	1998-09-03	Islam	Siwono	5
327	1514	987 004 0838	AHMAD BUDI SANTOSO	L	Malang	1987-12-22	Islam	Suprayitno	5
328	1517	988 887 2832	ANDHIKA AGRAPRANA	L	Malang	1998-08-25	Islam	Haris Theofy	6
329	1518	988 887 2586	ANDREAN SUKMA P	L	Malang	1998-03-05	Islam	Supriadi	6
330	1519	988 887 2638	ANGGITA NUR HIDAYAH P	P	Malang	1998-09-11	Islam	Mulyono	6
331	1620	988 887 2597	APRILIA KARTIKA C D	P	Bekasi	1998-04-21	Islam	Suwito	6
332	1621	988 887 2589	AYU PUSPITA SARI	P	Malang	1998-03-05	Islam	Samsul Hadi	6
333	1522	988 887 2685	CHOZINUL DWI MUH. R A	L	Malang	1998-03-01	Islam	Samsundari	5
334	1623	987 004 0818	DERYK ANDIS SETIAND	L	Malang	1987-09-12	Islam	Suselli	5
335	1524	988 887 2584	DJAVITA ANGELINA	P	Malang	1998-02-22	Islam	Mulyeni	5
336	1525	988 887 2575	DILA VANDINA R L	P	Malang	1998-01-07	Islam	M. Hendro	5
337	1527	987 004 0824	DINDA ALFIANI	P	Malang	1997-12-05	Islam	Eko Heri P	5
338	1528	988 887 2617	ERINA NUR AINI	P	Malang	1998-06-28	Islam	Supardi	5
339	1529	987 004 0803	IZZA AL ASFARINA	P	Malang	1987-07-02	Islam	Panman	5
340	1530	988 887 2850	KIKI PUTRI WULANDARI	P	Malang	1998-11-06	Islam	Rokhim	5
341	1531	988 887 2827	MAULANA YUSUF	L	Malang	1998-07-31	Islam	Agus Sokana	5
342	1532	987 004 0837	MEGA AYUNING PUTRI	P	Malang	1997-12-08	Islam	Sumaryono	5
343	1533	987 004 0908	MUCHAMMAD SAIFUDIN	L	Blitar	1997-07-23	Islam	Sugito	5

344	1534	998 887 2590	MUHAMMAD FASYABIH N	L	Malang	1998-03-13	Islam	Wiboyo Hadi	5
345	1535	998 887 2844	NICHO HADI PRATAMA	L	Malang	1998-10-24	Islam	Hadi P	5
346	1536	998 887 2802	PUTRI ANGGUN P S	P	Malang	1998-05-04	Islam	Mudjiyanto	5
347	1537	998 887 2867	RIZAL SABILLAH	L	Malang	1998-03-04	Islam	Jumaladin	5
348	1538	998 887 2800	RIZQIYATUL MARLUDIYAH	P	Malang	1998-05-03	Islam	M.Fauzi	5
349	1538	998 887 2593	ROHMAH PRIDA D	P	Malang	1998-03-28	Islam	Alipi	5
350	1540	998 887 2680	ROSHANA LAILA R	P	Malang	1998-01-21	Islam	Suailin qodir	5
351	1541	998 887 2816	SARAH TRIMAULANA F	P	Malang	1998-08-29	Islam	Damin	5
352	1542	997 004 0940	SELVI DIAN FARISKA	P	Malang	1997-12-22	Islam	Muglianto	5
353	1543	998 887 2810	SHALIKKA RISKA M	P	Malang	1998-08-02	Islam	Agus Winarto	5
354	1544	998 887 2843	TAUFAN EKA P	L	Malang	1998-10-18	Islam	Sugierho	5
355	1545	998 887 2578	TUFAUL AINI	P	Jakarta	1998-01-16	Islam	Ahmed	5
356	1548	997 004 0904	WAHYU INDRA LESHANA	L	Malang	1997-07-08	Islam	Eko Cahyono	5
357	1547	998 887 2614	WIDYA AYU R	P	Malang	1998-08-10	Islam	Suw	5
358	1580	998 887 2842	NIZYA AZELIA LIBBAVIA	P	Jombang	1998-10-07	Islam	Moch. Nizar Basori	5
359	1835	998 887 2808	AHMAD YUSRIL AL KANDY	L	Sibolga	1988-05-25	Islam	Samsul Rizal	5
360	1838	998 887 2835	FENI KURNIA AL KAFI	P	Malang	1998-09-08	Islam	Taufan S	5
361	1844	998 188 0838	HENDRA PUTRA WIJAYA	L	Malang	1998-01-18	Islam	Kastawi	5
362	1846	998 028 5340	TEGIH PRASETIYA	L	Malang	1998-08-03	Islam	Priyadi Al Supriyadi	5
363	1838	998 887 2551	AKBAR GUSTI RAMADHANI	L	Malang	1998-01-23	Islam	Agus Mubiono	5
364	1365	998 028 5320	FERDINAN J F	L	Malang	1998-04-02	Islam	Dulfin Pasarang	5
365	1388	997 004 0891	NANDITA TRI SUSANTI	P	Malang	1997-05-24	Islam	Jumain	5
366	1388	998 887 2591	ADI SYAFAUL AMIN	L	Malang	1998-03-22	Islam	Syamsul Hadi	5
367	1398	998 887 2594	ADHA SINTA KARINA K	P	Malang	1998-04-07	Islam	Karyadi	5
368	1400	998 887 2595	ANDHIKA BELLA	P	Malang	1998-04-09	Islam	Adi Sumarno	5
369	1401	998 887 2593	ANNISA NUR YUDHI A	P	Malang	1998-02-16	Islam	Wahyudi Arif	5
370	1402	998 887 2592	ALFIAN SAPUTRA I	L	Malang	1998-03-27	Islam	Inwen	5
371	1403	998 034 3335	ALFIAN HAFIF A	L	Malang	1998-05-24	Islam	Ahmed Hadi P	5
372	1404	998 887 2570	ARDA FIRDAUS R	L	Malang	1998-01-18	Islam	Dr. Rhyadi, M.Si	5
373	1405	998 887 2596	ARIES SANDY S P	L	Malang	1998-04-11	Islam	Sa'i	5
374	1408	998 887 2808	ASTRID MAYLANNI P	P	Bandung	1998-05-30	Islam	Wawan S I	5
375	1407	997 004 0925	AULIA INTAN P	P	Malang	1997-10-12	Islam	Wahyu Bawana N	5
376	1408	998 887 2576	AYU SUGIARTI	P	Malang	1998-01-10	Islam	Safari	5
377	1409	998 887 2801	AVISTA VIONA AGITA	P	Malang	1998-05-03	Islam	Supiono	5
378	1410	998 887 2825	AZIZAH TRIGITA P	P	Malang	1998-07-22	Islam	Iswanto	5

379	1412	898 887 2641	DEXXA RISQI OKTAVIANA	L	Sieman	1988-10-08	Islam	Romi Arief	5
380	1413	898 887 2582	DZAKY HUSAM	L	Malang	1988-02-09	Islam	Anif Djumaldi	5
381	1414	898 887 2574	EKA SITA AGUSTIN	P	Malang	1988-01-08	Islam	Agus Subagyo	5
382	1416	897 004 0899	ELVA NURLAILA	P	Malang	1987-08-28	Islam	Haqi Purwanto	5
383	1417	897 004 0800	ELVI NURLAILI	P	Malang	1987-06-28	Islam	Haqi Purwanto	5
384	1418	898 887 2848	FADZA AL ERAA	L	Sidoarjo	1988-11-03	Islam	Roy Sumartono	5
385	1419	898 887 2822	FAJAR PRIAMBODO	L	Malang	1988-07-18	Islam	Majid	5
386	1420	898 887 2824	FERDINIZZA YUSRIA	P	Jember	1988-07-22	Islam	Dhik Elfa	5
387	1421	898 887 2846	GALUH DWI HANDARU	P	Malang	1988-10-29	Islam	Suyono	5
388	1422	898 887 2813	INDAH PUTRI WAHYUNI	P	Malang	1988-06-08	Islam	M. Mahaul Hasoli	5
389	1424	898 887 2688	KHARISMANISA C	P	Malang	1988-03-03	Islam	Hendro Koesworo	5
390	1425	898 887 2852	KHORI IZATUL M	P	Malang	1988-11-18	Islam	Suparman	5
391	1426	898 887 2840	LULUK ARIBATUL KARIMAH	P	Malang	1988-08-24	Islam	Widoto	5
392	1427	898 887 2820	MUHAMMAD AINUR R	L	Malang	1988-07-05	Islam	Artin	5
393	1428	898 887 2603	MUHAMMAD RIFAT AZAMI	L	Malang	1988-05-08	Islam	Dr. Abul Munir	5
394	1429	898 887 2633	NOOR ANISA MONES	P	Malang	1988-06-04	Islam	Nur Yasid	5
395	1430	898 887 2647	NUR FAJRINA K D	P	Malang	1988-10-31	Islam	Ir. Ari Ramansyah	5
396	1431	898 887 2598	NUANSA SUBARJO	L	Mojokerto	1988-04-25	Islam	Nuzul Arachman T	5
397	1432	898 887 2604	PUTRI PRATIWA	P	Malang	1988-05-13	Islam	Imam Surlano	5
398	1433	897 004 0823	RAFIF MARIE F	L	Malang	1987-10-05	Islam	Rudi Haryanto	5
399	1435	898 887 2807	RIZKI FAJAR K	L	Malang	1988-05-20	Islam	Agus Star	5
400	1438	898 887 2577	ROHANA SAFITRI	P	Malang	1988-01-13	Islam	Berlirin	5
401	1439	897 004 0827	TOMMY DANA P	L	Malang	1987-10-18	Islam	Ngetur Adi (alm)	5
402	1440	897 004 0822	TRI SETYO ADI N	L	Malang	1987-10-04	Islam	Suhadi	5
403	1441	897 004 0830	YOSBY SAGITA PRATAMA	L	Malang	1987-10-30	Islam	Sugianto	5
404	1651	898 887 2839	KARIN NAFISA	P	Malang	1988-08-24	Islam	Iwan Kurniawan	5
405	1740	898 887 2812	ADINDA MONICA S.	P	Malang		Islam	Bahar Badollah	5



59	Abdi Nashir Muchlisin	L	Malang	1998-12-20	Jl. Sumberearl V/391 Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
60	Ady Guntur Wijayanto	L	Nganjuk	1999-11-12	Jl. MT. Haryono 79 Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
61	Choiriyatul Laila Ramadhana	P	Malang	1999-01-09	Jl. MT. Haryono 170 Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
62	Desta Andika Ramadana	L	Malang	1988-12-21	Jl. MT. Haryono XIV/55 Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
63	Dewi Melanie Asih A.	P	Malang	1999-12-21	Jl. Raya Jelis Cg. Sido Asri No	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
64	Dia Ayu Inawati	P	Malang	1998-04-20	Jl. MT. Haryono 14A/75 Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
65	Faizal Maulana	L	Malang	1998-11-30	Jl. Gondang No. 18	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
66	Irfas Badriansyah	L	Malang	1998-02-21	Jl. MT. Haryono XIVa/1195 Ma	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
67	Laela Kurnia Nur Aulia	P	Malang	1999-08-20	Jl. Tirta Utomo No. 6 Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
68	M. Rowahut Hakim M.	L	Bojonegoro	1999-06-05	Jl. MT. Haryono 189A Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
69	Ryeh Rahmatullah	L	Malang	1999-12-26	Jl. Tirta Utomo 11/6 Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
70	Yumna Ratimatuz Z.	P	Banyuwangi	1999-06-10	Jl. MT. Haryono X/1142 Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
71	Riska Jayanti	P	Malang	1998-07-16	Jl. TerS. Dinoyo Permai 4 Mala	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
72	Ahmad Febrianto	L	Malang	1998-02-06	Jl. Jowo Mulyo 367/III Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
73	Nur Alia Al Teania	P	Sidoarjo	1998-08-16	Jl. MT. Haryono 8/132A Malang	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
74	Ardan Ardianto	L	Surabaya	1998-08-07	Jl. Permata Hijau D 76	IV	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
75	Kurnia Iswati	P	Malang	1996-08-18	Jl. MT. Haryono XVIA/61Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
76	Eva Denna Bella	P	Malang	1997-10-30	Jl. Tirta Utomo Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
77	Fränika Suryanda	L	Malang	1996-12-22	Dlm. Terminal Landung Sari M	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
78	Nenas Jumilail	P	Malang	1997-06-18	Jl. MT. Haryono 14/37 Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
79	Aminah Al Jufr	P	Tuban	1998-03-12	Jl. MT. Haryono 106 Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
80	Namira Jamal Umer	P	Kediri	1998-02-21	Jl. Srigading No. 4 Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
81	Yoda Mahtuddin Halim	L	Malang	1998-01-01	Jl. MT. Haryono X/1052 Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
82	Adit Renaldi	L	Malang	1998-09-19	Jl. MT. Haryono 17/216 Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
83	Syifaui Maulidya	P	Malang	1997-12-13	Jl. Tirta Utomo 7 Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
84	Samsudin Kurnia Sandi	L	Malang	1997-10-13	Jl. MT. Haryono 14/68 Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
85	Iifa Yuliana Safiri	P	Malang	1998-07-04	Jl. MT. Haryono 14A/119C Mal	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
86	A. Zainuddin	L	Malang	1998-07-14	Jl. MT. Haryono 188b/32 Malan	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
87	Farchatul Lu'aini	P	Malang	1998-08-28	Jl. MT. Haryono 188b/32 Malan	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang
88	Anggun Wulansari	P	Malang	1998-08-24	Jl. Semanggal Bani 02 Malang	V	SDI Wahid Hasyim	Kota Malang

**DATA SISWA SD AISYIYAH  
TAHUN 2009**

No.	NISN	Nama	Kelamin	Tingkat
38	9958396479	Yusnidarwati	P	4
39	9968478498	Haulani	L	4
40	9978278027	Miftakhur Rohmah	P	4
41	9978278030	Lila Andriani	P	4
42	9978278031	Tomi Arjuno	L	4
43	9978278032	Resti Dwi Anita	P	4
44	9988131715	Amik Ratus Sholikha	P	4
45	9988131718	Riski Yoga S.	L	4
46	9998552306	Priagung Sulthon Al Amin	L	4
47	9947570835	Abdul Wahab	L	5
48	9958396480	Andriani sisilia	P	5
49	9958396483	Hendra Puri	L	5
50	9958396484	Abdul Kadir	L	5
51	9968478495	Apriatna	L	5
52	9968478496	Mandala Putra	L	5
53	9968478497	Khodijah Ibrahim	P	5
54	9978278028	Abdus Somat	L	5
55	9988131714	Fidya Ayu. Larasati	P	5
56	9988131719	Faisal Aliansyah Z.	L	5
57	9988131720	Ananda Wahyu Dianti	P	5
58	9968676019	Puspasari	P	5
59	9947570837	Marhianto	L	5
60	9947570836	Feri Irawan	L	6
61	9958396482	Muhammad Rizal Hasan	L	6
62	9958396485	Siti Anita	P	6
63	9958396486	Eri Sandria Alfianti	P	6
64	9961724875	Aidatul Fitria	P	6
65	9968478500	Ahmad Nurul Arifin	L	6
66	9968478501	Ihsan Sanubari Bela Mega	L	6
67	9978278029	Whidha Shofiatius Zahro	P	6

Malang, Agustus 2008  
Kepala SD Aisyiyah

Ujang Heri Satori, SE

## Rekap Data

Rekap data keseluruhan | Rekap data NASIONAL | Rekap data DIKNAS | Rekap Data DEPAG

Data yang disajikan di situs ini bersifat Online dan Real Time.  
Setiap saat akan ada perubahan data seiring dengan proses pemutakhiran data yang dilakukan oleh Dinas Pendidikan Kota/Kab se Indonesia secara online ke situs ini.

Total Siswa yang terdaftar pada 11/06/2009 pk.11:00:58. = 43.065.739 orang

Propinsi Jawa Timur << Pilih Propinsi Lain  
Kota Kota Malang << Pilih Kota Lain  
Jenjang SD/MI << Pilih Jenjang Lain  
Status Negeri & Swasta << Pilih Status Lain

### Rekap Data per Sekolah

No.	NPSN	NSS Nama	Alamat	Status	Jumlah Siswa			Detil Download
					L	P	T	
1	20533978	MI NURUL HUDA 1	JL. KI AGENG GRIBIG 10	Swasta	98	75	173	Detil Download
2	20533920	MI AL-AZHAR	JL. KH. MALIK GG.21 NO.87	Swasta	122	96	218	Detil Download
3	20533947	MI AL-FATTAH	JL. C. TELAGA WANGI 39	Swasta	103	94	197	Detil Download
4	20533934	MI AL-HUDA	JL. SELAT SUNDA 8/D-9 NO. 19	Swasta	187	163	350	Detil Download
5	20533933	MI AL-KHOIROT	JL. MUHARTO 5	Swasta	107	114	221	Detil Download
6	20533973	MI AL-USMAN	JL. KH. USMAN 64	Swasta	62	44	106	Detil Download
7	20533921	MI ALHAYATUL ISLAMIYAH	JL. KH. MALIK NO. 1 RT.01 RW.04	Swasta	122	102	224	Detil Download
8	20539408	MI ATTARAQQIE	JL. ADE IRMA SURYANI 50, JL. SYARIF AL QODRI 35	Swasta	346	394	740	Detil Download
9	20533932	MI BADRUSSALAM	JL. KAPT. P. TENDEAN 2/03	Swasta	30	15	45	Detil Download
10	20533923	MI DARUL QUR'AN	JL. MUHARTO 5/130, RT.03, RW.10	Swasta	56	48	104	Detil Download
11	20533924	MI DARUSSALAM	JL. SANAN BAWAH 64	Swasta	35	26	61	Detil Download
12	20533925	MI DIPONEGORO	JL. MAYJEN SINGKONO 22	Swasta	140	109	249	Detil Download
13	20533926	MI HIDAYATUL MUBTADIIN BUMIAYU	JL. KYAI PARSEH JAYA 52	Swasta	119	123	242	Detil Download
14	20533927	MI HIDAYATUL MUBTADIIN TASIKMADU	JL. KH. YUSUF 174 TASIKMADU	Swasta	94	76	170	Detil Download
15	20533928	MI HIDAYATUS	JL. SEKARPUTIH RT.02 RW.03 NO.	Swasta	86	65	151	Detil Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

		SIBYAN	40					
16	20533951	MI IMAM BONJOL	JL. KEBALEN WETAN 1 NO. 20	Swasta	72	77	149	Detil Download
17	20533929	MI ISLAMIYAH	JL. S. SUPRIADI 172 L	Swasta	195	152	347	Detil Download
18	20533930	MI JABAL NUR	JL. BARAN TLOGOWARU	Swasta	72	66	138	Detil Download
19	20533931	MI JEND. SUDIRMAN	JL. SOEKARNO HATTA MIJS NO. 1	Swasta	282	262	544	Detil Download
20	20533948	MI KH. HASYIM ASY'ARI	JL. L.A. SUCIPTO 300 A	Swasta	232	255	487	Detil Download
21	20533949	MI KHADIJAH	JL. ARJUNA 19 A	Swasta	131	150	281	Detil Download
22	20533966	MI MA'ARIF PENANGGUNGAN	JL. M. PANJAITAN 18/04	Swasta	37	30	67	Detil Download
23	20533967	MI MA'ARIF SUKUN 1	JL. S. SUPRIADI 7/1 RT.03, RW.02	Swasta	101	73	174	Detil Download
24	20533968	MI MA'ARIF SUKUN 2	JL. KUTILANG TIMUR 6	Swasta	24	20	44	Detil Download
25	20533969	MI MIFTAHUL HUDA	JL. RAYA BANDULAN 125 A	Swasta	108	51	159	Detil Download
26	20533970	MI MIFTAHUL IMAN	JL. KI AGENG GRIBIG 29	Swasta	119	100	219	Detil Download
27	20533971	MI MIFTAHUL ULUM BURING	JL. KH. MALIK DALAM BURING RT.03	Swasta	57	73	130	Detil Download
28	20533972	MI MIFTAHUL ULUM CIPTOMULYO	JL. PELTU SUJONO GG. MELATI	Swasta	49	31	80	Detil Download
29	20540183	MI MIFTAHUL ULUM WONOKOYO	JL. KALIANYAR RT.02, RW.01	Swasta	109	106	215	Detil Download
30	20533950	MI NU MAUDLU'UL ULUM	JL. BAUKSIT 45	Swasta	146	115	261	Detil Download
31	20533974	MI NU POLOWIJEN	JL. POLOWIJEN 2/409 A	Swasta	45	74	119	Detil Download
32	20533975	MI NU PUTRI	JL. YULIUS USMAN 14 B	Swasta	53	53	106	Detil Download
33	20533976	MI NURUL HIKMAH	JL. MUHARTO 7 / 41	Swasta	114	124	238	Detil Download
34	20533977	MI NURUL HUDA	JL. MOH. JUKI 1A	Swasta	196	186	382	Detil Download
35	20533965	MI NURUL HUDA 2	JL. MERDEKA TIMUR GG.1	Swasta	32	41	73	Detil Download
36	20533964	MI NURUL ULUM	JL. TELUK PELABUHAN RATU 155 A	Swasta	90	78	168	Detil Download
37	20533952	MI RADEN FATAH	JL. NGAGLIK 4B/627	Swasta	143	117	260	Detil Download
38	20533953	MI ROUDLOTUL MUSLIHIN	JL. BARAN TLOGOWARU	Swasta	33	30	63	Detil Download
39	20533954	MI SUNAN GIRI	JL. TLOGOSARI NO. 641 A	Swasta	68	52	120	Detil Download
		MI SUNAN GUNUNG	JL. S. SUPRIADI					

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

40	20533955	JATI	9/42	Swasta	61	57	118	Detil	Download
41	20533957	MI SUNAN KALIJOGO KARANGBESUKI	JL. CANDI 3D NO. 442	Swasta	142	109	251	Detil	Download
42	20540184	MI SUNAN KALIJOGO MORGAN	JL. MORGAN RAYA 19/ 56	Swasta	68	60	128	Detil	Download
43	20533956	MI SUNAN KALIJOGO PISANGCANDI	JL. PISANG CANDI BARAT 39	Swasta	54	44	98	Detil	Download
44	20533958	MI TARBIYATUL HUDA	JL. BABATAN 32	Swasta	109	134	243	Detil	Download
45	20540185	MI TARBIYATUL HUDA MORGOSONO	JL. KOL. SUGIONO 9/24	Swasta	36	37	73	Detil	Download
46	20533959	MI YASPURI	JL. JOYO RAHARJO 240 A	Swasta	78	73	151	Detil	Download
47	20533945	MIN MALANG 1	JL. BANDUNG 7C	Negeri	647	763	1.410	Detil	Download
48	20533946	MIN MALANG 2	JL. KEMANTREN 2/14A	Negeri	202	230	432	Detil	Download
49	20539409	SD AISYIYAH	JL. GAJAYANA 1/570D	Swasta	44	35	79	Detil	Download
50	20539410	SD ANAK SALEH	JL. CANDI PANGGUNG 1	Swasta	128	136	264	Detil	Download
51	20554811	SD BINA BUDI MULIA	JL. TAMAN SLAMET 14	Swasta	14	13	27	Detil	Download
52	20533862	SD BRAWIJAYA 1	JL. BRAWIJAYA 1	Swasta	43	31	74	Detil	Download
53	20533896	SD DHARMA WANITA UNIBRAW	JL. CIPAYUNG 8	Swasta	195	160	355	Detil	Download
54	20533912	SD HASYIM ASYARI	JL. LAKS. MARTADINATA 2/36	Swasta	63	54	117	Detil	Download
55	20533866	SD IMKA	JL. DR. CIPTO 18	Swasta	28	29	57	Detil	Download
56	20534060	SD INDRIYASANA	JL. S. SUPRIADI 4/2306	Swasta	97	93	190	Detil	Download
57	20533901	SD ISLAM AL HIKMAH	JL. KOL. SUGIONO 8/50	Swasta	62	49	111	Detil	Download
58	20554959	SD ISLAM BAITUL MA'MUR	JL. SAWOJAJAR 17 B	Swasta	13	11	24	Detil	Download
59	20533867	SD ISLAM KLOJEN KIDUL	JL. ARIS MUNANDAR VI B/2	Swasta	43	31	74	Detil	Download
60	20533868	SD ISLAM MA'ARIF	JL. KH. HASYIM ASYARI GG. 6, NO. 30	Swasta	29	10	39	Detil	Download
61	20533897	SD ISLAM MOH. HATTA	JL. SIMP. FLAMBOYAN 30	Swasta	52	47	99	Detil	Download
62	20554935	SD ISLAM NURUL IZZAH	JL. KI AGENG GRIBIG I /30	Swasta	48	44	92	Detil	Download
63	20539432	SD ISLAM NURUL MUTTAQIEN	JL. NURUL MUTTAQIEN39, RT.05, RW.05	Swasta	105	98	203	Detil	Download
64	20540207	SD ISLAM PLUS AL- AZHAR	JL. PULOSARI 1/30	Swasta	28	22	50	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

65	20533865	SD ISLAM RESTU IBU	JL. RAYA RAWISARI 3	Swasta	73	80	153	Detil	Download
66	20533902	SD ISLAM SABILILLAH	JL. A. YANI 15	Swasta	355	396	751	Detil	Download
67	20533895	SD ISLAM SURYA BUANA	JL. GAJAYANA 4/631	Swasta	130	127	257	Detil	Download
68	20540186	SD ISLAM TERPADU INSAN PERMATA	JL. AKORDION UTARA	Swasta	128	106	234	Detil	Download
69	20539412	SD KARTIKA IV-1	JL. HAMID RUSDI 100	Swasta	79	38	117	Detil	Download
70	20533885	SD KARTIKA IV-6	JL. KESATRIYAN 1A	Swasta	146	125	271	Detil	Download
71	20534063	SD KARTIKA IV-7	JL. KESATRIYAN 1A	Swasta	133	128	261	Detil	Download
72	20533860	SD KATOLIK ADVENT	JL. TERS. RAYA DIENG 31	Swasta	95	72	167	Detil	Download
73	20533861	SD KATOLIK BERITA HIDUP	JL. RAWISARI 33	Swasta	74	57	131	Detil	Download
74	20533918	SD KATOLIK BHAKTI LUHUR	JL. RAYA DIENG 40	Swasta	57	49	106	Detil	Download
75	20533905	SD KATOLIK MARDIWIYATA 1	JL. JAKSA AGUNG SUPRAPTO 21	Swasta	102	88	190	Detil	Download
76	20533906	SD KATOLIK MARDIWIYATA 2	JL. SEMERU 36	Swasta	199	166	365	Detil	Download
77	20534061	SD KATOLIK MARGA BHAKTI	JL. GEMPOL RT.07, RW.01/1	Swasta	89	101	190	Detil	Download
78	20534064	SD KATOLIK MARSUDISIWI	JL. CANDI KALASAN 10	Swasta	176	158	334	Detil	Download
79	20533915	SD KATOLIK SANG TIMUR	JL. BANDUNG 2	Swasta	180	194	374	Detil	Download
80	20533916	SD KATOLIK SANTA MARIA 1	JL. HALMAHERA 16	Swasta	234	275	509	Detil	Download
81	20533917	SD KATOLIK SANTA MARIA 2	JL. PANDERMAN 7	Swasta	509	491	1.000	Detil	Download
82	20534062	SD KATOLIK SANTA MARIA 3	JL. MARKISA 6	Swasta	128	113	241	Detil	Download
83	20533904	SD KATOLIK SANTO YUSUP 1	JL. LAKS. MARTADINATA 80	Swasta	90	77	167	Detil	Download
84	20533903	SD KATOLIK SANTO YUSUP 2	JL. DR. SUTOMO 35	Swasta	292	273	565	Detil	Download
85	20533898	SD KATOLIK SANTO YUSUP 3	Jl. SIMP. BOROBUDUR NO. 1	Swasta	274	278	552	Detil	Download
86	20533893	SD KATOLIK YBPK NGAGLIK	JL. NGAGLIK 4A/203	Swasta	44	30	74	Detil	Download
87	20533886	SD KH. MAS MANSUR	JL. SIDOMULYO 3/7	Swasta	80	109	189	Detil	Download
88	20533887	SD KRISTEN ALETHEIA	JL. IR. H. JUANDA 6	Swasta	163	141	304	Detil	Download
89	20539411	SD KRISTEN BRAWIJAYA 3	JL. KI AGENG GRIBIG 248	Swasta	58	62	120	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

90	20533863	SD KRISTEN CHARIS	JL. TELAGA BODAS 1	Swasta	120	120	240	Detil	Download
91	20534044	SD KRISTEN ELIM	JL. S. SUPRIADI 39	Swasta	50	61	111	Detil	Download
92	20533869	SD KRISTEN KALAM KUDUS	JL. PROF. MUH. YAMIN 47	Swasta	136	131	267	Detil	Download
93	20533913	SD KRISTEN PETRA	JL. PROF. MUH. YAMIN 53	Swasta	65	54	119	Detil	Download
94	20533894	SD KRISTEN YPPK MERAPI	JL. MERAPI 16	Swasta	8	2	10	Detil	Download
95	20533899	SD LABORATORIUM UM	JL. VETERAN 1	Swasta	307	277	584	Detil	Download
96	20533907	SD MARGOBASUKI	JL. JAGUNG SUPRAPTO I/22 A	Swasta	47	28	75	Detil	Download
97	20533909	SD MUHAMMADIYAH 1	JL. KAWI NO. 7	Swasta	123	143	266	Detil	Download
98	20533900	SD MUHAMMADIYAH 4	JL. SUDIMORO 19	Swasta	91	92	183	Detil	Download
99	20533908	SD MUHAMMADIYAH 5	JL. IR. RAIS III/20	Swasta	47	38	85	Detil	Download
100	20539774	SD MUHAMMADIYAH 6	JL. KOL. SUGIONO 5D 48	Swasta	70	68	138	Detil	Download
101	20534069	SD MUHAMMADIYAH 9	JL. R. TUMENGGUNG SURYO 5	Swasta	198	171	369	Detil	Download
102	20533910	SD MUSLIMAT NU	JL. KARIMATA 5	Swasta	62	65	127	Detil	Download
103	20540190	SD NASIONAL PLUS MY LITTLE ISLAND	JL. SUROPATI 14	Swasta	33	39	72	Detil	Download
104	20539475	SD NU BAHRUL ULUM	JL. KOL. SUGIONO 7/48	Swasta	109	85	194	Detil	Download
105	20533911	SD NU BLIMBING	JL. LA. SUCIPTO GG. PESANTREN 23	Swasta	133	90	223	Detil	Download
106	20555415	SD PJ GLOBAL SCHOOL	JL. PERMATA JINGGA HOUSING BOULEVARD ANGGREK	Swasta	8	11	19	Detil	Download
107	20533914	SD PLUS AL KAUTSAR	JL. LA. SUCIPTO GG.22/338	Swasta	349	287	636	Detil	Download
108	20533889	SD SRIWEDARI	JL. BOGOR ATAS 1	Swasta	77	58	135	Detil	Download
109	20533891	SD TAMAN HARAPAN	JL. ARIS MUNANDAR 2-4	Swasta	364	342	706	Detil	Download
110	20533892	SD TAMAN MUDA 1	JL. WR. SUPRATMAN 15	Swasta	23	17	40	Detil	Download
111	20533712	SD TAMAN MUDA 2	JL. TAMAN SISWA 4	Swasta	57	37	94	Detil	Download
112	20539476	SD TUNAS HARAPAN	JL. KOL. SUGIONO 9B	Swasta	120	105	225	Detil	Download
113	20539414	SD UNGGULAN AL YA'LU	JL. TELUK MANDAR 55	Swasta	92	60	152	Detil	Download
114	20533711	SD WAHID HASYIM	JL. MT. HARYONO 165	Swasta	62	50	112	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

115	20555449	SDIT AHMAD YANI	JL. KAHURIPAN 12	Swasta	19	20	39	Detil	Download
116	20533864	SDK CORJESU	JL. JAKSA AGUNG SUPRAPTO 55	Swasta	330	312	642	Detil	Download
117	20539435	SDLB AUTISME RIVER KIDS	JL. PERUM UNIGA 41 JOYOGRAND ATAS	Swasta	13	4	17	Detil	Download
118	20533713	SDLB BHAKTI LUHUR	JL. RAYA DIENG 40	Swasta	170	93	263	Detil	Download
119	20533730	SDLB IDAYU	JL. SULFAT INDAH 2/12	Swasta	10	10	20	Detil	Download
120	20540208	SDLB LABORATORIUM AUTISME UM	JL. SURABAYA 6	Swasta	35	13	48	Detil	Download
121	20533636	SDLB N KEDUNGKANDANG 4	JL. ALI NASRUDIN 2	Negeri	60	44	104	Detil	Download
122	20534068	SDLB PUTRA JAYA	JL. NUSA INDAH 11A	Swasta	16	13	29	Detil	Download
123	20534066	SDLB SUMBER DHARMA	JL. CANDI JAGO 28	Swasta	23	12	35	Detil	Download
124	20533714	SDLB YPAC	JL. R. TUMENGGUNG SURYO 39	Swasta	39	16	55	Detil	Download
125	20540188	SDLB YPTB	JL. BS. RIADI 126	Swasta	26	12	38	Detil	Download
126	20534070	SDN ARJOSARI 1	JL. TELUK PELABUHAN RATU 05	Negeri	246	220	466	Detil	Download
127	20534071	SDN ARJOSARI 2	JL. TELUK PELABUHAN RATU 40	Negeri	102	95	197	Detil	Download
128	20534072	SDN ARJOSARI 3	JL. TELUK PERIGI 1	Negeri	72	79	151	Detil	Download
129	20540191	SDN ARJOWINANGUN 1	JL. TUTUT 3	Negeri	133	129	262	Detil	Download
130	20539437	SDN ARJOWINANGUN 2	JL. RAYA ARJOWINANGUN 7	Negeri	198	168	366	Detil	Download
131	20534059	SDN BAKALAN KRAJAN 1	JL. PELABUHAN BAKAHUNI	Negeri	310	338	648	Detil	Download
132	20534058	SDN BAKALAN KRAJAN 2	JL. PELABUHAN KETAPANG	Negeri	131	138	269	Detil	Download
133	20539438	SDN BALEARJOSARI 1	JL. RAYA BALEARJOSARI	Negeri	183	166	349	Detil	Download
134	20534045	SDN BALEARJOSARI 2	JL. PAHLAWAN BALEARJOSARI 375B	Negeri	67	48	115	Detil	Download
135	20534046	SDN BANDULAN 1	JL. BANDULAN 1C/7	Negeri	111	116	227	Detil	Download
136	20534047	SDN BANDULAN 2	JL. RAYA BANDULAN 198	Negeri	158	128	286	Detil	Download
137	20534048	SDN BANDULAN 3	JL. BANDULAN 9/593	Negeri	136	147	283	Detil	Download
138	20534049	SDN BANDULAN 4	JL. BANDULAN 8/193B	Negeri	134	146	280	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009



139	20534050	SDN BANDULAN 5	JL. BANDULAN BARU 251A	Negeri	57	53	110	Detil	Download
140	20534051	SDN BANDUNGREJOSARI 1	Jl. S. SUPRIYADI 179	Negeri	330	368	698	Detil	Download
141	20534054	SDN BANDUNGREJOSARI 2	JL. KLAYATAN 2/176	Negeri	257	243	500	Detil	Download
142	20534055	SDN BANDUNGREJOSARI 3	JL. JANTI SELATAN 59	Negeri	230	200	430	Detil	Download
143	20534053	SDN BANDUNGREJOSARI 4	JL. DANURI 18	Negeri	141	90	231	Detil	Download
144	20534056	SDN BARENG 1	JL. KELUD 10 A	Negeri	215	179	394	Detil	Download
145	20534073	SDN BARENG 2	JL. BARENG RAYA 2/5	Negeri	329	305	634	Detil	Download
146	20539439	SDN BARENG 3	JL. KAWI SELATAN 20	Negeri	369	326	695	Detil	Download
147	20534074	SDN BARENG 4	JL. SIMPANG KAWI 11	Negeri	74	55	129	Detil	Download
148	20534057	SDN BARENG 5	JL. BARENG TENIS 4B	Negeri	58	51	109	Detil	Download
149	20549133	SDN BI TLOGOWARU	JL. TLOGOWARU, TELP. 0341759040	Negeri	129	139	268	Detil	Download
150	20534091	SDN BLIMBING 1	JL. L. ADI SUCIPTO 77	Negeri	140	159	299	Detil	Download
151	20534094	SDN BLIMBING 2	JL. L. ADI SUCIPTO GG. SD/12	Negeri	126	111	237	Detil	Download
152	20534092	SDN BLIMBING 3	JL. CANDI KIDAL 3	Negeri	294	292	586	Detil	Download
153	20539442	SDN BLIMBING 4	JL. L. ADI SUCIPTO 202	Negeri	152	148	300	Detil	Download
154	20534093	SDN BLIMBING 5	JL. BOROBUDUR X/32	Negeri	118	122	240	Detil	Download
155	20540192	SDN BUMIAYU 1	JL. KYAI PARSEH JAYA 26	Negeri	133	109	242	Detil	Download
156	20534095	SDN BUMIAYU 2	JL. LEMBAYUNG 7 NO.1	Negeri	123	128	251	Detil	Download
157	20540193	SDN BUMIAYU 3	JL. KYAI PARSEH JAYA 51	Negeri	147	123	270	Detil	Download
158	20540194	SDN BUMIAYU 4	JL. KYAI PARSEH JAYA 08	Negeri	97	79	176	Detil	Download
159	20534096	SDN BUNULREJO 1	JL. HAMID RUSDI TIMUR 455A	Negeri	322	303	625	Detil	Download
160	20534104	SDN BUNULREJO 2	JL. BEDADUNG 3	Negeri	316	300	616	Detil	Download
161	20539443	SDN BUNULREJO 3	JL. SEBUKU 14	Negeri	164	162	326	Detil	Download
162	20539445	SDN BUNULREJO 4	JL. WARINOI 20	Negeri	157	136	293	Detil	Download
163	20534097	SDN BUNULREJO 5	JL. HAMID RUSDI 3/9M	Negeri	123	116	239	Detil	Download
164	20534098	SDN BUNULREJO 6	JL. WARINOI 54	Negeri	89	70	159	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

165	20534101	SDN BURING	JL. MAYJEN SUNGKONO 1	Negeri	221	191	412	Detil	Download
166	20534100	SDN CEMOROKANDANG 1	JL. SAMPURNA 25	Negeri	110	115	225	Detil	Download
167	20539446	SDN CEMOROKANDANG 2	JL. RAYA CEMOROKANDANG 75	Negeri	145	116	261	Detil	Download
168	20539447	SDN CEMOROKANDANG 3	JL. BARAN TEMPURAN NO. 1	Negeri	41	47	88	Detil	Download
169	20539448	SDN CEMOROKANDANG 4	JL. KEMAYORAN III NO. 1	Negeri	104	89	193	Detil	Download
170	20534099	SDN CIPTOMULYO 1	JL. SARTONO SH. 4	Negeri	426	424	850	Detil	Download
171	20548804	SDN CIPTOMULYO 2	JL. KOL. SUGIONO GG. VIII NO. 54	Negeri	147	132	279	Detil	Download
172	20534076	SDN CIPTOMULYO 3	JL. KOL. SUGIONO 8/69	Negeri	117	146	263	Detil	Download
173	20534079	SDN DINOYO 1	JL. MT HARYONO 213	Negeri	128	120	248	Detil	Download
174	20534080	SDN DINOYO 2	JL. MT HARYONO 9/326	Negeri	342	409	751	Detil	Download
175	20534081	SDN DINOYO 3	JL. MT HARYONO 13/139	Negeri	107	59	166	Detil	Download
176	20534082	SDN DINOYO 4	JL. MT HARYONO 13/139	Negeri	126	144	270	Detil	Download
177	20534083	SDN GADANG 1	JL. KOLONEL SUGIONO 245	Negeri	317	354	671	Detil	Download
178	20534084	SDN GADANG 2	JL. RAYA GADANG IX/18	Negeri	80	71	151	Detil	Download
179	20534085	SDN GADANG 3	JL. RAYA GADANG 12A	Negeri	175	140	315	Detil	Download
180	20534087	SDN GADANG 4	JL. RAYA GADANG XI/26	Negeri	247	218	465	Detil	Download
181	20534088	SDN GADINGKASRI	JL. GALUNGGUNG 7/01	Negeri	122	95	217	Detil	Download
182	20533980	SDN JATIMULYO 1	JL. PISANG KIPAS 36	Negeri	32	29	61	Detil	Download
183	20533996	SDN JATIMULYO 2	JL. KENANGA INDAH 2	Negeri	127	102	229	Detil	Download
184	20534075	SDN JATIMULYO 3	JL. BUNGA SRIGADING 29	Negeri	130	124	254	Detil	Download
185	20533997	SDN JATIMULYO 4	JL. SIMBAR MENJANGAN 28	Negeri	42	38	80	Detil	Download
186	20533998	SDN JATIMULYO 5	JL. KUPING GAJAH 45	Negeri	52	51	103	Detil	Download
187	20539449	SDN JODIPAN	JL. JUANDA 32	Negeri	342	305	647	Detil	Download
188	20534001	SDN KARANGBESUKI 1	JL. RAYA CANDI III/1	Negeri	117	129	246	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

189	20534002	SDN KARANGBESUKI 2	JL. RAYA CANDI BADUT 389	Negeri	79	77	156	Detil	Download
190	20534003	SDN KARANGBESUKI 3	JL. CANDI BADUT BLOK VI B NO. 110 DUKUH GASEK	Negeri	106	109	215	Detil	Download
191	20534004	SDN KARANGBESUKI 4	JL. CANDI 3F/256	Negeri	77	70	147	Detil	Download
192	20534009	SDN KASIN	JL. YULIUS USMAN 58-60	Negeri	310	253	563	Detil	Download
193	20534010	SDN KAUMAN 1	JL. KAUMAN 1	Negeri	333	354	687	Detil	Download
194	20548805	SDN KAUMAN 2	JL. KAWI 24D	Negeri	134	139	273	Detil	Download
195	20533994	SDN KAUMAN 3	JL. WAHID HASYIM 2/20	Negeri	145	115	260	Detil	Download
196	20533981	SDN KEBONSARI 1	JL. SATSUITUBUN 178	Negeri	102	76	178	Detil	Download
197	20533982	SDN KEBONSARI 2	JL. SUPRIYADI 7	Negeri	280	296	576	Detil	Download
198	20533983	SDN KEBONSARI 3	JL. KOL. SUGIONO 555	Negeri	123	110	233	Detil	Download
199	20533984	SDN KEBONSARI 4	JL. SATSUITUBUN 4/210	Negeri	109	108	217	Detil	Download
200	20540195	SDN KEDUNGKANDANG 1	JL. KI AGENG GRIBIG 394, 3B	Negeri	117	89	206	Detil	Download
201	20533985	SDN KEDUNGKANDANG 2	JL. SOFYAN YUSUF 2	Negeri	184	158	342	Detil	Download
202	20534005	SDN KESATRIAN 1	JL. KESATRIAN 1	Negeri	268	227	495	Detil	Download
203	20539450	SDN KESATRIAN 2	JL. UNTUNG SUROPATI SELATAN 17	Negeri	216	168	384	Detil	Download
204	20534007	SDN KESATRIAN 3	JL. KESATRIAN DALAM 60	Negeri	143	132	275	Detil	Download
205	20533987	SDN KETAWANGGEDE 1	JL. KERTO PAMUJI 62	Negeri	131	128	259	Detil	Download
206	20533988	SDN KETAWANGGEDE 2	JL. KERTO LEKSONO 93	Negeri	69	66	135	Detil	Download
207	20533989	SDN KIDULDALEM 1	JL. MOJOPAHIT GANG SD	Negeri	155	154	309	Detil	Download
208	20533990	SDN KIDULDALEM 2	JL. EMBONG BRANTAS 26	Negeri	91	85	176	Detil	Download
209	20533991	SDN KLOJEN	JL. PATTIMURA 1	Negeri	294	328	622	Detil	Download
210	20539451	SDN KOTALAMA 1	JL. LAKS. MARTDINATA 5/36	Negeri	353	323	676	Detil	Download
211	20539452	SDN KOTALAMA 2	JL. MUHARTO GG. VII-B/73	Negeri	201	224	425	Detil	Download
212	20539453	SDN KOTALAMA 3	JL. MUHARTO 7/52, 7B	Negeri	205	158	363	Detil	Download
213	20540196	SDN KOTALAMA 4	JL. MUHARTO 5	Negeri	125	114	239	Detil	Download
214	20539454	SDN KOTALAMA 5	JL. MUHARTO 54 GG. VII	Negeri	204	211	415	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

215	20534011	SDN KOTALAMA 6	JL. MUHARTO 7	Negeri	116	130	246	Detil	Download
216	20539455	SDN LESANPURO 1	JL. KI. AGENG GRIBIG 109	Negeri	118	154	272	Detil	Download
217	20539457	SDN LESANPURO 2	JL. LESANPURO 7/248	Negeri	85	97	182	Detil	Download
218	20539458	SDN LESANPURO 3	JL. KI AGENG GRIBIG 1/24, 23	Negeri	260	209	469	Detil	Download
219	20539776	SDN LESANPURO 4	JL. LESANPURO IE/24	Negeri	329	275	604	Detil	Download
220	20534013	SDN LOWOKWARU 1	JL. LETJ. SUTOYO 5/33	Negeri	186	165	351	Detil	Download
221	20534014	SDN LOWOKWARU 2	JL. TRETES 3	Negeri	341	347	688	Detil	Download
222	20534030	SDN LOWOKWARU 3	JL. SARANGAN 1	Negeri	343	331	674	Detil	Download
223	20534031	SDN LOWOKWARU 4	JL. SETAMAN NO. 1	Negeri	162	156	318	Detil	Download
224	20534032	SDN LOWOKWARU 5	JL. GILIMANUK 66	Negeri	112	122	234	Detil	Download
225	20540198	SDN MADYOPURO 1	JL. RAYA MADYOPURO 46	Negeri	284	252	536	Detil	Download
226	20534033	SDN MADYOPURO 2	JL. RAYA MADYOPURO 2	Negeri	138	123	261	Detil	Download
227	20534034	SDN MADYOPURO 3	JL. DANAU SENTANI DALAM 12	Negeri	127	138	265	Detil	Download
228	20534035	SDN MADYOPURO 4	JL. RAYA MADYOPURO 33	Negeri	165	163	328	Detil	Download
229	20534036	SDN MADYOPURO 5	JL. KI AGENG GRIBIG 47	Negeri	146	143	289	Detil	Download
230	20549134	SDN MADYOPURO 6	JL. BARAN GRIBIG 32	Negeri	87	85	172	Detil	Download
231	20539778	SDN MERGOSONO 1	JL. KOL. SUGIONO 189	Negeri	245	195	440	Detil	Download
232	20534037	SDN MERGOSONO 2	JL. KOL. SUGIONO 3/41,25,45	Negeri	134	125	259	Detil	Download
233	20540200	SDN MERGOSONO 3	JL. KOL. SUGIONO 3/88	Negeri	117	112	229	Detil	Download
234	20540201	SDN MERGOSONO 4	JL. KOL. SUGIONO 1	Negeri	100	99	199	Detil	Download
235	20539460	SDN MERGOSONO 5	JL. KOL. SUGIONO 1 10D/80	Negeri	110	102	212	Detil	Download
236	20534038	SDN MERJOSARI 1	JL. JOYO UTOMO 2	Negeri	101	89	190	Detil	Download
237	20534039	SDN MERJOSARI 2	JL. JOYO UTOMO 3	Negeri	135	126	261	Detil	Download
238	20534040	SDN MERJOSARI 3	JL. JOYO TAMAN SARI 1	Negeri	95	84	179	Detil	Download
239	20534041	SDN MERJOSARI 4	JL. TIRTOMULYO GENTING	Negeri	48	38	86	Detil	Download
240	20534042	SDN MERJOSARI 5	JL. PERUM. JOYO ASRI BLOK 27B	Negeri	112	107	219	Detil	Download
241	20534029	SDN MOJOLANGU 1	JL. SUDIMORO 15	Negeri	92	100	192	Detil	Download
242	20534028	SDN MOJOLANGU 2	JL. CANDI PANGGUNG 52	Negeri	125	104	229	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

243	20534015	SDN MOJOLANGU 3	JL. CANDI MENDUT 25	Negeri	103	104	207	Detil	Download
244	20534016	SDN MOJOLANGU 4	JL. TAMAN BOROBUDUR 7	Negeri	80	79	159	Detil	Download
245	20534017	SDN MOJOLANGU 5	JL. TERS. SUDIMORO 283	Negeri	60	55	115	Detil	Download
246	20534018	SDN MUYOREJO 1	JL. PAHLAWAN 15	Negeri	142	134	276	Detil	Download
247	20534019	SDN MUYOREJO 2	JL. TEBO SELATAN 55	Negeri	132	121	253	Detil	Download
248	20534020	SDN MUYOREJO 3	JL. RAYA MUYOREJO 25	Negeri	148	127	275	Detil	Download
249	20534021	SDN ORO-ORODOWO	JL. BRIGJEN SLAMET RIADI 8	Negeri	138	96	234	Detil	Download
250	20534022	SDN PANDANWANGI 1	JL. L. ADI SUCIPTO 330	Negeri	308	276	584	Detil	Download
251	20534023	SDN PANDANWANGI 2	JL. SIMP. SULFAT UTARA 30	Negeri	98	94	192	Detil	Download
252	20534024	SDN PANDANWANGI 3	JL. SIMPANG GRAJAKAN 32	Negeri	239	284	523	Detil	Download
253	20534026	SDN PANDANWANGI 4	JL. BATU AMARIL 1	Negeri	95	77	172	Detil	Download
254	20534027	SDN PANDANWANGI 5	JL. PONDOK INDAH ESTATE D/1B	Negeri	136	111	247	Detil	Download
255	20534043	SDN PENANGGUNGAN	JL. CIMANGGIS 2	Negeri	236	211	447	Detil	Download
256	20533855	SDN PERCOBAAN 1	JL. MAGELANG NO. 4	Negeri	279	285	564	Detil	Download
257	20533669	SDN PERCOBAAN 2	JL. GALUNGGUNG 1	Negeri	274	227	501	Detil	Download
258	20533686	SDN PISANGCANDI 1	JL. SIMP. RAYA LANGSEP 14	Negeri	128	152	280	Detil	Download
259	20533688	SDN PISANGCANDI 2	JL. PISANG AGUNG 3/8	Negeri	82	81	163	Detil	Download
260	20533689	SDN PISANGCANDI 3	JL. PISANG AGUNG 2	Negeri	35	35	70	Detil	Download
261	20533687	SDN PISANGCANDI 4	JL. SIMP. LEUSER 7	Negeri	71	63	134	Detil	Download
262	20533690	SDN POLEHAN 1	JL. PUNTODEWO 5	Negeri	130	107	237	Detil	Download
263	20533693	SDN POLEHAN 2	JL. SADEWO 39	Negeri	182	170	352	Detil	Download
264	20533691	SDN POLEHAN 3	JL. PUNTODEWO VI/1	Negeri	213	210	423	Detil	Download
265	20533692	SDN POLEHAN 4	JL. WERKUDORO 437	Negeri	128	135	263	Detil	Download
266	20533694	SDN POLEHAN 5	JL. NAKULA 34	Negeri	120	72	192	Detil	Download
267	20539463	SDN POLOWIJEN 1	JL. A. YANI UTARA 22	Negeri	73	83	156	Detil	Download
268	20533695	SDN POLOWIJEN 2	JL. CAKALANG 172	Negeri	93	71	164	Detil	Download
269	20533696	SDN POLOWIJEN 3	JL. SEMBILANG IV/7A	Negeri	124	123	247	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

270	20533697	SDN PURWANTORO 1	JL. LETJEN S. PARMAN 67	Negeri	275	294	569	Detil	Download
271	20533670	SDN PURWANTORO 2	JL. CIPUNEGARA 58	Negeri	232	202	434	Detil	Download
272	20533671	SDN PURWANTORO 3	JL. NATRIUM 2	Negeri	95	89	184	Detil	Download
273	20533672	SDN PURWANTORO 4	JL. BATUBARA	Negeri	102	75	177	Detil	Download
274	20539466	SDN PURWANTORO 5	JL. SANAN 75	Negeri	91	83	174	Detil	Download
275	20533698	SDN PURWANTORO 6	JL. KARYA TIMUR DALAM 61	Negeri	104	127	231	Detil	Download
276	20533685	SDN PURWANTORO 7	JL. CIBUNI II/20	Negeri	51	29	80	Detil	Download
277	20539467	SDN PURWANTORO 8	JL. NIKEL 2	Negeri	114	156	270	Detil	Download
278	20533673	SDN PURWODADI 1	JL. A. YANI UTARA 165	Negeri	191	195	386	Detil	Download
279	20539468	SDN PURWODADI 2	JL. PLAOSAN BARAT 57	Negeri	113	111	224	Detil	Download
280	20540202	SDN PURWODADI 3	JL. PLAOSAN BARAT 7/B	Negeri	108	90	198	Detil	Download
281	20533674	SDN PURWODADI 4	JL. IKAN PIRANHA K/66	Negeri	127	132	259	Detil	Download
282	20539413	SDN RAMPAL CELAKET 1	JL. TRETES SELATAN 21-26	Negeri	257	227	484	Detil	Download
283	20539779	SDN RAMPAL CELAKET 2	JL. WR. SUPRATMAN 11 A	Negeri	197	207	404	Detil	Download
284	20533677	SDN SAWOJAJAR 1	JL. RAYA SAWOJAJAR 49	Negeri	300	312	612	Detil	Download
285	20539469	SDN SAWOJAJAR 2	JL. RAYA SAWOJAJAR 29	Negeri	148	117	265	Detil	Download
286	20540203	SDN SAWOJAJAR 3	Jl. SIMP. RANU GRATI 57-A	Negeri	156	117	273	Detil	Download
287	20533679	SDN SAWOJAJAR 4	JL. SIMP. RANUGRATI SELATAN III/114	Negeri	99	101	200	Detil	Download
288	20539781	SDN SAWOJAJAR 5	JL. DANAU TOWUTI 22	Negeri	215	223	438	Detil	Download
289	20533680	SDN SAWOJAJAR 6	JL. DANAU NGEBEL 1	Negeri	267	232	499	Detil	Download
290	20533681	SDN SUKOHARJO 1	JL. LAKS. MARTADINATA IV/2	Negeri	161	172	333	Detil	Download
291	20540205	SDN SUKOHARJO 2	JL. PROF. MOH. YAMIN 5/25	Negeri	123	99	222	Detil	Download
292	20533682	SDN SUKUN 1	JL. S. SUPRIYADI 16	Negeri	288	260	548	Detil	Download
293	20533683	SDN SUKUN 2	JL. KEPODANG 17	Negeri	264	243	507	Detil	Download
294	20533699	SDN SUKUN 3	JL. RAJAWALI 1	Negeri	126	145	271	Detil	Download
			JL. BENDUNGAN						

[http://nisd.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisd.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

295	20533700	SDN SUMBERSARI 1	SIGURA-GURA 1/9	Negeri	82	73	155	Detil	Download
296	20533701	SDN SUMBERSARI 2	JL. BENDUNGAN SUTAMI 691	Negeri	77	60	137	Detil	Download
297	20533717	SDN SUMBERSARI 3	JL. TERS. AMBARAWA 61	Negeri	117	127	244	Detil	Download
298	20533718	SDN TANJUNGREJO 1	JL. MERGAN SEKOLAHAN 1	Negeri	133	137	270	Detil	Download
299	20533719	SDN TANJUNGREJO 2	JL. MERGAN SEKOLAHAN 2	Negeri	247	271	518	Detil	Download
300	20533720	SDN TANJUNGREJO 3	JL. MERGAN RAYA 18	Negeri	112	156	268	Detil	Download
301	20533721	SDN TANJUNGREJO 4	JL. GEMPOL 18	Negeri	141	115	256	Detil	Download
302	20533722	SDN TANJUNGREJO 5	JL. MERGAN LORI V/2	Negeri	174	134	308	Detil	Download
303	20533723	SDN TASIKMADU 1	JL. JERUK	Negeri	171	147	318	Detil	Download
304	20533724	SDN TASIKMADU 2	JL. ATLETIK TASIKMADU	Negeri	218	179	397	Detil	Download
305	20533725	SDN TLOGOMAS 1	JL. RAYA TLOGOMAS 7/4	Negeri	97	87	184	Detil	Download
306	20533726	SDN TLOGOMAS 2	JL. RAYA TLOGOMAS 2	Negeri	230	269	499	Detil	Download
307	20539470	SDN TLOGOWARU 1	JL. SEKARSARI 2	Negeri	89	84	173	Detil	Download
308	20539471	SDN TLOGOWARU 2	JL. JABAL NUR 12	Negeri	43	28	71	Detil	Download
309	20533727	SDN TULUSREJO 1	JL. KEDAWUNG 72	Negeri	119	131	250	Detil	Download
310	20533728	SDN TULUSREJO 2	JL. KENDALSARI 36	Negeri	129	116	245	Detil	Download
311	20533729	SDN TULUSREJO 3	JL. BANTARAN 5/17	Negeri	153	111	264	Detil	Download
312	20533715	SDN TULUSREJO 4	JL. KEDAWUNG 9/28	Negeri	77	66	143	Detil	Download
313	20533703	SDN TUNGGULWULUNG 1	JL. AKORDION 1	Negeri	95	77	172	Detil	Download
314	20533702	SDN TUNGGULWULUNG 2	JL. BAWANG RAYA 38	Negeri	109	100	209	Detil	Download
315	20533704	SDN TUNGGULWULUNG 3	JL. ARUMBA 2	Negeri	61	48	109	Detil	Download
316	20533705	SDN TUNJUNGSEKAR 1	JL. IKAN PIRANHA ATAS 187	Negeri	313	300	613	Detil	Download
317	20533706	SDN TUNJUNGSEKAR 2	JL. IKAN TOMBRO 1	Negeri	98	93	191	Detil	Download
318	20539473	SDN TUNJUNGSEKAR 3	JL. TERS. PIRANHA ATAS 2B	Negeri	147	149	296	Detil	Download
319	20539474	SDN TUNJUNGSEKAR 4	JL. IKAN GURAMI 4	Negeri	39	34	73	Detil	Download
320	20533709	SDN TUNJUNGSEKAR 5	JL. IKAN MAS 1/18	Negeri	120	103	223	Detil	Download
321	20533710	SDN WONOKOYO 1	JL. KALISARI 2	Negeri	81	73	154	Detil	Download

[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1) 6/11/2009

322 20540206

SDN WONOKOYO 2 JL. BARAN  
WONOKOYO

Negeri	26	30	56	Detil	Download
<b>TOTAL</b>	<b>44.968</b>	<b>42.239</b>	<b>87.207</b>		



[http://nisn.diknas.go.id/cont/data\\_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1](http://nisn.diknas.go.id/cont/data_statistik/index.php?prop=205&kota=205031&jenjang=1)

6/11/2009