

# Kampanye Literasi Media ‘Diet Televisi’ Bagi Mahasiswa Di Kota Kupang

Monika Wutun<sup>1</sup>, Lukas Lebi Daga<sup>2</sup>, Maria V.D.P. Swan<sup>3</sup>, Fitria Titi Meilawati<sup>4</sup>, Henny L.L. Lada<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana

<sup>1</sup>[monika.wutun@staf.undana.ac.id](mailto:monika.wutun@staf.undana.ac.id)

<sup>2</sup>[lukasdaga@staf.undana.ac.id](mailto:lukasdaga@staf.undana.ac.id)

<sup>3</sup>[mariapabhaswan@staf.undana.ac.id](mailto:mariapabhaswan@staf.undana.ac.id)

<sup>4</sup>[fitriatiti@staf.undana.ac.id](mailto:fitriatiti@staf.undana.ac.id)

<sup>5</sup>[hennylada@staf.undana.ac.id](mailto:hennylada@staf.undana.ac.id)

## Abstrak

Kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk media dikenal dengan istilah literasi media. Literasi media dapat dipahami sebagai seperangkat perspektif yang digunakan secara aktif saat mengakses media masa untuk menginterpretasikan pesan yang dihadapi. Kemampuan literasi media idealnya dimiliki oleh semua orang termasuk masyarakat NTT. Sebab kemampuan literasi penting dimiliki pada era disrupsi atau banjir informasi. Era seperti ini mengisyaratkan perlunya kemampuan memilah informasi yang benar berguna dari informasi yang terkategori hoax. Kemampuan seperti ini dibutuhkan juga oleh kelompok mahasiswa. Mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa, generasi masa depan, kelompok intelektual muda diharapkan memiliki kemampuan literasi media. Karena itu, untuk meningkatkan pemahaman tentang literasi media di kalangan mahasiswa maka tim pelaksana PKM dari Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Undana bekerja sama dengan mitra Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) NTT menyelenggarakan kegiatan kampanye literasi media khususnya televisi bagi organisasi mahasiswa di Kota Kupang lewat pembagian leaflet dengan topik Diet TV Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis kepada Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Kupang pada Jumat, 10 Juni 2022. Sebelum pembagian leaflet dilaksanakan diskusi literasi media dengan topik sesuai materi leaflet yang didistribusikan kepada kelompok target ini dan mendapatkan tanggapan positif dari mahasiswa.

**Kata kunci:** Literasi Media, Diet TV, HMI Cabang Kupang, KPID NTT

## Abstract

*The ability to access, analyze, evaluate, and communicate information in various forms of media is known as media literacy. Media literacy can be understood as a set of perspectives that are used actively when accessing mass media to interpret the messages they encounter. Ideally, everyone should have media literacy skills, including the people of East Nusa Tenggara Province (NTT). This ability is important in disruption era or a flood of information era. This era implies the need to be able to sort out useful information and hoax. This kind of ability is also needed by student groups. Students as the nation's next generation, future generations, and young intellectual groups are expected to have media literacy skills. Therefore, to increase understanding of media literacy among students, the PKM Implementation Team from the Communication Studies Department, FISIP Nusa Cendana University in collaboration with the Regional Indonesian Broadcasting Commission (KPID) NTT partners held a Media Literacy Campaign, especially Television for Student Organizations in Kupang City through distribution leaflet with the topic Diet TV Efforts to Watch Television Intelligently and Critically to the Islamic Student Association (HMI) Kupang Branch on Friday, June 10, 2022. Prior to the distribution of the leaflet, a media literacy discussion was held on the topic according to the leaflet material distributed to this target group and received a positive response from students.*

**Keywords:** Media Literacy, Diet TV, HMI Kupang Branch, KPID NTT

## 1. PENDAHULUAN

Masyarakat dunia dewasa ini tidak dapat menghindari serangan banjir informasi di era disrupsi. Hal ini tidak dapat dipungkiri lagi, sebab banjir informasi diperoleh masyarakat sejak dari membuka mata hingga menutup mata. Salah satu realitas yang menjadi lumrah adalah situasi di 0

mana masyarakat tidak bisa dipisahkan dari alat komunikasi seperti telepon genggam (*handphone*) dengan sistem pintar atau *smartphone*. Bukan barang baru, ketika di pagi hari orang mencari *handphone* saat membuka mata dan tidur ditemani *handphone*.

Alat komunikasi lain yang juga selalu menemani masyarakat kala ini adalah televisi, radio, laptop atau *notebook* dan sejumlah perangkat elektronik lainnya yang bisa menyiarkan informasi yang dapat diakses dan dibutuhkan masyarakat. Selain perangkat elektronik, media komunikasi tercetak pun dapat dengan mudah diakses masyarakat seperti surat kabar, majalah, buku, *leaflet*, poster, spanduk dan lainnya. Ada berbagai pilihan media komunikasi yang bisa digunakan agar kebutuhan akan informasi yang layak dan benar dapat diperoleh dengan mudah, murah dan bila memungkinkan gratis.

Informasi telah menjadi kebutuhan yang dekat dengan kehidupan mulai dari ranah privat di lingkungan keluarga, kehidupan bermasyarakat dan juga di tempat kerja sebagai ranah publik. Alo Liliweri[1] menulis hakikat informasi yang berasal dari bahasa Inggris: *information* yang bersumber dari bahasa Latin: *informationem/information*. Informasi berasal dari kata kerja *informare* yang berarti untuk informasi, atau hal memberi bentuk pada pikiran, menerangkan suatu disiplin, mengajar, dan memberikan/mengajarkan instruksi. Secara sederhana dikatakan, informasi merupakan pesan yang diterima dan dipahami, kumpulan fakta yang daripadanya akan ditarik kesimpulan. Informasi juga berkaitan dengan kualitas pesan dari pengirim kepada satu atau lebih penerima yang berisi sesuatu yang memiliki parameter, tentang adanya peristiwa, nilai dan etika.

Dalam Ilmu Komunikasi, studi untuk mengukur informasi sebenarnya telah diperkenalkan oleh Shannon dan Weaver yang menghitung kapasitas saluran. Selanjutnya studi informasi berkembang di era sibernetika berdasarkan perspektif dari Weiner, informasi adalah kunci untuk membuka suatu mesin kehidupan atau perilaku manusia. Menurut perspektif ini, umpan balik dari proses informasi memungkinkan organisme atau mesin yang mengatur dirinya sendiri sama seperti prinsip kerja *thermostat*. Dalam studi informasi, terdapat juga *entropy* yang merupakan pengukuran terhadap suatu kecenderungan alamiah dari sistem fisik yang mengubah pesan menjadi kurang teratur. Selalu ada hambatan dalam proses komunikasi yang membuat perpindahan makna pesan dari informasi yang diperoleh mengalami distorsi termasuk di zaman digital ini [1].

Hambatan komunikasi dimaksud dapat teratasi jika para partisipan komunikasi yang mempertukarkan informasi memiliki kemampuan literasi. Literasi secara sederhana dimaknai sebagai kemampuan membaca dan menulis. Orang yang tidak bisa membaca disebut ileterat. Namun dalam perkembangan istilah literasi mengalami perluasan seperti literasi informasi, literasi

media, atau literasi televisi dan lainnya. Kellner dan Share memandang literasi berkaitan dengan perolehan keterampilan dan pengetahuan untuk membaca, menafsirkan dan menyusun jenis-jenis teks dan artifak tertentu, serta untuk mendapatkan perangkat kapasitas intelektual sehingga bisa berpartisipasi secara penuh dalam masyarakat dan kebudayaannya[2]. Karena itu sekarang, literasi dan pendidikan literasi menjadi hal yang terus dikembangkan dalam masyarakat.

Literasi merupakan kemampuan seseorang menggunakan informasi tertulis atau tercetak untuk pengembangan pengetahuan sehingga mendatangkan manfaat bagi masyarakat. Bahkan literasi dapat dipahami sebagai melek teknologi, melek politik, berpikir kritis, dan peka terhadap lingkungan. Untuk bisa memiliki kemampuan literasi maka setiap orang diharapkan memulai dengan peduli terhadap pentingnya keakuratan sumber informasi bahkan setiap orang punya hak untuk memutuskan mengakses informasi dari sumber atau media yang mana. Setelah itu mulai mempelajari secara kritis, menganalisis informasi yang diterima, mengajukan pertanyaan, mencari **frame** bahkan bisa dengan kelompok. Dan langkah terakhir, mengeksplorasi lebih dalam informasi yang diterima dengan melihat siapa yang diuntungkan dan siapa yang dirugikan dari penyebaran suatu informasi baik di melalui media massa maupun media komunikasi lainnya [3].

Salah satu kemampuan literasi yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah literasi media. Di Indonesia literasi media atau melek media baru populer sekitar tahun 2000-an, padahal menurut Hobbs dalam Iriantara[2] sejarah literasi media cukup panjang dimulai tahun 1964 saat UNESCO mengembangkan *prototype* model program pendidikan media yang dijalankan di seluruh dunia. Inggris dan Austria bahkan telah mengembangkan literasi media pada tahun 1930. Kalangan dua negara ini menyarankan pelaksanaan pendidikan untuk mencapai melek media.

Potter mendefinisikan literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengirimkan pesan dalam format cetak dan non cetak (televisi, video, film, iklan dan internet) yang menyajikan berbagai hal (*definition of supreme council*). Definisi lainnya, literasi media merupakan seperangkat perspektif aktif yang digunakan untuk membuka diri kepada media, untuk menafsirkan makna pesan yang dihadapi yang bersumber dari struktur pengetahuan. Untuk membangun struktur pengetahuan ini, diperlukan alat bantu seperti keterampilan diri untuk memahami bahan baku yang adalah informasi dari media dan dari dunia nyata. Literasi juga berarti aktif menggunakan secara sadar pesan yang diterima dari media[4].

Potter menulis literasi media bersifat multidimensional. Terdapat empat dimensi literasi media yang saling terkait, yaitu dimensi kognitif, dimensi emosional, dimensi keindahan dan dimensi moral. Dimensi kognitif mengacu pada proses mental dan pemikiran yang berkaitan dengan pengetahuan. Dimensi emosional merupakan dimensi perasaan, sebab realitasnya sebagian orang kurang sensitif dan sulit terbangkitkan emosinya ketika menerpakan diri ke media. Dimensi keindahan mengacu pada kemampuan untuk menikmati, memahami dan mengapresiasi isi media dari pandangan artistik. Dimensi moral mengacu pada kemampuan memahami nilai-nilai dalam suatu pesan media [3].

Salah satu lembaga negara independen yang berurusan dengan literasi media adalah Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Semangatnya adalah pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan independen yang bebas dari campur tangan pemodal maupun kepentingan kekuasaan. KPI hadir untuk memastikan media massa khususnya media penyiaran menjalankan fungsi pelayanan informasi yang sehat adalah seperti yang tertuang dalam Undang-undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 yaitu *Diversity of Content* (prinsip keberagaman isi) dan *Diversity of Ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan) [5].

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 8 Ayat 3 poin (a) disebutkan KPI memiliki tugas dan kewajiban menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia. Tugas dan kewajiban yang diamanatkan inilah mendorong upaya KPI untuk memastikan masyarakat Indonesia memiliki kemampuan literasi dalam mengakses media massa termasuk media penyiaran (televisi dan

radio). Mochamad Riyanto mantan ketua KPI Pusat menulis literasi media mengasah sensitivitas sosial masyarakat dari dampak positif dan negatif media penyiaran di Indonesia [4].

KPI dari tingkat Pusat yang berkedudukan di Jakarta maupun di tingkat daerah yang berkedudukan di Provinsi tentu memiliki tugas dan kewajiban yang sama tersebut. Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) NTT sebagai lembaga negara independen yang mengurus hal mengenai penyiaran di NTT pun memiliki tugas dan kewajiban memastikan masyarakat mengakses informasi yang layak dan benar sebagai HAM lewat program literasi media.

KPID NTT telah menjalankan tugas dan kewajiban sejak terbentuk di tahun 2006 hingga kini tetap berkomitmen untuk mencerdaskan masyarakat NTT dalam menggunakan media massa khususnya media penyiaran (*Sumber: wawancara dengan Ketua KPID NTT, Fredrikus Royanto Bau sebagai Mitra pelaksana PKM, 2022*). KPID NTT juga punya sejumlah program terkait literasi media. Pentingnya tugas dan kewajiban KPID NTT dalam menciptakan masyarakat NTT yang literat maka Tim Penyusun bermitra dengan lembaga ini menjalankan PKM Kampanye Literasi Media Bagi Organisasi Mahasiswa di Kota Kupang.

Target dari kegiatan PKM Kampanye Literasi Media Bagi Organisasi Mahasiswa Di Kota Kupang ini adalah organisasi pergerakan mahasiswa yakni Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Kupang. Kampanye literasi media ini dilakukan dalam bentuk penyebaran media komunikasi format kecil leaflet dengan topik utama adalah 'Diet TV' Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas Dan Kritis tercetak di sekretariat HMI maupun elektronik file yang disebarakan berbasis media sosial dari anggota Tim Pelaksana PKM.

## 2. LANDASAN TEORI DAN METODE

Literasi media menurut Livingstone dalam Soraya dkk [6] dapat dipahami sebagai pendidikan yang mengajari khalayak media agar memiliki kemampuan menganalisis pesan media, memahami bahwa media memiliki tujuan komersial atau bisnis dan politik sehingga mampu bertanggungjawab dan memberikan respon yang benar ketika berhadapan dengan media. Televisi sebagai media massa yang hampir satu abad menjadi media massa paling disukai saat ini mulai terganggu (*disrupted*) oleh kehadiran media baru namun eksistensinya masih memiliki tempat tersendiri di hati pemirsa[7]. Karena itu, kemampuan literasi media masih sangat dibutuhkan bagi penonton/pemirsa Televisi termaksud kelompok mahasiswa yang merupakan kelompok target dari kegiatan PKM ini.

Adapun materi yang digunakan dalam kegiatan PKM Kampanye Literasi Media Bagi Organisasi Mahasiswa Di Kota Kupang ini bersumber dari hasil diskusi antara Tim Pelaksana PKM dari Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Undana dengan Mitra KPID NTT. Dari hasil diskusi maka ditetapkan materi kampanye yang ditampilkan pada *leaflet* terkait kemampuan mahasiswa untuk memilah informasi yang layak dan benar untuk dikonsumsi sebagai khalayak media khususnya media Televisi Siaran yang terkategori media massa berdasarkan amanat Undang-Undang NRI No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Materi kampanye pada *leaflet* yang tertera pada gambar 1, terdiri dari ajakan untuk menjadi penonton Televisi yang cerdas dan mampu melakukan *diet TV* agar tidak menghabiskan waktu hanya di depan Televisi tanpa melakukan aktivitas yang berguna. Informasi lain terkait kategori informasi yang tersajikan di Televisi, memetakan permasalahan penonton dalam merencanakan pola menonton Televisi dalam keluarga, Kiat menjadi penonton cerdas dan kritis serta bagaimana mekanisme pengaduan atau melaporkan siaran yang dinilai tidak sesuai etika atau kelaziman umum kepada KPID NTT sebagai pengawas isi siaran yang diundangkan.



**Gambar 1. Leaflet Kampanye Literasi Media**

Untuk metode pelaksanaan PKM ini adalah dengan bermula dari FGD antara Tim Pelaksana dari Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Undana dengan KPID NTT, kemudian perancangan *leaflet* sebagai media kampanye, pembagian *leaflet* kepada kelompok target rekan mahasiswa aktivis HMI Cabang Kupang, diskusi bersama penerima *leaflet* dan membangun komitmen dengan kelompok target agar informasi ini diteruskan kepada rekan mahasiswa lain dan orang-orang yang ditemui selanjutnya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada Jumat, 10 Juni 2022 di Sekretariat Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Kupang dengan Jalan Bunda Hati Kudus, Kelurahan Oesapa Barat, Kota Kupang. Mitra KPID NTT bersama Tim PKM Program Studi Ilmu Komunikasi secara aktif bersama membagi *leaflet* kampanye literasi media dengan tema *Diet TV Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis*. Sebelum pembagian *leaflet* diawali dengan Diskusi bersama aktivis HMI Cabang Kupang yang dipandu oleh anggota Tim PKM dengan narasumber Ketua KPID NTT, Fredrikus Royanto Bau yang didampingi Wakil Ketua KPID NTT, Desiana Rumlaklak. Rekaman kegiatan PKM ini dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:



**Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan PKM Mandiri Kerja Sama Program Studi Ilmu Komunikasi & KPID NTT**

Kegiatan PKM Kampanye Literasi Media Bagi Organisasi Mahasiswa Di Kota Kupang dengan kelompok Sasar Aktivistis Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Kupang dilaksanakan di Sekretariat HMI Cabang Kupang dan mendapatkan sambutan dan tanggapan yang positif dari para rekan aktivis mahasiswa ini. Mereka terlibat aktif dalam diskusi dan bertanya secara personal ketika menerima *leaflet* yang dibagikan Tim.

Pelaksanaan Kegiatan PKM ini terdiri dari:

(1) Pengantar oleh Tim Pelaksana PKM Program Studi Ilmu Komunikasi

Pada pengantar dimulai dari tim pelaksana yang adalah Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Undana yang menjelaskan dasar pijak pelaksanaan PKM Literasi Media. Tim menjelaskan terkait posisi televisi yang masih memiliki konsumennya sendiri meski diterpa konvergensi media ataupun kemudahan mengakses berbagai sumber informasi di era digital.

Tim juga memaparkan literasi media sebagai bagian dari kajian ilmu komunikasi membuat bidang kajian ini dapat ditelaah secara ilmiah melalui berbagai metode penelitian ilmiah dalam paradigma objektivistik/kuantitatif maupun subjektivistis/kualitatif. Dan Tim menghimbau aktivis HMI Cabang Kupang yang juga adalah kelompok terpelajar (mahasiswa) diharapkan memiliki kepekaan ilmiah terkait literasi media ini.

(2) Ucapan selamat datang dari perwakilan HMI Cabang Kupang

Pada bagian ini, perwakilan dari HMI Cabang Kupang menyampaikan ucapan selamat datang bagi tim pelaksana yang adalah Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Undana dan mitra KPID NTT. Selain itu, disampaikan juga kesediaan HMI untuk mendapatkan materi kampanye baik *leaflet* maupun diskusi konten yang dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan literasi media khususnya televisi. Selain itu, tim dan mitra diizinkan untuk membagikan *leaflet* di lingkungan sekretariat HMI Cabang Kupang.

(3) Pemaparan singkat dari KPID NTT tentang Literasi Media dalam kaitan dengan tugas dan kewenangan KPID NTT

Mitra perwakilan KPID NTT dalam materinya menjelaskan tugas, tanggung jawab dan kewenangannya dalam mengawasi isi siaran televisi dan radio di NTT. Untuk siaran televisi dipaparkan juga amanat dari Peraturan KPI tentang Pedoman Penyelenggaraan Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) sebagai pedoman bagi lembaga penyiaran dan memproduksi dan mempublikasi atau menyiarkan berbagai program acara yang akan ditonton oleh pemirsa Televisi.

(4) Pembagian *leaflet*

Pembagian *leaflet* dilakukan pada saat pemaparan materi dan diskusi bersama di dalam ruangan sekretariat maupun pasca diskusi bersama setelah tim mendapatkan izin untuk menyebarkan *leaflet* di lingkungan sekretariat HMI Cabang Kupang. Aktivitas ini dapat dilihat pada Gambar 2 artikel ini.

(5) Diskusi bersama

Diskusi bersama juga dilakukan seperti mekanisme pembagian *leaflet* yakni pada saat diskusi di dalam ruangan maupun di halaman sekretariat sebagaimana tertampilkan pada Gambar 2 artikel ini. Kendala yang ditemui ketika diskusi bersama adalah beberapa mahasiswa pada kelompok target yang tidak berdiskusi di dalam ruangan menerima *leaflet* sambil mengerjakan aktivitas yang lainnya sehingga dikhawatirkan materi kampanye tidak dapat tersampaikan dengan baik. Karena itu, tim memastikan dengan meminta mahasiswa meneruskan *leaflet* kepada mahasiswa yang lain dengan harapan ketika meneruskan *leaflet* kelompok ini memiliki waktu untuk membaca konten atau setidaknya berdiskusi dengan penerima lainnya.

(6) Publikasi Kegiatan

Kegiatan PKM ini dipublikasikan pada Jurnal Ilmiah sesuai target Tim. Selain itu publikasi *leaflet* dan kegiatan juga dilakukan di website Program Studi Ilmu Komunikasi pada URL berikut ini, <https://jikom.undana.ac.id/pengabdian-kepada-masyarakat-dosen-prodi-ilmu-komunikasi-fisip-undana-bekerja-sama-dengan-kpid-ntt/>. Publikasi pada website Program Studi Ilmu

Komunikasi FISIP Undana dapat dilihat pada gambar 3.



**Gambar 3. Publikasi Kegiatan Pada Website program studi Ilmu Komunikasi**

Selain menggunakan website program studi, tim juga menggunakan media sosial dari tim pelaksana PKM sebagai media publikasi. Lebih lanjut, publikasi kegiatan juga dilakukan di media massa Victory News yang dapat diakses pada URL berikut ini, <https://www.victorynews.id/kupang/pr-3313593189/kpid-ntt-jurusan-komunikasi-undana-dan-hmi-kupang-kolaborasi-edukasi-literasi-media>. Untuk publikasinya dapat dilihat pada gambar 4.



**Gambar 4. Publikasi kegiatan di media massa Victory News**

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan PKM Kampanye Literasi Media Bagi Organisasi Mahasiswa Di Kota Kupang dengan tema 'Diet TV' Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas Dan Kritis hasil kerja sama Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Undana dengan KPID NTT telah terlaksana dengan baik. Hasil PKM ini menunjukkan adanya pemahaman yang benar tentang literasi media televisi pada kelompok target yakni aktivis HMI Cabang Kupang. Pemahaman tertampilkan pada materi diskusi bersama dengan topik utama diet televisi antara tim pelaksana dan peserta. Peserta berupaya menanyakan berbagai informasi yang tidak dipahami pada leaflet dan ditanggapi oleh tim pelaksana dengan penjelasan yang tepat. Peserta juga menyampaikan komitmen untuk meneruskan leaflet yang dibagikan dan juga kontennya kepada rekan mahasiswa lainnya. Kegiatan ini dipublikasikan pada berbagai media

seperti website program studi, media sosial dan media massa sesuai target dari PKM ini.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih untuk kerja sama dan dukungan para pihak sehingga PKM ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih disampaikan untuk Mitra Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) NTT dan Rekan Mahasiswa Aktivitis Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Kupang. Terima kasih juga untuk Dekan FISIP Undana dan Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mendukung terlaksananya PKM ini, serta bagi pihak LP2M Undana yang sudah mengizinkan terselenggaranya PKM ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] A. Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Edisi Pert. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- [2] Y. Iriantara, *LITERASI MEDIA Apa, Mengapa, Bagaimana*, Cetakan Pe. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- [3] E. Ardianto, L. Komala, and S. Karlinah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Edisi Revi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- [4] B. K. KPI, *MERETAS JALAN SOSIALISASI LITERASI MEDIA DI INDONESIA*, MATERI PEL. Jakarta, 2012.
- [5] KPI, "Dasar Pembentukan Komisi Penyiaran Indonesia," 2017.  
<http://www.kpi.go.id/index.php/id/tentang-kpi/dasar-pembentukan>
- [6] I. Soraya, D. P. Kussanti, and S. Susilowati, "Kreativitas Sebagai Literasi Media Televisi Di Era 4.0," *Ekspresi Dan Persepsi J. Ilmu Komun.*, vol. 2, no. 02, p. 59, 2019, doi: 10.33822/jep.v1i02.957.
- [7] A. Abdullah and L. Puspitasari, "Media Televisi Di Era Internet," *ProTVF*, vol. 2, no. 1, p. 101, 2018, doi: 10.24198/ptvf.v2i1.19880.