

**PERAN DAN KONTRIBUSI
KAJIAN KOMUNIKASI DALAM
ERA KOMUNITAS ASEAN**



**DINAMIKA MEDIA PADA
MASYARAKAT KONTEMPORER INDONESIA**

**DINAMIKA MEDIA PADA
MASYARAKAT KONTEMPORER INDONESIA**

ISBN : 978-602-8944-04-5



Universitas Multimedia Nusantara
Scientia Garden II, Boulevard Garding Serpong Tangerang

Dinamika Media Pada Masyarakat Kontemporer Indonesia

Editor : Ambang Priyonggo, FX Lilik Dwi M., Adi Wibowo
Tata Letak : Lukman Prabowo
Kulit Muka : Inco Harry Perdana

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang Hak Cipta
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh bagian isi buku ini tanpa
izin tertulis dari penerbit
©Mei 2015

Diterbitkan oleh
Fakultas Ilmu Komunikasi
UMN Press (Universitas Multimedia Nusantara)
Jl. Boulevard Gading Serpong Tangerang-Banten
Telp./Faks. +62 21 54220808/54220800
Email: fixom@umn.ac.id
www.umn.ac.id

Cetakan 1, Mei 2015, 587 Halaman – viii; 21 cm x 15 cm
ISBN 978-602-8944-04-5

DAFTAR ISI

Filologi Jurnahisme Politik <i>Dedi Kurnia Syah dan Catur Nugroho</i>	1
Pertarungan Antara Komersialisme Dengan Idealisme Dalam Pengelolaan Organisasi Pers <i>Davis Roganda Parlindungan</i>	25
Penggunaan Alih Kode (Code Switching) dan Campur Kode (Code Mixing) Sebagai Strategi Daya Tarik Iklan Pada Majalah Gaya Hidup Cosmopolitan <i>Rizky Kertanegara</i>	47
Pengabaian Isu Lingkungan Dalam Pemberitaan Gaya Hidup di Media Massa Dalam Jaringan <i>Herlina Agustin</i>	66
Integritas Kebenaran Jurnalis Melalui Jurnahisme Damai <i>Rana Akbari Fitriawan</i>	93
Fujoshi Remaja dan Kenikmatan Bermedia Yaoi <i>Septia Winduwati</i>	110
Fenomenologi : Esensi Profesi Wartawan Media Lokal <i>Soenarto</i>	132

Pola Keberpihakan Media dan Pengaruhnya terhadap Dinamika Pemilihan Presiden RI 2014 <i>Samantha Puspata & Muhammad Badarudin</i>	154
Social Media Using : The Dispute of Facebook Privacy Boundaries <i>Isma Adila</i>	189
Analisis Teori Johari Window Mengenai Self Disclosure Facebooker Mahasiswa <i>Betty Gama</i>	212
Peran Literasi Media dalam Era Komunitas ASEAN <i>Rahmanita Ginting</i>	232
Personalisasi Pesan Dreamersradio.com sebagai Radio Streaming <i>Dyah Kusumawati & Syaifuddin</i>	258
Media Sosial Dan Pengelolaan Informasi Krisis di Bandara Soekarno Hatta <i>Ratna Widiantingrum</i>	283
Pertarungan Makna Hamas Bukan Teoris Pada Pemberitaan Kompas.com dan Republika Online <i>Rajab Ritonga</i>	315

Privacy & Digital Information Era: sebuah tinjauan perubahan perilaku komunikasi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi	
Agustus Rustanta dan Yulita Daru Priliantari.....	343
Multimodal Representations of Impoliteness As Political Ammo In SocMed	
Subur Laksono Wardoyo, Ph.D.....	365
Sexting Konten Seks dan Seksualitas dan Teknologi Komunikasi	
Gati Dwi Yuliana.....	384
Resiko Mencari Informasi Kesehatan di Google: Telaah Algoritma Mesin Pencarian Internet dan Pengategorian Informasi Kesehatan	
Devie Rahmawati dan Amelita.....	400
Internet : Alternatif Mengurangi Ketidakpastian	
Siti Kurlinah & Wawan Setiawan.....	423
Analisis terhadap Pembahasan RUU Konvergensi Telematika dan Pengaruhnya dalam Dinamika Kehidupan Publik	
Rafi Eranda & Muhammad Badarudin.....	442

Media Baru dan Demokratisasi : Fenomena Radikalisasi dan Kebebasan Berekpresi di Ruang Publik	
Zulham.....	460
Global Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram	
Maria Natasha & Inco Hary Perdana.....	484
Efektivitas Peringatan Bergambar pada Kemasan Sebagai Upaya Mereduksi Tingkat Konsumsi Rokok	
Whony Rofianto, Muhammad Khodir, dan Canitgia Tambariki.....	513
The Role of Language in Peace Journalism	
Hernani Sirikit.....	532
Tingkat Objectivitas VOA-Islam.com Terkait Aksi Penolakan Terhadap Ahok	
Georgene Suryani & Ambang Priyonggo.....	550

PERAN LITERASI MEDIA DALAM ERA KOMUNITAS ASEAN

Rahmanita Ginting
Magister Ilmu Komunikasi,
Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
rah.ranitha@yzhoo.com

Abstrak

Indonesia akan menyongsong era baru dalam konteks regional yaitu Komunitas ASEAN (ASEAN Community) pada 2015. Pada era informasi global ini tidak bisa kita bayangkanandainya tidak ada media. Tetapi ketika media dan informasinya yang bebas mencerna masyarakat yang belum siap menerimanya, implikasinya banyak menimbulkan masalah baru. Media baru sebagai suatu teknologi tidak berhenti diciptakan sebagai alat atau aplikasi, tetapi penciptaan, pengembangan dan penggunaan media akan menghasilkan bentuk budaya baru serta budaya teknologi yang diadopsi konsumen media baru tersebut. Mereka bukan hanya mengadopsi aplikasi teknologinya, tetapi juga jargon-jargon yang menjadi simbol teknologi global itu. Ketika sebuah komunitas masyarakat tidak mampu menyesuaikan dengan komunitas budaya teknologi itu, maka sesungguhnya komunitas mereka telah tersingkir dalam pertarungan budaya di komunitasnya. Media berpengaruh terhadap budaya khalayak dengan ragam cara. Literasi media diperlukan akibat semakin gencarnya terpaan informasi dari berbagai media yang tidak diimbangi dengan kecakapan mengkonsumsinya, sehingga dibutuhkanlah pemahaman dalam mengonsumsi media secara sehat. Literasi media berangkat dari persoalan kultural, dimana budaya lokal bertemu dengan budaya asing melalui media. Literasi media berupaya untuk memberdayakan konsumen ketika berhadapan dengan media. Literasi media bertujuan membantu konsumen agar memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isi media, sehingga dapat mengendalikan pengaruh media.

Kata Kunci: Literasi media, sosial budaya, masyarakat, Komunitas Asean.

Pendahuluan

Indonesia akan menyongsong era baru dalam konteks regional yaitu Komunitas ASEAN (ASEAN Community) pada 2015. Pada era informasi global ini tidak bisa kita bayangkan seandainya tidak ada media. Tetapi ketika media dan informasinya yang bebas mencerpa masyarakat yang belum siap menerimanya, implikasinya banyak menimbulkan masalah baru.

Komunitas ASEAN terdiri atas tiga pilar, yaitu Komunitas Politik-Keamanan ASEAN (ASEAN *Political-Security Community/APSC*), Komunitas Ekonomi ASEAN (ASEAN *Economic Community/AEC*), Komunitas Sosial Budaya ASEAN (ASEAN *Socio-Cultural Community/ASCC*).

Penerapan ketiga pilar tersebut akan memberikan peluang dan tantangan bagi masyarakat Indonesia. Media baru sebagai suatu teknologi tidak berhenti diciptakan sebagai alat atau aplikasi, tetapi penciptaan, pengembangan dan penggunaan media akan menghasilkan bentuk budaya baru serta budaya teknologi yang diadopsi konsumen media baru tersebut. Mereka bukan hanya mengadopsi aplikasi teknologinya, tetapi juga jargon-jargon yang menjadi simbol teknologi global itu. Ketika sebuah komunitas masyarakat tidak mampu menyesuaikan dengan komunitas budaya teknologi itu, maka sesungguhnya komunitas mereka telah tersingkir dalam pertarungan budaya di komunitasnya. Menurut Baran (2011), media berpengaruh terhadap budaya khalayak dengan ragam cara. Maka tidak heran jika kehidupan masyarakat kita saat ini tidak bisa terpisahkan oleh kehadiran teknologi media komunikasi. Literasi media diperlukan akibat semakin gencarnya terpaan informasi dari berbagai media yang tidak diimbangi dengan kecakapan mengkonsumsinya, sehingga dibutuhkanlah

pemahaman dalam mengkonsumsi media secara sehat.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Literasi Media

Literasi Media berasal dari bahasa Inggris yaitu *Media literacy*, terdiri dari dua suku kata *Media* berarti media tempat pertukaran pesan dan *literacy* berarti melek, kemudian dikenal dalam istilah Literasi Media. Dalam hal ini literasi media merujuk kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa (Tamburaka, 2013: 7).

Sejarah literasi media dimulai tahun 1964 saat UNESCO mengembangkan prototipe model program pendidikan media yang akan dijalankan di seluruh dunia (Hobbs, 1999). Sejak saat itu, berbagai negara mulai menaruh perhatian terhadap literasi media, salah satunya adalah dengan melakukan literasi media atau pendidikan media melalui jalur pendidikan formal dan nonformal (Burn & Hart, 2003).

Literasi media bukanlah pendidikan, meski begitu untuk memahami literasi media juga diperlukan pengetahuan tentang media. Perbedaannya adalah pendidikan media memandang fungsi media massa yang senantiasa positif, yaitu sebagai *a site of pleasure* dalam berbagai bentuk sedangkan literasi media yang memakai pendekatan *innoculations* yang berupaya melindungi khalayak dari dampak buruk pesan media massa (Tamburaka, 2013: 11).

Literasi media adalah satu keterampilan yang kita dapat dan dapat ditingkatkan. Jika kita mempertimbangkan betapa pentingnya media massa dalam menciptakan dan memelihara budaya yang membantu menentukan kita dan kehidupan kita, Literasi media adalah keterampilan yang harus diperbaiki terus

menerus (Baran, 2013:21).

Untuk memahami Literasi Media terdapat pengertian dari Potter yang menyebutkan bahwa Literasi Media adalah suatu rangkaian perspektif yang kita gunakan secara aktif untuk menerpa diri kita dengan media untuk menginterpretasikan makna dari pesan-pesan (media) yang kita temui. Kita membangun perspektif kita dari struktur pengetahuan. Untuk membangun struktur pengetahuan, kita memerlukan peralatan dan materi-materi mentah. Peralatan tersebut adalah keterampilan kita. Sedangkan materi mentah tersebut adalah informasi yang kita dapat dari media dan dari dunia nyata. Penggunaan secara aktif berarti bahwa kita waspada akan pesan-pesan (media) dan dengan sadar berinteraksi dengannya (Potter, 2001: 22).

Mengambil kendali adalah inti dari literasi media. Menjadi melek media memberikan kita perspektif yang lebih jelas untuk melihat batas antara dunia nyata dan dunia yang dihasilkan oleh media. Ketika seseorang melek media, ia akan memiliki peta yang jelas untuk mengarahkan diri secara lebih baik di dalam dunia media sehingga ia bisa memperoleh pengalaman dan informasi yang diinginkan tanpa teralihkan oleh pesan-pesan yang merusak dirinya (Potter, 2001: 14).

Baran (2011: 24) bahwa kemampuan dan keahlian kita sangat penting dalam proses komunikasi massa. Kemampuan ini tidak selalu mudah untuk dikuasai (ini lebih sulit dari sekedar menyalakan komputer, menayangkan televisi, atau membalikkan halaman majalah kesenangan anda) tetapi ini sangat penting dipelajari dan dapat dilakukan. Kemampuan ini adalah literasi media (*media literacy*) kemampuan yang secara efektif dan efisien memahami dan menggunakan berbagai bentuk komunikasi yang

bermedia.

Pengertian literasi media dirumuskan sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan ke dalam beragam bentuk (Livingstone, 2003).

Menurut Pasal 52 (2) UU Penyiaran, bentuk kegiatan literasi media di Indonesia adalah adalah, "organisasi nirlaba, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan kalangan pendidikan, dapat mengembangkan kegiatan literasi dan/atau pemantauan Lembaga Penyiaran".

Berbagai definisi di atas sebenarnya merujuk pada hal yang sama, yaitu literasi media berusaha memberikan kesadaran kritis bagi khalayak ketika berhadapan dengan media. Kesadaran kritis menjadi kata kunci bagi gerakan literasi media. literasi media sendiri bertujuan untuk, terutama memberikan kesadaran kritis terhadap khalayak sehingga lebih berdaya di hadapan media.

Pentingnya Literasi Media

Gagasan literasi media (di Indonesia) boleh dikatakan baru merebak dalam dekade 2000an, meski sebenarnya sudah menjadi wacana global sejak dekade 80-an. Hal ini karena sejak dekade 2000-an itu pula hiruk pikuk media telah mengisi kesibukan kehidupan publik Indonesia sebagai akses dari implementasi visi kebebasan yang diperjuangkan melalui reformasi. Meski semangat literasi media merupakan concern yang diintrodusir secara global, ia perlu dipahami secara kontekstual. Hal ini sebagai upaya untuk mendaratkan pengertiannya dan mendekatkan urgensinya secara aktual sesuai kondisi dan karakter yang menandai perkembangan sosio-kultural publik sebagai pihak yang diperjuangkan dalam

gagasan itu (Darmawan, 2010: 18).

Silverblatt (1995: 303-304) menyebutkan empat tujuan literasi media yaitu:

1. Kesadaran kritis. Kesadaran kritis memberikan manfaat bagi khlayak untuk mendapat informasi secara benar terkait *coverage* (cakupan) media dengan membandingkan antara media yang satu dengan yang lain secara kritis.
2. Lebih sadar akan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari, menginterpretasikan pesan media.
3. Membangun sensitifitas terhadap program-program sebagai cara mempelajari kebudayaan.
4. Mengetahui pola hubungan antara pemilik media dan pemerintah.

Potter menekankan bahwa literasi media dibangun oleh tiga pilar (Potter, 2001: 15), yaitu:

1. *Personal Locus* merupakan tujuan dan kendali kita akan informasi. Ketika kita menyadari akan informasi yang kita butuhkan, maka kesadaran kita akan menuntun untuk melakukan proses pemilihan informasi secara lebih cepat serta menekan efek media.
2. *Knowledge structure*. Struktur pengetahuan merupakan seperangkat informasi yang terorganisasi dalam pikiran kita. Dalam literasi media, kita membutuhkan struktur informasi yang kuat akan efek media, isi media, industri media, dunia nyata, dan diri kita sendiri.
3. *Skills* adalah keahlian untuk menganalisis, mengevaluasi, mengkategorikan, mensintesis,

mengkritisi isi media. Keahlian ini jika dilatih maka akan semakin kuat kemampuannya. Materi dan informasi mengenai media (*knowledge structure*) menjadi dasar bagi pengembangan kemampuan ini.

Diskusi

Proses Dalam Literasi Media

Terdapat dua proses dalam membangun literasi media (Potter, 2001: 23). *Pertama*, membangun struktur pengetahuan yang kuat sehingga seseorang menjadi lebih *media literate*. *Kedua*, bertindak dalam cara "*media literate*" selama berhubungan dengan media. Tujuannya adalah memperoleh lebih banyak kontrol selama dipapar oleh media dan mengkonstruksi makna dari pesan media tersebut. Tujuan pendidikan literasi media adalah agar masyarakat dapat memahami media, memberikan pengetahuan pada khalayak dan pengguna media untuk bersikap kritis dalam menganalisis pesan yang disampaikan oleh media massa.

Struktur pengetahuan merupakan pondasi utama dalam membangun literasi media, karenanya struktur pengetahuan ini menjadi sangat penting dalam membangun perspektif literasi media bagi audiens media massa. Potter menyatakan bahwa struktur pengetahuan merupakan seperangkat informasi yang terorganisasi dalam memori seseorang. Struktur pengetahuan seseorang tidak terbangun sendirinya melainkan memerlukan perhatian dan ketepatan. Struktur pengetahuan bukan hanya sekedar timbunan fakta melainkan dibentuk dengan menyusun kepingan informasi secara hati-hati sehingga menjadi sebuah desain yang utuh. Potter mengidentifikasi struktur pengetahuan ini menjadi tiga alur, yakni struktur pengetahuan isi media, industri media, dan efek media

(Potter, 2001: 33-35).

Struktur pengetahuan isi media (*Media Content*)

Struktur pengetahuan isi media adalah salah satu elemen literasi media yang penting karena pesan media tidak selalu seperti apa yang terlihat. Potter menyebutkan bahwa manusia pada dasarnya tengah hidup dalam dua dunia yaitu dunia nyata (*real world*) dan dunia media. Dunia nyata dimana kita berada dalam interaksi langsung dengan orang lain. Sebagian besar kita merasa bahwa dunia nyata ini terlalu terbatas. Kita tidak bisa mendapatkan berbagai pengalaman dan informasi hanya dari dunia nyata (Potter, 2001: 33).

Disaat ini kita memasuki era informasi dengan memanfaatkan media untuk mendapatkan pengalaman dan informasi yang tidak bisa didapatkan dari dunia nyata, maka kita akan kembali ke dunia nyata. Begitu seterusnya kita akan melintasi perbatasan antara dunia nyata dan dunia media untuk memperluas perspektif yang kita miliki. Namun kini batasan antara dunia nyata dan dunia media menjadi semakin sulit dilihat dengan jelas.

Media tidak lagi menunggu kita untuk berpetualang di dunianya tetapi media adalah yang kemudian membawa pesan-pesannya kepada kita. Paparan media (*exposure*) kepada kita tidak pernah direncanakan, maka kita tidak menyadari betapa besarnya paparan media kepada kita. Pesan media tidak selalu seperti apa yang terlihat, maka untuk memahami pesan media dengan baik kita memerlukan struktur pengetahuan isi media. Selanjutnya struktur pengetahuan isi media dapat dikategorikan dalam tiga golongan yaitu pengetahuan tentang berita, hiburan, dan iklan.

Struktur Pengetahuan Industri Media

Potter menyatakan bahwa dalam berhadapan dengan literasi media, kita dapat menggunakan *default strategy* ataupun *media literacy strategy*. *Default strategy* memiliki tujuan untuk membangun kepuasan dengan level interupsi minimal. Dalam level ini berarti seseorang mengakses media dalam konteks pola kebiasaan (*habitual pattern*) yang berkembang pada masa lalu. Ketika kita mencoba sesuatu yang baru dan merasakan kepuasan, maka kita melanjutkannya tanpa berpikir terlalu banyak. Kita jarang untuk mencoba mengakses tipe pesan yang lain, entah itu karena kita tidak terlalu yakin bahwa jenis pesan yang lain akan memberikan kepuasan juga ataupun karena kita memandang bahwa akses terhadap jenis pesan lain tersebut memerlukan usaha yang lebih besar dibanding nilainya.

Sedangkan *media literacy strategy* memiliki tujuan untuk memahami dunia ekonomi dalam industri media. hal ini berarti mereka memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap hasil yang didapat dibanding sumber daya yang dikeluarkan. Orang-orang semacam itu menginginkan lebih dari kepuasan minimal dari mengakses media. mereka berpikir matang tentang sumber daya yang dimiliki dan menginginkan negosiasi untuk mendapatkan hasil yang lebih bernilai (Rifani, 2014: 14).

Struktur Pengetahuan Efek Media

Pengetahuan efek media berkaitan dengan aspek perspektif dimensional (Potter, 2001: 23), yaitu:

1. *Timing of Effect* berhubungan dengan efek yang terjadi ketika kita berinteraksi dengan media. Efek media dapat

bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Efek jangka pendek merupakan efek yang terjadi selama paparan media. Efek tersebut hanya berlangsung dalam periode yang singkat. Efek jangka panjang hanya terlihat setelah terjadi banyak paparan. Tidak ada paparan tunggal atau pesan tunggal yang dapat menyebabkan efek tersebut. Efek jangka pendek biasanya lebih mudah dilihat daripada efek jangka panjang. Efek jangka pendek umumnya memperlihatkan diri dalam suatu perubahan. Kita dapat dengan mudah melihat perubahan dalam perilaku atau emosi kita. Sementara itu, perubahan yang disebabkan efek jangka panjang bersifat *gradual* dan lebih sulit untuk dikenali. Efek jangka pendek terjadi karena disebabkan paparan jenis pesan tertentu, sehingga mudah untuk menghubungkan pesan media dengan efek tertentu yang dihasilkan.

2. *Type of effect*, terdapat lima tipe efek media yaitu
 - a. Efek kognitif (*Cognitive type effect*) bergerak pada tataran perubahan kognisi, media dapat mempengaruhi apa yang kita ketahui dengan menanamkan ide dan informasi ke dalam pikiran kita. Hal ini merupakan efek yang paling sering terjadi karena terjadi sepanjang waktu dan kita pun secara konstan menambahkan informasi setiap kali mengakses media. Pembelajaran kognitif ini tidak hanya terbatas kepada informasi faaktual, tetapi juga informasi sosial.
 - b. Efek sikap (*Attitudinal type effect*) bergerak pada tataran perubahan sikap, media dapat menciptakan dan membentuk opini, dan nilai yang kita miliki. Efek

ini dapat berlangsung dalam jangka waktu pendek, ketika kita memberikan sikap positif terhadap pesan media tersebut. Namun juga dapat bersifat jangka panjang ketika kita terlalu banyak terpapar efek media (*cultivation*)

- c. Efek emosi (*Emotional type effect*), bergerak pada tataran reaksi emosi, media dapat membuat kita merasakan sesuatu misalnya memicu emosi marah, sedih, bosan, dan lain-lain. Reaksi emosi ini berkaitan dengan perubahan psikologis. Selama mengakses media kita berpeluang mengalami perubahan psikologis dan kadang efek emosi jangka panjang.
 - d. Efek psikologis (*Psychological type effect*), media dapat mempengaruhi sistem otomatis dalam tubuh (*automatic bodily system*) yang terjadi diluar kesadaran kita.
 - e. Efek perilaku (*Behavioral type effect*), media dapat memicu terjadinya tindakan, misalnya setelah melihat iklan sebuah produk kita segera bergegas ke toko untuk membelinya. Efek perilaku tersebut juga dapat bersifat jangka panjang.
3. *Valance of effect*, menunjukkan arah efek media dapat menuju kearah yang positif maupun negatif. Arah positif adalah ketika efek media membantu seseorang mencapai tujuan personal. Ia menggunakan media secara gratis untuk mencapai tujuan tersebut. Sementara itu, efek negatif terjadi ketika media menggunakan kita sebagai alat untuk mencapai tujuan mereka, jika tujuan mereka bertentangan dengan tujuan kita.

4. *Intentionality of effect*, ketika berinteraksi dengan media sesungguhnya kita pun mengharapkan efek media yang sesuai dengan harapan kita. Secara sadar kita mencari pesan-pesan tertentu dari media yang dapat memberikan efek tersebut. Misalnya ketika menonton tayangan komedi dengan tujuan memperoleh hiburan, kita juga harus berhadapan dengan iklan dan *jingle* yang menginterupsi.

Kemampuan (*Skills*) Berdasarkan Literasi Media

Literasi media membutuhkan kemampuan yang spesifik yang kerap dinamakan dengan *media literacy skills* atau kemampuan literasi media. *Center For Media Literacy* (CML) mendefinisikan literasi media sebagai suatu kerangka kerja untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan media. kemampuan literasi media mencakup: *Pertama*, kemampuan mengkritik media. *Kedua*, kemampuan memproduksi media. *Ketiga*, kemampuan mengajarkan tentang media. *Keempat*, kemampuan mengeksplorasi sistem pembuatan pesan media. *Kelima*, kemampuan mengeksplorasi berbagai posisi. *Keenam*, kemampuan berfikir kritis (Tamburaka, 2013: 10)

Silverblatt (dalam Tamburaka, 2013: 12) mengidentifikasi lima elemen literasi media yaitu:

1. Kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat
2. Pemahaman atas proses komunikasi massa
3. Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media
4. Kesadaran atas konten media sebagai sebuah teks yang memberikan pemahaman kepada budaya kita dan diri kita sendiri

5. Pemahaman kesenangan, pemahaman, dan apresiasi yang ditingkatkan terhadap konten media.

Berdasarkan hal tersebut di atas dapat kita pahami bahwa literasi media merupakan sebuah gerakan kesadaran melek media yang dilakukan khalayak media massa melalui pendekatan proses penyampaian pesan media kepada konsumen media. dengan mengetahui proses tersebut, maka akan memberikan pemahaman tentang budaya yang ada dalam masyarakat sebagai hasil proses komunikasi massa.

Literasi media atau melek media harus mengembangkan kemampuan, untuk mengembangkan kemampuan khalayak baik secara intelektual yaitu pendidikan literasi media dalam memahami pesan media yang khas. Mengembangkan kemampuan emosi, yaitu merasakan apa yang dirasakan diri sendiri dan orang lain dari suatu pesan media. mengembangkan kematangan moral dalam kaitannya dengan konsekuensi moralitas bagi setiap orang.

Menurut Potter, terdapat tujuh keterampilan (*skills*) yang dibutuhkan untuk meraih kesadaran kritis bermedia melalui literasi media (Potter, 2001: 16). Ketujuh keterampilan atau kecakapan tersebut adalah

1. Analisis. Kemampuan analisis menuntut kita untuk mengurai pesan yang kita terima ke dalam elemen-elemen yang berarti.
2. Evaluasi adalah membuat penilaian atas makna elemen-elemen tersebut.
3. Pengelompokan (*grouping*) adalah menentukan elemen-elemen yang memiliki kemiripan dan elemen-elemen yang berbeda untuk dikelompokkan ke dalam kategori-kategori yang berbeda.

4. Induksi adalah mengambil kesimpulan atas pengelompokan di atas kemudian melakukan generalisasi atas pola-pola elemen tersebut ke dalam pesan yang lebih besar.
5. Deduksi menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan sesuatu yang spesifik.
6. Sintesis adalah mengumpulkan elemen-elemen tersebut menjadi satu struktur baru.
7. *Abstracting* adalah menciptakan deskripsi yang singkat, jelas, dan akurat untuk menggambarkan esensi pesan secara lebih singkat dari pesan aslinya.

Keberadaan literasi media bisa juga dibaca sebagai antitesis dari berbagai usaha reaktif berbasis pendekatan struktural yang kerap dipakai dan diwacanakan setiap kali negeri ini dihadapkan pada cecceran persoalan akibat disfungsi media. Kalau kita lacuk, dasar pendekatan struktural sendiri adalah paradigma klasik dalam kajian komunikasi massa yang menempatkan media dan khalayak dalam oposisi biner dengan relasi kuasa yang secara diametral memiliki perbedaan sangat tajam. Media ditempatkan secara diametral sebagai pihak aktif yang begitu berkuasa dan sebaliknya khalayak sebagai pihak yang lemah dan pasif. Pengandaian tentang khalayak yang lemah dan harus dilindungi inilah yang hampir selalu direproduksi sebagai argumentasi untuk melegitimasi munculnya sejumlah regulasi represif yang dianggap akan mampu menertibkan media massa. Sedangkan pendekatan kultural sendiri membangun basis argumentasinya dari pengandaian bahwa publik adalah khalayak *ludic* yang secara dinamis dan kreatif akan selalu melibatkan kompetensi dan referensi kultural mereka ketika

mencerna konstruksi realitas yang ditawarkan media tersebut. Dengan demikian makna di balik teks media dalam pendekatan kultural ini bukanlah makna tunggal yang sudah selesai, tetapi akan selalu bersifat polisemik (Sasangka, 2010).

Sejalan dengan gagasan tentang khalayak aktif ini, secara sederhana Stuart Hall (1981) membuat tiga kategori kemungkinan resepsi publik atas televisi yang merepresentasikan sifat *ludic* di atas. Pertama, resepsi yang bersifat *dominant-hegemonic*, yaitu ketika publik cenderung mengikuti begitu saja konstruksi yang ditawarkan media. Kedua, resepsi yang bersifat *negotiated* yang terjadi manakala publik bersifat skeptis terhadap tawaran konstruksi media. Sedangkan yang ketiga adalah *oppositional* yang terjadi ketika publik memberikan penolakan atau bahkan perlawanan terhadap konstruksi atas realitas yang ditam pil kan media. Terkait dengan tiga kategori resepsi yang disodorkan Hall di atas, dengan demikian dapat dikatakan bahwa potensi kultural yang dimiliki oleh publik ketika dihadapkan pada realitas disfungsi media pada dasarnya terletak pada kemungkinan untuk melakukan negosiasi, penolakan atau bahkan perlawanan terhadap tampilan konstruksi yang ditawarkan media. Walaupun demikian, kreativitas dan kekhasan proses resepsi publik atas tampilan konstruksi media sangatlah tergantung dan dipengaruhi oleh kekhasan preferensi nilai yang dimiliki oleh tiap orang. Dieter Baacke (dalam Sasangka, 2010) mengemukakan definitif tidaknya potensi publik dalam melakukan negosiasi maupun perlawanan atau sebaliknya mengamini konstruksi disfungsional media pada dasarnya akan ditentukan tinggi rendahnya *media consciousness* (kesadaran hermedia) sebagai bagian dari preferensi kultural yang mereka miliki.

Secara umum, kesadaran bermedia dalam gagasan Baacke di atas mencakup dua wilayah besar. Masing-masing adalah kesadaran di tingkat etis-analitis dan kesadaran di tingkat teknis-prosedural. Kesadaran etis-analitis sendiri terkait erat dengan kemampuan publik untuk mengevaluasi secara kritis kelayakan sebuah konstruksi wacana yang ditawarkan media dengan mendasarkan pada nilai-nilai normatif yang berlaku serta pertimbangan-pertimbangan *social cost benefit* atas implikasi sosial yang secara potensial akan muncul sebagai akibat dari konstruksi tersebut. Sedangkan kesadaran teknis-prosedural sendiri menyangkut pengetahuan publik atas hak dan tanggung jawab mereka maupun media sendiri dalam menciptakan atmosfer kehidupan bermedia yang sehat. Termasuk di dalamnya adalah pengetahuan tentang prosedur teknis yang secara legal dibenarkan dan dapat ditempuh ketika terjadi konflik kepentingan dengan media. Dua wilayah kesadaran inilah barang kali yang cukup relevan untuk diaktivasi dan diberdayakan melalui gerakan literasi media dalam konteks realitas bermedia kontemporer terutama untuk mengaktualkan sifat *hodie* khalayak.

Idealisme tentang media massa adalah pengandaian yang dinormatiskan pada fungsi dan perannya untuk mewujudkan negara dan masyarakat yang kuat. Media diinginkan untuk menjadi *watch dog* atas praktik pemerintah dan jalannya pemerintahan. Pada kesempatan yang sama media mestilah mengungkap aspirasi publik berkenaan dengan *benefit loss* yang dialami sebagai dampak dari berbagai kebijakan dalam pengelolaan negara. Media haruslah bekerja dengan prinsip-prinsip imparialitas-obyektif, faktualitas dan aktualitas sebagai etos utama dalam kinerjanya. Di atas semua itu, media diangankan ada di posisi sentral dalam usaha mewujudkan perbaikan, pemberdayaan dan penguatan sosial,

ekonomi, politik, hukum dan terutama kultural (Darmawan, 2010: 21).

Idealisasi penerapan literasi media perlu diwujudkan melalui perencanaan, mekanisme, struktur dan pemantauan yang jelas. Ketika orientasi gerakan literasi media ini memiliki kesan yang kuat untuk memperbaiki kualitas kultural kehidupan publik, penerapan literasi media diyakini hanya baik dan tepat jika diikatkan dalam suatu proses permanen, reguler dan sinambung.

Literasi media tidak mengenal asumsi bahwa seseorang yang lebih paham persoalan media adalah juga seorang yang telah memiliki literasi media. Seclaras dengan itu, literasi media juga bukan pengukur untuk menilai benar salahnya penafsiran atas muatan media. Sebagaimana telah disampaikan, literasi media adalah upaya untuk membawa pada kesadaran dan kemampuan pengendalian publik dalam menggunakan media. Pengetahuan saja dapat dikatakan tidak cukup untuk membuat seseorang memiliki literasi. Pengetahuan mempunyai nilai penting tetapi bukan yang terutama dalam konteks ini. Membangun pengertian atas simbol-simbol yang dimuat media serta menyadarinya sebagai konstruksi dan realitas media, yang tidak sama dengan realitas sosial, merupakan pokok yang menjadi fokus dari segenap pengupayaan literasi media (Darmawan, 2010: 35).

Pendekatan konvensional yang kebanyakan dilakukan di Indonesia dianggap kurang efektif karena khalayak kurang dapat merefleksikan pengalamannya dalam mengonsumsi isi media (Iriantara, 2009). Oleh karena itu diperlukan pendekatan konstruktivisme beserta media penunjang lain agar literasi media dapat berjalan dengan baik. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan Buckingham dan Dommille bahwa dalam pendidikan

media diperlukan pendidikan yang lebih bersifat 'aktif', "terpusat pada warga belajar" dan partisipatoris (Buckingham & Domaille, 2002).

Kesimpulan

Literasi media berangkat dari persoalan kultural, di mana budaya lokal bertemu dengan budaya asing melalui media. Literasi media berupaya untuk memberdayakan konsumen ketika berhadapan dengan media. Literasi media bertujuan membantu konsumen agar memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isi media, sehingga dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupannya. Literasi media tentu tidak bisa berjalan dengan baik tanpa peran serta masyarakat.

Media, informasi dan teknologi dengan demikian mestilah telah menjadi kebutuhan primer bagi publik untuk mulai mengembangkan literasi media. Intensitas terpapar media dan informasi yang tinggi akan cukup menjadi alasan bahwa literasi media perlu menjadi isu penting bagi publik. Ini karena tingginya intensitas publik yang terpapar materi simbolik berpeluang mengalami distorsi realitas akibat kekuatan media dalam merekayasa produknya. Produksi simbol yang telah sangat dependen dengan teknologi, baik sebagai alat maupun basis kreativitasnya, membuat makna simbol yang polisemik sangat berpotensi menjadi semakin kompleks.

Membangun kesadaran dan pengendalian publik dalam penggunaan media, karena merupakan upaya mengajak publik untuk memiliki kemampuan supaya secara kontinu menyikapi dampak informasi yang diterimanya dengan cara melakukan penafsiran secara hati-hati, bertingkat dan komprehensif serta

menggunakannya secara bijak terhadap isu yang relevan dengannya. Namun literasi media haruslah dipahami bukan sebagai ajaran, himbauan atau bahkan ajakan untuk menjadi antimedia, membuat stigmatisasi terhadap media, ataupun menciptakan hegemoni penafsiran atas muatan media, melainkan justru untuk lebih apresiatif terhadap media dan menempatkannya di posisi yang tepat dalam kehidupan publik.

Daftar Pustaka

- Baran, Stanley J. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa Literasi Media dan Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Baran, Stanley J. (2013). *Introduction to Mass Communication, Media Literacy and Culture*. New York: McGraw Hill.
- Buckingham, D., & Domaille, K. (2002). *Where Are We Going and How Can We Get There? General Finding From The UNESCO Youth Media Education Survey 2001*. London: Institute of Education University of London.
- Burn, A., & Hart, A. (2003). *Media Literacy and Image Education in Ireland, the Netherlands and the UK*. Brussels: Directorate General for Education and Culture European Commission.
- Darmawan, Joseph P., (2010). *Literasi Media Idealisme Penguatan Publik atas Media*. Dalam Darmawan, Joseph P, dkk. *Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi*. Yogyakarta: Tifa Foundation.
- Hobbs, R. (1999). *The Acquisition of Media Literacy Skills among Australian Adolescent*. *Journal of Broadcasting*

and Media. Diunduh dari: <http://interact.uoregon.edu/MediLit/mls/readingarticles/hobbs/australia.html>

- Iriantara, Y. (2009). *Literasi Media*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Livingstone, Sonia. (2003). *The changing nature and uses of media literacy*. London: London School of Economics and Political Science. Diunduh dari: http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/Media@lseFWP4_july03.pdf
- Potter, W. James. (2004). *Theory of Media literacy: A Cognitive Approach*. London: Sage Publications.
- Potter, W. James. (2001). *Media Literacy*. London: Sage Publications.
- Rifiani, Nisya. (2014). *Studi Literasi Media*. Diunduh dari: <https://id.scribd.com/doc/229115779/Studi-Literasi-Media>.
- Sasangka, D. Danarka. (2010). Literasi Media sebagai Sebuah Gerakan Kultural. Dalam Darmawan, Joseph P, dkk. *Ketika Ibu Rumah Tungga Membaca Televisi*. Yogyakarta: Tifa Foundation.
- Silverblatt, Art. (1995). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. London: Praeger.
- Tamburaka, Apriadi. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Undang-Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.