

GERAKAN LITERASI MEDIA DI INDONESIA

GERAKAN LITERASI MEDIA DI INDONESIA



GERAKAN LITERASI MEDIA DI INDONESIA

© Rumah Sinema

Editor: Dyna Herlina Suwarto

Pemeriksa aksara: Eko Suprati

Desain sampul: Dipa Utomo

Layout dan ilustrasi: Koskow

x + 94 halaman

14 x 21 cm

ISBN: 978-602-18406-0-3

Diterbitkan oleh Rumah Sinema

Jl. Menur No 18, Baciro, Yogyakarta 55225

Telepon: 0274-785 1272

Email: rumahsinema@yahoo.com

DAFTAR ISI

Kata Pengantar: Gerakan Literasi Media di
Indonesia [vii]

Memetakan Literasi Media di Indonesia
Hendriyani dan B. Guntarto [1]

Gerakan Literasi Media: Melindungi Anak-Anak
dari Gempuran Pengaruh Media
Tri Hastuti Nur R [13]

Literasi Media Berbasis Komunitas
Liliek Budiastuti Wiratmo [31]

Mengembangkan Literasi Media di Perguruan
Tinggi
Mazdalifah [47]

KPID DIY Membumikan Literasi Media Bagi
Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta
Mohammad Zamroni dan Sukiratnasari [59]

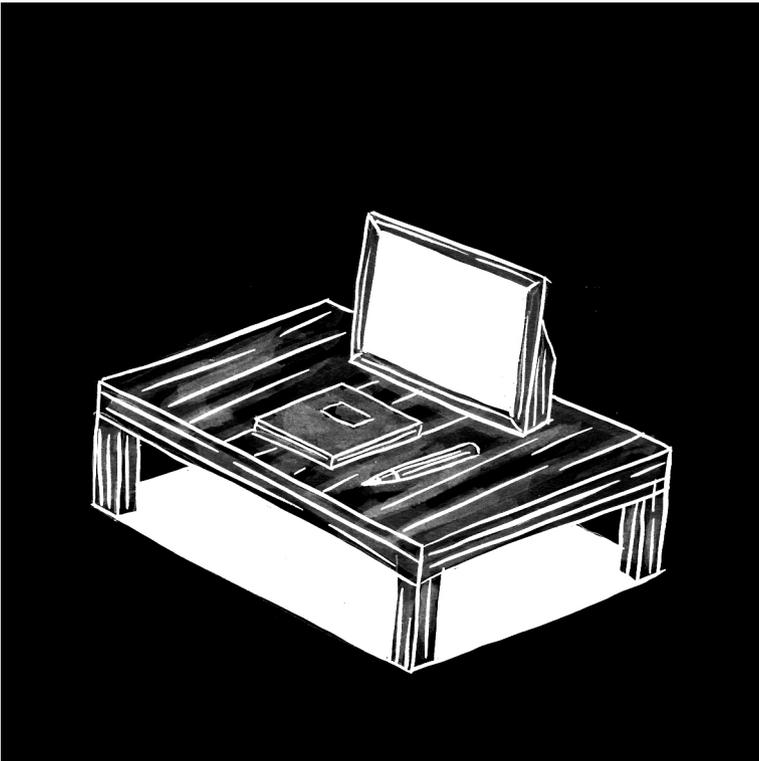
Pelatihan Literasi Media dengan Metode Kreatif
untuk Remaja
Eko Suprati [73]

Biodata Penulis [89]

Daftar Donatur [91]

Profil Rumah Sinema
Kajian Media dan Khalayak [92]

“...film hanyalah menjadi film jika ditonton...
Membangun pengetahuan film yang merakyat tentu
harus memasukkan konsep menonton.”



KATA PENGANTAR

GERAKAN LITERASI MEDIA DI INDONESIA

Dunia sehari-hari kita adalah kenyataan yang termediasi. Media menjadi bagian dari hidup sehari-hari yang seolah-olah menjadi kenyataan itu sendiri. Ada beberapa hal yang membedakan media dengan kenyataan. Media adalah hasil dari konstruksi dan representasi kenyataan. Media memiliki implikasi komersial, ideologis dan politik. Bentuk dan isi media terkait dengan medium yang digunakan, artinya tiap jenis media memiliki kode dan kebiasaan yang berbeda.

Agar dapat memahami realitas media, seseorang dituntut memiliki sebuah keterampilan baru yaitu literasi media. Gerakan yang relatif baru di Indonesia ini didorong oleh beberapa alasan (Buckingham, 2004). Pertama, *moral panic* karena media dianggap sebagai sumber dari berbagai masalah degradasi moral seperti kekerasan dan seksualitas. Kedua, *the plug-in drug*, kehadiran televisi memengaruhi dinamika keluarga dan kesehatan anak. Ketiga, media menciptakan perilaku konsumtif karena penonton terpa iklan terus menerus dan di sisi lain media menjadi saluran penyampaian ideologi yang dianggap salah.

Ada banyak definisi mengenai literasi media. Secara ringkas dan komprehensif, Sonia Livingstone (2003) menjelaskan bahwa literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuk medium. Melalui pendidikan bermedia diharapkan seseorang dapat merefleksikan nilai-nilai pribadinya, menguasai berbagai teknologi informasi, mendorong kemampuan berpikir kritis, memecahkan masalah dan kreatif, dan mendorong demokratisasi.

Pendidikan bermedia dapat dijalankan melalui beberapa model (Buckingham, 2004). Pertama, *protectionist model* yang berangkat dari asumsi bahwa budaya populer yang ditawarkan media bersifat lebih rendah nilai daripada budaya klasik. Selain itu, penonton seharusnya memilih tontonan yang baik dan menghindari konten media yang buruk. Karena penonton memiliki kemampuan yang terbatas, pendidik menyediakan aturan baginya. Oleh karena itu metode

literasi media yang diterapkan adalah diet media, pengaturan jadwal menonton, klasifikasi tontonan dan sejenisnya.

Kedua, *uses and gratification model* yang mengandaikan bahwa penonton adalah entitas aktif yang memiliki kemampuan luar biasa untuk memilih memilih dan memilah sendiri konten media. Metode ini berusaha mempersiapkan peserta didik untuk memiliki kemampuan diri sehingga dapat membuat keputusan sendiri dalam memilih media. Kemampuan ini berkaitan dengan pengetahuan konten media.

Ketiga, *cultural studies model* yang beranggapan bahwa pengertian budaya sangat luas sehingga mencakup lingkungan sosial. Sehingga pendidikan bermedia juga harus mencakup ranah yang lebih luas yaitu kesadaran politik. Khalayak diharapkan mampu tidak sekedar memilih dan memahami konten media tetapi juga bersikap terhadap isu-isu di media. Sehingga demokratisasi dapat berjalan.

Keempat, *active audience model (inquiry model)*, metode ini yakin bahwa khalayak mampu mengintrepretasikan konten media berdasarkan latar belakang pengetahuan yang dimiliki. Jadi penonton yang memiliki latar belakang sosial dan kultural yang berbeda akan memahami media dengan cara yang berbeda.

Dalam buku ini, keempat model tersebut ternyata terjadi di Indonesia. Jika di negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Inggris model pendidikan media bergerak berubah dari model proteksionisme menuju model *cultural studies* dan *active audience*, maka di Indonesia keempat model itu diterapkan bersamaan oleh kelompok yang berbeda. Perbedaan pilihan metode ini disebabkan oleh perbedaan asumsi mengenai sifat khalayak sendiri. Jika pendidik literasi media menganggap khalayak bersifat pasif maka *protectionism model* yang dipilih sebaliknya jika khalayak dianggap aktif maka *cultural studies* dan *active audience* yang digunakan.

Inisiatif penerbitan buku ini merupakan terusan dari Konferensi Literasi Media yang dilakukan Rumah Sinema tahun 2011 lalu. Konferensi tersebut adalah pertemuan literasi media pertama di Indonesia. Kegiatan itu memberikan banyak informasi sekaligus pertemuan penting bagi pegiat literasi media di Indonesia.

Buku ini adalah kumpulan artikel pengalaman dari beberapa pegiat literasi media yang telah bertahun-tahun melakukan kegiatan ini untuk berbagai macam penerima manfaat. Tim editor sengaja menempatkan tulisan Hendriyani dan B. Guntarto di bagian pertama karena keduanya melakukan pemetaan yang baik sekali untuk mengetahui konfigurasi aktivitas literasi media di Indonesia. Ke-

duanya adalah pegiat literasi media di Yayasan Media Anak sekaligus inisiator Workshop Literasi Media 2011 yang kembali mempertemukan pegiat literasi media di Indonesia.

Artikel berikutnya pada bunga rampai ini adalah tulisan Tri Hastuti Nur R dari Aisiyah. Organisasi keagamaan ini berpendapat bahwa umat Islam tidak boleh meninggalkan generasi yang lemah yang disebabkan salah satunya oleh efek media. Asumsi semacam ini digunakan oleh pegiat literasi media yang menggunakan model *protectionism*. Model serupa juga dijalankan oleh Liliek Budiastuti Wiratmo yang berupaya mengembangkan literasi media berbasis komunitas. Praktik serupa juga banyak dikembangkan oleh institusi perguruan tinggi melalui berbagai program pengabdian masyarakat seperti yang dideskripsikan oleh Mazdalifah.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) di berbagai daerah juga mengembangkan berbagai kegiatan literasi media. Mereka berasumsi peran pengawasan media yang dilakukan KPI tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan dari masyarakat yang memiliki kemampuan literasi media. Berbagai upaya literasi media diarahkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat menggunakan hak jawab dan hak koreksi. Kedua hak tersebut diamanatkan oleh undang-undang penyiaran. Pemaparan mendetail soal ini dituliskan oleh Mohammad Zamroni dan Sukiratnasari dari KPI Daerah Istimewa Yogyakarta. Meski belum konsisten antara metode pembelajaran dan tujuannya namun gerakan KPID ini mengarah pada *cultural studies model*.

Artikel terakhir adalah tulisan Eko Suprati dari Rumah Sinema. Metode literasi media yang dipaparkan Eko ini mengacu pada penggunaan metode kreatif untuk membangun kemampuan akses media, pengetahuan, mengkritisi dan menyatakan sikap terhadap pesan media. Model yang dipaparkan ini menerapkan pendekatan *cultural studies model* dan *active audience model*.

Hal menarik yang perlu dicatat, hampir semua penulis bunga rampai ini adalah selain bergiat di bidang literasi media di organisasi masyarakat sipil mereka juga para akademisi di bidang komunikasi dan media. Boleh dikatakan bahwa mereka menjejakan kakinya di dua ranah yaitu akademis dan praktisi. Fenomena ini menunjukkan bahwa pengetahuan yang dipraktikkan menjadi inisiatif sosial dapat membuahkan gerakan yang luar biasa meski miskin perhatian dari pemerintah dan lembaga donor asing.

Penerbitan buku ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang berbagai kelompok yang melakukan gerakan literasi media lengkap dengan perspektif dan metode yang mereka gunakan. Rumah Sinema memberikan apresiasi tertinggi kepada seluruh kontributor artikel yang sukarela berpartisipasi menerbit-

kan buku ini. Terima kasih juga kami sampaikan pada para donatur yang membiayai percetakan buku ini. Selamat menjadi bagian dari gerakan literasi media di Indonesia!

Editor

Dyna Herlina Suwanto

MEMETAKAN LITERASI MEDIA DI INDONESIA¹

HENDRIYANI² DAN B. GUNTARTO³

ABSTRAKSI

Makalah ini menjelaskan konseptualisasi literasi media yang digunakan oleh aktivis literasi media dalam konteks Indonesia. Selain itu, makalah ini menggambarkan pemetaan pelaku literasi media, penerima manfaat, strategi, dan tantangan. Melalui kelompok diskusi pembahasan terfokus, data dikumpulkan dari pegiat literasi media di Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya—lima kota besar dengan penetrasi media tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing lembaga dalam setiap area mengembangkan

1. Sebagian besar isi tulisan ini pernah dipresentasikan dalam International Association of Media and Communication Research 2011 di Istanbul, Turki. Lihat Hendriyani & Guntarto, B. (2011). *Defining Media Literacy in Indonesia*. Diakses melalui <http://iamcr-ocs.org/index.php/2011/2011/paper/view/1169>. Sebagian tulisan ini juga pernah dipresentasikan pada Konferensi Nasional Ilmu Komunikasi 2011 oleh Universitas Indonesia, Jakarta.
2. Hendriyani adalah Dosen Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, serta kandidat doktor Radboud University Nijmegen, Belanda. Kontak melalui Hendriyani.sos@ui.ac.id
3. B. Guntarto adalah Ketua Yayasan Pengembangan Media Anak, serta kandidat doktor Universitas Indonesia. Kontak melalui guntarto@gmail.com

Penulis berterima kasih kepada staf Yayasan Pengembangan Media Anak (Jakarta) yang telah mengkoordinasi riset ini, juga kepada Universitas Paramadina (Jakarta), Universitas Islam Bandung, Universitas Diponegoro (Semarang), Padepokan Musa As'arie/PKMBP Yogyakarta, dan Universitas Petra Surabaya yang telah menjadi tuan rumah dalam Focus Group Discussion (FGD) di kelima kota ini. Terima kasih juga kami sampaikan untuk Puji Rianto yang telah menjadi moderator dan pembuat laporan FGD di Semarang dan Yogyakarta, serta seluruh aktivis literasi media yang secara sukarela menjadi narasumber semua FGD ini. Hasil riset ini juga dipresentasikan dalam Workshop Nasional "Konsep dan Implementasi Media Literacy di Indonesia" yang diselenggarakan oleh Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia dan Unicef. Untuk laporan workshop lihat <http://www.kidia.org/news/tahun/2011/bulan/05/tanggal/27/id/191/>

kegiatan literasi media yang sesuai dengan konteks lokal. Mereka mendefinisikan literasi media sebagai kemampuan untuk menggunakan media secara kritis. Sebagian besar pelaku literasi media berlatar belakang akademisi atau organisasi non-pemerintah (LSM), yang lebih menekankan pada anak-anak dan pemuda sebagai penerima manfaat. Meningkatkan literasi media masih dilihat lebih sebagai suatu upaya untuk melindungi daripada memberdayakan khalayak.

Kata kunci: anak dan remaja, Indonesia, khalayak, literasi media, televisi.

SEKILAS PERJALANAN MEDIA DI INDONESIA

Anak Indonesia telah menikmati keragaman media, dan juga kejenuhan media, yang serupa dengan teman sebaya mereka di Amerika Serikat dan Eropa. Mayoritas rumah tangga memiliki televisi, radio, *electronic games player*, *video player*, buku, dan majalah, seringkali sampai masuk ke kamar tidur anak (Hendriyani, Holander, d'Haenens, & Beentjes, 2012). Media konvensional berpadu dengan media digital serta sering kali dipakai pada bersamaan oleh orang yang satu di satu waktu. Dalam dua dekade terjadi percepatan penetrasi media di Indonesia. Data KPI 2010 memperlihatkan keberadaan 11 televisi bersiaran nasional dan beberapa dari 105 stasiun lokal, sebuah lompatan drastis mengingat sebelum tahun 1991 hanya terdapat satu stasiun televisi, TVRI, di Indonesia. Penetrasi internet meningkat dari 8% di tahun 2005, menjadi 17% di 2009 dan 21% pada 2011 (Meryana & Wahono, 2011). Meski penetrasi ini masih dianggap terendah (secara persentase) di Asia namun secara kuantitas jumlah pengguna jauh melampaui banyak negara Asia. Asosiasi Telepon Selular Indonesia merilis data bahwa pada 2010 terdapat 180 juta pengguna telepon selular di Indonesia (Didik, 2010).

Tentu saja, lonjakan “suplai” ini diikuti oleh lonjakan “konsumsi”. Nielsen Media menemukan anak usia 5-9 tahun menghabiskan rata-rata 4 jam pada tahun 2000; 4,3 jam pada tahun 2005; dan 3,9 jam pada 2010 untuk menonton televisi. Penelitian lain di Jakarta menemukan bahwa anak yang berusia 10-14 tahun menghabiskan rata-rata 4,2 jam pada tahun 2000; 4,6 jam pada 2005; dan 4,4 jam pada 2010 untuk menonton televisi (Hendriyani dkk, 2012). Bila ditambah dengan penggunaan media lain seperti komputer, internet, ponsel, ataupun *electronic games player*, jumlah waktu yang dihabiskan pasti lebih besar. Survey Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) di Jakarta dan Bandung terhadap anak 6-12 tahun tahun 2006 memperlihatkan bahwa anak menghabiskan rata-

rata 7 jam per hari untuk menggunakan kombinasi media (cetak dan elektronik).

Waktu anak Indonesia menggunakan media serupa dengan waktu yang dihabiskan anak di Amerika Serikat dengan media. Survei secara berkala di AS memperlihatkan anak menghabiskan banyak waktu untuk bermedia: 6,5 jam dalam sehari pada tahun 1998, meningkat menjadi 8,5 jam pada tahun 2004, dan bertambah lagi menjadi 10,75 jam per hari pada 2009 (lihat Roberts, Foehr, Rideout, & Brodie, 1999; Roberts, Foehr, & Rideout, 2005; Rideout, Foehr, & Roberts, 2010). Data tersebut juga menjadi salah satu landasan bagi berbagai berbagai institusi menyerukan perhatian pada relasi anak dan media. American Pediatric Association bahkan secara tegas menyerukan supaya orangtua mengontrol penggunaan media oleh anak mereka (lihat www.healthychildren.org).

Dari penelusuran internet, suara kekhawatiran akan hubungan anak dengan media baru muncul secara eksplisit pada tahun 1991 dalam Seminar Anak dan Televisi yang diselenggarakan Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI) dan Asian Media Information and Communication Center (AMIC), di mana peserta mengemukakan kebutuhan untuk melindungi anak dari potensi dampak negatif televisi. Terjadi loncatan satu dekade sebelum muncul kegiatan mendidik khalayak media tentang efek media dengan beragam nama kegiatan: pendidikan media, melek media, penyadaran media, pendidikan melek media, literasi informasi, dan cerdas bermedia. Penamaan yang berbeda merupakan konsekuensi dari persepsi yang beragam tentang literasi media, juga tumpang tindih kegiatan *media literacy*, *media watch*, dan *media study*.

Tulisan ini bertujuan menjabarkan variasi definisi literasi media yang digunakan oleh para aktivis di Indonesia. Tulisan ini juga memetakan siapa saja aktivis literasi media, strategi dan kegiatan mereka, khalayak sasaran kegiatan, serta hambatan pelaksanaan kegiatan.

MENDEFINISIKAN LITERASI MEDIA

Terdapat banyak variasi definisi literasi media yang dipakai di berbagai negara. Latar belakang yang berbeda membuat setiap negara memiliki cara memaknai dan menerapkan literasi media secara berbeda pula. Salah satu definisi yang dipakai secara luas adalah definisi dari the National Leadership Conference on Media Literacy yang merumuskan literasi media sebagai “kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi media untuk tujuan tertentu” (Aufderheide, 1993, h. v). Definisi yang lebih praktis dikemukakan Potter (2005, h. 22) bahwa literasi media adalah “satu set perspektif yang secara

aktif kita pakai untuk menafsirkan pesan-pesan dari media yang kita temui". Departemen Pendidikan Kanada (1989) menekankan pada kemampuan berpikir kritis dalam kurikulum literasi media, sedang Kementerian Pendidikan Jepang menekankan pada kemampuan menggunakan media interaktif (Sakamoto & Suzuki, 2009). Media Awareness Network (2011) memperluas definisi literasi media untuk meliputi media digital seperti komputer, ponsel, dan internet; meliputi perangkat keras dan perangkat lunaknya.

Setelah menelaah berbagai definisi literasi media, Rosenbaum, Beentjes, dan Konig (2007) serta Martens (2010) menyimpulkan adanya kesepakatan bahwa literasi media setidaknya memiliki dua komponen dasar: pengetahuan dan keterampilan. Rosenbaum dkk (2007) menyebutkan bahwa pengetahuan dan keterampilan tersebut menyangkut hubungan antar khalayak, produsen, dan media; sedang Martens (2010) mengategorikan pengetahuan dan keterampilan literasi media dalam empat aspek: industri media, pesan media, khalayak media, dan efek media. Walau berbeda dalam mengelompokkan subyek pengetahuan dan keterampilan literasi media, keduanya sepakat bahwa ada beberapa elemen dasar dalam literasi media, seperti (a) media itu dikonstruksikan, (b) setiap orang dapat mempersepsikan pesan yang sama secara berbeda, dan (c) ada pengaruh media terhadap khalayak.

Mempromosikan literasi media dapat dilihat sebagai usaha untuk melindungi sekaligus memberdayakan khalayak. Oleh karena itu, program literasi media seringkali bertujuan untuk meningkatkan (a) demokrasi, partisipasi, dan kewarganegaraan aktif; (b) pengetahuan akan ekonomi, daya saing, dan keragaman pilihan; serta (c) belajar sepanjang hayat, ekspresi budaya dan pemenuhan pribadi (Livingstone, 2007).

MENCARI ANEKA KEGIATAN LITERASI IKLAN

Dari penelusuran internet, kami berhasil memetakan 88 program atau kegiatan yang berhubungan dengan literasi media dalam kurun waktu 1991 hingga 2011. Ketersediaan (atau ketidakterersediaan) data melalui internet memang menjadi kendala untuk memetakan kegiatan sebelum tahun 1991 atau kegiatan yang tidak pernah dipublikasikan melalui internet. Mayoritas kegiatan dilakukan di pulau Jawa. Kami lalu mengirim email kepada lembaga-lembaga penyelenggara kegiatan literasi media untuk meminta rincian profil kegiatan mereka. Penggalan data lebih lanjut dilakukan melalui lima *focus group discussion* (FGD) di Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya; lima kota besar di Jawa dengan

penetrasi media yang tinggi. FGD diikuti oleh 59 aktivis literasi media dengan beragam latar belakang: akademisi, LSM, pemerintah, dan Yayasan. Kegiatan dilakukan pada bulan Maret 2011.

FGD dilaksanakan dengan panduan pertanyaan berikut ini: (a) bagaimana lembaga mendefinisikan literasi media? (b) apakah isi atau unsur literasi media yang diangkat? (c) Apa saja strategi yang dipakai oleh lembaga? (d) siapa yang menjadi target atau penerima manfaat dari kegiatan literasi media tersebut? Dan (e) apa hambatan atau tantangan yang dihadapi oleh penyelenggara? Data yang terkumpul dari penelusuran internet, angket email, dan FGD dianalisis dan diinterpretasikan dalam Workshop Nasional Media Literacy di Universitas Indonesia pada Mei 2011. Workshop diikuti 33 orang peserta dari 26 lembaga yang pernah atau sedang melaksanakan program literasi media antara tahun 2002 hingga 2011.

LITERASI MEDIA: BERAGAM LATAR, DEFINISI, DAN ISI

Aktivis literasi media di Indonesia datang dari beragam latar belakang, yang mempengaruhi cara mereka memandang hubungan media dan masyarakat. Media yang paling sering disorot adalah televisi, diikuti oleh permainan elektronik dan internet. Ada yang melihat isi media yang penuh kekerasan serta eksplisit seksual sebagai sumber keprihatinan, termasuk dalam tayangan kartun yang sangat identik bagi anak. Aktivis lain melihat kesenjangan pengetahuan serta keterampilan menggunakan media baru seperti internet (termasuk Facebook dan Twitter) antara anak-anak dan orangtua menjadi sumber keprihatinan, terutama karena memunculkan kesenjangan budaya (digital) antara kedua generasi tersebut. Kelompok ini melihat khalayak media sebagai pihak yang perlu “dilindungi” dari (dampak negatif) media hingga menganjurkan pembatasan konsumsi media. Kelompok lain melihat peluang pemanfaatan media untuk meningkatkan kualitas pendidikan anak sehingga mereka justru mendorong penggunaan media oleh khalayak.

Cara pandang ini mempengaruhi bagaimana setiap aktivis mendefinisikan konsep literasi media di lembaga mereka. Beberapa merupakan adaptasi dari referensi internasional, seperti:

- Literasi media adalah perspektif individu saat berinteraksi dengan media, muncul dalam bentuk perilaku terhadap media.
- Literasi media adalah kemampuan untuk menggunakan media, bersikap kritis terhadap isi media, dan mengambil manfaat dari media.
- Literasi media adalah pengetahuan tentang media dan bersikap kritis

terhadap media.

Definisi lain lebih praktis, seperti:

- Literasi media berarti mendidik orang untuk memilih dan menggunakan media secara bijak, tetapi tidak meminta mereka untuk berhenti menggunakan media.
- Literasi media adalah praktik untuk mengonsumsi media dengan cara cerdas
- Literasi media adalah kemampuan untuk menghindari dampak negatif media.
- Literasi media berarti memiliki pemahaman tentang proses media dan isinya.
- Literasi media adalah kemampuan menggunakan media dan teknologi informasi untuk mendapatkan manfaat ekonomi tertentu.

Terdapat perdebatan hangat dalam beberapa FGD saat merumuskan definisi literasi media. Ada beberapa peserta yang tidak setuju untuk memberikan definisi karena khawatir definisi tersebut akan membatasi ruang lingkup kegiatan literasi media. Bagi peserta lain, definisi yang jelas dapat membantu orang membedakan kegiatan literasi media dengan kegiatan lain yang juga menyangkut media. Misalnya, sebuah organisasi menganalisis isi media dan mengirimkan laporan hasil analisis ke media atau pembuat kebijakan; apakah kegiatan ini termasuk dalam literasi media atau pengawasan media (*media watch*)? Contoh lain adalah saat beberapa akademisi meneliti penggunaan media oleh anak dan memasukkan hasil penelitian tersebut ke jurnal; apakah kegiatan ini termasuk dalam literasi media atau studi media (*media studies*)?

Dalam Workshop Nasional Media Literacy 2011 terdapat kesepakatan bahwa definisi literasi media seharusnya dapat menjawab masalah di atas namun juga mudah dipahami oleh masyarakat umum. Definisi literasi media sementara yang disepakati adalah: *kemampuan memanfaatkan media secara kritis; mencakup pengetahuan tentang media, kemampuan untuk memilih dan mencari isi media, serta memproduksi isi media untuk kepentingan tertentu*. Definisi ini masih tentatif dan terbuka untuk diubah bila perlu oleh para aktivis literasi media.

Workshop juga menghasilkan kesepakatan adanya tiga elemen dalam program literasi media: (a) mayoritas khalayak berada dalam posisi lemah dibandingkan dengan media, (b) terdapat proses untuk memberdayakan khalayak dalam berhubungan dengan media, sehingga (c) khalayak dapat kritis terhadap media. Ketiga unsur ini dapat dipakai untuk membedakan kegiatan literasi media dengan kegiatan lain. Peserta workshop juga sepakat bahwa literasi media ber-

beda dengan *media study* atau *media watch*, walau sangat mungkin untuk menggabungkan ketiganya dalam satu program literasi media. Misalnya, anak diminta untuk menganalisis beberapa iklan televisi sehingga mereka dapat paham akan unsur persuasi dalam sebuah iklan.

AKTOR LITERASI MEDIA, KHALAYAK SASARAN, STRATEGI DAN TANTANGAN

Para aktivis literasi media di Indonesia saat ini dapat dikategorikan dalam enam kelompok. Kelompok pertama adalah LSM dan yayasan, seperti Masyarakat Peduli Media, Rumah Sinema, Bandung School of Communication Studies (BaSCoM), Habibie Center, Lembaga Studi Pers dan Informasi (LeSPI), Yayasan Jurnal Perempuan (YJP), dan Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA). Kegiatan yang mereka lakukan biasanya merupakan program “intervensi” atau pemberdayaan masyarakat dalam bentuk pelatihan, seminar, atau pendampingan. Kelompok kedua adalah sekolah, seperti Lentera Insan Child Development and Education Center (CDEC), Rumah Belajar Semi Palar, dan Early Childhood Care & Development Resource Center (ECCD-RC). Biasanya, materi literasi media dileburkan dalam kurikulum atau diberikan sebagai ekstrakurikuler. Sayangnya, dalam banyak kegiatan literasi media, sekolah hanya menjadi khalayak sasaran, bukan aktor utama kegiatan. Pengalaman kegiatan literasi media di beberapa sekolah dasar negeri di Malang, Jawa Timur, memperlihatkan bahwa guru dapat menjadi aktor yang sangat menentukan dalam pendidikan media bagi anak didik mereka.

Kelompok ketiga terdiri dari perguruan tinggi, terutama dari bidang Ilmu Komunikasi, seperti di Universitas Indonesia, Universitas Islam Bandung, Universitas Diponegoro, Universitas Padjajaran, Universitas Paramadina, dan sebagainya. Bentuk kegiatan yang dilakukan kelompok ini biasanya berupa seminar, pelatihan, atau sebagai materi perkuliahan. Kelompok keempat adalah masyarakat umum yang aktif meningkatkan literasi media di lingkungan mereka sendiri. Beberapa desa di Sleman dan Solo (Jawa Tengah) memiliki “jam belajar”: saat televisi di setiap rumah dimatikan untuk periode jam tertentu untuk memberi waktu bagi anak mengerjakan pekerjaan rumah atau belajar. Kelompok kelima berisi lembaga-lembaga yang tidak masuk dalam keempat kategori sebelumnya: pemerintah (seperti Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Anak), Dewan Pers, Komisi Penyiaran Indonesia, Unicef, dan Unesco. Kelompok keenam adalah gabungan dari berbagai lembaga, seperti Koalisi Kampanye Hari Tanpa TV (2006-2011) yang meminta keluarga dengan anak-anak untuk

mematikan televisi selama satu hari dalam rangka Hari Anak Nasional.

Anak dan remaja menjadi kelompok penerima manfaat (*beneficiaries*) ‘favorit’ dalam banyak kegiatan literasi media karena kelompok usia ini dianggap sebagai kelompok yang paling rentan terhadap potensi dampak negatif media sehingga perlu dilindungi. Meski demikian, anak dan remaja jarang menjadi khalayak sasaran langsung dalam program literasi media. Beberapa lembaga seperti YPMA, PP Aisyiah, dan MPM menunjukan program mereka untuk orangtua dan guru, dengan harapan bahwa para orangtua dan guru akan meneruskan kemampuan literasi media pada anak-anak (didik) mereka. Hanya beberapa organisasi seperti Rumah Sinema, Habibie Center, dan YJP yang menjadikan remaja SMA sebagai khalayak sasaran langsung mereka. Beberapa lembaga, seperti BaSCom dan LesPi menysasar langsung orang dewasa umum: pedagang kaki lima, komunitas nelayan, orang-orang tua, tokoh masyarakat perempuan, dan sebagainya. Terdapat pro dan kontra dalam melihat apakah pekerja media dapat dilihat sebagai kelompok sasaran program literasi media. Mereka yang pro melihat bahwa pekerja media sering kali tidak paham tentang media itu sendiri (bahwa media dikonstruksi, media dapat mempengaruhi khalayaknya) sehingga mereka harus dididik tentang itu. Apalagi, sebagian besar pekerja media di Indonesia tidak berlatar belakang pendidikan Ilmu Komunikasi atau Jurnalisme hingga memiliki pengetahuan terbatas tentang sistem media. Mereka yang kontra melihat bahwa pekerja media wajib meningkatkan profesionalisme mereka sendiri, termasuk belajar tentang sistem kerja media dan menegakkan etika dalam bekerja.

Seminar, kuliah terbuka dan kampanye adalah strategi termudah, yang paling sering dipakai para aktor literasi media bila mereka ingin mencapai tujuan spesifik dalam literasi media, seperti membatasi waktu menonton televisi, memilih program televisi yang aman untuk anak, memanfaatkan internet untuk belajar, atau memahami sifat persuasi iklan di media. Di lapangan seringkali aktivis media menemukan bahwa orangtua sungguh khawatir akan dampak negatif televisi terhadap anak-anak mereka, namun mereka sendiri penonton berat televisi. Perubahan perilaku bermedia harus diajarkan pada orangtua terlebih dahulu, misalnya dengan meminta mereka tidak meletakkan televisi di kamar tidur.

Workshop/lokakarya dan pelatihan digunakan untuk meningkatkan literasi media lebih jauh, biasanya pada kegiatan yang memiliki guru-guru sebagai kelompok sasaran. Penelusuran internet kami hanya menemukan satu program yang mengintegrasikan kurikulum literasi media dalam kurikulum sekolah dasar atau menjadi ekstrakurikuler. Kegiatan ini dilakukan YPMA dengan dukungan Unicef pada 2006-2009.

Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi para aktivis literasi media di

Indonesia. Kurangnya dukungan pemerintah menjadi salah satunya. Pemerintah tidak menganggap isu literasi media sebagai sesuatu yang mendesak seperti narkoba, korupsi, kemiskinan, dan sebagainya. Keterlibatan pembuat kebijakan yang rendah juga menyebabkan literasi media tidak dapat diintegrasikan ke dalam sistem yang telah ada seperti sekolah atau rencana nasional.

Lebih buruk lagi, isu literasi media juga tidak dianggap sebagai isu ‘seksi’ oleh lembaga-lembaga donor hingga mereka hanya memberikan porsi dana yang sangat terbatas untuk literasi media. Akibatnya, sebagian besar program literasi media bersifat satu waktu, program berakhir ketika pendanaan berakhir. Keterbatasan dana membuat banyak aktivis literasi media melakukan proses jalan pintas, langsung melaksanakan program tanpa penilaian kondisi awal kelompok sasaran. Akibatnya, banyak aktivis yang terkejut dengan apa yang mereka temukan di lapangan. Seorang peserta FGD bercerita bahwa lembaganya pernah diminta memberikan pelatihan literasi internet untuk siswa sekolah menengah di sebuah kota kecil di Jawa Barat. Ketika tiba di lokasi mereka menemukan bahwa siswa belum pernah menggunakan komputer dan sekolah tidak memiliki fasilitas komputer. Pihak sekolah menjelaskan bahwa mereka diminta untuk memberikan pelatihan literasi internet sebagai antisipasi *jika* siswa harus menggunakan internet dan komputer setelah lulus. Tidak adanya data tentang kondisi awal sebelum program literasi media dilaksanakan juga membuat para aktivis sulit mengevaluasi efektivitas program mereka, apalagi untuk menyatakan bahwa program tersebut telah meningkatkan literasi media kelompok sasaran.

REKOMENDASI

Temuan menarik dalam penelitian ini adalah bahwa sekolah bukan aktor utama dalam program-program literasi media. Hal ini berbeda dengan kondisi di Inggris, AS, Kanada, Australia, atau Jepang (lihat Duncan dkk, 2002; Bakar & Duran, 2007; Suzuki, 2009; Ofcom, 2011). Program literasi media di negara-negara tersebut terintegrasi dalam kurikulum sekolah dasar karena literasi media dianggap sebagai keterampilan untuk hidup (*life skill*) yang harus diperkenalkan sejak dini. Di Indonesia, sekolah baru menjadi aktor literasi media bila telah merasakan manfaat program ini bagi para siswanya. Bagi mereka yang belum merasakan manfaatnya, program literasi media dianggap sebagai beban tambahan bagi guru yang telah menanggung kurikulum yang sangat padat. Sejauh ini, sekolah swasta lebih responsif terhadap program literasi media karena kurikulum mereka lebih fleksibel dan memiliki kemampuan finansial untuk membiayai kegiatan ini.

Strategi seperti seminar, kuliah terbuka dan kampanye mungkin strategi termudah, lembaga dapat melakukannya hanya sekali lalu mengatakan, “kami telah mengadakan program literasi media”. Namun dalam jangka panjang strategi bersifat satu kali kegiatan ini akan merugikan proses promosi literasi media di Indonesia: mengeluarkan energi untuk program yang tidak efektif, sehingga pada akhirnya mengurangi arti literasi media itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk pengembangan program literasi media ke depan. Pertama, semua pemangku kepentingan harus bekerja bersama-sama. Literasi media adalah kemampuan yang multifaset, perlu didekati dari berbagai perspektif. Para aktivis yang cenderung pada unsur proteksi literasi media perlu mengakui sisi positif media dan mendorong orang untuk belajar menggunakan media bagi keuntungan mereka. Sedang para aktivis yang cenderung pada unsur pemberdayaan juga perlu membuka mata akan potensi dampak negatif media –bahwa media tidaklah netral, melainkan hasil suatu konstruksi, khalayak perlu tahu bagaimana melindungi diri mereka dari sisi negatif media.

Peran yang sangat besar dari masyarakat madani sebagai penggerak literasi media Indonesia merupakan hal yang sangat positif. Namun pemerintah sebagai pembuat kebijakan perlu memberi dukungan dalam bentuk regulasi terhadap media. Dukungan pemerintah juga diperlukan dalam integrasi literasi media dalam kurikulum sekolah yang telah ada atau, setidaknya, mendorong sekolah untuk membuka diri terhadap ide literasi media. Dalam semua kasus, pelaksanaan kegiatan literasi media di sekolah-sekolah membutuhkan dukungan dari para kepala sekolah, program akan berjalan bila kepala sekolah mendukung. Dukungan dari pemerintah akan membantu para aktivis literasi media meyakinkan para kepala sekolah dan guru akan manfaat program ini.

Kelompok sasaran yang perlu dilibatkan lebih aktif dalam kegiatan literasi media adalah guru dan orangtua. Biasanya, para guru menjadi kelompok paling mudah diyakinkan tentang perlunya literasi media karena mereka melihat bagaimana media telah mempengaruhi siswa mereka: datang terlambat di pagi hari karena menonton televisi hingga larut malam, siswa menggunakan kata-kata kasar yang mereka tonton dari TV, siswa tidak mengerjakan PR karena kecanduan permainan elektronik, dan sebagainya. Guru akan membutuhkan bahan ajar literasi media untuk dipakai di kelas, serta sebaiknya didampingi selama periode tertentu sampai yang bersangkutan dapat mengembangkan bahan ajarnya sendiri. Para guru dapat menjadi mitra strategis dalam program literasi media karena mereka memiliki kemampuan mempengaruhi para siswa dan para orangtua siswa.

Rekomendasi terakhir adalah perlu upaya memperluas definisi media agar mencakup media digital, termasuk ponsel, permainan elektronik, dan internet. Berbagai media digital tersebut telah menjadi bagian dari hidup anak-anak di Indonesia. Karena itu, lebih baik mendidik anak-anak bagaimana menggunakan media dengan benar daripada menghentikan mereka menggunakan media. Apalagi, semakin besar kemungkinan anak berinteraksi dengan tayangan mengandung kekerasan dan eksplisit seksual, melalui media digital seperti internet atau games elektronik yang dapat mereka akses dengan mudah, sementara orangtua (dan orang dewasa pada umumnya) justru tidak dapat memakai internet atau permainan elektronik. Orang dewasa juga perlu memiliki literasi media digital agar mereka dapat membantu anak-anak mereka menggunakan media, hingga kesenjangan digital antar generasi dapat diperkecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: A report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen, Aspen Institut.
- Buckingham, D. (2005). *The media literacy of children and young people: A review of the research literature on behalf of Ofcom*. London, Ofcom. Retrieved from http://stakeholders.ofcom.gov.uk/ninaries/research/media-literacy/ml_children.pdf [accessed 19 April 2011].
- Burn, A. & Durrant, J. (2007). *Media literacy in schools*. London, Paul Chapman Publishing.
- Didik. (2010, July 14). Jumlah pemakai handphone di Indonesia [the number of mobile phone users in Indonesia]. *Harian Berita*. Retrieved from <http://www.harianberita.com/jumlah-pemakai-handphone-di-indonesia.html>.
- Duncan, B., Pungente, J., & Andersen, N. (2002). *Media education in Canada*. Retrieved from <http://www.aml.ca/articles/articles.php?articleID=272> [accessed 8 March 2011].
- Rideout, V.J., Foehr, U.G., & Roberts, D.F. (January 2010). *Generation M2: Media in the lives of 8- to 18-year-olds*. Retrieved from Kaiser Family Foundation website: <http://www.kff.org/entmedia/upload/8010.pdf>
- Roberts, D.F., Foehr, U.G., & Rideout, V.J. (March 2005). *Generation M: Media in the lives of 8-18 year-olds*. Retrieved from Kaiser Family Foundation website: <http://www.kff.org/entmedia/upload/Generation-M-Media-in-the-Lives-of-8-18-Year-olds-Report.pdf>
- Roberts, D.F., Foehr, U.G., Rideout, V.J., & Brodie, M. (Nov 1999). *Kids and media @ the new millennium*. Retrieved from the Kaiser Family Foundation website: <http://www.kff.org/entmedia/upload/Kids-Media-The-New-Millennium-Report.pdf>
- Hendriyani & Guntarto, B. (July 2011). *Defining Media Literacy in Indonesia*. Paper di International Association of Media and Communication Research 2011, Istanbul. Retrieved from <http://iamcr-ocs.org/index.php/2011/2011/paper/view/1169>
- Hendriyani & Guntarto, B. (November 2011). *Literasi media di Indonesia: Kemiripan dalam keberagaman*. Paper di Koferensi Nasional Ilmu Komunikasi 2011 oleh Universitas Indonesia, Jakarta.

Hendriyani, Hollander, E., d'Haenens, L., & Beentjes, J. (2011) Children's television in Indonesia: Broadcasting polity and the growth of an industry. *Journal of Children and Media*, 5 (1) February, pp.86-101.

Hendriyani, Hollander, E., d'Haenens, L., & Beentjes, J. [2012] Children's media use in Indonesia. *The Asian Journal of Communication*, 22 (3) March, pp. 1-15.

Livingstone, S. & Thumim, N. (2003). *Assessing the media literacy of UK adults: a review of the academic literature*. Retrieved from http://eprints.lse.ac.uk/21673/1/Assessing_the_media_literacy_of_UK_adults.pdf [accessed 19 April 2011].

Livingstone, S., Couvering, E.V., & Thumim, N. (2005). *Adult media literacy: a review of the research literature on behalf of Ofcom*. London, Ofcom. Retrieved from <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/aml.pdf> [accessed 19 April 2011].

Martens, H. (2010). Evaluating media literacy education: Concepts, theories, and future directions. *Journal of Media Literacy Education*, 2 (1) 2010, pp. 1-22.

Media Awareness Network. (2011). *What is digital literacy and why is it important?* Retrieved from http://www.media-awareness.ca/english/corporate/media_kit/digital_literacy_paper_pdf/digitalliteracypaper_part1.pdf [accessed 19 April 2011].

Meryana, E. & Wahono, T. (2011, July 12). Penetrasi Internet Indonesia terendah di ASEAN [Indonesia Internet penetration is the lowest in ASEAN]. Kompas.com. Retrieved from <http://tekno.kompas.com/read/2011/07/12/11132623/Penetrasi.Internet.Indonesia.Terendah.di.ASEAN>

Ofcom. (2011). *UK children's media literacy*. London, Ofcom. Retrieved from <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/medialit11/childrens.pdf> [accessed 19 April 2011].

Potter, W. J. (2005). *Media literacy*. London, Sage.

Prihadi, S. D. (2009.). Pengguna Facebook Indonesia terbesar di Asia. *Okezone*, 13 November. Retrieved from <http://techno.okezone.com/read/2009/11/13/55/275309/pengguna-facebook-indonesia-terbesar-di-asia> [accessed 19 April 2011].

Sakamoto, A. & Suzuki, K. (2009). *Media literacy: A new type of communication skill*. Available from: http://ocha-gaps-gcoe.com/contents/Proceedings09_08Sakamoto%26Suzuki.pdf [accessed 28 April 2011].

Suzuki, K. (2009). Media education in Japan: Concepts, policies, and practices. In Chi-Kim Cheung ed. *Media Education in Asia*. New York, Springer Science.

Undang-undang Republik Indonesia tentang Penyiaran 2002.

Rosenbaum, J. E., Beentjes, J. W. J., & Konig, R. P. (2008). Mapping media literacy: Key concepts and future directions. *Communication Yearbook*, 32, pp. 313-353.

Wahono, T. (2010.). Indonesia Ranking 3 pengguna Facebook terbanyak. *Kompas*. 18 August. Retrieved from <http://tekno.kompas.com/read/2010/08/18/14471684/Indonesia.Ranking.3.Pengguna.Facebook.Terbanyak>

GERAKAN LITERASI MEDIA: MELINDUNGI ANAK-ANAK DARI GEMPURAN PENGARUH MEDIA

TRI HASTUTI NUR R¹

ABSTRAKSI

Tube to glue. Kata ini sangat tepat untuk menggambarkan kedekatan anak-anak dengan dunia layar (internet, televisi, telepon genggam). Anak-anak begitu lekat, dekat dengan media-media tersebut, seperti pengasuh atau sahabat karib. Jumlah waktu yang digunakan anak-anak di sekolah lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah waktu anak-anak berinteraksi dengan media. Bahkan anak-anak sejak berumur 2 tahun sudah mulai berinteraksi dengan media. Belum lagi jika ditilik dari konten yang ada, cukup mengkhawatirkan untuk tumbuh kembang anak-anak serta masih minimnya pemahaman orangtua dan guru tentang pemanfaatan media secara kritis. Berkaca pada kegelisahan terhadap perkembangan media, terpaan media terhadap anak-anak dan dampaknya pada perkembangan anak-anak, maka 'Aisyiyah melakukan gerakan pendidikan media kritis dengan mensinergikan antara sekolah, orangtua dan komunitas. 'Aisyiyah yang memiliki 13.000 PAUD/TK ABA menjadi kekuatan untuk melakukan gerakan pendidikan media, bersinergi dengan kelompok-kelompok pengajian 'Aisyiyah di tingkat basis dan perkumpulan wali murid sekolah. Untuk pendidikan literasi media melalui PAUD ini dikembangkan dengan menggunakan model secara mandiri dan terintegrasi; menggunakan metode baik bercerita, bermain peran, menggambar, maupun menyanyi. Namun salah satu kesulitan yang dialami oleh guru dalam mengembangkan pendidikan literasi media di PAUD adalah *up date* tentang acara-acara terbaru di televisi dan pengembangan bahan ajar.

Kata kunci: 'Aisyiyah, komunitas dan orangtua murid, literasi media, media dan anak, sinergitas PAUD.

1. Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pimpinan Pusat Aisyiyah

‘AISYIYAH SEBAGAI ELEMEN GERAKAN MASYARAKAT MADANI

‘Aisyiyah sebagai organisasi perempuan Muhammadiyah, sejak awal gerakannya mempunyai perhatian pada masalah-masalah pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi perempuan, lingkungan dan kesejahteraan sosial. Perhatian ini dilandasi semangat untuk memperkuat masyarakat sipil (masyarakat madani) dan semangat keagamaan yaitu Islam sebagai *rahmatan lil alamin*. Dalam muk-tamar ‘Aisyiyah yang ke 45 di Malang pada tahun 2005, ‘Aisyiyah menegaskan kembali dalam visi dan misinya yaitu memperkuat posisi masyarakat sipil yang didasarkan dengan nilai-nilai Islam yang sebenar-benarnya. Nilai-nilai Islam yang sebenar-benarnya ini dilandasi dengan semangat menghargai perbedaan (multikulturalisme) saling bekerjasama/gotong royong, menolong yang lemah, partisipatif, kesadaran sebagai warga negara, dan menjadi masyarakat yang mandiri dan berdaya dalam semua aspek kehidupan masyarakat.

Misi dan visi yang diemban untuk memperkuat posisi gerakan masyarakat sipil ini dijabarkan dalam beberapa program di antaranya melalui gerakan Qoriyah Thayyibah dan Keluarga Sakinah. Melalui program ini dilakukan berbagai macam kegiatan dalam berbagai bidang antara lain bidang kesehatan, bidang pendidikan, bidang lingkungan hidup, pemberdayaan ekonomi, peningkatan kesadaran berwarga negara dan bidang budaya. Salah satu program untuk memperkuat gerakan masyarakat sipil ini adalah gerakan literasi media yaitu sebuah gerakan untuk mendorong masyarakat menjadi kritis terhadap media. Karena perkembangan industri media saat ini memposisikan konsumen (masyarakat) sebagai pihak yang lemah di hadapan industri media yang sangat kapitalistik.

RAKYAT DI HADAPAN NEGARA DAN PEMILIK MODAL

Meskipun proses demokrasi saat ini telah memberikan peluang yang besar bagi warga masyarakat untuk berpartisipasi, namun nampaknya kekuatan negara masih memegang peranan yang dominan. Hal yang juga perlu dilihat secara kritis adalah negara cenderung berkolaborasi dengan pemilik modal dalam menjalankan roda pemerintahan. Fenomena tersebut terjadi dalam kasus perburuhan, masalah pendidikan, masalah kesehatan, masalah pertambangan dan juga industri media. (Hikam, 2000: 72-73) Ketika masyarakat harus berhadapan para pemilik modal, maka negara nampak tidak hadir untuk memberikan perlindungan hak warga negara. Fenomena tersebut nampak dalam sejak jaman Orde Baru sampai sekarang ini. Di sinilah pentingnya kekuatan masyarakat sipil

untuk bersikap kritis terhadap para pemilik modal termasuk industri media.

Cita-cita membangun demokrasi ini yang dimimpikan oleh seluruh rakyat Indonesia ini, maka negara tidak boleh meninggalkan rakyatnya sebagai salah satu elemen yang sangat penting. Di sisi lain, rakyat sebagai kekuatan penyeimbang dominasi negara dan pemilik modal saat ini harus mempunyai posisi yang kuat sehingga cita-cita demokrasi tetap tegak yaitu sebuah negara yang sejahtera dan mampu melindungi hak-hak warga negaranya. Oleh karena itu, harus dibangun masyarakat madani yang kuat, mandiri, mempunyai keswadayaan, menghargai perbedaan dan saling menghormati hak-hak sesama di tengah kuatnya kekuatan kolaborasi pemilik modal dan negara.

Berkean dengan cita-cita masyarakat madani ini, terdapat beberapa pokok pikiran dari Cak Nur (Nurcholish Madjid) tentang pandangan hidup demokrasi seperti dikutip oleh Syukron Kamil (2002: 27) antara lain (1) pentingnya kesadaran kemajemukan atau pluralisme, (2) makna dan semangat musyawarah menghendaki atau mengharuskan adanya keinsyafan dan kedewasaan untuk dengan tulus menerima kemungkinan kompromi atau bahkan “kalah suara”, (3) mengurangi dominasi kepemimpinan sehingga terbiasa membuat keputusan sendiri dan mampu melihat serta memanfaatkan alternatif-alternatif, (4) menjunjung tinggi moral dalam berdemokrasi, (5) pemufakatan yang jujur dan sehat adalah hasil akhir musyawarah yang juga jujur dan sehat, (6) terpenuhinya kebutuhan pokok; sandang, pangan, dan papan, dan (7) menjalin kerjasama dan sikap yang baik antar warga masyarakat yang saling mempercayai itikad baik masing-masing. Pandangan ini sejalan dengan cita-cita ‘Aisyiyah sebagai organisasi masyarakat sipil dalam mendorong munculnya masyarakat yang kuat, kritis, mandiri baik terhadap kekuatan kolaborasi negara dan pemilik modal.

Perkembangan industri media saat ini sudah berada pada tataran cukup mengkhawatirkan untuk perkembangan anak. Anak-anak sebagai generasi penerus harus berhadapan dengan jumlah media yang semakin banyak dan beragam mulai dari televisi, internet, media media, *web 2.0*, permainan elektronik, terlebih isi media seringkali merupakan sampah (*junk food*) dan bahkan ekstrim, dalam arti sangat banyak isi media yang sebenarnya tidak diperuntukkan bagi anak-anak. Namun anak-anak mengakses dan menontonnya setiap hari tanpa sensor dan saringan. Pemilik media belum mempertimbangkan bagaimana melindungi anak-anak dari sergapan tayangan media yang datang setiap saat dan setia menemani anak-anak selama 24 jam ini. Di lain pihak, keluarga, masyarakat belum mempunyai kekritisian terhadap tayangan-tayangan media yang sebagian besar kurang mendidik dan dapat memberi pengaruh negatif terhadap perkembangan sosial dan psikologis anak-anak.

Negara yang seharusnya mempunyai kewajiban melindungi anak-anak belum maksimal menjalankan perannya. Meskipun negara sudah membuat berbagai macam UU seperti UU Penyiaran, UU Pokok Pers, UU Anti Pornografi namun pada tataran implementasi masih belum maksimal. Bahkan negara juga sudah membentuk Badan Sensor Film dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada tingkat pusat dan daerah, namun badan-badan ini seringkali menjadi macan ompong karena posisi KPI hanyalah sebagai rekomendator. Dalam kenyataannya KPI sudah banyak membuat rekomendasi-rekomendasi untuk stasiun-stasiun televisi dikarenakan berbagai pelanggaran isi tayangannya, namun sanksi yang diberikan tidak tegas dan sulit sekali memberikan efek jera pada media. Contoh kasus yang paling menonjol adalah kasus Empat Mata yang saat ini sudah berganti dengan Bukan Empat Mata, dan kasus Silet berkenaan dengan pelanggaran dalam pemberitaan bencana Merapi. Dalam hal ini ketika Empat Mata dianggap melanggar aturan dan kemudian di beri teguran oleh KPI, maka yang terjadi hanyalah penggantian nama programnya dan tetap ditayangkan.

Selama ini berbagai pelanggaran yang menyangkut hak-hak anak-anak untuk mendapatkan hiburan yang baik dan sehat, informasi yang baik dan sehat, masih belum mendapat perhatian yang memadai dari negara. Kondisi ini ditunjukkan dengan masih banyaknya tayangan hiburan untuk anak-anak yang penuh dengan muatan kekerasan, tidak ada kode klasifikasi siaran televisi untuk anak-anak atau orang dewasa, tayangan iklan yang menggunakan anak-anak namun bukan produk untuk anak-anak. Belum lagi fenomena kapitalisasi media yang ditunjukkan dengan minimnya persentase tayangan televisi untuk program anak-anak yang bersifat mendidik. Regulasi tentang penjualan media (kaset VCD, majalah) yang tidak diperuntukkan bagi anak-anak pun dapat dikatakan tidak ada selain hanya bentuk-bentuk razia yang bersifat reaktif.

Berkaca pada permasalahan-permasalahan tersebut, 'Aisyiyah sebagai gerakan masyarakat sipil merasa terpanggil untuk terus berkomitmen mendorong munculnya kesadaran kritis warga masyarakat baik melalui keluarga maupun komunitas untuk "melawan" dominasi kekuatan kapitalisme media dan "mendorong" perlindungan negara terhadap hak-hak anak. Masyarakat harus berdaya dan kritis ketika berhadapan dengan kekuatan modal karena pada saat yang sama tidak bisa mengharapakan hak perlindungan dari negara, termasuk perlindungan hak anak. Sejak awal berdirinya 'Aisyiyah memang secara khusus telah mempunyai perhatian terhadap anak-anak, dan salah satunya melalui pendirian TK di awal abad ke 20 yang diberi nama Frobel. Saat ini salah satu bentuk perhatian terhadap anak-anak diwujudkan dalam bentuk program literasi media untuk 13.000 PAUD/TK 'Aisyiyah yang tersebar di seluruh Indonesia.

PERILAKU ANAK TERHADAP MEDIA

Kehidupan anak-anak begitu dekat sekali dengan media. Anak-anak merupakan generasi *screen culture* (generasi layar). Mulai dari layar televisi, layar komputer maupun layar telepon genggam. Media telah menggeser peran orangtua dan lingkungan sosial dalam hal berinteraksi, berkomunikasi dan menanamkan nilai-nilai kehidupan. Anak-anak begitu lekat dan dekat dengan layar-layar tersebut. Anak-anak telah menghabiskan sebagian besar waktunya untuk berinteraksi dengan beragam layar tersebut baik untuk menonton televisi, bermain *games*, berselancar di internet atau menikmati teknologi *web 2.0* untuk berinteraksi dengan teman-temannya di dunia maya.

Waktu yang dihabiskan anak-anak di depan layar cukup banyak bahkan sebagian besar overdosis! Rata-rata anak menonton televisi 4-5 jam per hari. Jumlah tersebut membengkak ketika hari libur (penelitian YPMA, 2005 tidak dipublikasikan). Padahal jumlah maksimal menonton televisi adalah 2 jam sehari. Jumlah jam anak-anak terpapar televisi lebih banyak dibandingkan dengan jam belajar di sekolah. Angka ini hanya berurusan dengan media televisi, belum lagi jika anak-anak kecanduan bermain *games*, situs jejaring sosial baik Facebook, My Space maupun Twitter.

Televisi dan anak-anak seperti *tube to glue*. Anak-anak sedemikian lengket dan dekatnya dengan televisi. Dalam perilaku keseharian, jika anak-anak sedang di depan televisi, mereka amat susah beranjak dari tempat duduknya bahkan mengabaikan lingkungan sekitar seperti panggilan orangtua, belajar, beribadah dan membantu pekerjaan rumah. Mereka betah berjam-jam di televisi dengan memegang *remote* di tangan, sambil memindah-mindahkan *channel*. Anak-anak dalam menonton televisi bukan semata-mata ingin menyaksikan acara yang disukainya, namun sebagian besar karena ingin menghabiskan waktu (hasil FGD guru dan orangtua, 'Aisyiyah, 2008). Mereka akan terus mencari-cari dari satu saluran ke saluran lain untuk menonton acara yang disukai mereka. Kondisi ini menyebabkan jam menonton televisi cukup besar.

Sebagian besar keluarga yang belum memiliki pemahaman pentingnya mengatur pola menonton televisi ini, membiarkan anak-anaknya berinteraksi dengan televisi selama berjam-jam asalkan anak-anak tidak rewel. Mereka sudah membiasakan anak-anaknya menonton televisi ketika masih bayi misalnya sambil menyusui, ibu-ibu asyik menonton televisi, sambil menyuapi anak-anaknya yang masih balita, ibu-ibu "meletakkan" anak-anak mereka di depan televisi. Tidak sedikit keluarga yang menjadikan televisi sebagai pengasuh anak-

anak mereka ketika masih balita bahkan sampai mereka tumbuh menjadi anak-anak dan remaja (FGD guru dan orangtua, 'Aisyiyah, 2008)

Dosis berlebihan menonton televisi berbanding lurus dengan jumlah perilaku buruk yang ditonton anak di televisi. Anak-anak menonton acara yang sebagian besar tidak diperuntukkan bagi anak-anak; dan bahkan ketika stasiun televisi menyasar acara untuk anak-anakpun, belum tentu baik untuk anak-anak. Sebagai misal, banyak film kartun yang bermuatan kekerasan seperti: *One Piece*, *Naruto*, *Power Rangers*, *Tom and Jerry* dan *Bernard*. Pangsa pasar film kartun ini adalah anak-anak, namun sesungguhnya semua film-film ini bermuatan kekerasan baik kekerasan verbal maupun kekerasan fisik. Namun anak-anak dan orangtua kurang menyadari bahaya menonton adegan yang bermuatan kekerasan secara terus menerus. Penelitian tentang korelasi antara dampak televisi dan kekerasan pernah dipopulerkan oleh George Garbner (West, 2000: 81). Demikian halnya penelitian yang dilakukan Bandura membuktikan bahwa anak-anak meningkatkan tingkat agresivitasnya setelah menonton adegan yang penuh dengan kekerasan (Surbakti, 2008: 144).

Selanjutnya, karena anak terbiasa menonton televisi tanpa perencanaan maka mereka akan memindah-mindahkan saluran televisi sesukanya. Anak-anak dihadapkan dengan tayangan-tayangan yang belum layak dikonsumsi oleh anak-anak seusia mereka seperti: *infotainment*, berita kriminal, musik orang dewasa, sinetron dan tayangan mistis. Sehingga anak-anak mendapatkan informasi dan hiburan yang tidak sesuai dengan usia mereka. Kondisi ini akan menyebabkan kerancuan dalam pikiran karena anak-anak merupakan peniru yang handal.

Fenomena serupa juga terjadi ketika anak-anak berhadapan dengan internet. Di mana kemudahan anak-anak mengakses internet melalui telepon genggam dan warnet yang sudah merambah di kota-kota kecil, memberikan peluang bagi anak-anak untuk mengakses internet tanpa pengawasan orangtua dan bekal keterampilan yang minim ketika berhadapan dengan media. Melalui internet anak-anak bermain *games* online atau berinteraksi dengan menggunakan situs jejaring sosial seperti Facebook, My Space atau Twitter. Mereka sering lupa waktu dibuatnya. Apalagi saat ini teknologi *web 2.1* sudah diaplikasikan pada telepon genggam sehingga mudah dibawa ke mana-mana dan dapat dilakukan di ruang-ruang pribadi, bahkan dibawa di dalam kelas. Ketika guru asyik menerangkan pelajaran anak-anak justru asyik *chatting*, mengubah status Facebook atau Twitter.

Internet memang sangat dekat dengan dunia pornografi baik berupa berita, gambar maupun iklan. Jika kita membuka situs dalam internet akan dengan sangat mudah kita temui gambar-gambar perempuan maupun laki-laki dengan

pakaian yang sangat minim dan seksi. Padahal anak-anak belum sepatasnya menonton gambar-gambar seperti itu. Karena kurang tahu anak-anak sering menjadi korban pornografi. Salah satu contoh adalah ketika kasus video porno yang diduga artis Luna Maya, Cut Tari dan Ariel Peterpan beredar. Dalam hitungan jam, begitu ada pemberitaan tentang peredaran video itu di media massa dan internet, video tersebut sudah berada dalam genggaman anak-anak tanpa sepengetahuan orangtua mereka. Para pemilik industri pornografi, ternyata seringkali menggunakan kata kunci yang sangat dekat dengan bahasa anak, misalnya Barbie, Nintendo, Lalat, Mawar Melati, Disney, Levis, Toys sehingga tanpa sadar anak-anak mudah tersambung dengan saluran pornografi (Hastuti, 2011).

Perilaku anak-anak yang cukup mengkhawatirkan juga berkaitan dengan penggunaan permainan digital (*games*). Beragam permainan digital membuat anak kecanduan. Apalagi kehadiran permainan online membuat anak merasa punya lawan bermain meski virtual. Perkelahian dan kompetisi dalam permainan online membuat anak-anak terus ingin memainkannya sampai mereka bisa menang. Meski ada permainan kreativitas namun sebagian besar permainan sarat adegan kekerasan bahkan pornografi. Adegan kekerasan seperti menendang, mencekik, menembak bahkan membunuh lawan muncul dengan frekuensi yang tinggi, seakan-akan menjadi sesuatu yang biasa dalam sebuah permainan digital.

Masa kanak-kanak adalah waktu pembentukan sosio kognitif dan emosional (referensi). Pada proses ini anak-anak melakukan negosiasi dan renegotiasi nilai-nilai dan perilaku yang dipelajarinya dari lingkungan sekitar termasuk dari media. Jadi dalam hal ini media memegang peran yang cukup penting dalam proses perkembangan konsep diri pada anak-anak. Anak-anak cenderung menginternalisasi pesan-pesan media dan mengintegrasikannya pada pembentukan diri. Jika media seringkali menyajikan tokoh-tokoh yang antagonis yang menggunakan cara-cara kekerasan dan pelanggaran norma maka anak-anak mudah menirunya.

PROGRAM LITERASI MEDIA 'AISYIYAH

Dalam sebuah masyarakat, ketika media menjadi bagian penting dari sebuah sistem sosial politik termasuk mempengaruhi sistem demokrasi dalam negara dan masyarakat maka pendidikan literasi media merupakan sebuah keniscayaan. Centre for Media Literacy (2003) menyebutkan bahwa gerakan literasi media merupakan sebuah upaya yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat

khususnya khalayak media agar mempunyai keterampilan mengevaluasi dan berpikir kritis terhadap isi media. Beberapa keterampilan dan sikap kritis ini antara lain sebagai berikut.

1. Khalayak media memiliki kemampuan untuk mengkritik media.
2. Khalayak media memiliki kemampuan memproduksi media sendiri dan mereka mengkonsumsinya.
3. Khalayak memiliki kemampuan untuk mengajarkan tentang media, yaitu apakah media, bagaimana dampak buruk dan baiknya media dan bagaimana mensikapi media.
4. Khalayak mempunyai kemampuan untuk mengeksplorasi sistem pembuatan media.
5. Khalayak memiliki kemampuan untuk mengeksplorasi berbagai posisi media yang sebenarnya bukan sebagai sebuah sistem yang netral dan bebas dari kepentingan.
6. Khalayak mempunyai kemampuan untuk berpikir kritis terhadap isi media.

Jadi singkatnya literasi media ini adalah pendidikan yang mengajari khalayak media agar memiliki kemampuan menganalisis pesan media, memahami bahwa media memiliki tujuan komersial/bisnis dan politik sehingga mereka mampu bertanggungjawab dan memberikan respon yang benar ketika berhadapan dengan media.

‘Aisyiyah sejak tahun 2007 mengembangkan literasi media memberikan pendidikan literasi media yang terintegrasi melalui sekolah, keluarga dan komunitas. Program ini diintegrasikan dalam kegiatan pelatihan di Pendidikan Anak Usia Dini (Kelompok Bermain dan TK), SD, SMP, SMA, pengajian, Posyandu, arisan dan kelompok PKK.

Salah satu program nasional ‘Aisyiyah adalah keluarga sakinah. Keluarga sakinah menganjurkan keluarga untuk membentengi anak-anaknya dari pengaruh buruk televisi. Sekolah, keluarga dan komunitas menjadi tiga pilar yang disinergikan oleh ‘Aisyiyah dalam melaksanakan gerakan literasi media. Strategi sinergisitas ini penting karena pendidikan bermedia yang disampaikan guru di rumah harus didukung oleh keluarga dan komunitas sehingga dapat membentuk perilaku anak. Sekolah mengajarkan dasar-dasar literasi media, keluarga menerapkan aturan akses media di rumah sedangkan komunitas menyediakan kegiatan alternatif bagi anak.

Beberapa usulan dari kegiatan komunitas antara lain aturan jam belajar dan menonton televisi, membuat taman bermain, Tempat Pendidikan Al Quran dan perpustakaan. Gerakan di komunitas yang dirintis oleh ‘Aisyiyah ini bernama

Qoryah Thayyibah (QT). Salah satu indikator Komunitas QT ini tercipta jika suatu masyarakat mampu memanfaatkan teknologi dan informasi yang ada untuk kemajuan dan kemakmuran masyarakat.

Aisyiah memberikan pelatihan literasi media untuk guru-guru PAUD, SD, SMP dan SMA dilatih tentang pendidikan literasi media. Mereka dilatih secara berkelompok sesuai dengan jenjang sekolah. Hal ini dilakukan karena sistem integrasi pendidikan media berbeda di setiap jenjang pendidikan. Mereka diharapkan mampu mengimplementasikan literasi media dalam proses belajar mengajar di sekolah. Selain mengajarkan di sekolah, para guru juga melakukan sosialisasi pendidikan literasi media ini kepada orangtua murid.

Selain itu 'Aisyiyah juga memberi pelatihan untuk *mubhalighat-mubhalighat*. Selanjutnya mereka akan menyampaikan materi literasimedia kepada komunitasnya melalui kelompok pengajian, PKK, arisan dan Posyandu.

Model yang dikembangkan oleh 'Aisyiyah ini sejalan dengan konsep pendidikan media yang telah dituangkan dalam Deklarasi UNESCO tahun 2006 yang menjelaskan antara lain sebagai berikut.

Pentingnya mendorong program pendidikan media secara komprehensif dari prasekolah sampai dengan universitas termasuk pendidikan orang dewasa yang bertujuan mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang mendorong kesadaran kritis dan melahirkan kompetensi di kalangan masyarakat dalam hal ini pengguna media.

Mengembangkan pelatihan untuk para guru dan tokoh masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terhadap media, dan melatih mereka dengan metode pengajaran yang tepat, yang memperhitungkan penguasaan yang sudah dimiliki namun masih bersifat fragmentaris terhadap media yang dimiliki banyak siswa.

PENGEMBANGAN LITERASI MEDIA MELALUI PAUD

Secara khusus 'Aisyiyah memberikan pelatihan literasi media untuk guru TK/PAUD. Program ini dilaksanakan bekerjasama dengan YPMA Jakarta. Pada awal kegiatan, kegiatan pembelajaran literasi media ini dilakukan di 12 PAUD atau TK di kabupaten Klaten, kabupaten Wonosobo dan kota Yogyakarta. Program ini dilakukan melalui beberapa tahap kegiatan seperti *need assessment*, *pra test* dan *post test*, pelatihan (ceramah, diskusi dan *micro teaching*).

Need assesment ini bertujuan untuk menggali bagaimana perilaku anak-

anak dalam menggunakan media dan kebutuhan pelaksanaan pendidikan media di PAUD/TK. Metode yang digunakan melalui *focus group discussion* (FGD) guru PAUD dan orangtua siswa. Melalui FGD guru dan orangtua siswa PAUD, ingin diperoleh gambaran mengenai permasalahan yang menurut mereka mendesak, gambaran mengenai interaksi anak dan media (terutama televisi), dan bagaimana isu baru dapat dimasukkan dalam PAUD. Selanjutnya, untuk mengukur keberhasilan pelaksanaan program ini dilaksanakanlah *pre test* dan *post test* untuk para guru terlibat dalam kegiatan dari 12 PAUD/TK dalam pelaksanaan pembelajaran literasi media.

Materi pelatihan disusun dalam bentuk modul yang dikembangkan melalui workshop dan uji coba. Tahap uji coba perlu dilakukan untuk mendapatkan masukan dan strategi yang lebih operasional mengenai materi Pendidikan Media untuk guru PAUD dan sosialisasi bagi orangtua siswa. Modul yang telah disusun selanjutnya diujicobakan ke dua sekolah PAUD di Jakarta dan Yogyakarta. Uji coba dilaksanakan di sekolah yang tidak akan mengimplementasikan modul ini. Tahap uji coba digunakan sebagai bahan perbandingan untuk mengukur keberhasilan model ini sebelum dilaksanakan di 12 PAUD/TK. Hasil dari ujicoba adalah penyempurnaan modul pendidikan media untuk guru-guru PAUD/TK.

Setelah modul selesai disusun, kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pembelajaran media kritis untuk guru-guru. Adapun tujuan dari pelatihan ini (1) meningkatkan pemahaman guru-guru PAUD sebagai kelompok sasaran program tentang pentingnya pendidikan melek media untuk anak-anak PAUD, (2) meningkatkan pengetahuan guru PAUD tentang perilaku anak terhadap media dan dampak media terutama televisi terhadap perkembangan anak usia dini, dan (3) meningkatkan ketrampilan guru PAUD tentang strategi pendidikan media untuk anak-anak PAUD.

Materi yang disampaikan pada hari pertama pelatihan adalah pola konsumsi media oleh anak, dampak media terhadap anak dan pengaturan konsumsi media. Metode pelatihan yang digunakan adalah ceramah dan diskusi kelompok. Pada sesi dampak media, peserta diminta berdiskusi untuk membuat daftar dampak positif dan negatif media.

Selanjutnya pelatihan pada hari kedua, diawali dengan materi tentang bagaimana media bekerja, menggunakan isi media massa sebagai sumber belajar, dan pengenalan berbagai alat bantu mengajar pendidikan media. Pada sesi ini setiap sekolah diberi satu buah paket alat peraga pendidikan media sebagai alat bantu pembelajaran. Untuk memberikan gambaran tentang pelaksanaan pendidikan media ini, diadakan sesi berbagi pengalaman pengajaran pendidikan media di sekolah dasar yang telah dilaksanakan di Jawa Timur.

Pelatihan hari ketiga adalah *micro teaching* yang dibagi menjadi dua sesi. Sesi pertama dengan tema “Pengaturan Jam Menonton TV”. Sedangkan sesi kedua bertemakan “Pengaturan Isi Media”. Hasil pengamatan melalui *micro teaching* ini ternyata para peserta sudah cukup paham mengenai bagaimana cara memberikan pendidikan *media literacy* kepada anak-anak. Setelah selesai pelaksanaan *micro teaching* dilanjutkan dengan evaluasi pelatihan, *post test*, dan menyusun rencana aksi.

IMPLEMENTASI PENDIDIKAN MEDIA DI PAUD/TK

Setelah mengikuti pelatihan, para guru PAUD/TK mengimplementasikan pembelajaran literasi media pada murid-muridnya. Dalam proses penerapan pembelajaran pendidikan media ini, para guru dibekali beberapa alat peraga pembelajaran seperti poster, majalah KIDIA dari YPMA Jakarta, klasifikasi tontonan (lihat kotak) dan permainan ular tangga edukatif. Selain itu para guru diharapkan mengembangkan secara mandiri alat peraga untuk mempermudah proses pembelajaran di kelas.

Dalam praktik pembelajaran media di kelas, meskipun belum terencana secara sistematis di dalam kurikulum, metode pembelajaran adalah dilakukan secara mandiri dan integrasi. Salah satu metode mandiri yang dikembangkan dengan memutar CD mengajarkan melalui lagu, cerita dan pesan. Penggunaan model yang mandiri lebih mudah dilaksanakan di PAUD dikarenakan tidak sedemikian terikat pada aturan kurikulum, seperti misalnya yang dilaksanakan di PAUD Mutiara Bangsa dan PAUD Ceria Wonosobo.

Sedangkan untuk model integrasi ini, model pembelajarannya diintegrasikan dengan pembelajaran di kelas dengan metode bercakap-cakap yaitu menanyakan kepada anak-anak tentang sebuah acara televisi atau perilaku menonton televisi di rumah. Hal tersebut dilaksanakan di TK ABA di kabupaten Wonosobo. Sementara untuk TK ABA di Kota Yogyakarta, pelaksanaan KBM pendidikan media dilaksanakan secara terintegrasi dan mandiri. Untuk yang terintegrasi misalnya dalam pemberian materi tentang pancaindra, anak-anak dilarang menonton TV terlalu lama karena dapat merusak mata. Tema komunikasi selanjutnya guru menyediakan alat peraga untuk didiskusikan bersama dengan anak-anak. Selain itu juga dalam bentuk pengembangan pembiasaan, bahasa, kognitif, seni dan fisik motorik yang merupakan bagian dari materi topik komunikasi.

Untuk TK A dan B, materi literasi media disampaikan dengan metode berbeda dengan PAUD. Metode yang digunakan ceramah, diskusi dan bermain

peran dengan menggunakan media poster dan memutar film dan mendiskusikannya, bernyanyi, bercerita, bercakap-cakap, kliping, mewarnai dan sosio drama. Selama 1 semester jumlah waktu yang digunakan untuk pembelajaran pendidikan media di kelas antara 15-30 menit sebanyak 6 kali, 14 kali, 10 kali dan 24 kali pertemuan, tergantung pada kondisi. Proses pembelajaran media dengan melibatkan berbagai metode partisipatif mendorong anak aktif di kelas. Apalagi materi yang disampaikan sesuai dengan apa yang dilihat dan dialami masing-masing murid.

Berdasarkan pada pemantauan yang dilakukan oleh guru, setelah menerima pendidikan literasi media di kelas, anak-anak sudah mulai mengurangi jam menonton televisi, meskipun belum ada yang kurang dari 2 jam. Anak-anak sudah bisa memilih acara yang boleh ditonton dan tidak boleh ditonton, meskipun kadang anak masih menonton program orang dewasa. Khusus untuk PAUD Mutiara Bangsa dan PAUD Ceria kabupaten Wonosobo, para guru masih kesulitan mengatur anak-anak dalam menonton televisi karena kondisi lingkungannya. Pekerjaan orangtua yang sebagian besar petani, jauh dari kota dan tidak ada hiburan, menyebabkan TV menjadi hiburan satu-satunya bagi mereka. Kebiasaan orangtua menonton televisi mendorong anak-anak ikut menonton tayangan orang dewasa.

Agar proses pembelajaran literasi media ini berjalan dengan lebih baik, para guru juga berkomunikasi dengan guru dan wali/orangtua murid melalui pertemuan khusus mengenai pembiasaan anak dalam menonton televisi. Tanggapan orangtua terhadap pertemuan ini cukup beragam, ada yang cukup antusias namun ada juga yang tidak menanggapi dan hanya mengutus PRT nya menghadiri acara karena kesibukan bekerja. Padahal hal ini penting untuk mempersiapkan anak-anak menghadapi gempuran media.

Proses pendidikan media ini masih mengalami beberapa hambatan seperti kekurangan alat peraga, pemahaman guru yang kurang komprehensif, kesadaran orangtua yang masih rendah. Oleh karena itu para guru meminta dukungan data mengenai klasifikasi program televisi dan peningkatan frekuensi pelatihan untuk guru.

MASA DEPAN GERAKAN SINERGIS

Komitmen 'Aisyiyah untuk mengkampanyekan media yang sehat untuk keluarga terutama anak-anak melalui gerakan yang sinergis di sekolah, keluarga dan komunitas ini didasarkan pada keyakinan bahwa perkembangan media

merupakan sebuah keniscayaan dan tidak mungkin mengisolasi anak-anak dari media. Secara internal gerakan pendidikan literasi media ini sejalan dengan misi dakwah 'Aisyiyah untuk melindungi anak-anak dari dampak buruk tayangan-tayangan media termasuk internet yang didasarkan pada Al Qur'an, surat An Nisa ayat 9 yang menyatakan: *Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap kesejahteraan mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.*

Dosis berlebihan mengkonsumsi media membuat anak-anak menjadi malas, konsumtif, hedonis dan tidak kreatif. Padahal Islam jelas memerintahkan umatnya untuk tidak meninggalkan generasi yang lemah. Melalui literasi media 'Aisyiyah berkomitmen melindungi anak-anak dari gempuran pengaruh buruk media.

DAFTAR PUSTAKA

- Hikam, AS (2000), *Islam, Demokrasi dan Pemberdayaan Civil Society*, Erlangga, Jakarta
- Kamil, Syukron (2002), *Islam dan Demokrasi : Telaah Historis dan Konseptual*, Gaya Media Pratama, Jakarta
- Mc Quail, Dennis (1987) *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, Erlangga, Jakarta
- Nur Rochimah, Tri Hastuti (2011), *Pendidikan Media Literasi di Indonesia*, Rumah Sinema dan UII, Yogyakarta
- Nur Rochimah, Tri Hastuti dan Junaedi, Fajar (2008), *Panduan Media Literasi*, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pimpinan Pusat 'Aisyiyah dan Departemen Pendidikan Nasional
- Surbakti, (2008), *Awas Tayangan Televisi, Tayangan Televisi dan Kekerasan Mengancam Anak Anda*, Elex Media Komputindo, Jakarta
- West, Richard (2000) *Introducing Communication Theory : Analysis and Application*, Mc Graw Hill
- KIDIA, Majalah, Diterbitkan YPMA dan Unicef, 2008
- http://www.media_awareness.ca/english/teachers/media_literacy/key_concept.cfm.
- Laporan Program Pendidikan Media Literasi, kerjasama LPPA dan YPMA dengan dukungan dana Unicef, 2009 (tidak dipublikasikan)

CONTOH PRE DAN POST TEST

1. *Apakah media massa (TV, surat kabar, majalah, film, VCD/DVD, video games, internet, dll.) bermanfaat atau merugikan untuk anak?*
2. *Apakah semua orang dapat memanfaatkan media untuk sumber belajar?*
3. *Dari sekian banyak media massa, mana yang paling banyak menimbulkan masalah bagi anda dalam kaitannya dengan anak-anak?*
 - a. *Internet*
 - b. *Handphone*
 - c. *Televisi (umum dan TV Kabel)*
 - d. *Video game*
 - e. *VCD/DVD film*
 - f. *Majalah*
 - g. *Komik*
 - h. *Lain-lain:*
4. *Dapatkah ibu menyebutkan 5 acara TV yang baik untuk anak usia dini?*
 - a.
 - b.
 - c.
 - d.
 - e.
5. *Apakah ibu mengetahui beberapa judul videogames yang aman untuk anak usia dini?*
 - a.
 - b.
6. *Apakah pantas atau tepat bila di sekolah dibahas mengenai isi tayangan TV atau isi media yang lain? Mengapa?*

.....

.....

.....
7. *Berapa lama sebaiknya anak usia dini menonton TV dalam sehari?*
8. *Kalau isi media dibagi dalam 3 kelompok : aman, hati-hati, dan bahaya, maka ciri-ciri dari masing-masing kelompok tersebut adalah :*
 - a. *Aman: bila isinya*
Maka sebaiknya anak-anak
 - b. *Hati-hati: bila isinya*
Maka sebaiknya anak-anak
 - c. *Bahaya: bila isinya*
Maka sebaiknya anak-anak

KLASIFIKASI DAFTAR ACARA ANAK DI TELEVISI¹

KATEGORI HIJAU (AMAN) adalah kategori tayangan yang bukan hanya menghibur bagi anak, namun juga memberikan manfaat lebih, seperti pendidikan, memberikan motivasi, mengembangkan sikap percaya diri anak, dan penanaman nilai-nilai positif dalam kehidupan. Nilai-nilai yang sering ditampilkan beberapa di antaranya adalah persahabatan, penghargaan terhadap diri sendiri dan orang lain, kejujuran, dan lain-lain. Sekalipun dikatakan "Aman", sebaiknya orangtua tetap melakukan pendampingan untuk membantu anak-anak memahami berbagai hal, dan memberi penekanan pada hal-hal positif agar dapat lebih dipahami dan diingat anak. Pendampingan juga diperlukan untuk meningkatkan kedekatan orangtua dan anak.

- *Cerita Anak, TVRI Senin-Jumat 08.00-08.30*
 - *Berita Anak, TVRI Minggu 08.00-08.30*
 - *Disney Clubhouse: Mickey Mouse, RCTI Sabtu 07.30- 08.00*
 - *Disney Clubhouse: My Friends Tigger & Pooh, RCTI Sabtu 08.00-08.30*
 - *Disney Clubhouse: Little Einsteins, RCTI Minggu 07.30- 08.00*
 - *Audisi Aksi Anak Bangsa, RCTI Senin-Rabu 13.00-15.00*
 - *Eliminasi Anak Bangsa, RCTI Kamis dan Jumat 13.00- 14.30*
 - *Si Kecil Berhati Besar, RCTI Senin-Jumat 17.30-18.00*
 - *Disney Club, TPI Senin-Sabtu 15.00-16.00*
 - *Upin & Ipin dan Kawan kawan, TPI Senin-Jumat 19.00- 19.30, Minggu 08.30-09.00 dan 19.30-20.00*
 - *Penjelajah Cilik, TPI Sabtu 16.00-16.30*
 - *Curious Gerorge, AnTV Senin-Jumat 06.30-07.00*
 - *Land Before Time, AnTV Senin-Jumat 07.00-07.30*
 - *Cerdik, AnTV Sabtu 08.00-08.30*
 - *Moucil Ya Iyalah, AnTV Minggu 08.00-08.30*
 - *Sahabat JP, Trans TV Sabtu 15.30-16.00*
 - *Jalan Sesama, Trans7 Senin-Jumat 05.30-06.00 dan Minggu 05.30-06.00*
 - *Dongeng di Dunia Buah buahan, Trans7 Senin-Jumat 11.00-11.30*
 - *Bocah Petualang, Trans7 Senin-Jumat 12.30-13.00*
 - *Laptop Si Unyil, Trans7 Senin-Jumat 13.00-13.30*
 - *Cita citaku, Trans7 Senin-Jumat 13.30-14.00*
 - *Ayo Menyanyi, Trans7 Senin 14.00-14.30*
 - *Kuas Ajaib, Trans7 Senin 14.30-15.00*
 - *Homestay, Trans7 Senin 15.00-15.30*
 - *Dunia Air, Trans7 Selasa-Jumat 14.00-14.30*
 - *Dunia Binatang, Trans7 Selasa-Jumat 14.30-15.00*
 - *Koki Cilik, Trans7 Selasa-Jumat 15.00-15.30*
 - *Opera Anak, Trans7 Sabtu 10.00-11.00*
 - *Si Bolang Jalan jalan, Trans7 Sabtu -Minggu 12.30- 13.00*
 - *Buku Harian Si Unyil, Trans7 Sabtu dan Minggu 13.00- 13.30*
 - *Dora The Explorer, Global TV Senin-Jumat 05.00- 05.30 dan Minggu 05.00-05.30*
1. *Dibuat oleh YPMA Jakarta*

- *Chalkzone, Global TV Senin-Minggu 05.30-06.00*
- *Handmade, Global TV Senin-Kamis 15.00-15.30*
- *Bonar Sang Pendongeng, Global TV Jumat 15.00-15.30*

KATEGORI KUNING (HATI-HATI). Tayangan yang masuk dalam kategori ini relatif seimbang antara muatan positif dan negatifnya. Seringkali isi media yang masuk dalam kategori ini memberikan nilai hiburan serta pendidikan dan nilai-nilai positif, namun juga dinilai mengandung muatan negatif, seperti kekerasan, mistis, seks dan bahasa kasar yang sekalipun tidak dominan. Pendampingan lebih diperlukan pada anak yang mengkonsumsi media dengan isi yang masuk dalam kategori ini, karena anak-anak membutuhkan orangtua untuk memberikan pemahaman penekanan yang baik mengenai muatan positif dan negatif yang ditampilkan. Orangtua diharapkan dapat membantu anak untuk mencontoh hal-hal yang positif dan menghindari muatan negatif dalam kehidupan nyata.

- *Doremon, RCTI Minggu 08.00-08.30*
- *Bernard Bear, TPI Senin-Rabu 18.00-19.00, Kamis dan Jumat 18.30-19.00, Sabtu dan Minggu 18.00-18.30*
- *Little Krishna, TPI Selasa-Kamis 19.30-20.00, Sabtu 18.30-19.30, Minggu 20.00-21.30 4.*
- *Petualangan Didi Tikus, TPI Minggu 18.30-19.30*
- *New Scooby Doo Mysteria, TPI Senin-Jumat 06.00-06.30*
- *Bima Sakti, TPI Senin-Jumat 07.30-08.00 7.*
- *Yu Gi Oh, Indosiar Minggu 06.30-07.00 8.*
- *Bakugan Battle Brawles: New Vestoria, Indosiar Minggu 07.30-08.00*
- *Kamen Rider, Indosiar Minggu 08.30-09.00 10.*
- *Power Rangers Jungle Fury, Indosiar Minggu 09.00-09.30*
- *The Batman, Trans7 Senin-Rabu 05.00-05.30 12.*
- *Batman The Brave & The Bold, Trans7 Kamis dan Jumat 05.00-05.30*
- *Scooby Doo Where Are You, Trans7 Sabtu 04.30-05.00*
- *Spongebob Squarepants, Global TV Senin-Jumat 06.00-07.30, Senin-Minggu 17.00-18.00, Sabtu dan Minggu 06.00-08.00*
- *Fanboy & Chum chum, Global TV Senin-Jumat 07.30- 08.00, Sabtu 18.00-18.30, Minggu 18.00-19.00*
- *Avatar The Legend Of Aang, Global TV Senin-Jumat 08.00-09.00*
- *The Penguin of Madagascar, Global TV Senin-Jumat 09.00-09.30, Sabtu dan Minggu 08.00-09.00 18.*
- *Vicky & Johnny, Global TV Sabtu dan Minggu 16.30-17.00*

BERBAHAYA (MERAH). Isi media yang masuk dalam kategori ini adalah adalah isi yang mengandung jauh lebih banyak muatan negatifnya, seperti kekerasan, mistis, seks, bahasa kasar, ataupun cerita yang rumit dibanding muatan positifnya. Muatan negatif dalam tayangan yang masuk dalam kategori ini frekuensi kemunculannya cukup tinggi, sehingga keberadaannya bukan lagi dimaksudkan untuk mengembangkan cerita, namun sudah menjadi inti atau bagian utama. Acara TV seperti ini jelas tidak disarankan untuk disaksikan

oleh anak. Bila pun anak sudah cukup besar, kami menyarankan pendampingan orangtua dilakukan untuk membentengi anak dari efek negatif yang ditampilkan oleh tayangan tersebut.

- *Crayon Shin Chan, RCTI Minggu 08.30-09.00*
- *Cinta Juga Kuya, SCTV Selasa dan Rabu 16.00-16.30, Rabu 17.30-18.00.*
- *Bleach 3, Indosiar Minggu 07.00-07.30 4. Blue Dragon 2, Indosiar Minggu 08.00-08.30*
- *Dragon Ball Z, Indosiar Minggu 09.30-10.00 6.*
- *Tom & Jerry, Trans7 Senin-Jumat 10.30-11.00*
- *Naruto, Global TV Senin-Rabu 18.00-19.00*
- *Silat Kids, Global TV Senin-Selasa 19.00-20.00.*

LITERASI MEDIA BERBASIS KOMUNITAS

LILIEK BUDIASTUTI WIRATMO¹

ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membawa perubahan besar pada kemudahan kita memperoleh informasi dan hiburan. Serbuan beragam konten yang ditawarkan berbagai pengelola media membawa berbagai implikasi positif dan negatif bagi publik. Di satu sisi kehadirannya memberi banyak pilihan dan kemudahan memperoleh informasi dan hiburan. Di sisi lain muncul kekhawatiran akan dampak negatif perkembangan tersebut, terutama pada anak-anak dan remaja secara psikologis belum memiliki kematangan memadai. Persoalannya, banyak orang dewasa yang diharapkan dapat mengedukasi mereka belum memiliki pengetahuan yang memadai. Perbedaan latar belakang publik pengakses media membedakan kemampuannya memilih dan memahami berbagai konten yang ditawarkan. Oleh karena itu, diperlukan upaya agar masyarakat lebih berdaya menghadapi dan memfilter diri dari pengaruh negatif media melalui gerakan pendidikan literasi media atau keaksaraan media. Salah satu sasaran strategis gerakan literasi media adalah komunitas yang terbentuk karena adanya kesepakatan bersama atas kesamaan latar belakang, kepentingan, maupun tujuan. Tulisan ini akan memaparkan tentang apakah gerakan literasi media, bagaimana memberdayakan komunitas sebagai salah satu ujung tombak gerakan literasi media.

Kata-kata kunci: dampak, komunitas, literasi, media, pemberdayaan.

1. Dosen STIKOM Semarang, Peneliti LeSPI Semarang, liliekbewe@yahoo.com

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia seolah mengalami “serbuan” beragam informasi saat dalam waktu singkat menghadapi serbuan berbagai teknologi informasi dan komunikasi. Ada beberapa persoalan “bermedia” yang kita hadapi. Pertama, pemahaman masyarakat yang belum belum cukup matang. Kedua, masyarakat belum dapat sepenuhnya memetik manfaat dari media konvensional seperti media cetak, radio dan televisi, telah disusul dengan perkembangan teknologi multimedia yang memungkinkan kita berselancar nyaris tanpa batas di dunia maya. Sebagai gambaran, bila di era 1990-an kita hanya disugahi tayangan kurang dari sepuluh stasiun televisi, pasca bergulirnya era reformasi jumlahnya meningkat terlebih dengan hadirnya stasiun televisi lokal yang memang diamankan undang-undang agar ada keragaman isi (*diversity of content*) dan keragaman kepemilikan (*diversity of ownership*).

Perangkat pengakses media pun makin sederhana dengan harga kian terjangkau. Dengan terus bertambahnya fitur baru yang menyatu dalam perangkat telepon seluler misalnya makin membuka akses informasi yang luas nyaris tanpa batas. Melalui alat kecil seenggaman tangan itu kita dapat memenuhi hasrat mencari informasi, dan hiburan, membangun jejaring sosial—Facebook, Twitter, Skype dan hingga menonton televisi, mendengar radio, membaca surat kabar sebagainya. Akibatnya publik terkepung dalam belantara informasi, tak hanya melalui media konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi, namun juga media baru berbasis internet yang membaurkan media konvensional dengan teknologi informatika. Ruang dan waktu menjadi sempit. Perkembangan tersebut ‘memanjakan’ publik dalam banjir informasi, sekaligus menempatkan publik dalam posisi *powerless* berhadapan dengan industri media yang *powerfull*. Media tak hanya menyajikan hal-hal positif yang mencerdaskan dan mencerahkan, namun juga dampak negatif akibat pemanfaatan informasi secara keliru.

Sayangnya fenomena ini tidak sepenuhnya disadari sebagian besar publik yang mengaksesnya. Berbagai penelitian menunjukkan belum ada pemahaman memadai tentang berbagai risiko yang ditimbulkannya serta langkah antisipatif menghadapi gempuran industrialisasi media. Penelitian tentang Perempuan dan Literasi Media yang dilakukan Wiratmo (2007) mengungkap bahwa informan yang menjadi tokoh di lingkungannya pun tak memiliki pemahaman yang memadai tentang konten beragam media (televisi, radio dan surat kabar) yang tak layak diakses anak-anak.

Masyarakat cenderung menjadi khalayak pasif yang menjadi pasar, tak han-

ya produk media itu sendiri namun juga pasar bagi iklan yang menyertai konten tertentu. Tidaklah mudah bagi publik melawan kekuatan industri media yang padat modal dan berorientasi profit. Meskipun sejak era reformasi berbagai regulasi yang didedikasikan untuk melindungi kepentingan publik dari “serbuan” media digulirkan namun tak banyak merubah sajian yang menerpa publik. Lahirnya UU pers 1999 yang dilengkapi Kode Etik Jurnalistik, Undang-undang Penyiaran lengkap dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) yang dibuat Komisi Penyiaran Indonesia, Undang-undang ITE dan lain-lain belum sepenuhnya mampu menjamin hak publik memperoleh informasi dan hiburan sehat. Sejauh ini himbauan, desakan kepada pengelola media agar peduli terhadap kepentingan publik melalui konten yang mencerdaskan belum menunjukkan perkembangan memadai.

Gerakan *media watch* (pemantauan media) yang bertujuan memberi kritik dan koreksi kepada pengelola media seolah angin lalu yang tak mampu menggoyahkan kekuatan industri. Tayangan tak layak masuk ke ruang keluarga dengan leluasa berlalu lalang. Masih lekat dalam ingatan bagaimana anak-anak menjadi korban gerakan meniru program *smackdown* di televisi. Munculnya gambar mesum yang diduga dilakukan Ariel Peterpan dengan Luna Maya dan Cut Tari pada beberapa program *infotainment* di televisi menunjukkan betapa tak terlindunginya publik dari paparan pesan media yang buruk. Teguran KPI “hanya” berlaku sesaat (dihentikan, ganti nama program). Media cetak dan radio pun tak jauh berbeda. Surat kabar, tabloid “kuning” masih bertebaran. Radio yang dikelola seadanya pun masih leluasa mengudara.

Sifat industri yang *profit oriented* menempatkan publik sebagai pasar bagi aneka konten maupun produk yang ditawarkan dalam bentuk iklan. Ketimpangan ini yang coba diinisiasi melalui literasi media untuk membangkitkan kesadaran akan hak publik. Bila literasi media dimulai sejak usia dini tentu hasilnya akan lebih optimal, namun ketika industri media berkembang pesat dan akses media kian mudah sehingga dapat menjangkau publik yang sangat luas maka literasi media harus dilakukan pada berbagai lapisan masyarakat. Berbagai riset menunjukkan anak-anak dan remaja menjadi golongan rentan terhadap dampak media, walaupun tak semua orang dewasa telah memiliki kesadaran untuk memanfaatkan media secara bijak. Dalam konteks ini orang dewasa menjadi sasaran antara yang akan memperluas penyebaran gerakan literasi media agar dapat mengedukasi diri dalam bermedia dan selanjutnya mereka dapat mengedukasi anak-anak.

Persoalannya masih sangat sedikit warga masyarakat yang sadar bahwa mereka mempunyai hak dan kewajiban untuk menjaga agar sajian media tak

membawa dampak buruk bagi kehidupannya. Oleh karenanya diperlukan langkah strategis untuk menyiapkan masyarakat sebagai pengguna informasi melalui gerakan literasi media. Literasi media merupakan langkah strategis untuk mengoptimalkan akses informasi yang membawa manfaat bagi diri, lingkungan dan kehidupan bersama dalam lingkup yang lebih luas.

LITERASI MEDIA: MEMBANGUN FILTER ATAS TERPAAN MEDIA

Literasi media kemudian menjadi kunci bagi terbentuknya masyarakat yang cerdas dan kritis sehingga tak mudah tergerus arus informasi. Berbagai langkah telah dilakukan agar publik menjadi melek media melalui berbagai cara dan sasaran khalayak, baik oleh lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi maupun kelompok-kelompok masyarakat yang peduli membangun masyarakat kritis yang cerdas memanfaatkan media.

Ada banyak definisi literasi media (*media literacy*). Potter (2001, 22) mendefinisikan literasi media sebagai seperangkat perspektif yang kita gunakan secara aktif untuk memosisikan diri terhadap media agar dapat menafsirkan makna pesan yang kita terima yang dibangun melalui struktur pengetahuan. Bertindak aktif berarti mengetahui akan adanya pesan dan secara sadar berinteraksi dengan pesan tersebut. National Telemedia Council (Potter, 2004, 25) mendefinisikan literasi media sebagai kemampuan untuk memilih, untuk memahami-dalam konteks isi, bentuk/gaya, dampak, industri dan produksi-mempertanyakan, mengevaluasi, membuat dan/atau memproduksi dan untuk merespon secara hati-hati media yang kita konsumsi. Hal ini menunjukkan kesadaran, penilaian reflektif serta kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan informasi dalam berbagai format media cetak dan noncetak.

Baran dan Davis (2009, 35) mendefinisikan literasi media sebagai kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan-pesan media. Sedangkan Office of Communication (Ofcom)—sebuah lembaga regulator dan otoritas persaingan independen untuk industri komunikasi Inggris mendefinisikan literasi media sebagai “kemampuan untuk menggunakan, memahami dan menciptakan media dan komunikasi”.

Ada dua sudut pandang tentang literasi media. Pertama, dikemukakan oleh Silverblatt (Baran dan Davis, 2009: 339), bahwa secara tradisional definisi literasi mengacu hanya untuk media cetak. Namun, saluran utama media sekarang termasuk cetak, fotografi, film, radio dan televisi. Dengan

munculnya saluran komunikasi massa ini, definisi literasi harus dikembangkan. Ia mengidentifikasi lima unsur literasi media yaitu (1) kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat, (2) pemahaman tentang proses komunikasi massa, (3) pengembangan strategi yang dapat digunakan untuk menganalisis dan membahas pesan media, (4) kesadaran bahwa isi media sebagai "teks" yang memberikan wawasan ke dalam budaya kontemporer kita dan diri kita sendiri, dan (5) penanaman pemahaman, kenikmatan yang disempurnakan, dan apresiasi terhadap isi media.

Sedangkan Potter (Baran, Davis, 2009, 339-340) menggunakan pendekatan agak berbeda yaitu dengan menggambarkan pokok-pokok gagasan mendasar yang mendukung keaksaraan media:

1. Literasi media adalah sebuah kontinum, bukan kategori. "Media literasi mesti dianggap sebagai kontinum di mana terdapat derajat atau tingkatan. ... selalu ada ruang untuk perbaikan."
2. Literasi media perlu dikembangkan. "Ketika kita mencapai tingkat kematangan intelektual, emosional, dan moral yang lebih tinggi kita mampu melihat lebih dalam pesan media. ... Pematangan itu menumbuhkan potensi kita, tetapi kita harus aktif mengembangkan keterampilan dan struktur pengetahuan untuk menunjukkan potensi tersebut."
3. Media literasi bersifat multidimensi. Potter mengidentifikasi empat dimensi literasi media. Masing-masing bergerak secara kontinum. Dengan kata lain, kita berinteraksi dengan pesan media dalam empat cara yang kita lakukan dengan berbagai tingkat kesadaran dan keterampilan, yaitu; domain kognitif mengacu pada proses mental dan pemikiran, domain emosional adalah dimensi perasaan, domain estetika mengacu pada kemampuan untuk menikmati, memahami, dan mengapresiasi isi media dari sisi artistik, domain moral yang mengacu pada kemampuan untuk menyimpulkan nilai-nilai yang mendasari pesan.
4. Tujuan dari literasi media adalah untuk memberi kita kontrol penafsiran. "Seluruh pesan media mengandung interpretasi. ... Sebuah kunci literasi media adalah bila tak terlibat mustahil pesan tujuan benar. Dengan demikian mereka 'tiada'."

Perkembangan teknologi selalu membawa perubahan pada media komunikasi massa, sehingga definisi literasi media selalu berkembang. Oleh karena itu dalam konteks ini definisi Livingstone memberi peluang lebih luas bagi perkembangan tersebut.

Sonia Livingstone (2004) dalam tulisan berjudul *What is Media Literacy?*

mendefinisikan literasi media sebagai ”kemampuan untuk *mengakses, menganalisis, mengevaluasi* dan *membuat pesan* dalam berbagai konteks”. Menurut Livingstone model empat komponen tersebut dapat diterapkan sama baiknya untuk media cetak, penyiaran dan internet. Keempatnya sangat dikenal dalam media cetak dan penyiaran, menjadi subyek berbagai kebijakan dan kurikulum pendidikan. Hal ini dapat meliputi melek internet juga.

1. *Access*

Akses ditentukan oleh suatu proses sosial yang dinamis, bukan sebuah tindakan tunggal. Setelah akses awal dilakukan, pengembangan pemahaman (literasi) membawa pengguna untuk berkembang secara signifikan dan kontinu dalam berbagai kondisi akses (*update, upgrade*, pengembangan *hardware* dan aplikasi *software*). Persoalannya adalah kesenjangan dalam materi sosial–demografis, sumberdaya sosial dan simbolik, kesenjangan dalam mengakses pengetahuan, komunikasi dan partisipasi online akan terus berlangsung.

2. *Analysis*

Keterlibatan masyarakat dalam media cetak dan audiovisual tampak dari kompetensi analitis. Pada domain audiovisual, hal ini meliputi pemahaman mengenai agensi, kategori, teknologi, bahasa, representasi dan khalayak media. Saat ini, tidak hanya masalah kemampuan analitis yang berhubungan dengan internet yang kurang berkembang, masyarakat juga belum mengembangkan berbagai kemampuan untuk memanfaatkan berbagai kesempatan yang ditawarkan media online.

3. *Evaluation*

Hanya sedikit nilai tambah dalam akses maupun analisis tanpa adanya penilaian, tetapi tekanan dalam proses evaluasi akan bertambah, beberapa kebijakan yang rumit dirumuskan sembari melakukan spesifikasi dan legitimasi yang berdasar pada literasi kritis-estetika, politis, ideologis dan ekonomis. Pandangan dan tujuan evaluasi juga menjadi perdebatan: apakah literasi media ditujukan untuk mempromosikan pendekatan demokrasi, perbedaan, anti elitis kepada representasi online, ataukah seharusnya disederhanakan menjadi lebih tradisional, hierarkis, perbedaan antara baik dan buruk, bebas atau terikat, informasi dan komunikasi?

4. *Content Creation*

Meskipun tak semua definisi literasi media mencakup kemampuan untuk menciptakan, memproduksi teks simbolik, yang pertama kali dianjurkan adalah agar masyarakat mendapatkan pemahaman mendalam mengenai aturan dan manfaat

atas materi yang diproduksi secara profesional jika mereka memiliki pengalaman langsung mengenai produksi isi, dan yang kedua, bahwa internet adalah medium yang menawarkan kesempatan yang tidak terbayangkan kepada masyarakat umum untuk memproduksi konten online. Memisahkan hal ini dari definisi literasi media akan mendegradasi potensi dan kegunaan internet bagi publik.

Konsep lain dikemukakan John J. Pungente, SJ and Martin O'Malley, McClelland & Stewart. Mereka mengemukakan tentang konsep kunci literasi media di Kanada, yaitu: media membangun realitas; khalayak menegosiasikan makna di media, pesan media memiliki implikasi komersial, pesan media mengandung pesan-pesan ideologis dan nilai; setiap media memiliki bentuk yang estetika unik; bentuk dan konten terkait erat dalam pesan media; pesan media mengandung implikasi sosial dan politik.

Idealnya, gerakan literasi media tak dapat dilakukan secara sporadis, namun harus dapat menyentuh segala lapisan masyarakat yang terpapar media. Menurut Baran dan Davis (2009, 337) gerakan literasi media didasarkan pada wawasan yang berasal dari berbagai sumber, diantaranya:

- Bisa jadi khalayak memang bertindak aktif, tetapi belum tentu mereka menyadari apa yang sebenarnya mereka lakukan dengan media.
- Kebutuhan, kesempatan, dan pilihan penonton tersebut dibatasi oleh akses terhadap media dan isi media.
- Konten media dapat secara implisit dan eksplisit memberi panduan untuk bertindak.
- Orang harus realistis menilai bagaimana interaksi mereka dengan teks-teks media dapat menentukan tujuan interaksi tersebut dapat melayani dalam lingkungan mereka. Orang memiliki kemampuan pengolahan kognitif yang berbeda, dan dapat secara radikal menunjukkan bagaimana mereka menggunakan media dan apa yang dapat mereka peroleh dari media.

Ofcom mempromosikan literasi media untuk:

- a. memberi kesempatan dan memotivasi masyarakat untuk mengembangkan kompetensi dan kepercayaan diri berpartisipasi dalam teknologi komunikasi dan masyarakat digital, dan
- b. menginformasikan dan memberdayakan masyarakat agar mampu mengelola aktifitas bermedia mereka (baik konsumsi dan penciptaan) secara mandiri.

Laporan "UK Adults' media literacy: 2009 interim report" yang dikeluarkan Ofcom memaparkan bahwa literasi media memungkinkan individu, dan

masyarakat, untuk memiliki keterampilan, pengetahuan dan pemahaman mereka perlu memanfaatkan sepenuhnya kesempatan yang diberikan baik oleh tradisional dan layanan komunikasi baru. Literasi media juga membantu orang untuk mengelola konten dan komunikasi, dan melindungi diri dan keluarga mereka dari potensi risiko yang terkait dengan penggunaan layanan ini.

Menurut National Communication Association (Potter, 2004: 25) seseorang yang melek media (*media literate*) memahami bagaimana kata-kata, dan suara mempengaruhi cara makna diciptakan dan berbagi dalam masyarakat kontemporer dengan cara yang baik, halus dan mendalam; orang melek media mampu memberi nilai, manfaat, dan makna dalam menggunakan media dan pesan media.

Bersandar pada berbagai data dan pendapat di atas gerakan literasi media adalah suatu gerakan yang mendorong agar publik mempunyai kemampuan mengakses, memilih, memahami, mengkritisi, menciptakan beragam pesan media sehingga mampu memperoleh kemanfaatan atas media dan terhindar dari pengaruh buruk media. Agar literasi media dapat menjangkau berbagai kalangan harus dipahami keragaman latar belakang kelompok yang menjadi sasaran program. Karakteristik yang berbeda menuntut penanganan yang berbeda pula.

KOMUNITAS SEBAGAI UJUNG TOMBAK LITERASI MEDIA

Literasi media sebagai upaya membangun kemampuan mengakses, mengkritisi dan membentengi diri segala pengaruh negatif media telah dilakukan oleh pihak-pihak yang peduli. Berbagai kelompok masyarakat terutama remaja dan anak mulai disentuh program literasi media.

KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) melakukan gerakan literasi media di beberapa kota di Indonesia sebagaimana tercantum dalam Laporan Tahunan 2009, diantaranya Bandung, Banjarmasin, Denpasar, Surakarta. YPMA (Yayasan Pengembangan Media Anak) melalui *Kidia* lebih memusatkan perhatian pada pendidikan literasi media bagi anak-anak melalui pembelajaran di sekolah. Demikian juga KPI Pusat yang lebih menyentuh kalangan pendidikan semisal guru, dosen, mahasiswa.

Namun kelompok lain yang layak untuk menjadi salah satu ujung tombak gerakan literasi media adalah komunitas. Istilah “komunitas” berasal dari bahasa latin: “*communitas*” yang bisa diartikan sebagai “persekutuan”. Komunitas tidak dilihat sebagai struktur atas bawah, tapi sebagai realitas hubungan antar pribadi yang konkret yang sudah mengalami “transendensi” (Winangun 1990, 46).

Sementara itu Syaifuddin (2005: 420) mengutip Turner yang mendefinisikan komunitas (*community*) realitas yang tidak terstruktur dari “struktur sosial”, dimana seringkali perangkat normal dari individual atau simbol-simbol dari penjenjangan terbalik. Komunitas adalah suatu kelompok orang memiliki nilai-nilai bersama (Syaifuddin, 2005: 421).

Gottschalk dalam Horton dan Hunt sebagaimana dikutip Atie Rachmiati (2007: 71) mengemukakan bahwa “komunitas dapat didefinisikan baik sebagai suatu kelompok kesatuan manusia (kota kecil, kota dan desa maupun sebagai seperangkat perasaan (rasa keterikatan, rasa kesetiaan)”. Menurut Cohen (1992: 127), secara umum istilah *gemeinschaft* dianggap sebagai pengganti kata *community*. Hubungan *gemeinschaft* ditandai dengan ikatan-ikatan yang dekat, intim dan interpersonal, saling berkepentingan secara tulus terhadap kesejahteraan satu sama lain, serta saling percaya dan kerjasama.

Sedangkan Soekanto (2001: 162) menerjemahkan *community* sebagai “masyarakat setempat” dengan merujuk pada warga sebuah desa, kota, suku atau bangsa. Apabila anggota suatu kelompok, baik kelompok itu besar maupun kecil, hidup bersama sedemikian rupa sehingga merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup yang utama, maka kelompok tadi disebut masyarakat setempat. Hal ini diperkuat pendapat MacIver dan Page (Soekanto, 2001: 163) yang mengatakan bahwa masyarakat setempat adalah suatu wilayah kehidupan sosial yang ditandai oleh suatu derajat hubungan sosial tertentu. **Dasar daripada masyarakat setempat adalah lokalitas dan perasaan masyarakat setempat tersebut.**

Menurut Winangun (1990: 49-50) ada beberapa ciri komunitas, yaitu:

1. Dalam komunitas dialami suatu “ketidakberbedaan” antar pribadi.
2. *Equalitarian* (adanya kesamaan). Pribadi yang satu dengan yang lain pada tingkat yang sama.
3. Hubungan antar pribadi dalam komunitas itu langsung sifatnya. Artinya, pribadi yang satu dengan lain berhubungan tanpa perantara.
4. Hubungan pribadi yang terjadi dalam komunitas itu tampak sebagai non rasional, yang lebih menunjuk pada dominannya fungsi perasaan atau intuisi.
5. Ciri eksistensial, karena hubungan pribadi menyangkut eksistensi manusia. Yang lebih berperan adalah kesatuan pribadi.
6. Antistruktur, dalam komunitas aturan-aturan dan kategori yang ada dalam struktur tidak berlaku.

Turner (Winangun, 1990: 51) juga membedakan adanya tiga (3) jenis

komunitas, yaitu:

1. *Komunitas spontan atau eksistensial*, yang merupakan konfrontasi langsung, segera dan total dari identitas manusia yang cenderung membuat pengalaman manusia sebagai kelompok yang homogen, tak berstruktur dan bebas.
2. *Komunitas normatif*, yang muncul dari pengalaman persaudaraan yang tidak menonjolkan kegunaannya.
3. *Komunitas ideologis*, berusaha melukiskan pengaruh-pengaruh eksternal dan yang dapat dilihat dari pengalaman batin komunitas eksistensial dan usaha untuk mengatakan suatu kondisi sosial yang optimal di mana pengalaman komunitas boleh diharapkan berlembang.

Hillery, Jonassen dan Wils (Rachmiatie, 2007: 71) mendefinisikan komunitas sebagai: (1) sekelompok orang yang hidup dalam (2) suatu wilayah tertentu, yang memiliki (3) pembagian kerja yang berfungsi khusus dan saling bergantung (*interdependent*), serta (4) memiliki sistem sosial budaya yang mengatur kegiatan para anggota, (5) memiliki kesadaran akan kesatuan dan perasaan memiliki, serta (6) mampu bertindak secara kolektif dengan cara yang teratur.

Seiring meningkatnya mobilitas ikatan komunitas yang terbentuk berdasar ikatan geografis kian renggang. Sebaliknya komunitas yang terbentuk karena kesamaan identitas, minat, kepentingan, kepedulian dan kesenangan yang sama kian luas.

Menurut Rachmiati (2007: 72) ada dua konteks utama dalam komunitas, yaitu:

- a. Lokalitas yang terbentuk pada batasan geografis tertentu (*geographical locality*).
- b. Identitas yang sama, atau minat/kepentingan/kepedulian terhadap hal yang sama (*sense of identity or community of interest*).

Keeratan hubungan interpersonal anggota komunitas diperkuat oleh unsur-unsur perasaan komunitas dikemukakan R.M. Mac Iver dan Charles H. Page (Soekanto, 2001: 164) antara lain: *seperasaan*, unsur seperasaan akibat seseorang berusaha untuk mengidentifikasi dirinya dengan sebanyak mungkin orang dalam kelompok tersebut, sehingga kesemuanya dapat menyebutnya sebagai “kelompok kami”, “perasaan kami”, dan sebagainya. **Perasaan demikian terutama timbul apabila orang-orang tersebut mempunyai kepentingan yang sama di dalam memenuhi kebutuhan hidup.** Kedua, *sepenanggungan*, setiap indi-

vidu sadar akan peranannya dalam kelompok dan keadaan masyarakat sendiri memungkinkan peranannya dalam kelompok dijalankan, sehingga dia mempunyai kedudukan yang pasti dalam darah dagingnya sendiri. Dan ketiga, *saling memerlukan*: individu yang tergabung dalam masyarakat setempat merasakan dirinya tergantung pada “komuniti”-nya yang meliputi kebutuhan fisik maupun kebutuhan-kebutuhan psikologis.

Menurut Wikinson (Dharmawan, 2006) sebagai sebuah lapangan sosial, komunitas bersama-sama dengan bentuk-bentuk organisasi sosial lainnya, seperti kelompok sosial (*social group*) dan organisasi, memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Ada proses atau interaksi sosial yang berlangsung secara kontinu di dalamnya. Dinamika interaksi sosial ini menandakan bahwa ada kehidupan yang berarti dalam sistem komunitas itu.
2. Ada arah perubahan ke suatu titik tertentu (*there is a direction toward some more or less distinctive outcome*). Artinya, komunitas tidak statis berada di satu titik dan tak pernah beranjak untuk berubah.
3. Ada perubahan atau perkembangan yang berlangsung secara teratur atas elemen dan struktur pembentuknya.

Menurut Rachmiate (2007) faktor utama yang menjadi dasar suatu komunitas adalah adanya interaksi yang lebih besar diantara para anggotanya sehingga menumbuhkan rasa keterikatan dan keakraban yang menimbulkan kenyamanan bagi anggotanya. Umumnya mereka memiliki kebiasaan-kebiasaan yang sama, meskipun hanya sebagian yang menjalankan tradisi yang dimiliki.

Kenyamanan sebagai sesama anggota komunitas itu sudah barang tentu membuat anggota komunitas menjadi lebih terbuka dan mempunyai ketergantungan satu sama lain. Keberadaan komunitas dengan segala karakter, ciri dan jenis komunitas, perasaan komunitas serta dasar pembentukan komunitas tersebut menjadi modal dasar yang kuat bagi penyebaran isu literasi media, karena akar hubungan yang kuat antar anggota komunitas menjadi ruang diskusi dan berbagi pengalaman yang saling menguatkan. Inti upaya pengembangan literasi media adalah pemberdayaan, baik individu maupun kelompok yang terpapar dan berkepentingan dengan intervensi media yang semakin kuat. Harapan ideal agar masyarakat mampu mengatur pemanfaatannya atas media berawal dari tumbuhnya keberdayaan pada individu atau kelompok.

Pemberdayaan menurut PREM Group-World Bank (Rodhiyah, 2009) merupakan proses peningkatan kapasitas seseorang atau kelompok dalam menentukan pilihan guna melakukan suatu aksi atau output yang diinginkan.

Noe et.al mendefinisikan pemberdayaan sebagai merupakan pemberian tanggung jawab dan wewenang terhadap pekerjaan untuk mengambil keputusan menyangkut semua pengembangan produk dan pengambilan keputusan.

Dharmawan (2006) memberi batasan tentang pemberdayaan komunitas sebagai “sebuah upaya perubahan (kemajuan) yang sengaja (*purposive*) dilakukan atau dikembangkan oleh para anggota sebuah komunitas itu sendiri ... dimana mereka merumuskan masalah, menyusun rencana serta menentukan arah perubahan menurut keyakinan dan persepsi mereka sendiri ... dan perubahan itu diyakini sebagai perbaikan (*improvement*) ... sebagaimana layaknya membangun sebuah bangunan, maka upaya perbaikan tersebut utamanya diarahkan kepada perbaikan dan pengokohan struktur-struktur penopang komunitas yang bersangkutan”.

Upaya membangun kesadaran bermedia secara kritis dengan melibatkan komunitas akan mempercepat penyemaian gagasan literasi media. Gerakan literasi media pada komunitas memberi ruang dan kesempatan lebih bagi mereka untuk langsung praktik. Sebagaimana diungkapkan Sober yang diunduh dari http://www.firstborn-creatives.co.uk/community-media/Media_Literacy_in_Community_Contexts.pdf bahwa melalui kesempatan praktik langsung tersebut akan memberi pengalaman :

1. Akses ke peralatan media dan ruang untuk mengekspresikan suatu gagasan dan opini.
2. Memahami konsep representasi media dan bagaimana pemediasian kode-kode audiovisual kode menyampaikan makna, dengan kesempatan menghadirkan kembali (*re-present*) disampaikan melalui kode yang diperbarui secara kontekstual.
3. Penciptaan teks media melalui partisipasi aktif dalam proses kreatif.

Melalui pengalaman empiris, dimana anggota komunitas mendapat kesempatan untuk membuat perencanaan, riset, eksekusi kegiatan dalam memproduksi pesan akan menanamkan lekat dalam pikiran tentang berbagai hal yang dilakukan praktisi media di belakang panggung.

Dalam pandangan Byrne (2007) literasi media, adalah kesadaran memberdayakan, kemampuan untuk memecahkan kode, menganalisis, mengevaluasi, dan menghasilkan komunikasi dalam berbagai bentuk. Dari perspektif masyarakat media, literasi media berusaha untuk memberdayakan warga negara dan untuk mengubah hubungan pasif mereka menjadi aktif, secara kritis mampu menantang tradisi dan struktur media semakin privat, budaya media komersial,

serta memperoleh peluang baru untuk menyampaikan informasi dan wacana warga.

Bryne menambahkan secara kritis, kita perlu belajar, bukan tentang apa yang ada, *media mainstream—status quo content*, melainkan tentang apa yang tidak ada (pendapat alternatif dan diabaikan dan pandangan dunia). Warga perlu didorong untuk mulai menggeser posisi sosial mereka dari khalayak yang tidak sadar (*unconscious audience*) menjadi partisipan–pengamat–fasilitator, dalam komunitas mereka, melalui dialog. Media komunitas jelas tidak dapat melakukannya sendirian, sementara dikelilingi oleh pengaruh raksasa media komersial dan industri periklanan. Media komunitas membutuhkan sekutu di sektor pendidikan. Bryne selaku pengelola radio komunitas yang dengan sadar membagi ilmu dan pengalamannya kepada warga melalui kursus. Ia menambahkan waktu kursus sepuluh minggu tidaklah cukup untuk menanamkan dan membangun kesadaran warga (komunitas).

Berangkat dari gagasan bahwa literasi media di Indonesia harus dilakukan di berbagai lapisan masyarakat, Lembaga Studi Pers dan Informasi (LeSPI) telah mengawalinya dengan menjangkau anak-anak, orang tua, dan melalui talkshow di TVKU (Semarang) dan TATV (Solo). Sejak tahun 2009 LeSPI mulai bekerjasama dengan berbagai komunitas agar gagasan literasi media menyebar lebih luas.

LITERASI MEDIA DI KOMUNITAS: PENGALAMAN LESPI

Dengan semangat bahwa literasi media, seperti program inovatif lainnya, harus menjadi gerakan akar rumput, komunitas menjadi salah satu pilihan. Komunitas sebagai salah satu unsur kelompok masyarakat belum banyak disentuh, padahal komunitas mempunyai posisi strategis sebagai ujung tombak penyebaran isu literasi media.

Mengapa strategis? Ikatan yang kuat dalam komunitas menjadikan komunitas tersebut kuat dan liat dalam membangun kebersamaan sehingga komunitas tak hanya menjadi ruang kesenangan namun juga lebur menjadi sebuah kelompok yang kompak. Komunitas memberi ruang yang sama bagi anggota untuk menyampaikan sekaligus menggali pikiran dan potensi yang dimiliki anggota komunitas.

Kuatnya ikatan antar anggota komunitas menjadi modal dan peluang strategis untuk menyebarkan gagasan literasi media. LeSPI melakukan gerakan literasi media di berbagai komunitas: komunitas Perempuan Nelayan, Kelompok



Komunitas Lansia-Sampang

Lansia, PKL Semarang, Darma Wanita, Rumah Pintar, PKK, Federasi Serikat Buruh Indonesia (FSBI), Forum Anak, Darma Wanita, Pusat Studi Gender IAIN Walisongo dan sebagainya.

Dalam kegiatan tersebut antusiasme peserta yang tinggi. Kerisauan terhadap konten media, baik media konvensional maupun media baru seolah menemukan muara yang selama ini mereka cari. Respon positif menjadi indikator bahwa komunitas dapat menjadi ujung tombak gerakan literasi media, karena setiap anggota komunitas akan menyampaikan apa yang mereka peroleh tak hanya kepada sesama komunitas, namun juga kepada keluarga maupun warga sekitar anggota komunitas tersebut. Bila komunitas-komunitas disentuh dan dilibatkan dalam gerakan literasi media akan semakin cepat pula penyebaran gagasan masyarakat cerdas bermedia, yaitu suatu kondisi dimana masyarakat dapat memanfaatkan media secara optimal, bukan sebaliknya menjadi kahayak pasif yang menjadi sasaran bisnis semata.

Meski dalam waktu yang singkat dapat dikenali beberapa komunitas yang memiliki akar dan potensial untuk dikembangkan sebagai mitra menyebarkan “virus” literasi media. Dalam kegiatan tersebut dapat dikenali komunitas potensial seperti komunitas lansia-paguyuban warga berusia diatas 40 tahun yang terdiri dari PNS, pensiun PNS, wartawan, guru dan sebagainya, atau Komunitas rumah pintar Ilmi Asri di wilayah Ngaliyan yang anggotanya warga dalam lingkung RW yang sangat peduli pada pendidikan. Komunitas yang lain

adalah Kelompok PKK Kemijen, meski secara ekonomi termasuk rendah namun sangat kritis terhadap media. Beberapa diantaranya sangat protektif terhadap program televisi.

Bila mengacu pada batasan literasi media Livingstone yang meliputi akses, analisis, evaluasi dan mencipta konten, misalnya, tentu belum mencapai taraf tersebut, apa yang telah dilakukan LeSPI belumlah mencapai harapan. Namun sebagai langkah awal kegiatan ini lebih sebagai proses pengenalan menuju penanaman (kultivasi) pemahaman akan pentingnya isu literasi media.

PENUTUP

Serban industri media yang kian gencar tentu tak dapat dibiarkan. Masyarakat tak boleh dibiarkan menjadi “penonton” yang menelan tanpa mengunyah apa yang disajikan media. Komunitas sebagai salah satu kelompok yang menjadi bagian dari keseluruhan warga masyarakat potensial untuk menjadi mitra dalam pengembangan literasi media. Berbagai komunitas lain, terutama komunitas muda adalah potensi lain yang menjadi ujung tombak baru bagi pengembangan literasi media sehingga makin banyak warga yang mampu bersikap kritis terhadap terpaan pesan yang makin beragam.

DAFTAR PUSTAKA

Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis, *Mass Communication Theory-Foundation, Ferment, and Future*. Boston: Wadsworth Cengage Learning, 2009.

Bruce J. Cohen, *Sosiologi Suatu pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta, 1992.

Byrne, Jack, *Citizens for Media Literacy*. 2007 <http://www.mediaforum.ie/?p=172> unduh 21 Oktober 2010 .

Dharmawan, Dr. Arya Hadi, *Pendekatan-Pendekatan Pembangunan Pedesaan dan Pertanian: Klasik dan Kontemporer* - http://www.psp3ipb.or.id/uploaded/Teori_Teori_Pembangunan_Klasik_Kontemporer_2006.pdf. unduh 21 Oktober 2010.

Helmi, Syafrizal, *Pemberdayaan karyawan*. <http://shelmi.wordpress.com/>

http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/adult_ml.pdf

Narwoko, J. Dwi dan Bagong Suyanto, *Sosiologi, Teks Pengantar dan Terapan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.

Potter, James, *Media Literacy*. Thousands Oak: Sage Publication, 2001.

Potter, James, *Theory of Media Literacy, A Cognitive Approach*. Thousands Oak: Sage Publication, 2004.

Pungente, John J. SJ and Martin O'Malley, McClelland & Stewart, Toronto and New York:

1999. <http://www.medialit.org/reading-room/canadas-key-concepts-media-literacy> Unduh 21 Oktober 2010 Pk 13.45

Rachmiati, DR. Atie, MSi, *Radio Komunitas, Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007)

Rodhiyah, Pemberdayaan Perempuan dan Ketahanan Pangan di Tingkat Keluarga. *Majalah Pengembangan Ilmu Sosial, Vol. 37-No 1 Januari 2009*.

Sobers, Shawn Naphtali, *Media Literacy in Community Contexts, and sharing experience with the mainstream*. http://www.firstborn-creatives.co.uk/community-media/Media_Literacy_in_Community_Contexts.pdf unduh 21 Oktober 2010.

Sobirin, *Hakekat Pemberdayaan*, <http://sobirin-xyz.blogspot.com/2008/07/hakekat-pemberdayaan.html>

Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RadjaGrafindo Persada, 2001
Syaifuddin, Achmad Fedyani Phd., *Antropologi Kontemporer, Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma*. Kencana Prenada Media group, 2005.

UK Adults' Media Literacy, 2009 Interim Report—Unduh 21 Oktober 2010 pk 04.35
Winangun, Y.W. *Wartaya Masyarakat Bebas Struktur, Liminalitas dan Komunitas Menurut Victor Turner*. Yogyakarta: Kanisius, 1990.

Wiratmo, Liliek Budiastuti, *Perempuan dan Literasi Media*. Penelitian, 2007.

MENGEMBANGKAN LITERASI MEDIA DI PERGURUAN TINGGI

MAZDALIFAH¹

ABSTRAKSI

Literasi media merupakan kegiatan dan pemikiran yang perlu dikembangkan. Usaha mengembangkan literasi media, baik dalam bentuk pemikiran dan kegiatan perlu mendapat dukungan berbagai pihak. Perguruan tinggi adalah pihak yang dianggap strategis. Perguruan tinggi mempunyai Tri Dharma Perguruan Tinggi, pendidikan pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Literasi media menjadi berkembang dan semakin luas jika diikutsertakan dalam kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Kata kunci: literasi media, Tri Dharma Perguruan Tinggi

LATAR BELAKANG

Literasi media merupakan bidang baru yang mendapat perhatian dari beberapa kalangan seperti pendidik, pemerhati media, orangtua, intelektual, lembaga nonpemerintah, dan sebagainya. Aneka kegiatan dalam bentuk seminar, *workshop*, *talk show*, banyak diselenggarakan dalam upaya mengenalkan dan menerapkan literasi media. Ada pula ormas dan lembaga nonpemerintah yang melakukan pemberdayaan masyarakat dalam literasi media.

Sejatinya literasi media merupakan sebuah kegiatan dan pemikiran yang harus disebarluaskan ke tengah masyarakat. Semua lapisan masyarakat seharusnya berperan dalam mengembangkan literasi media, termasuk perguruan tinggi. Selama ini literasi media lebih berkonsentrasi pada kegiatan pemberdayaan di tengah masyarakat. Oleh sebab itu, kegiatan ini perlu dikembangkan

1. Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara.

secara lebih luas. Literasi media perlu mendapat dukungan dan dikembangkan oleh pemerintah dan pihak terkait.

Perguruan tinggi merupakan pihak yang dapat diajak bekerjasama dalam mengembangkan literasi media dalam bentuk penelitian, pendidikan pengajaran ataupun dalam bentuk pengabdian masyarakat. Ketiga hal ini disebut sebagai Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dosen di perguruan tinggi harus menjalankan fungsi dan perannya, dengan melakukan Tri Dharma dalam aktifitas kesehariannya. Kegiatan ini dapat dimanfaatkan dosen untuk mengembangkan literasi media.

Strategi ini merupakan salah satu cara, agar literasi media menjadi sebuah gerakan massif di tengah masyarakat. Kepedulian dan keikutsertaan perguruan tinggi (dosen dan mahasiswa) dalam literasi media merupakan hal yang harus diapresiasi. Pengalaman sebagai dosen di Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU dalam mengembangkan literasi media melalui kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi dapat menjadi informasi berharga. Beberapa kegiatan yang dilakukan, dan metode/cara mengembangkan literasi media, akan diurai dalam penjelasan berikut.

AKAR LITERASI MEDIA

Literasi media merupakan satu istilah untuk menyebut seseorang “pandai”, “mampu dengan baik” menggunakan media massa yaitu televisi, radio, film dan surat kabar. Banyak pengertian yang diungkapkan oleh banyak ahli tentang literasi media. Para ahli memiliki pelbagai konsep. Art Silverblatt memberikan definisi yang menarik, literasi media mengembangkan keterampilan pemikiran kritis yang memperbolehkan orang-orang untuk membuat keputusan bebas dan keputusan terdidik dalam merespons informasi yang menyangkut seluruh saluran dari komunikasi massa (Massey, 2005: 3).

Mc Cannon menyatakan literasi media sebagai uraian umum seperti kemampuan untuk menganalisis, mengakses dan memperlihatkan media (Strasburger & Wilson, 2002: 323). Hobbs menjelaskan literasi media sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam suatu keragaman bentuk (Van Evra, 2004: 215). Penjelasan lain dikemukakan oleh James A. Brown yang menekankan literasi media pada kemampuan analitik, pengertian reflektif dari media massa cetak dan elektronik, termasuk film (Singer & Singer, 2001: 681).

Berdasarkan definisi yang dihasilkan oleh National Leadership Conference on Media Literacy, literasi media merupakan suatu kemampuan untuk mengak-

ses, menganalisis, mengevaluasi dan menghasilkan komunikasi dalam berbagai bentuk (www.kff.org/entmedia). Media Literacy Report menyebutkan literasi media merupakan kemampuan untuk menemukan, menganalisis, mengevaluasi dan menciptakan informasi dalam suatu keragaman media (<http://stakeholders.ofcom.org.uk>).

Baran (Baran, 2008: 26 – 27) memerinci literasi media merupakan suatu keterampilan yang kita terima, tetapi seperti semua keterampilan lainnya, keterampilan ini bisa dikembangkan. Baran mengemukakan delapan elemen dasar dari literasi media yaitu sebagai berikut.

- Suatu keterampilan pemikiran kritis yang memungkinkan para pemirsa dalam mengembangkan keputusan bebas tentang isi media.
- Sebuah pengertian dari proses komunikasi massa.
- Suatu kesadaran dari dampak media pada individu dan masyarakat.
- Strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media.
- Suatu pengertian dari isi media sebagai suatu wacana yang memberi arti yang mendalam ke dalam kebudayaan dan kehidupan kita.
- Kemampuan untuk menikmati dan menghargai isi media.
- Perkembangan dari keterampilan-keterampilan produksi yang efektif dan dapat dipertanggungjawabkan.
- Suatu pengertian dari peraturan moral dan etik dari para praktisi media.

Di Amerika Utara, kebanyakan organisasi literasi media dan para ahli akan setuju dengan definisi literasi media sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk, termasuk cetak maupun tidak. Media noncetak termasuk televisi, video dan rekaman audio, permainan elektronik, film, fotografi dan internet (Wan & Cheng, 2004: 1).

Studi pada tren dan usul yang sedang beredar di Eropa menyatakan bahwa literasi media merupakan sebuah istilah yang mendeskripsikan keterampilan dan kompetensi wajib untuk mengembangkan, dengan otonomi dan kesadaran, dalam lingkungan komunikatif baru-digital, global dan multi media-dari masyarakat informasi. Literasi media dihasilkan dari proses pendidikan media (ec.europa.eu).

Berdasarkan pendapat beberapa individu dan lembaga di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa konsep literasi media adalah kemampuan untuk membaca media yang tercetak dan media elektronik. Para ahli kemudian mengembangkan definisi lebih luas menjadi kemampuan membaca media secara visual, seperti media film, televisi, dan internet.

David Cosidine memperluas pengertian literasi media sebagai berikut: literasi media merupakan suatu perluasan dari keterampilan informasi dan komunikasi yang memungkinkan untuk perubahan alam informasi di masyarakat kita. Literasi media lebih dari mengonsumsi informasi. Seorang individu yang memiliki literasi media mampu membuat, menciptakan dan dengan sukses mengkomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk, tidak hanya cetak atau tulisan. Sebuah contoh sederhana dari alasan pentingnya keterampilan ini pada saat ini yang nyata adalah munculnya CD-ROM. Teknologi ini mewakili sebuah fusi dari dua teknologi, yakni komputer dan kamera video. Ini juga mewakili dua fusi dari dua bentuk informasi, yakni cetak dan gambar (Cosidine, 1995: 1-5).

Jika seseorang memiliki literasi media ia akan dapat mengembangkan kompetensi yang dimilikinya. Kompetensi tersebut berkaitan dengan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki dalam memaknai pesan. Pengetahuan literasi media akan mendorong orang untuk selalu mempertanyakan atas apa yang mereka tonton, baca atau dengarkan. Pengetahuan yang baik akan mengembangkan rasa kritis untuk menganalisa pesan, dan bias berita pada program-program yang ada dalam media massa,

Dewasa ini literasi media telah berkembang menjadi satu model pembelajaran, yang disebarluaskan melalui institusi masyarakat ataupun sekolah. Berdasarkan sejarah, literasi media dimulai dari penulisan alfabet. Kita mengenal apa yang disebut dengan literasi dari membaca dan menulis. Kemudian muncul percetakan, dan selanjutnya diikuti dengan revolusi industri. Secara ringkas literasi media merupakan bagian dari proses perkembangan komunikatif manusia, yang dimulai dengan pengenalan dari penulisan alfabet dan telah diperluas ke dalam perkembangan media elektronik dan informasi digital.

EVOLUSI LITERASI MEDIA

Peristiwa paling penting yang terjadi pada perkembangan komunikasi dan teknologi adalah ketika muncul media elektronik (telepon, film, radio dan televisi) yang mendominasi sejak tahun 1950-an. Terakhir, munculnya media digital, contohnya internet – sejak tahun 1980-an. Munculnya media digital yang telah memperluas kecepatan dan jangkauan informasi yang tidak pernah terlihat sebelumnya dalam sejarah. Dalam konteks masyarakat informasi media digital adalah bentuk intelektual, semiotik, komunikasi dan iklim budaya baru. Media ini berdampak pada perorangan, relasi kerja dan perkembangan sosial. Untuk lebih memahami media baru literasi ini, berikut peristiwa-peristiwa yang terjadi

dalam proses literasi.

- Literasi klasik (membaca, menulis, memahami) yang mendominasi abjad dan menghubungkan kepada proses membaca dan menulis, serta di sekolah-sekolah dasar telah digunakan sebagai aturan dasar.
- Literasi audiovisual, yang menghubungkan kepada media elektronik seperti film dan televisi, fokus pada gambar dan rangkaian gambar. Ini merupakan permulaan dari pendidikan berbeda yang digagas dengan segera tetapi tidak didukung penuh oleh kebijakan yang nyata.
- Literasi informasi atau literasi digital yang berasal dari komputer dan media digital yang telah membuat pentingnya belajar keterampilan baru. Ini merupakan konsep terbaru dan sering digunakan untuk mengacu pada keterampilan teknik yang diperlukan untuk peralatan digital modern.
- Literasi media konvergen - yang menggabungkan media elektronik (komunikasi massa) dan media digital (komunikasi multimedia) yang terjadi dalam berbagai perkembangan masyarakat informasi. Literasi media ini meliputi beragam bentuk literasi: membaca, menulis, audiovisual, digital dan keterampilan baru yang diperlukan dalam sebuah iklim konvergensi media.

Tabel 1
Perkembangan Literasi Media

Era historis	Lingkungan komunikatif	Keterampilan baru	Hasil sosial-budaya
Era klasik	Komunikasi dengan mulut dan gerak tubuh. + Berkembangnya penulisan alfabet.	Perintah dari mulut dan bahasa tubuh. + Keterampilan alfabet.	+ Sistematisasi dan konservasi dari pengetahuan. + Pangkal filosofi dan eksplorasi ilmiah.
Permulaan abad dan Revolusi Industri pertama	Perkembangan dari percetakan dan buku.	Perluasan dan pemenuhan literasi.	Kemajuan dalam ilmu bahasa empiris ilmiah.
Revolusi Industri kedua	Gejala media elektronik: telepon, film, radio dan televisi.	Literasi audio visual.	Media dan masyarakat pengguna.

Masyarakat informasi	Media digital dan Internet	Literasi digital. Literasi media (dalam sebuah kondisi konvergensi media)	Globalisasi dari informasi. Meledaknya pengetahuan. Masyarakat berpengetahuan.
----------------------	----------------------------	---	--

Sumber: ec.europa.eu

LITERASI MEDIA DAN PERGURUAN TINGGI

Literasi media perlu dikembangkan secara luas di berbagai lapisan masyarakat. Perguruan tinggi adalah salah satu institusi yang ada mengemban amanah untuk menjawab tantangan mengembangkan literasi media. Perguruan tinggi merupakan komunitas hidup yang dinamik. Perannya untuk menumbuhkan intelektual, emosional dan spiritual para civitas akademika. Dosen, mahasiswa, dan seluruh staf perguruan tinggi bergumul dengan nilai-nilai kehidupan kemasyarakatan, mengejar dan mendiseminasikan pengetahuan sebagai pengabdian bagi kemajuan masyarakat. Perguruan tinggi tidak seperti menara gading sebagai simbol belaka.

Keberadaan perguruan tinggi mempunyai kedudukan dan fungsi penting dalam perkembangan suatu masyarakat. Proses perubahan sosial (*social change*) di masyarakat yang begitu cepat, menuntut dalam menghadapi permasalahan pembangunan, pendidikan tinggi tidak boleh sebagai penonton. Perguruan tinggi harus proaktif dan berpartisipasi di dalamnya. Seperti persoalan literasi media, dimana kehadiran media telah memberi dampak dalam kehidupan masyarakat.

Pada umumnya peran perguruan tinggi itu diharapkan tertuang dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu: dharma pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Dengan dharma pendidikan, perguruan tinggi diharapkan melakukan peran pencerdasan masyarakat dan transmisi budaya. Dengan dharma penelitian, perguruan tinggi diharapkan melakukan temuan-temuan baru ilmu pengetahuan dan inovasi kebudayaan. Dengan dharma pengabdian masyarakat, perguruan tinggi diharapkan melakukan pelayanan masyarakat untuk ikut mempercepat proses peningkatan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat. Melalui dharma pengabdian pada masyarakat ini, perguruan tinggi juga akan memperoleh *feed back* dari masyarakat tentang tingkat kemajuan dan relevansi ilmu yang dikembangkan perguruan tinggi itu. Ketiga peran dharma perguruan tinggi seharusnya, berjalan serempak dan saling berkaitan (*sinergis*), sehingga secara teoritik suatu perguruan tinggi tidak boleh hanya berperan dalam

sebagian dharma dan meninggalkan yang lain.

Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU sebagai salah satu unsur perguruan tinggi, berusaha menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan baik. Dosen dan mahasiswa sebagai elemen penting, menerapkan tri dharma sebagai wujud peran dan sumbangan kepada negara. Literasi media mendapat perhatian dan dukungan bagi dosen dan mahasiswa dalam bentuk pendidikan pengajaran, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat.

PENGAJARAN LITERASI MEDIA

Seiring dengan perkembangan pendidikan, maka departemen Ilmu Komunikasi Fisip USU melakukan perbaikan kurikulum. Hal ini dilakukan agar lulusan yang dihasilkan dapat memenuhi kompetensi keilmuan dalam bidang komunikasi. Sejak tahun 2009 telah mulai diakomodir materi tentang literasi media dalam mata kuliah media dan masyarakat. Strategi memasukkan materi literasi media dalam pengajaran mata kuliah dianggap efektif. Hal semacam ini cukup ampuh dalam mengenalkan dan mengembangkan literasi media kepada mahasiswa.

Materi literasi media diberikan dalam bentuk beberapa kali tatap muka. Berdasarkan hasil amatan, ternyata belum banyak mahasiswa yang memahami apa sebenarnya literasi media. Tatap muka dalam bentuk ceramah selama 2 jam, memberikan pengenalan mengenai hadirnya media di tengah masyarakat. Kehadiran media yang beraneka ragam telah mewarnai hidup, dimana masyarakat dapat memanfaatkan media untuk tujuan positif maupun negatif. Selain itu media juga ditengarai memberi manfaat dan kerugian. Oleh sebab itu sebagai target sasaran media, masyarakat sebagai pengguna harus menyadari hal tersebut.

Departemen Ilmu Komunikasi Fisip USU telah melakukan peninjauan kembali terhadap kurikulumnya. Salah satu mata kuliah baru yang diusulkan adalah mata kuliah media, masyarakat dan literasi media. Keputusan untuk menyertakan materi literasi media dalam kurikulum, merupakan hasil amatan terhadap perkembangan media dewasa ini. Perkembangan yang sangat pesat harus diimbangi dengan pengetahuan yang baik dalam pemanfaatannya. Keputusan ini merupakan satu lompatan besar dalam pembaruan kurikulum Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU. Usaha pembaruan ini diharapkan akan mampu menambah dan mengembangkan literasi media di perguruan tinggi secara maksimal.

PENELITIAN LITERASI MEDIA

Ilmu yang dikuasai melalui proses pendidikan di perguruan tinggi harus diimplementasikan dan diterapkan. Salah satunya dengan langkah ilmiah, seperti melalui penelitian. Penelitian bukan hanya mengembangkan diri dosen dan mahasiswa, namun juga memberikan manfaat bagi kemajuan peradaban dan kepentingan bangsa dalam mensejahterakan bangsa. Penelitian bermanfaat bagi pengembangan diri dosen dan mahasiswa secara ilmiah dan akademis. Hal ini dikarenakan dosen dan mahasiswa harus senantiasa mengembangkan kemampuan diri, termasuk dalam melakukan penelitian. Hal ini akan membawa pola pikir yang kritis terhadap fenomena yang ada.

Salah satu fenomena yang perlu mendapat perhatian dalam bidang penelitian adalah kajian tentang literasi media. Kajian ini merupakan bidang baru, dimana belum banyak dosen dan mahasiswa yang membahasnya. Namun sejak tahun 2007, Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU telah mulai mengembangkan kajian ini secara lebih intensif. Strategi yang dilakukan adalah dengan mengembangkan bidang penelitian ke arah literasi media.

Dalam setiap seminar proposal, dosen yang berminat pada bidang ini mencoba menjelaskan kepada mahasiswa tentang literasi media. Dosen mencoba menggugah mereka dengan menunjukkan topik baru yang bisa mereka bahas di luar topik ada dan sudah jenuh. Dosen berusaha merangsang minat meneliti mereka, dengan menunjukkan beberapa jurnal hasil penelitian, dan buku-buku penunjang literasi media. Pihak Departemen Ilmu Komunikasi telah menyediakan beberapa referensi berupa buku dan jurnal yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa, bila mereka melakukan penelitian tersebut.

Strategi semacam ini cukup ampuh untuk menarik minat mahasiswa dan dosen dalam meneliti bidang literasi media. Ada satu dua orang yang tertarik dan mulai serius menjadikan topik literasi media sebagai bahasan skripsi. Topik tentang sinetron, televisi, dan internet, dari sisi pemanfaatan dan dampak buruk serta dampak positif, merupakan topik yang dipilih oleh mereka. Ketertarikan terhadap topik literasi media untuk diteliti, karena ada pemberian materi literasi media dalam salah satu mata kuliah. Meskipun hanya beberapa kali pertemuan, ternyata cukup memicu rasa ingin tahu dan keinginan meneliti dalam diri mahasiswa.

Pada tahap yang lebih tinggi, para dosen mencoba membuat proposal penelitian untuk tingkat hibah bersaing dan kerjasama dengan lembaga lain. Proposal untuk hibah bersaing sampai saat ini belum menunjukkan hasil, dikarena-

kan waktu persiapan pembuatan proposal yang terbatas. Hal ini berakibat pada pembuatan proposal yang tidak maksimal. Sementara ini belum dilakukan usaha pengajuan kembali. Masing-masing dosen masih berkonsentrasi menyelesaikan beban tugasnya masing-masing. Sementara itu pengajuan proposal kepada pihak lain, sedang diujjagi. Proposal ini berkaitan dengan penelitian tentang analisis isi tayangan televisi yang berpihak atau tidak berpihak terhadap perempuan.

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwasanya pengembangan penelitian dalam bidang literasi media telah berjalan. Pada masa yang akan datang diharapkan akan muncul bentuk penelitian lain yang lebih banyak dan lebih beraneka ragam. Sebagai Departemen Ilmu Komunikasi yang berkedudukan di luar pulau Jawa, perkembangan ini dianggap cukup signifikan. Seiring semakin intensnya tenaga pengajar, terlibat dalam kegiatan literasi media dengan rekan-rekan pengajar di pulau Jawa. Perkembangan ini diharapkan akan membawa kemajuan, dimana kedudukan departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU dapat sejajar dengan perguruan tinggi lainnya, khususnya di pulau Jawa.

LITERASI MEDIA SEBAGAI PROGRAM PENGABDIAN MASYARAKAT

Kewajiban sebagai dosen dan mahasiswa di perguruan tinggi adalah melakukan kritik terhadap kebijakan pemerintah kepada rakyat. Oleh sebab itu dosen dan mahasiswa harus membela kepentingan rakyat, dengan menjunjung tinggi nilai luhur pendidikan. Dosen dan mahasiswa memiliki ilmu yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat. Caranya dengan melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat. Kegiatan ini diharapkan dapat mengasah kepekaan yang dimiliki oleh dosen dan mahasiswa. Kegiatan pengabdian diharapkan pula dapat menjadi ajang mempraktekkan apa yang dipelajari, untuk melihat apakah teori dapat dengan pelaksanaan di lapangan.

Usaha melakukan pengabdian masyarakat dapat dilakukan minimal setahun sekali. Setiap dosen dan mahasiswa dapat memilih tempat mana yang dijadikan lokasi pengabdian. Salah satu topik yang dipilih dalam kegiatan pengabdian adalah literasi media. Khususnya yang berhubungan dengan: cara menonton televisi yang baik, pemanfaatan internet yang baik pada remaja, dampak televisi pada anak, dan diet televisi. Kelompok sasaran ibu rumah tangga dan remaja adalah kelompok sasaran yang amat diminati. Berdasarkan pengalaman kelompok ini amat mudah untuk didekati dan diajak bekerjasama.

Kegiatan pengabdian ini bekerjasama dengan lembaga yang ada, seperti: arisan, pengajian, sekolah ataupun lingkungan setempat. Kerjasama semacam

ini cukup efektif dilakukan, mengingat kedua belah pihak sama-sama mendapat keuntungan dari kegiatan yang dilakukan. Pelibatan dosen dalam kegiatan pengabdian masyarakat, merupakan bentuk kegiatan yang rutin dilaksanakan.

Para dosen merencanakan dan merealisasikan kegiatan pengabdian tersebut selama lebih kurang tiga bulan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini biasanya dalam bentuk ceramah, demonstrasi tayangan, tanya jawab, diselingi dengan *games*. Waktu penyampaian maksimal 2 jam. Kegiatan ini mendapat sambutan baik dari kelompok ibu dan remaja. Umumnya mereka mendapat pengetahuan baru bahwasanya media yang akrab (televisi, internet) harus diwaspadai. Mereka baru menyadari bahwa media tersebut membawa sejumlah nilai, yang dapat membawa dampak buruk bagi diri, dan keluarganya.

Pihak Departemen Ilmu komunikasi FISIP USU menyadari, bahwa kegiatan bersifat insidental ini belum mampu memberi perubahan signifikan. Dalam diskusi mingguan yang secara rutin dilakukan setiap Jumat, muncul ide untuk membuat kegiatan literasi media dalam skala besar. Pada saat tulisan ini sedang dibuat, pihak departemen tengah menyusun kegiatan literasi media yang besar. Kegiatan ini akan bekerjasama dengan pihak pemerintah Sumatera Utara, khususnya PKK. Kegiatan yang direncanakan adalah penyuluhan literasi media di berbagai kota kabupaten di Sumatera Utara. Target utama adalah pengurus PKK di masing-masing kota kabupaten.

Kegiatan ini diharapkan mampu mengembangkan literasi media di kalangan ibu-ibu di Sumatera Utara, khususnya ibu pengurus PKK. Disamping itu kegiatan secara insidental bersama rekan dosen dan mahasiswa akan tetap berjalan seperti biasa. Kesempatan untuk mengajukan usulan kegiatan pengabdian melalui dana universitas atau dana bantuan lainnya, tetap diijazahi. Pihak Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU berupaya menyelenggarakan kegiatan pengabdian masyarakat secara mandiri ataupun bekerjasama dengan pihak lain. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat tersebut topik literasi media telah menjadi perhatian. Kegiatan ini diharapkan akan terus berkembang dan menjadi besar di masa-masa yang akan datang.

TANTANGAN PENGEMBANGAN LITERASI MEDIA DI PERGURUAN TINGGI

Kegiatan literasi media di perguruan tinggi mencapai sukses bila mendapat dukungan penuh dari pihak perguruan tinggi. Namun usaha mencapai sukses tersebut dapat menemukan kendala dalam perjalanannya. Kendala tersebut dapat

berupa kendala teknis maupun operasional. Secara teknis kegiatan literasi media memerlukan dukungan pendanaan yang baik. Sumber pendanaan yang tersedia selama ini belum tersedia secara optimal, sehingga pelaksanaan literasi media menjadi sangat terbatas. Pihak Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU tidak bisa secara leluasa merencanakan kegiatan, harus menyesuaikan dengan pendanaan yang tersedia.

Hal semacam ini membuat beberapa rencana besar kegiatan literasi media perlu dikaji ulang, dan mengalami penyesuaian. Kreatifitas untuk merencanakan dan melaksanakan kegiatan literasi media agak terhambat. Pihak departemen harus menyusun strategi baru. Sumber pendanaan dari pihak luar menjadi alternatif. Kerjasama dengan pihak luar yang sedang direncanakan, diharap dapat menjadi jalan keluar bagi pelaksanaan literasi media di perguruan tinggi.

Kendala operasional dalam pelaksanaan literasi media di perguruan tinggi, berkaitan dengan keberlangsungan program secara berkesinambungan dan terus menerus. Kesenambungan kegiatan literasi media secara terus menerus, belum bisa direalisasikan berkaitan dengan sumber daya manusia. Dosen dan mahasiswa sebagai pelaku utama, pengorganisir kegiatan mengalami keterbatasan waktu.

Aktifitas pendidikan pengajaran, penelitian dan pengabdian di luar kegiatan literasi media cukup padat. Kondisi semacam ini mengharuskan dosen dan mahasiswa menyelesaikannya dengan baik. Sementara kegiatan literasi media, memerlukan konsentrasi waktu, tenaga dan pikiran yang khusus. Hal semacam ini membuat pelaksanaan literasi media secara sinambung dan terus menerus belum dapat diwujudkan. Namun keinginan untuk mewujudkannya sebagai sebuah kegiatan literasi media yang sinambung dan terus menerus, tetap menjadi ide dan gagasan yang selalu dipelihara. Persoalan manajemen dalam hal waktu dan penentuan skala prioritas harus dilakukan, agar kegiatan besar ini terwujud.

PERGURUAN TINGGI SEBAGAI MOTOR LITERASI MEDIA

Perguruan tinggi adalah salah satu lembaga, yang dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan literasi media. Posisi perguruan tinggi yang memiliki Tri Dharma sangat strategis untuk mengembangkan literasi media baik di dalam maupun di luar perguruan tinggi. Perguruan tinggi pada hakikatnya secara sadar berupaya untuk meningkatkan kadar ilmu pengetahuan dan pengamalan bagi civitas akademika khususnya bagi dosen dan mahasiswa.

Departemen Ilmu Komunikasi sebagai salah satu unsur perguruan tinggi

memiliki misi pendidikan untuk melaksanakan dan mengembangkan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat dalam bidang ilmu komunikasi. Salah satu upaya pengembangan tersebut adalah menyertakan literasi media dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Usaha ini diharapkan dapat membuat literasi media lebih berkembang di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Massey, Kimb. (2005). *Media Literacy Workbook*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Strasburger, Victor C, and Wilson, Barbara J. (2002). *Children, Adolescent and The Media*. India: SAGE Publications.
- Singer, Dorothy G, and Singer, Jerome L. (2001). *Children and The Media*. India: Sage Publications.
- Wan, Guafang, and Cheng, Hong. (2004). *The Media - Savvy Student: Teaching Media Literacy Skills*. Chicago: Zephyr Press.
- Erra, Judith Van. (2004). *Television and Child Development*. London: Lowrence Erlbaum Associates Publishers.
- The Henry J. Kaiser Family Foundation. (2003). *Media Literacy*, Washington.
- Vande Bosch, Heidi. (2004). *Research Note: A Captive Audience?: The Media Use of Prisoners*, European Journal of Communication.
- Chapter. (2001). *Approaches-existing and Possible-to Media Literacy in Europe*, Media Literacy
- Considine, David. (1995). *Media Literacy: The What, Why, and How To 's*. The Journal of Media Literacy, 41(2), p.1-5.
- <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/media-literacy> akses Februari 2009
- ec.europa.eu/culture/media/literacy akses Februari 2009
- www.kff.org/entmedia akses February 2009

KPID DIY MEMBUMIKAN LITERASI MEDIA BAGI MASYARAKAT DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

MOHAMMAD ZAMRONI¹ DAN SUKIRATNASARI²

ABSTRAKSI

Literasi media merupakan kunci untuk mewujudkan program acara lembaga penyiaran yang mencerdaskan, sehat, dan bermartabat. Komisi Penyiaran Daerah DIY melakukan berbagai bentuk kegiatan literasi media yang bertujuan untuk mengajarkan dan mendorong masyarakat untuk berpikir kritis dan bijak dalam menerima dan memanfaatkan tayangan lembaga penyiaran. Selama ini masyarakat dininabobokkan oleh berbagai acara televisi dan radio hingga mengesampingkan bentuk aktivitas lain. Suguhan tontonan yang tak layak dan tak sehat berdampak negatif bagi kelompok rentan seperti anak-anak, remaja dan perempuan.

Kata kunci: literasi media, Komisi Penyiaran Indonesia, Yogyakarta

LATAR BELAKANG

Saat ini bangsa kita telah memasuki era digital dan era demokrasi. Hal ini mendorong produsen semakin leluasa menayangkan beragam acara. Sebagai konsumen, masyarakat harus cerdas dan mampu memilih informasi apa yang dibutuhkan. Era digital mendorong terjadinya banjir informasi dalam masyarakat.

1. Penulis adalah Komisioner Bidang Kelembagaan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Dosen Ilmu Komunikasi pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Penulis adalah Komisioner Bidang Isi Siaran Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan pembela umum pada Lembaga Bantuan Hukum Yogyakarta.

Jika masyarakat kurang responsif, akibatnya informasi yang disediakan media jadi bersifat konsumtif, menyedapkan dan pragmatis.

Merujuk pada konferensi tahun 1992 oleh Aspen's Institute National Leadership, literasi media adalah kemampuan masyarakat dalam mengakses, menganalisis, dan memproduksi informasi untuk tujuan tertentu. Literasi media diharapkan mampu mendorong masyarakat berpikir kritis dan bijak dalam menerima dan memanfaatkan informasi yang membanjir melalui media. Masyarakat diharapkan bisa menjadi cerdas dalam memilih tayangan media yang patut dinikmati. Kemudahan akses media juga berdampak negatif terhadap masyarakat karena tanpa literasi media penonton akan terpaku pasif terhadap beragam acara televisi dan radio yang ditawarkan, hingga mereka pun melupakan aktivitas lain.

Tujuan dasar literasi media ialah mengajarkan khalayak (pengguna media) untuk menganalisis pesan yang disampaikan oleh media massa, mempertimbangkan tujuan komersial dan politik di balik suatu citra atau pesan media, dan meneliti siapa yang bertanggungjawab atas pesan atau citra tersebut. Seorang pengguna media yang mempunyai literasi media atau melek media akan berupaya memberi reaksi dan menilai sesuatu pesan media dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab. Kajian literasi media menyediakan pengetahuan, informasi dan data tentang media dan budaya sekaligus seperangkat metode berfikir dengan kritis terhadap ide, produk dan citra yang disampaikan media massa.

Data dari survei AGB Nielsen menyatakan bahwa 68,9% anak-anak Indonesia menonton televisi selama 4-6 jam setiap harinya. Sedangkan saat libur, sebanyak 35,2% anak menonton televisi 4-6 jam sehari. Hal ini menunjukkan bahwa banjir informasi telah datang. Televisi dapat mengubah gaya hidup aktif sehari-hari menjadi pasif. Teringat pepatah lama "*what we eat is what we are*", apa yang kita lihat, dengar, dan baca mencerminkan diri kita. Dampak banjir informasi oleh media dapat menjadi celah untuk mencuci otak penontonya, hingga akhirnya mereka rancu pada kenyataan dan cerita pada tayangan-tayangan televisi dan sinetron yang ada.

Meminjam konsep literasi media dari James Potter (2008), ada tiga aspek yang harus dibangun. Aspek-aspek tersebut adalah pandangan personal, struktur pengetahuan, dan kemampuan individu. Pandangan personal yang dimaksud adalah sasaran hidup dan dorongan internal individu untuk menentukan media mana yang sesuai dengan kebutuhan kita. Setelah mengetahui sasaran hidup tiap individu, maka secara otomatis kita akan terdorong untuk mengontrol dan menyeleksi informasi yang masuk. Selain itu, setiap individu harus memiliki struktur pengetahuan untuk literasi media; meliputi efek media, isi media, industri media, dunia nyata dan diri sendiri. Struktur pengetahuan tersebut menjadi bekal

untuk tiap individu dalam menyeleksi media informasi. Hal penting lain adalah kemampuan individu yang meliputi kemampuan analisis, evaluasi, mengelompokkan, menyimpulkan, generalisasi, sintesis dan deskripsi. Jika memiliki ketiga kemampuan itu maka efek negatif media dapat diminimalisir. Proses ini harus dimulai sejak dini di dalam keluarga.

Sementara itu, keberadaan Undang-undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran telah melahirkan lembaga negara independen bernama Komisi Penyiaran Indonesia. KPI Pusat dan KPI Daerah memiliki tugas, salah satunya, adalah menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia. Tugas dan kewajiban ini kemudian diterjemahkan menjadi program kerja berupa literasi media atau pendidikan media. Tugas dan fungsi ini menjadi program kerja rutin bagi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Berbagai kegiatan literasi media dilakukan dengan menggandeng berbagai pemangku kepentingan sebagai misal perguruan tinggi, instansi pemerintah, organisasi kemasyarakatan dan keagamaan, LSM, organisasi kepemudaan, dan kelompok masyarakat lainnya.

LITERASI MEDIA DARI KACAMATA REGULASI NASIONAL

Ada banyak pihak yang menyelenggarakan pendidikan literasi media, termasuk salah satunya KPID. Sebagai lembaga independen bentukan pemerintah, KPID memiliki pemahaman, konsep dan praktik pendidikan bermedia yang tak bisa dilepaskan dari kerangka regulasi nasional. Sandaran utama pelaksanaan literasi media berkaitan dengan kehadiran Undang-Undang Pers No. 40 tahun 1999 dan Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002. Kedua regulasi itu menjamin hak khalayak untuk mendapatkan informasi yang baik dengan menggunakan hak jawab dan hak koreksi. Pendidikan literasi media digiatkan untuk memunculkan kedua inisiatif tersebut dari masyarakat luas.

KONSEP MEDIA LITERASI

Beragam definisi mengenai literasi media yang muncul dari berbagai pemahaman teoritis. Secara sederhana, literasi media pada dasarnya merupakan kepedulian masyarakat terhadap dampak buruk dari media, khususnya media massa. Perkembangan teknologi komunikasi tak saja memberikan manfaat untuk kehidupan manusia namun juga memberikan dampak lain yang kurang baik. Beberapa dampak tersebut antara lain: (1) mengurangi tingkat privasi individu,

(2) meningkatkan potensi kriminal, (3) sulit membatasi informasi yang diterima oleh anggota komunitas, (4) mempengaruhi masyarakat madani dan kohesi sosial, serta (5) informasi yang berlebihan (Fukuyama dan Wagner, 2000).

Berdasarkan hasil Konferensi Tingkat Tinggi mengenai Penanggulangan Dampak Negatif Media Massa, yaitu 21 Century Literacy Summit yang diselenggarakan di Jerman pada 7-8 Maret 2002, diperoleh gambaran kesepakatan yang disebut 21 Century in A Convergen Media Word. Kesepakatan tersebut, seperti disampaikan Bertelsmann dan AOL Time Warner (2002), menyatakan bahwa literasi media mencakup: (1) **literasi teknologi; kemampuan memanfaatkan media baru** seperti Internet agar bisa memiliki akses dan mengkomunikasikan informasi secara efektif; (2) literasi informasi; kemampuan mengumpulkan, mengorganisasikan, menyaring, mengevaluasi dan membentuk opini berdasarkan hal-hal tadi; (3) kreatifitas media; kemampuan individu untuk membuat dan mendistribusikan konten kepada khalayak seberapapun ukuran khalayak; dan (4) tanggung jawab dan kompetensi sosial; kompetensi untuk memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi publikasi secara online dan bertanggung jawab atas publikasi tersebut, khususnya pada anak-anak.

Sementara menurut Centre For Media Literacy (2003) literasi media mencakup: (1) kemampuan mengkritik media; (2) kemampuan produksi media; (3) kemampuan mengajarkan tentang media; (3) kemampuan mengeksplorasi sistem pembuatan media; (5) kemampuan mengeksprolasi berbagai posisi; dan (6) kemampuan berpikir kritis atas konten media.

Menurut David Buckingham, agar literasi media menjadi dapat berjalan dengan optimal maka diperlukan adanya pendidikan media untuk literasi media, yang berkaitan dengan: (1) **pendidikan media berkenaan dengan pendidikan tentang berbagai jenis media**, tujuannya untuk mengembangkan “literasi” berbasis luas, tak hanya berkenaan dengan media cetak, tapi juga sistem simbolik citra dan suara; (2) pendidikan media berkenaan dengan pembelajaran tentang media, bukan pengajaran melalui media; dan (3) pendidikan media bertujuan untuk mengembangkan baik pemahaman kritis maupun partisipasi aktif, sehingga memungkinkan anak muda sebagai konsumen media membuat tafsiran dan penilaian berdasarkan informasi yang diperolehnya; selain itu memungkinkan anak muda untuk menjadi produser media dengan caranya sendiri sehingga menjadi partisipan yang berdaya di masyarakatnya. Pendidikan media adalah soal pengembangan kemampuan kritis dan kreatif anak muda.

Sementara itu, sesuai dengan Deklarasi Unesco mengenai pendidikan media (Dokumen Grundwald)/UNESCO Declaration of Media Education (2006) diperoleh beberapa konsep penting mengenai pendidikan media. Konsep tersebut

adalah sebagai berikut:

- a. Memulai dan mendorong program-program pendidikan media secara komprehensif – mulai dari tingkat pra-sekolah sampai universitas, dan pendidikan orang dewasa– yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang akan mendorong perkembangan kesadaran kritis, dan konsekuensinya, melahirkan kompetensi yang lebih besar di kalangan pengguna media cetak dan elektronik. Idealnya, program seperti ini mencakup analisa produk media, penggunaan media sebagai sarana ekspresi kreatif, serta memanfaatkan secara efektif dan berpartisipasi dalam saluran media.
- b. Mengembangkan pelatihan untuk para guru dan tokoh masyarakat (*intermediaries*) untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terhadap media, dan melatih mereka dengan metode pengajaran yang tepat, yang memperhitungkan penguasaan yang sudah dimiliki namun masih bersifat fragmentaris terhadap media yang dimiliki banyak siswa.
- c. Mendorong kegiatan penelitian dan pengembangan untuk meningkatkan manfaat pendidikan media, dalam bidang-bidang seperti psikologi, sosiologi dan ilmu komunikasi.
- d. Mendukung dan memperkuat tindakan-tindakan yang dilakukan dan mencerminkan pandangan UNESCO serta bertujuan untuk mendorong kerjasama internasional dalam pendidikan media.

LITERASI MEDIA DI INDONESIA

Belum ada hasil penelitian yang menyebutkan tingkat literasi (melek media) di Indonesia. Tingkat literasi biasanya berhubungan dengan tingkat pendidikan dan daya kritis masyarakat. Makin tinggi pendidikan dan daya kritis seseorang makin tinggi tingkat literasinya. Memang hipotesis seperti itu masih perlu diuji di banyak tempat dan di berbagai kelompok masyarakat.

Berdasarkan perilakunya, khalayak terbagi dua yaitu khalayak pasif dan khalayak aktif. Jumlah khalayak pasif jauh lebih besar ketimbang yang aktif. Mereka itu seperti diam saja menerima informasi dari media massa, bahkan tidak jarang tampak seperti tidak berdaya. Ini ada kaitannya dengan *teori jarum suntik*. Begitu disuntik oleh pesan komunikasi, isinya segera menjalar ke seluruh pelosok tubuh. Karena keperkasaan media massa, seolah-olah masyarakat tidak berdaya menghadapinya. Mereka itu mendapatkan pesan komunikasi seperti masuk dari satu telinga segera dikeluarkan lewat telinga yang lain. Mereka yang aktif selain berinteraksi sesamanya juga mengkritisi media massa tempat asal in-

formasi. Mereka sadar-media atau sering disebut melek-media. Sedikitnya, jika memperhatikan teori di atas, tubuh pasien (khalayak) mengadakan "perlawanan", tidak menyerah begitu saja pada obat dan jarum suntiknya.

Di dalam "melek-media", khalayak aktif tidak sekedar sebagai pemerhati atau pengamat tapi aktif melakukan sesuatu jika media massa telah melakukan penyimpangan. Penyimpangan ini bisa mengenai informasinya yang salah, kurang tepat, tidak seimbang, dan sebagainya. Jika itu yang terjadi maka khalayak dapat melakukan protes. Protes dilindungi oleh Undang-undang No.40/1999, dua hak yang berhubungan dengan itu adalah Hak Koreksi dan Hak Jawab.

Hak Jawab adalah hak seseorang/sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya. Pasal 5 Ayat 2 UU 40/1999 tentang Pers menyebutkan, pers wajib melayani Hak Jawab. Kenyataan di lapangan menunjukkan seringkali pers tidak segera melayani Hak Jawab. Kalau pun melayaninya, kadang-kadang hanya di rubrik Surat Pembaca.

Hak Koreksi adalah hak setiap orang untuk mengoreksi atau membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain. Pasal 5 Ayat 3 UU 40/1999 menyebutkan, pers wajib melayani Hak Koreksi. Hak ini sebenarnya sebgai tumpang tindih dengan Hak Jawab, hampir selalu dilayani pers di Surat Pembaca.

Pelanggaran atas Hak Jawab oleh kalangan pers, selain berupa pelanggaran kode etik, juga pelanggaran atas UU No. 40/1999 tentang Pers yang berimplikasi pada denda. Pelanggaran kode etik tidak berakibat hukum, tanpa sanksi yang berat. Pelanggaran atas UU No. 40/1999 tentang Pers adalah tindak pidana yang berakibat dengan hukuman. Pasal 18 mengingatkan antara lain: perusahaan pers yang melanggar antara lain Pasal 5 Ayat 2, dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp 500 juta.

Media massa yang cukup banyak melayani Hak Jawab dan Hak Koreksi adalah media cetak. Media elektronika, lebih-lebih televisi, jarang melayani kedua hak tersebut dengan baik. Boleh jadi karena sajiannya sudah bagus atau pengelola media tidak menyediakan ruang dan waktu untuk itu.

Namun, masyarakat belum banyak yang tahu mempunyai kedua hak tersebut. Lebih dari itu, bahkan sebagian besar warga masyarakat tidak tahu bahwa kemerdekaan pers adalah hak asasi warga negara. Oleh karena itu sosialisasi tentang ini perlu terus menerus diberikan.

Selain mengenai isi dan sikap media massa, fungsi media massa juga bisa dikritisi. Sebagai misal soal fungsi media yang menyimpang atau kurang dijalankan

kan dengan semestinya. Terkadang media kurang atau berlebihan menjalankan kontrol sosial (*watchdog*). Fungsi ini penting agar pihak lain yang dikontrol atau diawasi/dijaga menjadi lebih hati-hati dalam bertindak.

Kekuasaan (pemerintah, DPR, pengadilan, partai politik, dan lain-lain) perlu dijaga dan diawasi oleh pers. Lalu siapa yang mengawasi pers? Masyarakatlah yang perlu mengontrol pers, salah satunya adalah *media watch*. Lalu siapa pula yang mengontrol *media watch*? Makin banyak pihak yang mengawasi, makin baik tampilan yang diawasi. Sesama pengawas juga akan meningkatkan mutunya.

Ada yang selalu mengatakan, *media watch* itu untuk pemberdayaan masyarakat. *Media watch* tidak perlu ditujukan kepada media massa yang dikontrolnya. Mereka sudah punya bagian penelitian dan pengembangan di dalam manajemennya. Pendapat tersebut tidak salah. Namun, akan lebih penting manakala kontrol *media watch* juga ditujukan kepada media yang dikontrolnya. Berapa banyak sebaran *media watch* yang ditujukan kepada masyarakat? Berapa besar hasil pemberdayaannya? Jumlahnya sangat sedikit. Jika hasil *media watch* juga ditujukan kepada media yang bersangkutan ditambah komunikasi yang intensif dengan pimpinan media itu, hasilnya akan lebih bermanfaat.

Sekelompok kecil pemerhati melakukan pengawasan terhadap *media watch*. Tampaknya *media watch* juga tidak lepas dari bias, sekecil apa pun penyimpangannya. Sebagai misal, Pantau dianggap agak radikal sedangkan Jurnal *Media Watch and Consumer Center* (Habibie Center) dinilai agak "menyenangkan" Republika.

Khalayak aktif yang sangat reaktif, tapi tanpa konsep literasi, dapat mengarah kepada tindakan yang brutal. Kita mendengar ada ormas pemuda yang menduduki kantor redaksi surat kabar di Surabaya (Jawa Pos). Ada pula yang datang beramai-ramai ke kantor redaksi lalu menuntut agar redaksi meminta maaf tiap hari dimuat surat kabar yang bersangkutan. Kasus ini melibatkan sejumlah sopir taksi terhadap pemberitaan surat kabar di Jakarta (Rakyat Merdeka). Juga tindakan Satgas PDI-P dan Banser pada Rakyat Merdeka menyangkut karikatur yang dimuatnya. Mereka, boleh jadi bukanlah khalayak aktif dalam arti yang benar. Sangat mungkin, mereka sama sekali tidak mengerti tentang literasi itu.

Orang-orang yang aktif di *media watch* adalah khalayak aktif dengan tingkat literasi yang tinggi. Mereka menerbitkan hasil pantauannya di dalam media yang sengaja dibuat untuk itu. Cukup banyak orang yang mengikuti media hasil *media watch* tersebut dan mengritisinya. Mereka ini termasuk khalayak superaktif.

ATURAN PERUNDANGAN-UNDANGAN MEDIA

Ada dua perundang-undangan penting yang berkaitan dengan media di Indonesia yaitu UU Pers No. 40 tahun 1999 dan UU Penyiaran No. 32 tahun 2002. UU Pers ditetapkan untuk menjamin kebebasan dan independensi pers. UU ini adalah hasil revisi secara menyeluruh atas perundang-undangan pendahulunya (UU No. 11 tahun 1966 dan UU No. 21 tahun 1982) yang semangatnya adalah mengendalikan dan memanipulasi media. Dalam UU pers tahun 1966 dan 1982, pemerintah berwenang untuk menutup suatu media jika mereka melanggar ketentuan sensor. Sekurang-kurangnya 237 perusahaan pers pernah dikenai kedua undang-undang tersebut.

Salah satu hal terpenting dalam UU Pers No. 40 tahun 1999 adalah pencabutan Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). Selama rezim Orde Baru, SIUPP menjadi kendala utama bagi mereka yang ingin mendirikan usaha pers. UU pers yang baru juga menjamin bahwa tidak ada penyensoran atau intervensi pemerintah yang dapat membredel media. UU ini juga menjamin hak wartawan untuk mencari dan menyebarkan informasi.

UU Penyiaran yang dikeluarkan pada bulan Desember 2002 itu adalah hasil proses konsultasi yang panjang dengan kalangan pemilik media penyiaran, akademisi, pemerintah, dan sektor nonpemerintah. Bagian-bagian penting dari UU penyiaran adalah pembatasan-pembatasan terhadap lembaga penyiaran nasional, kepemilikan silang, dan sentralisasi kepemilikan media. UU ini mengatur media penyiaran di Indonesia berdasarkan pada prinsip kemajemukan kepemilikan dan isi siaran. UU ini membagi lembaga penyiaran ke dalam tiga kelompok, yaitu Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Komunitas, dan Lembaga Penyiaran Publik.

Aspek penting lain dari UU Penyiaran adalah dibentuknya Komisi Penyiaran Indonesia sebagai lembaga yang bersifat independen yang mengatur media penyiaran. Sebelumnya peran ini diemban oleh pemerintah melalui Departemen Penerangan.

LEMBAGA-LEMBAGA MEDIA DI INDONESIA

Indonesia memiliki dua lembaga penting yang berkaitan dengan media yaitu Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Eksistensi Dewan Pers diatur di dalam UU No. 40 tahun 1999. Fungsi Dewan Pers adalah menetapkan

dan memantau pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik, mengembangkan komunikasi antara pemerintah dan pers, dan memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers. Fungsi penting lainnya adalah memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan penyiaran atau pemberitaan pers.

Sumber pembiayaan Dewan Pers berasal dari organisasi usaha pers, bantuan dari Negara dan bantuan lain yang tidak mengikat. Pada zaman Orde Baru sudah ada sebuah Dewan Pers, tetapi sebuah dewan yang independen baru terbentuk pada bulan Februari 2000.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dibentuk berdasarkan UU Penyiaran No. 32 tahun 2002. KPI adalah salah satu lembaga yang bersifat independen yang mengatur soal penyiaran. Perannya mirip dengan Federal Communications Commission (FCC) di Amerika Serikat atau Canada Broadcasting Authority (CBA).

KPI berwenang menetapkan standar program siaran, menyusun pedoman dan menetapkan pelaksanaannya. KPI juga dapat menjatuhkan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran. KPI dibentuk di pusat dan daerah tingkat satu. Anggota KPI Pusat berjumlah sembilan orang yang dipilih oleh DPR dan dikukuhkan oleh Presiden. Sementara KPI Daerah berjumlah tujuh orang yang dipilih oleh DPRD Propinsi dan dikukuhkan oleh Gubernur.

MENDAMPINGI BERBAGAI ELEMEN MASYARAKAT

Literasi media yang dilakukan oleh KPID DIY merupakan sebuah konsekuensi logis dari kewajiban KPI/KPID yaitu menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia. Meskipun tidak secara eksplisit dimandatkan oleh Undang Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran sebagai tugas, kewajiban, wewenang ataupun fungsi KPID namun literasi media telah dilaksanakan oleh KPID DIY sejak tahun 2007 sampai sekarang. Perkembangan terbaru, media literasi dimasukkan sebagai salah satu tugas KPI/KPID dalam RUU Konvergensi yang sekarang masih dalam pembahasan di Dewan Perwakilan Rakyat.

Literasi media yang dilakukan oleh KPID DIY bertujuan tidak hanya membuat masyarakat menjadi melek media, mampu menyaring mana informasi yang benar-benar bermanfaat bagi dirinya dan mana yang menimbulkan efek negatif. Namun lebih jauh lagi yaitu membangun daya kritis masyarakat agar

turut berperan serta dalam mengembangkan kegiatan literasi dan/atau melakukan pemantauan terhadap Lembaga Penyiaran sesuai dengan Pasal 52 ayat 2 UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002.

Pada tahun 2007 awalnya KPID DIY melakukan literasi media di sekolah-sekolah dan lembaga-lembaga pendidikan, sasarannya adalah anak dan remaja. Anak dan remaja dipilih untuk menjadi sasaran utama pada saat itu karena merupakan kelompok rentan yang harus dilindungi dari dampak negatif lembaga penyiaran sesuai dengan mandat Undang-Undang Penyiaran.

Anak harus dilindungi karena belum memiliki saringan yang baik ketika menerima informasi yang disampaikan media. Mereka belum dapat membedakan mana dampak positif dan negatif, anak merupakan peniru ulung sehingga dikhawatirkan dampak negatif yang disampaikan oleh media penyiaran akan ditiru oleh anak-anak. Sebagai contoh anak-anak gemar menirukan peniruan dengan kekerasan dalam film kartun, kata-kata kasar atau perilaku kasar yang terdapat dalam sinetron, adegan sulap yang berpotensi mencelakakan dirinya. Mereka seringkali menghabiskan sebagian besar waktunya di depan televisi sehingga membuat anak malas belajar, menderita obesitas, kurang mendapat rangsangan motorik dan kurang bergaul dengan teman sebaya.

Remaja juga menjadi sasaran utama yang dipilih karena mereka berada pada masa-masa pencarian jati diri. Tak jarang mereka mengidolakan figur sosok terkenal yang mereka lihat di televisi kemudian meniru segala yang dilakukannya mulai dari dandanan, gaya bicara, sampai gaya hidup. Padahal belum tentu figur terkenal tersebut berperilaku baik sehingga tak jarang remaja terjebak pada arus perilaku konsumtif dan negatif seperti kekerasan merokok, menenggak minuman keras sampai narkoba.

Setahun kemudian, sasaran media literasi diperluas. KPID DIY mulai menjalin kerjasama dengan beberapa universitas terutama dengan bagian Lembaga Pengembangan Masyarakat untuk dapat memberikan literasi media kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Sasaran literasi media tidak hanya anak dan remaja tetapi juga perempuan khususnya ibu rumah tangga, karena ternyata banyak kaum ibu menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menonton televisi atau mendengarkan radio ketika melakukan aktivitasnya. Perilaku itulah yang kemudian diikuti oleh anak, bahkan tak jarang ibu-ibu menyerahkan “pengasuhan” anak pada televisi. Anak disetelkan televisi duduk manis di depannya dan ibu bisa menyelesaikan pekerjaan rumahnya tanpa terganggu regekan anak. Perilaku konsumtif tidak hanya dapat menyerang anak dan remaja tetapi juga kaum ibu, karena rata-rata keuangan keluarga kendalanya ada di tangan ibu.

Bahaya apabila ibu tidak dibekali dengan pendidikan sadar media karena keluarga adalah tempat pendidikan yang pertama dan utama. Ibu sangat potensial menjadi agen sadar media yang bisa menjaga keluarganya dari efek negatif media penyiaran karena diharapkan mampu memberikan pengertian kepada anggota keluarganya.

Pada tahun 2008-2009 tercetuslah ide untuk tidak hanya melakukan literasi media tetapi juga membentuk Duta KPID yaitu pembentukan masyarakat pemantau media yang independen terdiri dari perwakilan ormas, pendidik, akademisi, dan NGO. Serangkaian kegiatan dilakukan mulai dari pelatihan, pertemuan rutin, *workshop*, seminar dan lain-lain. Duta KPID berfungsi sebagai tokoh utama untuk melakukan literasi media di komunitasnya masing-masing. Mereka diharapkan dapat menggerakkan komunitasnya menjadi mitra strategis KPID DIY dalam melakukan pemantauan terhadap isi siaran.

Tahun 2011-2012 KPID DIY memperluas kerjasama baik untuk melakukan literasi media maupun untuk melakukan pemantauan dengan beberapa perguruan tinggi, instansi pemerintah, organisasi kemasyarakatan dan keagamaan, LSM, organisasi kepemudaan, dan kelompok masyarakat lainnya. Sampai hari ini KPID DIY masih terus melakukan literasi media baik karena permohonan yang diajukan oleh berbagai kelompok masyarakat maupun merupakan implementasi dari kerjasama yang dilakukan dengan beberapa organisasi masyarakat, NGO dan universitas.

Keluaran program literasi media setidaknya ada dua. Pertama, menciptakan masyarakat pemantau media. Kedua, menjalin kekuatan bersama untuk melakukan teguran terhadap lembaga penyiaran demi terciptanya iklim penyiaran yang layak dan sehat. Langkah yang sedang ditindaklanjuti oleh KPID DIY adalah bekerja sama dengan lembaga-lembaga tersebut untuk membentuk pos pengaduan terhadap tayangan lembaga penyiaran.

Metode yang digunakan KPID DIY dalam melakukan literasi media masih berupa ceramah satu arah, mengenalkan peran dan fungsi KPID, mengenalkan dampak positif dan negatif dari media, memberikan contoh tayangan yang tidak layak dan tidak sehat, sosialisasi peraturan KPI sebagai pedoman dalam melakukan pemantauan yaitu Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran, tata cara pengaduan tayangan yang tidak layak kepada KPID DIY.

LITERASI MENJADI AKSI PEMANTAUAN

Indikator keberhasilan literasi media yang dilakukan oleh KPI/KPID DIY ada-

lah meningkatnya peran serta masyarakat dalam melakukan pemantauan media yang ditandai dengan peningkatan pengaduan masyarakat yang masuk ke KPID. Setelah dilakukan literasi media sejak tahun 2007, semakin banyak masyarakat yang melayangkan pengaduan ke KPID DIY puncaknya pada tahun 2012 jumlah pengaduan mencapai 300 aduan. Duta KPID meski hanya berjalan sekitar satu tahun sebenarnya efektif menjadi tokoh kunci dalam melakukan literasi media pada komunitasnya masing-masing. Namun disayangkan program ini tidak berlanjut karena keterbatasan anggaran.

Sebagai sebuah gerakan, literasi media yang selama ini dilakukan oleh KPI/KPID tentulah masih jauh dari proporsi ideal, karena masih dilakukan secara sporadis, belum menemukan bentuk dan sistem yang ideal, dengan kelompok sasaran yang tidak tetap dan hasil yang belum dapat secara spesifik terukur. Karena literasi media sejatinya adalah gerakan kelompok sipil maka tentulah lebih pas apabila dilakukan oleh elemen masyarakat sendiri. Di sini KPI/KPID berperan sebagai pemantik, pemasok informasi, dan pendorong gerakan literasi media. Namun, KPI/KPID tidak menutup mata perlu dilakukan perbaikan sistem dan konsep literasi media. Hingga saat ini proses pembenahan masih terus dilakukan karena terbukti literasi media merupakan ujung tombak kesuksesan kinerja KPI/KPID dalam melakukan pemantauan terhadap isi siaran. Jika gerakan literasi media ini berhasil maka diharapkan sistem penyiaran di Indonesia akan menjadi lebih sehat.

Berdasarkan paparan di atas terdapat beberapa hal yang dapat disarikan. Masyarakat saat ini sedang mengalami banjir informasi yang disediakan oleh lembaga penyiaran. Literasi media merupakan salah satu solusi untuk menyelamatkan anak, remaja dan perempuan sebagai kelompok rentan yang perlu dilindungi dari dampak negatif tayangan televisi dan radio sesuai dengan amanat Undang Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Salah satu tugas dan kewajiban KPI /KPID DIY menurut Undang Undang No. 32 Tahun 2002 tentang adalah menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia. Tugas dan kewajiban ini diterjemahkan menjadi program kerja berupa literasi media atau pendidikan media. KPID DIY telah melakukan kegiatan literasi media sejak tahun 2007 sampai sekarang dan menjalin kerja sama dengan Perguruan Tinggi, instansi pemerintah, organisasi kemasyarakatan dan keagamaan, LSM, organisasi kepemudaan, dan kelompok masyarakat lainnya. Tujuan literasi media yang dilakukan oleh KPID DIY tidak hanya membuat masyarakat menjadi sadar akan dampak negatif media tetapi juga mendorong masyarakat untuk melakukan pemantauan dan melayangkan pengaduan mengenai isi siaran yang tidak layak dan

tidak benar ke KPID DIY. Dalam konteks gerakan literasi media KPID DIY memiliki posisi sebagai pemantik, pemasok informasi, dan pendorong gerakan literasi media.

DAFTAR PUSTAKA

- De Fleur, Melvin L, Sandra Ball – Rokeach. 1988. *Teori Komunikasi Massa*. Kuala Lumpur: Percetakan Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Djiwandono, J. Soedjati. 1994. “Analisis dan Strategi Kompetisi antar Media Massa” disampaikan pada *Forum Diskusi Alternatif* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- MacBride, S, 1983, *Aneka Suara, Satu Dunia*, Jakarta: PN Balai Pustaka-Unesco.
- Mahayana, Dimitri, 1999, *Menjemput Masa Depan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McLuhan, Marshal, 1999, *Understanding Media, The Extension Of Man*. London: The MIT Press.
- Mulyana, Deddy, 1999, *Nuansa-Nuansa Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Piliang, Yasraf Amir, 2004, *Posrealitas Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisik*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, 2000. “Paradigma Baru dalam Perkembangan Ilmu Komunikasi” disampaikan pada *Orasi Ilmiah* Dies Natalis Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung.
- Strinati, Dominic. 2003. *Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang.
- Tester, Keith, 2003, diterjemahkan Muhammad Syukri, *Media, Budaya, Moralitas*. Yogyakarta: Kerjasama Juxtapose dan Kreasi Wacana.

PELATIHAN LITERASI MEDIA DENGAN METODE KREATIF UNTUK REMAJA

EKO SUPRATI¹

ABSTRAK

Sejak tahun 2008 kami, Rumah Sinema, secara aktif melakukan pelatihan literasi media menggunakan metode kreatif untuk remaja pelajar sekolah menengah atas di Yogyakarta. Berdasarkan pengertian bahwa literasi media tidak cukup dengan membekali peserta dengan kemampuan memahami, memaknai, dan mengkritisi media saja, namun juga harus memiliki kemampuan berkreasi dan berekspresi sosial. Oleh karena itu, kami memandang penting untuk menggunakan metode kreatif sebagai metode pelatihan literasi media. Metode kreatif merupakan metode yang mengutamakan kegiatan pembuatan “karya” yang selama prosesnya memungkinkan peserta untuk menuangkan gagasan atau pendapatnya melalui proses refleksi terhadap pengalaman pribadi. Salah satu temuan kami yakni unsur menyenangkan selama proses kreatif ini berhasil membuat peserta tertarik dan menikmati pelatihan ini, sekaligus membuat mereka terlibat lebih jauh dalam pelatihan.

Kata kunci : literasi media, metode kreatif, pelatihan, remaja

REMAJA DAN MEDIA

Diskusi terfokus yang diadakan oleh Rumah Sinema beberapa waktu yang lalu bersama kelompok remaja yang tinggal di pedesaan dan perkotaan mengungkap beberapa hal penting. Pertama, jumlah waktu remaja terpapar oleh media hampir sama dengan waktu yang mereka habiskan di sekolah dan lebih banyak daripada waktu yang mereka habiskan bersama keluarga, yaitu 6 jam per hari. Jumlah

1. Peneliti di Rumah Sinema dan Pengajar di Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Seni dan Budaya, Yogyakarta

waktu ini semakin bertambah pada hari libur, karena mereka tidak bersekolah. Kedua, jenis media yang paling sering diakses oleh kedua kelompok remaja tersebut adalah telepon genggam, setelah itu internet untuk remaja perkotaan dan televisi untuk remaja pedesaan. Telepon genggam paling sering digunakan untuk saling berkirim layanan pesan singkat (*sms*) dan mengakses jejaring pertemanan sosial (Facebook). Sedangkan pertunjukkan musik, sinetron dan *reality show* menjadi tayangan yang paling sering ditonton di televisi. Ketiga, dampak media bagi remaja yang paling kentara adalah perilaku konsumsi yang berlebihan. Ketergantungan remaja terhadap telepon genggam berbanding lurus dengan kebutuhan mereka terhadap pulsa. Setiap harinya remaja bisa mengirimkan ratusan layanan pesan singkat (*sms*). Tidak kurang dari Rp 20.000,- hingga Rp 50.000,- per minggu mereka habiskan untuk kebutuhan pulsa. Jumlah tersebut belum termasuk uang yang mereka keluarkan untuk “jajan” baik saat di sekolah maupun di luar sekolah. Keempat, remaja menganggap bahwa citraan-citraan yang muncul di televisi adalah sesuatu hal yang nyata dan ingin mereka tiru. Sehingga remaja mencitrakan diri sebagai tokoh-tokoh yang muncul di televisi (penyanyi dan bintang sinetron), mereka menirukan gaya berpakaian, potongan rambut dan perilaku sehari-hari. Mita dari kelompok musik The Virgin muncul sebagai citra yang mereka tiru.

Hasil dari diskusi terfokus tersebut membuktikan paparan media terhadap remaja sangat tinggi, ketidaksiapan menghadapi arus media dan ketidakmampuan remaja melihat bahwa kenyataan media berbeda dengan kenyataan hidup yang sesungguhnya. Pada sisi yang lain remaja berada pada masa transisi, bukan lagi anak-anak namun belum pula dewasa. Pengetahuan remaja mengenai kehidupan bermasyarakat telah ada namun masih dalam proses belajar. Begitu pula dengan kemampuan berpikirnya, masih belum berkembang dengan sempurna. Pada umumnya remaja bersemangat untuk mencari tahu dan mencoba hal baru sebagai upaya untuk menemukan jati dirinya (Monks, et.al. 2001). Dalam kondisi demikian remaja harus berhadapan dengan bombardir media dengan beragam pesan melalui bermacam cara. Sekolah tidak memberikan bekal yang cukup untuk berhadapan dengan media, begitu pula dengan keluarga (orang tua) di rumah.

Kerap kita temukan di surat kabar mengenai kasus kekerasan atau tindak asusila yang melibatkan remaja dan masyarakat berramai-ramai menuding media sebagai penyebabnya. Alih-alih membekali remaja agar mampu membentengi diri dari dampak buruk media, langkah yang diambil pemerintah justru merazia telepon genggam dan warung internet. Suatu tindakan yang sia-sia saja ketika kita hidup di masa keemasan media. Hal ini menunjukkan betapa gagapnya masyarakat kita saat berhadapan dengan media.

Melihat permasalahan di atas, maka remaja selanjutnya menjadi salah satu pihak yang diprioritaskan agar segera memperoleh pembelajaran media dengan beberapa alasan. Pertama, remaja memiliki kerentanan yang tinggi untuk terkena dampak buruk media. Hal ini berdasarkan kenyataan bahwa remaja nyaris tidak dipersiapkan dan tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk menghadapi media yang saat ini melimpah ruah. Kedua, sebagai individu yang berada pada masa transisi dan masih memerlukan pengetahuan sebanyak-banyaknya untuk mengembangkan potensi diri, remaja memerlukan keterampilan untuk mengakses, memilah, dan menggunakan informasi yang ada dengan cerdas dan bijak.

LITERASI MEDIA

Televisi, musik, media cetak, dan internet secara pasti dan terus menerus menghujani remaja dengan citraan-citraan, gagasan, produk, dan pilihan gaya hidup. Pengaruh media tersebut bisa dilihat dari cara berpakaian dan berperilaku remaja seperti telah diungkapkan di atas (Arnett, 2007).

Permasalahan utamanya yakni remaja tidak sepenuhnya memahami bahwa kenyataan yang ditampilkan oleh media tidaklah sama dengan kenyataan sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini yang membuat remaja seringkali meniru dan menyukai apa saja yang sedang marak di media. Padahal pembuatan pesan oleh media tidak pernah lepas dari pengaruh faktor ekonomi, sosial, politik, historis, dan estetis. Di samping itu, dalam menyampaikan pesannya media memiliki bahasanya sendiri dengan karakteristik tertentu yang memiliki banyak bentuk dan menggunakan simbol-simbol komunikasi (Aufderheide, 1997). Dengan kata lain media memiliki banyak sekali cara untuk menyampaikan pesan. Sedangkan remaja memandang media dari sudut pandang tunggal. Untuk itu remaja perlu untuk dibekali dengan keterampilan literasi media.

Menurut Aufderheide juga, literasi media merupakan kemampuan untuk membuat, mengakses, menganalisa, dan melakukan evaluasi terhadap media dalam semua bentuknya. Hal ini selaras dengan Buckingham (2008) bahwa literasi media tidak lagi hanya mengandung arti sebagai cara untuk memahami, memaknai, dan mengkritisi media saja, namun juga termasuk memiliki kemampuan berkreasi dan berekspresi sosial ... dan kemampuan teknis lainnya. Aufderheide menambahkan, bahwa pendidikan media seharusnya membantu remaja untuk belajar mengenali kenyataan yang dibentuk oleh media dan meningkatkan pengetahuan remaja terhadap diri dan lingkungannya.

Literasi media, kemudian, dibutuhkan untuk memberi bekal pengetahuan dan keterampilan yang bisa digunakan saat berhadapan dengan media yakni kemampuan untuk memilah, mengakses, mempergunakan informasi, serta mampu memproduksi media sebagai alat untuk menyampaikan gagasan. Dengan demikian remaja diharapkan tidak hanya mampu membentengi dirinya terhadap pengaruh buruk media namun juga menggunakan media untuk tujuan yang positif, sekaligus mampu menggunakan media sebagai alat untuk menyampaikan gagasan dan ekspresi diri.

Seseorang yang memiliki keterampilan dan kemampuan dalam bermedia setidaknya memiliki pengetahuan mengenai lima hal berikut, yakni isi media, industri media, dampak media, kenyataan sehari-hari, dan diri sendiri. Dengan memiliki pengetahuan dalam lima bidang ini, seseorang bisa memilah informasi, mampu bekerja dengan informasi tersebut dan membangun pemahaman sesuai dengan yang diinginkan (Potter, 2004).

Hingga saat ini, program-program berkaitan dengan literasi media telah dilakukan dengan mengambil titik fokus yang berbeda-beda. Beberapa program menitikberatkan pada analisa media dengan cara memberikan keterampilan mengenai pemahaman dan upaya interpretasi dalam suatu pesan media. Ada pula program literasi media yang berdasarkan pada keterampilan produksi media, biasanya menitik beratkan pada penguatan komunitas. Jenis program yang lainnya menggunakan literasi media sebagai cara untuk memahami infrastruktur ekonomi media massa, sebagai kunci dalam konstruksi sosial pengetahuan umum. (Aufderheide 1997).

Berdasarkan pengalaman dalam melakukan pelatihan literasi media dan mengamati pelatihan sejenis yang dilakukan oleh lembaga lain, kami menyimpulkan bahwa hal yang penting namun jarang diterapkan dalam pelaksanaan pelatihan literasi media adalah peserta berkreasi membuat media. Melalui cara ini peserta belajar kelima hal yang disebutkan Potter di atas, yaitu mengenai isi media, industri media, dampak media, kenyataan sehari-hari, dan diri sendiri. Selain itu melalui media yang dibuat tersebut, peserta menyampaikan gagasannya sebagai wadah ekspresi diri.

KREATIVITAS

Berbicara mengenai kreativitas seringkali dihubungkan dengan dunia seni. Pembahasan kali ini menempatkan kreativitas dalam wilayah yang lebih luas, tidak terbatas dalam bidang seni saja. Kreativitas, kemudian, mengacu pada

proses mental dalam memunculkan gagasan sebagai hasil interaksi pemikiran seseorang terhadap suatu kondisi yang dihadapinya dalam lingkungan tertentu. Selanjutnya kreativitas melahirkan suatu bentuk karya sebagai hasil kerja yang melibatkan pemusatan perhatian, penggunaan keterampilan yang dimilikinya untuk mewujudkan gagasan yang disebutkan di awal.

Menurut Mihaly Csikszentmihalyi (1996), kreativitas memiliki dua sisi. *Pertama*, kreativitas sehari-hari yang bersifat umum. Kreativitas jenis ini sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Setiap kali seseorang melakukan sesuatu hal di luar kebiasaan. Berawal dari ide untuk melakukan sesuatu yang baru atau memandang sesuatu dari sudut pandang yang berbeda maka muncullah sesuatu yang khas dan mengandung kejutan karena memiliki unsur kebaruan di dalam lingkungannya, semisal menghias gelas minum yang polos dengan lukisan sehingga tampil lebih menarik ataupun cara seorang penulis dalam menyampaikan idenya dengan alur yang tidak biasa sehingga pembaca terkejut dan lebih menikmati tulisannya. Semua hal tersebut merupakan sesuatu yang memicu orang yang melihatnya untuk berkomentar “kreatif sekali!”. Kreativitas ini selain bersifat umum juga subyektif karena tergantung pada situasi dan kondisi di mana karya ini muncul. Bisa jadi sesuatu yang disebut kreatif di suatu tempat menjadi biasa-biasa saja di tempat yang lain karena sudah sering dilakukan di tempat tersebut.

Kedua, kreativitas tingkat tinggi yaitu suatu bentuk kreativitas yang memberikan kontribusi besar dalam kehidupan manusia secara luas. Contoh dari kreativitas tingkat tinggi ini yaitu temuan-temuan atau karya yang dihasilkan oleh para peraih penghargaan Nobel. Secara khusus, Csikszentmihalyi dalam bukunya “Creativity” mengupas mengenai kreativitas tingkat tinggi ini dengan melakukan wawancara kepada 91 orang, 14 di antaranya adalah peraih penghargaan Nobel dan sisanya adalah para pakar yang memiliki peran penting di bidang masing-masing. Melalui penelitian ini terungkap bahwa kreativitas bukanlah sesuatu yang bersifat tunggal, dari pemikiran seseorang saja, namun merupakan hasil hubungan dari 3 (tiga) hal yang saling berkaitan. Pertama, seseorang yang memiliki pemikiran atau gagasan kreatif tertentu. Kedua, bidang tertentu dimana orang tersebut berkiprah, dalam arti orang tersebut memiliki kemampuan dan keterampilan yang memadai dalam bidang tersebut. Ketiga, orang ataupun lembaga tertentu yang memiliki wewenang untuk memberikan pengakuan terhadap karya tersebut. Hubungan timbal balik di antara ketiga hal tersebut yang memungkinkan suatu karya memiliki arti dan mampu memberi kontribusi positif bagi lingkungannya.

Mihaly Csikszentmihalyi juga menekankan bahwa kreativitas tidaklah

seperti yang sering digambarkan secara karikatur sebagai sebuah lampu tiba-tiba menyala dalam gelap. Kreativitas merupakan hasil kerja keras, yang bisa jadi memakan waktu bertahun-tahun, pemusatan perhatian yang tinggi terhadap hal yang sedang dihadapi, dan seseorang yang terlibat di dalam proses tersebut hendaknya telah memiliki keterampilan ataupun pengetahuan yang cukup mengenai permasalahan yang sedang dihadapinya. Satu hal menarik adalah adanya unsur kesenangan saat melakukan proses kreatif tersebut. Hal ini ditemukan pada narasumber yang diwawancarai bahwa orang-orang tersebut merasa terbawa oleh suatu kesenangan yang membuat mereka merasa mengikuti suatu aliran dan terbawa oleh gairah untuk terus melakukannya. Suatu kesenangan yang setara dengan saat seseorang melakukan olah raga dan bermain musik.

Kreativitas menjadi hal yang menyenangkan karena pada dasarnya manusia adalah makhluk yang senang menciptakan sesuatu, melalui berkarya, menciptakan sesuatu seseorang akan memperoleh penghargaan dari lingkungannya. Hal ini adalah salah satu faktor penting yang membedakan manusia dengan hewan, simpanse misalnya yang secara genetis memiliki kesamaan hingga 98% dengan manusia. Selain itu seseorang mencipta atau berkreasi karena dia memiliki kebutuhan mendasar yaitu melakukan pemahaman (asimilasi) baik terhadap hal-hal di luar dirinya maupun dalam dirinya secara psikologis. Kegagalan dalam melakukan hal ini bisa berakibat kekacauan dan konflik dalam pikiran dan diri seseorang. Dengan kata lain mencipta atau berkreasi merupakan cara untuk mengekspresikan diri berkaitan dengan pengalaman diri dan lingkungannya.

METODE KREATIF

Metode kreatif merupakan metode yang menekankan pada kegiatan berkreasi atau membuat karya (benda) dan melakukan refleksi atas proses kerja dan karya tersebut (Gauntlett, 2007). Metode ini memungkinkan peserta untuk berdialog dan mendalami pengalaman pribadinya untuk dituangkan ke dalam karya.

Sejak tahun 2008 Rumah Sinema telah melakukan empat kali pelatihan literasi media menggunakan metode kreatif untuk remaja di sekolah menengah atas di Yogyakarta, yaitu di sekolah khusus putri pada suatu pondok pesantren, sekolah berstandar internasional, sekolah negeri, dan di suatu pelatihan yang diikuti oleh remaja dari berbagai sekolah. Bentuk metode kreatif dan tema yang digunakan pada masing-masing pelatihan tidak persis sama, namun pada dasarnya menggunakan metode kreatif membuat media visual sebagai piranti utamanya.

Pada setiap pelatihan tersebut peserta diajak untuk membuat gambar yang berisi pesan dari mereka sesuai dengan tema pelatihan. Dengan membuat gambar sendiri maka peserta bisa membandingkan dengan gambar-gambar yang mendominasi mereka selama ini, dari hal ini diharapkan peserta mampu melihat pentingnya gambar atau bacaan alternatif dalam suatu kelompok masyarakat.

PELATIHAN LITERASI MEDIA MENGGUNAKAN METODE KREATIF

Ada beberapa tahap yang dilakukan dalam penggunaan metode kreatif. Hal pertama yang dilakukan yakni penyelidikan latar belakang sosial dan jenis media yang sering digunakan peserta. Ini diketahui melalui diskusi kelompok terfokus, wawancara, dan meminta peserta untuk menuliskan pengalaman bermedia mereka. Dengan demikian bisa diketahui sejauh mana keterlibatan peserta dengan media, meliputi jenis dan bentuk media yang paling sering diakses, besarnya paparan media, dan dampak media dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penyelidikan tersebut dikaji dan diperkaya dengan tinjauan pustaka sebagai dasar untuk menentukan tema yang nantinya akan mempengaruhi susunan materi yang akan dibahas. Semisal tema konsumsi berlebihan remaja, maka materi yang disiapkan berkaitan dengan pembekalan remaja agar mampu memahami pesan dalam iklan, terutama iklan jasa telepon. Tema ini diperjelas dengan materi-materi pendukung yang dijabarkan dalam satuan belajar pada setiap pertemuan. Tema yang berdasarkan kebiasaan bermedia remaja akan memudahkan dalam pembahasan, karena pokok bahasan dekat dengan keseharian peserta sekaligus langsung menuju pokok permasalahan yang dihadapi oleh remaja.

Selanjutnya persiapan teknis pelaksanaan. Ini berkaitan dengan cara pelaksanaan pelatihan secara spesifik, semisal menggunakan metode memotret atau kolase gambar. Kolase menggunakan bahan utama beragam jenis media cetak, di samping perlengkapan pendukung lainnya (kertas, gunting, lem dan lainnya). Memotret berkaitan dengan ketersediaan kamera yang disesuaikan dengan jumlah peserta. Untuk memastikan ketepatan persiapan metode ini, dilakukan uji coba dengan kelompok kecil sekaligus menilai kesiapan pelatihan.

Pelaksanaan metode kreatif melibatkan peserta secara aktif, baik dalam bentuk melakukan curah gagasan, diskusi, maupun aktif secara fisik selama proses berkreas. Untuk itu diperlukan ruangan pelatihan yang cukup luas dan jumlah peserta yang tidak terlalu banyak (menurut pengalaman 15 adalah jumlah yang cukup baik) agar pelatihan lebih terfokus dan mampu mewedahi dinamika peserta. Pada saat bekerja membuat karya peserta dibagi dalam beberapa



Foto 1. Peserta berdiskusi dengan fasilitator mengenai tema pelatihan.

kelompok, di mana setiap kelompok didampingi oleh seorang fasilitator. Seorang pemandu juga dibutuhkan untuk memimpin jalannya pelatihan secara umum.

Pelaksanaan pelatihan diawali dengan diskusi oleh pemandu pelatihan bersama peserta mengenai isi media, bagaimana pesan media dibuat, membandingkan kenyataan media dengan kenyataan sehari-hari, kebiasaan serta perilaku bermedia peserta. Melalui diskusi ini peserta diajak untuk belajar bersikap kritis terhadap media.

Setelah memahami diskusi, peserta diajak untuk membuat suatu opini kritis tentang pengalaman bermedia mereka. Opini ini nantinya akan dituangkan dalam karya kreasi peserta. Baik metode kolase maupun memotret yang pernah digunakan untuk pelatihan literasi media mengadopsi cara-cara media dalam memproduksi suatu gambar. Peserta belajar secara teknis bagaimana suatu gambar dibuat untuk membangun pesan tertentu. Peserta juga belajar membaca pesan-pesan tersirat media. Melalui tahap ini peserta diharapkan belajar bagaimana citraan dibangun media dan ditujukan untuk memberikan kesan tertentu terhadap penontonnya agar mengarah pada pendapat tertentu.

Proses berkreasi ini diawali dengan diskusi kelompok mengenai pesan apa yang akan disampaikan. Pada metode kolase proses yang dilalui yaitu memilih gambar, menyusun dan menempel. Sedangkan dalam metode fotografi prosesnya memilih objek, mengatur komposisi, dan memotretnya. Pemilihan objek, baik dalam kolase maupun fotografi, merupakan hal yang penting dalam kegiatan ini,



Foto 2. Siswa mempresentasikan karyanya di kelas.

karena pilihan tersebut akan menunjukkan pendapat dan pengalaman peserta.

Tahap ini merupakan kesempatan untuk memperbincangkan latar belakang sosial peserta dan cara pandang mereka terhadap media. Dengan demikian bisa diketahui perihal pola interaksi sosial remaja, juga perilaku-perilaku mereka dalam menggunakan media. Selama pembuatan karya peserta dibebaskan untuk menggali kreativitas dan daya imajinasinya dalam merangkai dan menyusun karya.

Berikutnya peserta melakukan presentasi karya di depan kelas. Tanya jawab dilakukan berkaitan dengan pesan yang disampaikan dalam karya. Pembahasan ini sekaligus mempertajam tema dalam pelatihan. Selain itu, peserta didorong untuk berani mengemukakan pendapat positifnya kepada orang atau pihak lain secara lebih luas.

Evaluasi ini digunakan untuk menilai sejauh mana pelatihan ini memberi masukan baru kepada peserta. Melalui pernyataan-pernyataan peserta saat presentasi dan bagaimana peserta menjawab pertanyaan yang terlontar berkaitan dengan karyanya akan terlihat bagaimana sudut pandang peserta setelah mengikuti pelatihan. Selain itu juga bisa menggunakan metode wawancara untuk mengetahui lebih lanjut pencapaian peserta.

Rumah Sinema telah beberapa kali menggunakan metode kreatif untuk pelatihan literasi media. Pada dasarnya merupakan pengembangan dari dua metode yaitu menggunakan metode fotografi dan kolase yang kemudian dikem-



Foto 3. Peserta bekerja menyusun hasil pemotretan dan menuliskan narasi.

bangkan dalam beberapa bentuk.

Metode fotografi dalam pelatihan ini digunakan sebagai sebagai alat bercerita, dilakukan pada tahun 2008 di sebuah sekolah khusus santri putri, diikuti oleh 15 peserta. Peserta memotret diri dan lingkungan sosial sekitar pesantren tempat mereka tinggal sehari-hari. Melalui foto peserta bercerita banyak hal, terutama permasalahan-permasalahan dan pengalaman sehari-hari tinggal di pondok pesantren. Presentasi peserta di depan teman-teman mereka sendiri menjadi kegiatan yang menarik, karena banyak permasalahan yang terungkap dan mereka bicarakan bersama. Selama proses berlangsung peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama saat pemotretan dan presentasi. Selanjutnya foto-foto tersebut dilengkapi tulisan, menjadi foto cerita yang kemudian ditempel di pondok pesantren agar bisa dilihat oleh lebih banyak orang. Melalui metode memotret ini peserta berkesempatan untuk menunjukkan pengetahuan mereka mengenai lingkungan sosialnya berkaitan dengan aspek-aspek nyata dalam kehidupan sehari-hari. Serta membicarakan permasalahan-permasalahan didalamnya untuk tujuan memecahkan masalah.

Kolase foto, metode ini diterapkan di sekolah berstandar internasional pada tahun 2008, diikuti oleh 15 siswa. Peserta diajak untuk mengenali foto-

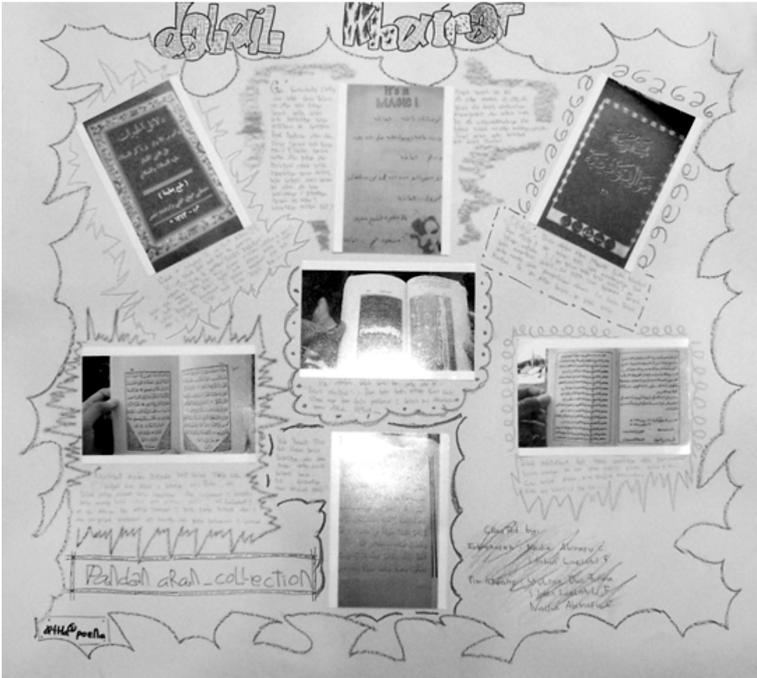


Foto 4. Salah satu hasil pelatihan literasi media dengan fotografi.
Peserta menyoroti salah satu kegiatan di pondok pesantren.

foto yang muncul di media massa dan membandingkannya dengan foto-foto pribadi peserta. Dengan demikian peserta belajar mengenai pesan dalam foto dan bagaimana pesan tersebut membangun persepsinya sendiri mengenai sesuatu hal. Selanjutnya peserta diajak merefleksikan pengetahuan tersebut dengan pengalaman mereka sehari-hari bersentuhan dengan media massa, sehingga muncullah pesan dari mereka sendiri. Tema yang muncul dari diskusi ini yaitu tentang manipulasi iklan produk kecantikan, pandangan mereka mengenai sinetron remaja di televisi dan iklan kampanye politik. Bahan yang digunakan untuk kolase berasal dari majalah dan foto koleksi mereka pribadi baik yang dibuat khusus untuk pendukung pesan mereka ataupun diambil dari media lain (poster kampanye politik). Melalui pelatihan ini peserta memahami bahwa tampilan seseorang atau produk tertentu di media tidak lepas dari usaha-usaha untuk menarik penontonnya yang diwujudkan melalui teknik tertentu. Karya kolase dari pelatihan ini dipresentasikan di depan orang tua peserta dalam acara sekolah.



Foto 5. Salah satu hasil pelatihan literasi media dengan metode kolase. Peserta menyoroti mengenai banyaknya iklan (kampanye) politik.

Kolase menggunakan gambar dalam film dokumenter pada tahun 2009, dilakukan pada suatu pelatihan yang diikuti oleh 12 siswa dari beberapa SMA di Yogyakarta. Dalam pelatihan ini peserta diajak untuk menonton film dokumenter dengan tema permasalahan sosial yaitu pendidikan untuk anak jalanan. Diskusi dilangsungkan setelah selesai menonton film tersebut. Berfokus pada pesan dalam film dan mencermati bagaimana alur cerita dan teknik pengambilan gambar dibangun untuk mengarahkan penonton pada pemahaman tertentu. Setelah itu peserta membuat kolase menggunakan potongan gambar adegan dalam film untuk menunjukkan pendapat mereka sendiri.

Kolase foto di sekolah menengah atas negeri pada tahun 2010, diikuti oleh 23 siswa. Pelaksanaannya hampir sama dengan pelatihan di sekolah berstandar internasional namun dengan tema yang berbeda. Pada pelatihan ini tema yang diambil adalah perilaku konsumsi remaja. Melalui pelatihan ini remaja diajak untuk memperbincangkan kebiasaan mereka menggunakan telepon genggam dan aneka fungsi di dalamnya. Peserta diajak untuk belajar bersama mengenai iklan dan berdiskusi aktif mengenai perilaku konsumsi mereka sehari-hari. Hasil dari pelatihan ini, yaitu kolase, dipresentasikan di depan teman-teman sekolah.

Metode kreatif dengan menggunakan medium digital di sekolah menengah atas swasta pada tahun 2011, diikuti oleh 20 siswa. Pelatihan ini menyoroti dampak konsumerisme berlebih pada remaja dan peran media dalam hal tersebut.



Foto 5. Informasi pentingnya air putih yang diunggah di jejaring sosial.

Secara terfokus peserta diajak untuk membedah persoalan minuman bersuplemen. Untuk itu dihadirkan narasumber dari perusahaan iklan, ahli gizi, dan penggiat lingkungan hidup. Peserta melakukan wawancara terhadap ketiga narasumber untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana media membungkus suatu produk melalui iklan, dampak konsumsi minuman bersuplemen terhadap tubuh, serta dampak limbah botol minuman bagi lingkungan. Informasi tersebut selanjutnya dipublikasikan melalui media jejaring sosial *facebook* dan secara berkala memperbarui informasi yang disampaikan di dalamnya. Lebih jauh, peserta melakukan gerakan membawa botol air minum sendiri ke sekolah. Gerakan tersebut dilakukan dengan cara menyiarkannya melalui *facebook* serta pembuatan *sticker*. Bertepatan dengan peristiwa meletusnya gunung Merapi di Yogyakarta pada waktu itu, peserta pelatihan melakukan pengumpulan bantuan berupa air putih untuk disumbangkan ke posko-posko pengungsian.



Foto 6. Peserta pelatihan membagikan *sticker* untuk teman mereka yang ikut menyumbangkan air putih untuk pengungsi Merapi.

KESIMPULAN

Metode kreatif menawarkan cara lain dalam praktik pelatihan literasi media dengan mengutamakan kegiatan pembuatan karya. Metode ini memungkinkan peserta untuk melatih kemampuan mereka dalam mengakses dan memahami pesan media, melakukan analisa terhadap media, dan mampu memanfaatkan media untuk memproduksi gagasan sebagai bentuk ekspresi sosial. Dalam perkembangannya metode ini memiliki potensi untuk mendorong peserta secara aktual mampu memanfaatkan media untuk merespon dan berperan aktif dalam memecahkan persoalan di lingkungan sosial terdekat mereka.

Pengamatan terhadap implementasi metode kreatif ini menunjukkan bahwa metode ini memiliki beberapa nilai lebih, diantaranya yaitu (a) menyenangkan, metode ini terbukti mampu menarik atensi peserta sehingga mau melibatkan diri secara aktif selama pelatihan berlangsung, (b) partisipatoris, dinamika kerja kelompok mendorong setiap peserta untuk mengemukakan pendapat, serta terlibat dalam setiap tahap kegiatan, (c) komunikatif, bentuk karya yang bersifat visual menjadi alat untuk mempermudah pemahaman sekaligus memancing ketertarikan untuk melihat lebih jauh lagi mengenai pesan yang disampaikan dalam karya, (d) reflektif, melibatkan pengalaman sehari-hari peserta yang kemudian secara reflektif dituangkan dalam bentuk gagasan dan diwujudkan dalam bentuk karya visual, (e) keterlibatan secara fisik, peserta tidak hanya terlibat dalam olah pikir namun juga secara motorik terpacu untuk menghasilkan karya.

DAFTAR PUSTAKA

Arnett, Jensen Jeffrey. *Encyclopedia of Children, Adolescent and Media*. California: Sage Publication, 2007.

Aufderheide, P. *Media literacy: From a Report of The National Leadership Conference on Media Literacy*. In R. Kubey (Ed.), *Media Literacy in The Information Age: Current Perspectives*. New Brunswick, NJ: Transaction, 1997.

Buckingham, David (ed). *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge: MIT Press, 2008.

Csikszentmihalyi, Mihaly. *Creativity*. New York: Harper Collins, 1996.

Gauntlett, David. *Creative Exploration: New Approaches to Identities and Audiences*. Oxon: Routledge, 2007.

Potter, W. James. *Theory of Media Literacy, A Cognitive Approach*. California: Sage Publication, 2004.

Monks, F.J, A.M.P. Knoers dan Siti Rahayu Haditono. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Pers, 2001.

BIODATA PENULIS

B. Guntarto adalah Ketua Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA), serta kandidat doktor Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. Bidang kegiatan dan penelitian yang digeluti adalah literasi media, anak dan media, serta regulasi penyiaran. Kontak melalui guntarto@gmail.com.

Eko Suprati, berlatar belakang pendidikan S1 Fotografi Institut Seni Indonesia. Aktif dalam kegiatan literasi media, terutama dalam eksplorasi penggunaan metode kreatif, sejak tahun 2007 bersama Rumah Sinema. Ia juga peneliti dan pengajar di Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Seni dan Budaya (Kemdikbud). Kontak melalui e_suprati@yahoo.co.id

Hendriyani adalah Dosen Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, serta kandidat doktor Radboud University Nijmegen, Belanda. Bidang kegiatan dan penelitian yang digeluti adalah anak dan media, literasi media, serta *public relations*. Kontak melalui hendriyani.sos@ui.ac.id.

Liliek Budiastuti Wiratmo, lahir di Solo, 31 Januari 1962. Menyelesaikan S1 dan S2 Komunikasi di Universitas Sebelas Maret Surakarta. Mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Semarang (1987-kini). Sukarelawan Lembaga Studi Pers dan Informasi (LeSPI) sejak 1996. Komisioner KPID Jawa Tengah (2004-2008). Aktif melakukan literasi media sejak 1996. Kontak melalui liliekbewe@yahoo.com.

Mazdalifah lahir di Madiun 3 Juli 1965. Dosen Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU. Latar belakang pendidikan jenjang S1 di FISIP USU Departemen Ilmu Komunikasi, jenjang S2 di Komunikasi Pembangunan Institut Pertanian Bogor, dan jenjang S3 di University Sains Malaysia (USM) Pulau Penang. Menekuni kajian literasi media sejak pendidikan S3, dengan tema Struktur Pengetahuan dan Keterampilan Media Literasi Keluarga di kota Medan. Sejak 2007 aktif dalam penulisan mengenai literasi media di surat kabar, majalah kajian, jurnal, dan seminar nasional dan internasional, serta pengabdian masyarakat bagi kaum perempuan dengan tema tersebut. Tinggal di kota Medan Sumatera Utara.

Mohammad Zamroni, lahir di Kudus, 17 Juli 1978. Latar belakang pendidikan jenjang S1 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga dan jenjang S2 di Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana UNS, 2005. Ia memiliki minat terhadap interelasi agama, politik, media dan kajian gender dalam perspektif Ilmu Komunikasi dengan menulis di beberapa media cetak, buku, jurnal dan seminar. Selain mengajar, saat ini juga diamanahi jabatan publik sebagai Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Propinsi DIY.

Sukiratnasari, S.H. yang akrab dipanggil Kiki, lahir di Magelang 22 Agustus 1982, mendapatkan gelar sarjana dari Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada (2000-2007). Pernah aktif di beberapa organisasi diantaranya sebagai pengurus Sub Bidang Seni dan Budaya BEM Fakultas Hukum UGM (2002-2003), Ketua Teater Apakah Fakultas Hukum UGM (2002-2003). Saat ini masih aktif sebagai Sekjen Serikat Pekerja Hukum Progresif (SPHP) Yogyakarta (2007- sekarang), Dewan Daerah Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) Yogyakarta (2009-2013).

Tri Hastuti Nur Rochimah, M.Si adalah pengajar dan peneliti Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pimpinan Pusat Aisyiyah, serta penggagas dan penggerak pendidikan melek media di 'Aisyiyah. Ia lulusan S1 Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS), S2 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia (UI), tahun 2002. Saat ini sedang menulis disertasi di Jurusan Sosiologi UGM.

DAFTAR DONATUR

Endah SR
Kartika Winta A
Puthut EA

PROFIL RUMAH SINEMA

KAJIAN MEDIA DAN KHALAYAK

Rumah Sinema berdiri tahun 2002. Rumah Sinema adalah sebuah lembaga non komersial berbasis kesukarelaan yang memfokuskan diri pada kajian media dan khalayak. Adapun kegiatannya kami wujudkan dalam bentuk penelitian, pelatihan, penerbitan, dan kursus.

Anggota Rumah Sinema terdiri dari akademisi dan praktisi di bidang: ilmu komunikasi, kajian dan pendidikan penonton, kajian dan pendidikan media audio visual, visual antropologi, fotografi dokumenter.

Susunan Pengurus :

Direktur	: Firly Anissa, MA
Sekretaris	: Bheti Krisindawati, S.IP
Bendahara	: Eko Suprati, S.Sn
Manager Program	: Nur Hidayati Kusumaningtyas, S.IP
Peneliti	: M. Zamzam Fauzanafi, M.A Kurniawan Adi Saputro, M.A Dyna Herlina Suwarto, M.Sc
Sukarelawan	: Dewi Kharisma Michellia Dipa Utomo Zselma Koff Azsazsa

Kegiatan yang pernah dilakukan :

1. Penerbitan 'Clea' – Berkala Kritik Film (2002-2008)
2. Klub Menonton – Ajang Apresiasi Film Pendek (2004-2006)
3. Pelatihan Penayangan Film secara Partisipatoris untuk Pembelajaran dan

- Aksi anti-Trafficking (2006)
4. Penerbitan Arsip Visual (foto dan film) ‘Dua Keluarga Menghadapi Bencana Gempa Bumi di Yogyakarta’ (2006-2007)
 5. Workshop Film Multikulturalisme (2007)
 6. Pelatihan Literasi Media (di berbagai festival film, sekolah negeri dan swasta, pesantren) – (2007 – 2011)
 7. Kursus Etnografi Visual (2008 – 2012)
 8. Kursus Penelitian Penonton – (2008-2011)
 9. Konferensi Nasional Literasi Media (2011)
 10. Penelitian Pengembangan dan Pengujian Skala Literasi Iklan (2011)



Alamat : Jl. Menur No 18, Baciro, Yogyakarta 55225

Telepon : 0274-785 1272

Email : rumahsinema@yahoo.com

