

LITERASI MEDIA: CERDAS DAN BIJAK MENIKMATI KONTEN MEDIA BARU

SRI HADIJAH ARNUS

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI

hadijaharnus@gmail.com

ABSTRAK

Pergeseran media massa konvensional ke media baru menimbulkan kemudahan dalam berkomunikasi diantaranya tidak adanya batasan ruang dan waktu, adanya interaktivitas yang tinggi dan sistem komunikasi yang *desentralized*, sehingga khalayak tidak lagi pasif menerima informasi, tetapi dapat pula berperan menyebarkan informasi. Hal ini mengakibatkan banyaknya informasi yang diterima khalayak baik yang berdampak positif maupun yang dapat memberikan dampak yang negatif bagi khalayak. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan diantaranya banyaknya beredar berita bohong atau hoax dan konten media yang dapat memberikan pengaruh yang negatif, seperti adanya perubahan persepsi khalayak, terbentuknya sikap stereotipe, terancamnya persatuan dan kesatuan bangsa dan perpecahan antar suku dan agama. Melihat fenomena tersebut dipandang penting adanya literasi media bagi khalayak agar mereka lebih kritis dalam memilah konten media dan mampu menganalisis isi media. Pemahaman literasi media dapat dilakukan melalui sistem pendidikan formal yaitu dengan cara memasukkan literasi media kedalam kurikulum pendidikan sekolah. Literasi media juga dapat diberikan pada pendidikan non formal seperti dengan mengadakan seminar, pelatihan, taman pendidikan Al-Quran, forum keagamaan seperti majelis taklim dan forum organisasi kemasyarakatan. Hal ini tentunya dapat terwujud dengan dukungan orangtua, guru, para *opinion leader* dan da'i yang aktif dalam menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat.

Kata Kunci: Literasi Media, Komunikasi, Media baru, Media masaa konvensional

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dari teknologi tradisional ke digital membawa perubahan pada pola komunikasi masyarakat saat ini. Pergeseran pola komunikasi secara *face to face* beralih ke pola *computer mediated communications* (CMC), dimana hambatan geografis tidak lagi menjadi hal yang penting di era digital saat ini. (Joseph B. Walther dalam Berger, 701:2014). Hal ini sebelumnya telah diprediksikan oleh Marshall Mc Luhan dalam bukunya *Understanding Media* (1964) yang mengemukakan bahwa teknologi komunikasi memainkan peran penting dalam tatanan sosial dan budaya baru, membawa perubahan dari media cetak ke media elektronik yang menyebutkan dunia saat ini seperti suatu desa global dimana jarak dan waktu tidaklah menjadi hambatan, dengan teknologi komunikasi dapat memperpendek pandangan, pendengaran dan sentuhan, melampaui ruang dan waktu.

Pergeseran dari teknologi tradisional ke teknologi digital mengubah bentuk penggunaan media masyarakat dari media massa konvensional ke media baru. Dahulu masyarakat lebih mengandalkan media massa seperti surat kabar, televisi, radio dan lainnya, untuk mendapatkan informasi, dimana komunikator dari media tersebut merupakan suatu lembaga media, bentuk pesannya *one way communications* yang mengakibatkan umpan balik dari khalayak tertunda, sehingga tingkat interaktivitas komunikator dan khalayak sangat rendah. Setelah pergeseran teknologi media ke digital terciptalah media baru dengan menggunakan sistem komputerisasi yang berbasis internet seperti saat ini, dimana kita dapat berkomunikasi secara interaktif baik melalui *smartphone*, tablet maupun laptop. Berbeda dengan fungsi telepon genggam, *smartphone* tidak hanya dapat digunakan untuk berbicara melalui jaringan sambungan telepon dan mengirimkan pesan melalui *short message sistem* (SMS), tetapi juga dapat menikmati teknologi yang ada dalam *smartphone* tersebut dengan melakukan *video call*, mengirim dokumen, gambar maupun video dengan mudah. Ditambah lagi dengan hadirnya media jejaring sosial yang memungkinkan aktivitas sosial dunia maya layaknya di dunia nyata.

Pergeseran media massa konvensional ke media baru tersebut banyak mendatangkan kemudahan kepada masyarakat akan tetapi juga memiliki dampak yang negatif kepada masyarakat. Bennet dan Entman dalam (Poerwaningtiyas,

2013: 12) menyatakan “*mediated communication, from nes programs to entertainment fare, servece important functions in contemporary public sephere* (dalam melaksanakan peran mediasinya itu, media dan komunikasi bisa berperan sebagai mediasi yang baik, tetapi juga buruk)”. Disadari ataupun tidak, terpaan media yang sangat intens terhadap khalayak dapat memberikan pengaruh terhadap persepsi khalayak terhadap suatu hal, pola pikir, maupun dalam pengambilan keputusan. Seperti yang digambarkan pada *Hypodermic Needle Theory* (Nurudin, 2013:165) yang menyatakan bahwa apa yang disajikan media massa, secara langsung memberi rangsangan atau berdampak kuat pada diri audience, teori ini mengaggap bahwa audience memiliki ciri khusus yang seragam dan dimotivasi oleh faktor biologis dan lingkungan serta mempunyai sedikit kontrol. Meskipun saat ini berkembang beberapa teori yang lebih baru yaitu teori *uses and gratification* yang menyatakan bahwa, dalam menggunakan media, khalayak akan memilih tayangan-tayangan atau informasi yang mereka butuhkan maupun sukai sehingga khalayak cenderung untuk menyeleksi tayangan-tayangan atau informasi yang akan menerpa mereka.

Berbicara mengenai media baru tidak lepas dari topik pembahasan mengenai media jejaring sosial yang penggunaannya saat ini menjadi trend di masyarakat. Saat ini sebagian besar masyarakat memiliki akun pada media sosial, bahkan ada yang memiliki lebih dari satu akun. Aktivitas kehidupan manusia saat ini tidak lepas dari kehadiran media jejaring sosial, baik itu berfungsi sebagai penyampai informasi maupun sebagai media untuk mendapatkan informasi. Hal ini didukung oleh sifat media sosial yang *online*, seseorang dapat mengakses informasi apa saja kapan dan dimanapun. Seperti telah dijelaskan diatas mengenai fungsi media dapat berdampak positif, tetapi dapat pula berdampak negatif. Apabila dikaitkan dengan media jejaring sosial, maka terdapat juga beberapa pengaruh negatif dari penggunaan jejaring sosial tersebut, seperti banyaknya berita-berita yang tidak dapat dipertanggung jawabkan atau biasa disebut hoax yang beredar di media tersebut. Terpaan media yang berisi konten yang bersifat negatif terhadap masyarakat dapat menimbulkan pengaruh yang kurang baik terhadap pembentukan persepsi khalayak, maupun dari cara mereka bertindak atau dalam pengambilan keputusan. Hal tersebut senada dengan *Hypodermic neddle teory* yang telah dipaparkan diatas. Lebih jauh dapat

berdampak pada kondisi psikologis khalayak seperti sikap stereotype terhadap agama, suku dan kelompok tertentu yang dapat menimbulkan terancamnya persatuan dan kesatuan bangsa.

Melihat dampak negatif yang dapat ditimbulkan oleh penggunaan media yang kurang bijak oleh masyarakat maka perlu memberikan literasi media kepada masyarakat agar lebih bijak dalam menganalisis pesan-pesan media. Dalam artikel ini penulis akan memaparkan lebih jauh mengenai konsep literasi media, dan bagaimana model-model penerapan literasi media dalam mencari solusi bagi penggunaan media yang kurang selektif dan kurang bijak oleh masyarakat saat ini.

PEMBAHASAN

A. Pergeseran Media Massa Konvensional ke Media Baru

Penggunaan media baru di masyarakat saat ini menimbulkan perspektif yang baru dalam berkomunikasi. Pergeseran yang terjadi pada media massa konvensional ke media baru dapat dilihat pada konsep media massa konvensional yaitu satu objek berbicara kepada banyak orang, hal ini karena komunikatornya merupakan suatu lembaga media, contohnya khalayak menyaksikan tanyangan RCTI melalui media televisi, dimana pesan-pesan yang kita terima disampaikan secara serempak kepada khalayaknya oleh lembaga media RCTI. Sementara media baru bersifat *decentralized* yang artinya semua memiliki kesempatan berbicara kepada siapapun. Dalam media baru, pengguna media tidak hanya pasif dalam menerima pesan dari media, akan tetapi dapat pula menyampaikan pesan kepada siapapun. Misalnya saja di media jejaring sosial *facebook*, kita dapat memperoleh informasi yang dibagikan oleh pengguna *facebook*, akan tetapi kita dapat pula menyebarkan informasi melalui media tersebut kepada pengguna *facebook* yang lain.

Bentuk lain yang terjadi diakibatkan oleh pergeseran dari media massa konvensional ke media baru adalah, arus komunikasi media massa konvensional yang berbentuk *one way communication*. Sedangkan arus komunikasi media baru berbentuk *two way communication*, yang memungkinkan adanya *feedback* yang cepat dari audience. *Feedback* media massa konvensional tertunda sedangkan pada media baru, *feedback* dapat diterima secara langsung karena sifat media

yang *online* dan interaktivitas yang tinggi. Misalnya Seseorang dapat menyatakan rasa suka maupun dukungan terhadap suatu berita di media sosial saat itu juga, sedangkan apabila berita yang sama ditayangkan di media televisi, feedbacknya tertunda atau tidak akan langsung diketahui oleh komunikator.

Apabila dilihat dari sudut pandang kontrol negara, media massa konvensional dibawah kontrol negara, karena pendirian lembaga media, tayangan-tayangan yang disampaikan di media, semuanya mengikuti aturan yang telah ditentukan oleh pemerintah. Hal ini diatur dalam PERPRES No. 11 tahun 2005 tentang pengendalian, pembinaan dan pengembangan pengelola media massa oleh masyarakat yang berada dalam lingkup wewenang kementerian komunikasi dan informasi (Nurudin, 2008:45). Selain itu pemerintah juga mengadakan pengawasan terhadap semua tayangan melalui media massa dengan dibentuknya Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Izin pendirian maupun konten media massa konvensional semuanya diatur dan diawasi oleh pemerintah agar supaya semua tayangan maupun isi pesan yang disampaikan kepada khalayak dapat difilter dengan baik oleh pemerintah. Media baru cenderung di luar kontrol negara, karena konten medianya dapat dinikmati siapa pun yang ada di dunia tanpa batasan negara. Pada media baru derasnya arus informasi yang ada di media ini menjadikan pengawasan terhadap informasi yang beredar pada media ini sulit dikontrol secara ketat oleh pemerintah, karena seperti yang kita ketahui, selain menerima informasi, pengguna media baru juga dapat berperan sebagai pengirim informasi. Hal ini di dukung oleh tren jurnalistik yang mengarah kepada *citizen journalism* yang memungkinkan siapa saja dapat membagikan informasinya ke media sosial. Menurut Aceng Abdullah dalam Tamburaka (2013:73), pada *citizen journalism* khalayak tidak hanya butuh informasi akan tetapi juga butuh menginformasikan fakta dan opininya karena kebutuhan akan informasi yang kadang tidak dapat dipenuhi oleh media massa konvensional. Kualitas gambar dan foto yang lebih baik kadang dimiliki oleh khalayak dibandingkan oleh media, selain itu informasi dari jurnalisme warga dapat menangkap moment-moment penting yang tidak didapatkan oleh para jurnalis. Berkembangnya *citizen journalism* tersebut lebih memperkaya ragam informasi bagi khalayak.

Pergeseran yang lain terjadi yaitu media massa konvensional memproduksi lapisan sosial, dalam hal ini media massa konvensional cenderung

bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang sifatnya memberikan pendidikan dan pengetahuan kepada masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk membentuk masyarakat yang baik dan harmonis, yang tentunya berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat yang sejahtera. Sementara media baru adalah media yang memproduksi konsep demokratisasi dimana khalayak bebas untuk mendapatkan informasi dan mengakses informasi apapun tanpa dibatasi oleh aturan. Informasi yang diberikan kepada khalayak pun beraneka ragam sehingga yang menjadi peran penting dalam memfilter setiap informasi yang menerpa khalayak adalah masing-masing individu, sehingga memang diperlukan pengetahuan baik pada taraf kognitif, afektif maupun behavioral, akan pentingnya memilah informasi dan kritis terhadap konten media yang menerpa kita dengan kemampuan literasi media.

Selain pemaparan tentang pergeseran dari media massa konvensional ke media baru diatas, perbedaan antara media baru dan media massa konvensional dapat dilihat dari pergeseran fungsi dan peran dari elemen-elemen media. Pada media massa konvensional, yang terdiri dari media elektronik (Televisi, radio dan lainnya) dan media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dan lainnya) terdiri dari elemen-elemen media yaitu, komunikator, komunikan, pesan, media, *gatekeeper*, regulator, dan filter. Komunikator yang berbentuk lembaga, komunikan yang merupakan penerima pesan dari lembaga media, pesan yang merupakan peristiwa yang telah diolah menjadi berita dan gambar yang akan disajikan kepada khalayak atau masyarakat, *gatekeeper* yang bertugas memastikan bahwa pesan-pesan tersebut layak untuk dinikmati oleh khalayak, yang melalui beberapa tahap tertentu. Regulator yang merupakan lembaga yang mengontrol tayangan atau pesan yang disebarluaskan oleh media, serta filter yang merupakan kemampuan khalayak dalam menginterpretasikan pesan yang diterimanya berdasarkan pengalaman dan persepsi yang terbentuk pada dirinya dimasa lalu. Pada era perkembangan media baru, terjadi pergeseran terhadap peran elemen-elemen media, berbeda dengan media massa konvensional, pada media baru elemen-elemen seperti pada media massa konvensional ada yang hilang atau melemah perannya, seperti *gatekeeper* dan regulator. Pada media massa konvensional peran antara komunikator, komunikan, *gatekeeper*, regulator sangatlah jelas, hal ini berbeda pada media baru dimana adanya pembauran batas-

batas antara komunikator dan komunikan hampir tidak jelas karena sifat interaktivitas pada media baru tersebut. Sedangkan peran *gatekeeper* hampir tidak ada, disebabkan adanya *citizen journalism*, dimana setiap orang dapat menyebarkan informasinya sehingga tidak ada lagi peran penjaga pintu seperti yang ada pada lembaga media massa konvensional. Begitu pula halnya dengan regulator yang kurang berperan melaksanakan kontrolnya, disebabkan oleh sifat media baru itu sendiri yang cenderung liberal. Sedangkan peran filter pada media baru tetap dibutuhkan dan cenderung untuk lebih ditingkatkan, berupa kemampuan khalayak dalam memilah dan kritis terhadap konten media, karena tuntutan konten media pada media baru yang sangat berbeda dari media massa konvensional.

Media baru yang lebih interaktif, penyebaran informasi yang lebih cepat, tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, sifat media baru yang *desentralized* dimana khalayak tidak hanya pasif dalam menerima pesan dari media, akan tetapi bebas untuk membagikan informasi kepada siapapun terutama di media sosial, dan berkembangnya *citizen journalism* mengakibatkan mengalirnya informasi tidak terbandung. Sumber dan isi pesannya pun tidak dapat terkontrol dengan baik seperti pada tayangan atau pesan-pesan pada media massa konvensional, seperti televisi, radio, maupun surat kabar. Kondisi media seperti itu berpotensi terhadap beredarnya berita yang mengandung kebohongan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan atau sering disebut hoax yang tentunya dapat mendatangkan pengaruh negatif bagi kehidupan masyarakat seperti fitnah, perpecahan persatuan dan kesatuan bangsa sampai kepada perpecahan keharmonisan hubungan antar umat beragama.

Seperti yang kita ketahui bahwa masyarakat Indonesia yang sangat beragam, sangat sensitif dengan isu-isu yang menyangkut agama ataupun suku, sehingga apabila diterpa berita yang menyinggung hal tersebut, berpotensi menimbulkan gerakan-gerakan massa yang luar biasa. Hal ini dapat kita lihat pada aksi 212 yang menuntut penegakan hukum terhadap Basuki Cahaya Purnama alias Ahok beberapa waktu yang lalu. Aksi tersebut terkait kasus pelecehan terhadap Al Quran yang menimbulkan reaksi yang cukup keras dari umat Islam di Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa maraknya berita faktual maupun berita hoax yang diposting menyangkut kasus tersebut di media sosial,

ikut berperan “membakar” emosi para netizen yang tergugah identitas keislamannya, hal inilah yang membawa ribuan umat Islam turun ke Monas untuk melakukan aksi damai 212. Selain karena kesucian agamanya sedang dipertaruhkan penulis melihat pergerakan massa tersebut sebagian besar karena redudansi pesan media yang menerpa mereka setiap saat, sehingga membawa efek behavioral kepada mereka sehingga tergerak untuk ikut dalam aksi tersebut.

Saling lempar argumen dan artikel terus berlanjut meskipun Ahok telah diputuskan bersalah, kemudian dijatuhi vonis dua tahun penjara. Perang berita-berita di media sosial masih saja berlanjut seakan-akan saling menyerang dan menjatuhkan lewat media sosial yang secara implisit tampak seperti pertentang antara “kubu Islam” dan “kubu Kristen”. Konflik Ahok ini seakan akan meluas menjadi perang argumen mengenai siapa yang salah dan benar dengan membawa embel-embel agama. Begitu besarnya pengaruh pesan media membentuk perilaku khalayak. Apabila khalayak tidak dibekali kemampuan kritis dalam menganalisis konten media dan bijak dalam menginterpretasi konten media, maka hal ini tentu saja dapat membahayakan kelangsungan negara kesatuan Republik Indonesia, yang sejak dahulu menjunjung tinggi kebhinekaan, karena beragamnya agama maupun suku yang ada di Indonesia. Hal inilah mengapa diperlukan literasi media bagi khalayak sehingga mereka mampu untuk kritis dan mengontrol terhadap semua pesan yang didapatkan melalui media massa maupun media sosial, karena saat ini dituntut khalayak untuk lebih cerdas menginterpretasikan konten media dan bagaimana media mempengaruhi pikirannya dan dapat bereaksi secara bijak terhadap segala konten media yang menerpanya. Semakin media literate seseorang. Maka semakin mampu orang tersebut melihat batas antara dunia nyata dan dunia yang dikonstruksikan oleh media. (Poerwwaningtias 2013:16)

B. Konsep Literasi Media

Konsep literasi media mulai dikembangkan di Inggris sejak tahun 1930, konsep ini untuk menangkal arus budaya pop yang melanda generasi muda saat itu. Pada tahun 1970-an muncul suatu pengenalan ideologi bahwa media memiliki kekuasaan untuk menciptakan realitas alamiah. Melihat besarnya pengaruh media bagi masyarakat Inggris sejak saat itu muncullah kursus-kursus pertama secara formal dalam fokus studi mengenai film, kemudian selanjutnya

muncul studi media sebagai opsi untuk kelompok muda di dalam cakupan usia 14-19 tahun. Pada tahun 1990 dalam kurikulum pendidikan di Inggris mengharuskan untuk memberikan pengajaran mengenai media sebagai bagian dari pelajaran bahasa Inggris, sehingga Inggris dikenal sebagai pionir dari pengembangan pendidikan untuk melek media (literasi media) di dunia (Tamburaka, 2013:26). Konsep usaha untuk melakukan melek media kepada masyarakat juga dilakukan oleh beberapa negara seperti Australia, Afrika Selatan, Denmark dan Amerika Serikat. Pada umumnya usaha negara-negara tersebut dalam memberikan literasi media kepada masyarakatnya, dilakukan dengan memasukkan pendidikan tentang media tersebut kedalam kurikulum sistem pendidikan yang ada di negara mereka.

Di Indonesia pengenalan mengenai konsep literasi media baru dikembangkan pada tahun 1990. Konsep literasi media di Indonesia terlambat dibandingkan dengan negara-negara maju di dunia yang telah lebih dahulu mengembangkan aktivitas literasi media di negaranya. Meskipun konsep literasi media telah masuk ke Indonesia sejak tahun 1990, tetapi konsep ini masih mencari bentuk yang tepat untuk diterapkan di Indonesia. Menjelang tahun 2000 pasca era reformasi di Indonesia, konsep literasi media mendapatkan perhatian yang lebih dengan adanya demokratisasi media pada era reformasi, dimana media pada saat itu mendapatkan kebebasan dalam penayangan isi media, setelah berada pada masa dimana media berada dalam kontrol pemerintah yang cukup ketat. Konsep literasi media ini mulai dikenal di Indonesia melihat besarnya pengaruh yang dimunculkan oleh media televisi yang merupakan media dengan khalayak yang cukup besar pada era 90an sampai awal tahun 2000. Pada era ini juga munculnya stasiun televisi swasta yang mengusung misi sebagian besar untuk mencari keuntungan. media tersebut menjadi sebuah industri, dimana setiap stasiun televisi berusaha untuk mendapatkan perhatian dari pemirsa, dengan harapan mendapatkan perhatian akan iklan yang mereka tayangkan sebagai sumber keuntungan sebuah tayangan media. Tayangan televisi banyak memberikan pengaruh kepada khalayaknya, akan tetapi tidak semua tayangan di televisi berpengaruh positif, misalnya saja tayangan yang mengandung kekerasan dan tayangan tidak mendidik lainnya. Pengaruh tersebut terutama berdampak terhadap fisik, mental, emosi dan perkembangan spiritual pada anak-anak dan

remaja. Melihat fenomena tersebut, melalui sebuah workshop tingkat Asia-Pasific yang diselenggarakan oleh Yayasan kesejahteraan anak Indonesia (YKAI), tentang anak dan televisi di Cipanas, dibahas tentang perlunya dikembangkan media literacy dikalangan anak-anak, sejak saat itu kemudian kerap diadakan seminar maupun pertemuan yang membahas masalah pentingnya literasi media terhadap anak dan khalayak televisi pada umumnya.

Tahap perkembangan literasi media di era tahun 2000 sampai 2010 selain dengan seminar dan pertemuan juga dilakukan kampanye maupun roadshow yang membahas mengenai pentingnya literasi media tersebut terutama kepada anak-anak. Melihat dampak televisi pada saat itu, yang memberikan dampak yang sangat besar terhadap khalayaknya, maka pemerintah pada saat itu memberlakukan kebijakan untuk memberikan petunjuk kode pada setiap tayangan yang sesuai dengan kelompok umur penontonnya. Tetapi sayang sejak tahun 2010 perkembangan gerakan literasi media di Indonesia melambat disebabkan karena masih beragamnya pemahaman mengenai literasi media. Sampai saat ini tidak ada forum ilmiah yang membahas mengenai literasi media itu sendiri, kemudian belum adanya bahasan mengenai memasukkan kemampuan literasi media kedalam kurikulum pendidikan formal yang ada di Indonesia. Padahal kebutuhan akan literasi media di era ini sangat mendesak, melihat tingkat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi terus berkembang dengan pesat. Semua segi kehidupan saat ini terhubung dengan media jejaring sosial, hal ini juga menerpa generasi muda kita saat ini tanpa dapat dibendung dan dihalangi. Sehingga muncul berbagai permasalahan baru menyangkut gempuran informasi. Apabila hal ini tidak disikapi dengan bijak akan menimbulkan beberapa permasalahan baru dalam masyarakat.

Sebelum lebih jauh membahas tentang literasi media maka penulis akan menjelaskan apa pengertian dari literasi media itu sendiri. Defenisi literasi media berasal dari bahasa Inggris yaitu *Media literacy* terdiri dari dua suku kata yaitu media yang merupakan tempat pertukaran pesan dan literacy berarti melek. Dalam hal ini literasi media merujuk kemampuan khalayak dalam melek terhadap media, pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Menurut pakar komunikasi Paul Messaris mendefenisikan literasi media yaitu pengetahuan mengenai bagaimana media berfungsi dalam masyarakat. Sedangkan peneliti

komunikasi massa Justin Lewis dan Sut Shally mendefinisikan literasi media yaitu memahami kemampuan budaya, ekonomi, politik, dan teknologi pembuatan dan penyiaran pesan (Tamburaka, 2013: 7).

Literasi media berhubungan dengan bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Literasi media merupakan skill untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan, mengorganisasikan makna itu sehingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain. Potter (Poerwaningtias dkk, 2013:16) menekankan bahwa literasi media dibangun dari personal *locus*, struktur pengetahuan, dan skill. *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, pun sebaliknya. Struktur pengetahuan merupakan seperangkat informasi yang terorganisir 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 sementara skill adalah alat yang kita gunakan untuk meningkatkan kemampuan literasi media kita.

Hal yang mendasari pemikiran pentingnya literasi media menurut Baran dan Davis (Tamburaka, 2013:4) adalah keadaan khalayak yang saat ini aktif mencari informasi dari media akan tetapi masih sedikit yang sadar tentang bagaimana dampak dari media itu terhadap mereka, sehingga mereka tidak dapat memilah-milah tayangan atau pesan yang menerpa mereka. Selain itu konten media dapat memberikan tuntunan terhadap tindakan khalayak baik secara eksplisit maupun secara implisit, ditambah lagi setiap khalayak memiliki tingkatan dalam pengolahan kognitif sehingga masing-masing khalayak akan berbeda pada cara bagaimana menggunakan media dan apa yang mereka dapatkan dari media.

Lawrence Lessing (Tamburaka, 2013:8) memandang literasi media sebagai kemampuan individu dalam aktivitas nyata ketika berhubungan dengan media. Lawrence mengemukakan bahwa literasi media adalah kemampuan untuk menganalisis dan mendekonstruksi pencitraan media. Hal ini bertujuan agar pemirsa menjadi sadar atau melek terhadap bagaimana cara media dikonstruksi dan diakses.

Berbeda dengan defenisi literasi media yang lain Tapio Varis (Tamburaka,2013:9) mendefenisikan literasi media sebagai sarana demokratisasi, Varis menyatakan bahwa kemampuan dalam menganalisis, meneliti dan mengevaluasi media merupakan hal yang penting diketahui oleh masyarakat agar supaya masyarakat menjadi lebih demokratis. Masyarakat bebas untuk memberikan kritisi terhadap tayangan-tayang yang mereka konsumsi. Khalayak yang berada pada masyarakat otoriter dan sosialis akan sulit melakukan hal tersebut, karena tayangan yang mereka konsumsi telah diatur oleh pemerintah sehingga jenis tayangan yang mereka dapatkan tidak beragam dan kesempatan untuk melakukan kritik terhadap informasi yang didapatkan dibatasi atau tidak memiliki kesempatan sama sekali.

C. Strategi Literasi Media

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa literasi media memberikan kemampuan kepada khalayak dalam menganalisis, memilah, serta kritis terhadap konten media. Namun hal itu dipengaruhi oleh *locus* pribadi dari setiap individu dalam menyikapi dan menginterpretasi pesan yang diterimanya. Dalam pembahasan mengenai komunikasi massa dijelaskan bahwa komunikasi menginterpretasikan makna dari pesan yang diterimanya tergantung dari latar belakang individu tersebut dan pengalamannya dimasa lalu. Hal ini disebut sebagai filter (Ardianto, 2004:43). Pada media baru, filter ini sangat berperan dalam menyikapi setiap konten media yang menerpa khalayak, mengingat adanya pergeseran konsep media massa konvensional ke media baru. Dimana pada media baru tidak adanya peran *gatekeeper* dan kurangnya peran regulator dalam mengontrol konten media pada media baru.

Menurut Potter (Poerwaningtiyas, 2013:16) semakin tinggi tingkat literasi media seseorang maka semakin banyak makna pesan yang dapat digali dari konten media yang diterimanya, sebaliknya semakin rendah tingkat literasi media seseorang maka semakin sedikit atau semakin dangkal makna yang dapat mereka ambil dari pesan yang mereka terima. Khalayak yang memiliki tingkat literasi media yang rendah cenderung akan menerima pesan sesuai dengan apa yang dikonstruksikan oleh media, mereka cenderung menerima pesan apa adanya tanpa menggali lebih dalam makna dari pesan tersebut, apa makna yang tersirat dari berita atau informasi yang mereka dapatkan, mereka cenderung sulit untuk

menilai keakuratan pesan, keberpihakan media, memahami kontroversi mengapresiasi ironi atau satire dan sebagainya. Mereka menerima memaknai pesan-pesan media apa adanya tanpa berupaya mengkritisnya.

Untuk membentuk kemampuan literasi media pada khalayak, maka perlu dilakukan beberapa pelatihan atau pemahaman kepada khalayak. Bentuk pemahaman yang akan diberikan kepada khalayak agar memiliki kepekaan dan kecerdasan dalam bermedia. Menurut Potter dalam Poerwaningtias (2013:17), dalam mempertajam skill khalayak diperlukan kemampuan (1) *explore* yaitu keahlian dalam menentukan informasi yang dibutuhkan dari beragam konten media yang ada. (2) *Recognize symbols*, keahlian untuk mengidentifikasi dan memilih simbol- simbol. Keahlian ini terdiri dari dua bentuk yaitu *Message Focused Skill* merupakan keahlian menafsirkan makna pesan media massa. Meliputi aspek (a) analisis yaitu keahlian menjabarkan pesan kedalam elemen-elemen yang bermakna dengan cara menggali lapisan-lapisan makna di dalam pesan yang tersaji di media; (b) *Compare/contrast* yaitu kemampuan untuk mengelompokkan pesan-pesan yang memiliki persamaan; (c) *Evaluation*, keahlian dalam menilai elemen pesan dengan cara membandingkannya dengan kriteria tertentu; (d) *Abstraction*, kemampuan untuk menyusun sebuah deskripsi pesan media yang tepat yaitu singkat, jernih dan akurat. Sedangkan *Message Extending Skill* adalah kemampuan untuk menjelaskan dan menyimpulkan pesan-pesan media massa yang diterima yang terdiri dari (a) *Deduction* yaitu menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan hal-hal khusus; (b) *Introduction* kemampuan dalam menarik kesimpulan mengenai pola-pola umum pengamatan terhadap hal-hal khusus; (c) *Syntetis*, kemampuan untuk menyusun kembali elemen-elemen menjadi sebuah struktur baru. Kemampuan tersebut merupakan indikator tingkat media literate khalayak.

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang sangat sensitif dengan berita-berita yang berbau agama dan suku. Hal ini membuat pihak-pihak tertentu akan menggunakan isu sensitif tersebut untuk menggerakkan massa untuk tujuan tertentu, tujuan ekonomi, ideologi, politik, kebencian, bahkan iseng atau sekedar ingin tampil dan terkenal. kemampuan untuk memilih media yang akan ditonton, memiliki kemampuan menonton secara kritis dengan selalu berusaha ingin tau kerangka atau bingkai kepentingan apa sebuah tontonan diproduksi, kemampuan

mengidentifikasi siapa yang memproduksi tontonan untuk tujuan apa, siapa yang akan diuntungkan, siapa yang dirugikan, dan siapa yang memutuskan acara tertentu ditayangkan serta kemampuan untuk menyadari bahwa ada kekuatan ekonomi politik dan sosial yang mengendalikan proses produksi isi media sehingga penonton diarahkan menjadi bagian dari pergerakan ekonomi (Poerwaningtias 2013: 80) contohnya pada saat masa kampanye calon gubernur DKI Jakarta, para netizen ramai menyebarkan berita maupun informasi terkait ketiga calon gubernur, beberapa konten media sosial menampilkan informasi yang saling menjatuhkan antara kubu calon gubernur, perang di media sosial menjadi semakin seru saat pertarungan politik dalam memenangkan kursi nomor satu di ibukota tersebut dibumbui oleh adanya kasus penistaan agama yang dilakukan oleh salah satu pasangan calon. Apabila khalayak tidak memilah dan kritis terhadap semua berita dan informasi menyangkut calon tersebut, maka dapat menimbulkan perpecahan diantara bangsa Indonesia terutama perpecahan antar agama, melihat berita yang ditampilkan telah menyentuh ranah sensitif, seperti agama dan etnis. Padahal ada beberapa dari konten media tersebut yang berbentuk hoax yang mengandung fitnah dan memprovokasi terhadap perpecahan. Disini dapat digaris bawahi bahwa khalyak harus senantiasa memilah dan kritis terhadap konten media, dan tidak reaktif melihat isu-isu yang ada di media sosial sebelum menelaah konten media tersebut.

Konten media merupakan hasil konstruksi dari peristiwa di dunia nyata. Hal ini perlu dipahami oleh khalayak bahwa adanya korespondensi antara kenyataan (real world) dengan kenyataan yang direpresentasikan oleh media. Dalam merepresentasikan fakta, media melakukan proses mendesain, memilih menyeleksi dan mengedit fakta yang akan disajikan sebagai konten media. Pada dasarnya media telah menyajikan peristiwa secara faktual hanya saja peristiwa yang disajikan telah melalui serangkaian proses produksi. Dalam memproduksi pesan tentunya media mendapatkan pengaruh dari dimana media tersebut berkiblat, ditambah lagi saat ini pengaruh dari industrialisasi media yang membuat media akan mempertimbangkan faktor-faktor keuntungan dari konten media yang disampaikan. (Dylan Aprianto dalam www.kompasiana.com diakses tanggal 18 Juni 2017).

Menurut Aufdeirheide dalam Dylan Aprianto (www.kompasiana.com dikses tanggal 18 Juni 2017) ”*Media are constructed and construct reality*”. Media dikonstruksi oleh lingkungannya dan representasi media mengonstruksi realitas sehingga konten media merupakan gambaran parsial dari realitas sesungguhnya.” Khalayak yang tidak memahami bahan apa yang ditampilkan oleh media merupakan konstruksi media terhadap peristiwa di kehidupan nyata, khalayak yang tidak terliterasi akan mengagap bahwa peristiwa yang ditayangkan media adalah sebuah kenyataan. Padahal tidak semua seperti itu. Oleh karena itu diperlukan keterbukaan dari khalayak untuk memperluas pengetahuannya agar khalayak memiliki alternatif pilihan cara untuk memahami peristiwa yang ditampilkan di media. Kenyataan bahwa, tidak ada sepenuhnya media yang objektif. Setiap lembaga media berisi nilai dan ideologi. Sehingga setiap media mengkonstruksi pesan sesuai dengan nilai dan ideologi yang mereka anut. Media juga menjadi kendaraan ideologi bagi penguasa untuk melontarkan pesan propaganda politik ataupun pemodal yang mendidik masyarakat sebagai konsumen produk-produk kapitalis, dengan memahami hal tersebut khalayak dapat menjadi lebih kritis terhadap konten media yang berupa pesan-pesan politik iklan, dan juga promosi yang ditampilkan di media massa konvensional maupun di media baru yang muncul setiap saat pada saat mengakses media tersebut. Literasi media dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas intelektual masyarakat itu sendiri

D. Sasaran Literasi Media

Dalam masyarakat terdapat beberapa khalayak tertentu yang dipandang perlu untuk memiliki kemampuan literasi media yaitu anak-anak, kaum perempuan, remaja dan penduduk usia produktif, dan para *opinion leader*

1. Anak-anak

Anak-anak merupakan kelompok umur 0-13 tahun yang merupakan pengguna media yang cukup aktif sehingga mereka merupakan kelompok khalayak yang mendapatkan terpaan media yang cukup besar. Saat ini anak-anak telah menggunakan media baru seperti *smartphone* dalam berinteraksi di media sosial ataupun bermain dengan menggunakan game virtual dengan teman-teman mereka di dunia maya. Usia yang masih belia membuat mereka masih minim pengetahuan tentang bagaimana media tersebut dikonstruksi. Oleh karena itu

anak-anak merupakan kelompok yang perlu diberikan pengetahuan mengenai literasi media agar mereka dapat cerdas dan bijak dalam menyikapi konten-konten media yang menerpa mereka.

Sudah saatnya semua pihak memikirkan cara untuk memberikan pemahaman kepada anak-anak, bagaimana menggunakan media dengan bijak. Peran orangtua sangat diperlukan dalam memberikan pemahaman literasi media kepada anaknya, dengan cara (1) Mengatur jumlah waktu yang digunakan untuk mengkonsumsi media dengan mengganti kegiatan lain yang lebih bermanfaat. Dengan hadirnya *smartphone* anak cenderung lebih menarik diri dari bermain dengan teman sebaya sehingga mengakibatkan minimnya interaksi dengan lingkungan mereka. Orangtua diharapkan mengarahkan anak-anak mereka untuk belajar berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Dengan maraknya media sosial dan perangkat *smartphone* saat ini, cenderung membentuk anak-anak menjadi pribadi yang individualistik dan menarik diri dari lingkungan pergaulan sosial karena waktunya telah dihabiskan dengan bermain dengan perangkat media mereka. Hal ini memungkinkan mereka lebih senang bermain maupun berinteraksi dengan teman-teman di dunia maya mereka. (2) Tidak memberikan media terutama *smartphone* kepada anak tanpa pengawasan khusus dan kepada anak yang masih balita, hanya untuk menyenangkan hati orang tuanya ataukah untuk mengalihkan perhatian anak tersebut.

Pengetahuan mengenai literasi media dapat dilakukan dengan cara mendongeng untuk anak, menyanyi dan melalui komik atau buku cerita anak, yang di dalamnya tersirat pesan-pesan yang memberikan kemampuan kritis bagi anak mengungkapkan opini terhadap tayangan yang di tonton, serta kritis memilih media sesuai kebutuhan yang anak-anak butuhkan, melalui memberikan pengetahuan kepada anak mengenai tayangan apa yang tepat buat mereka.

2. Kaum Perempuan

Perempuan identik dengan terbatasnya pendidikan yang mereka miliki oleh karena itu perlu diberikan pemahaman tentang media diantaranya banyaknya tayangan-tayangan yang mempertontonkan kekerasan di media seperti kekerasan suami terhadap istri dan tindak kekerasan lainnya kepada perempuan. Hal ini menyebabkan perlunya diberikan literasi media kepada perempuan agar supaya dapat membedakan tayangan yang mereka konsumsi dan kehidupan nyata mereka

agar mereka tidak menganggap hal itu menjadi hal yang wajar mereka terima, atau dengan kata lain kekerasan yang mereka alami adalah merupakan hal yang wajar bagi mereka.

Setiap hari perempuan terus menerus diterpa tayangan yang mengandung kekerasan. Beberapa perempuan juga menjadi konsumtif karena tidak bisa melawan jeratan tipu daya iklan. Mengapa kaum perempuan yang dianggap penting untuk mendapatkan pemahaman mengenai literasi media karena melihat kecenderungan media massa dewasa ini dalam memantapkan bentuk-bentuk *symbolic annihilation* terhadap kaum perempuan, melalui konstruksi yang syarat nuansa seksisme (Poerwaningtias, 2013). Alasan kedua, tanpa mengecilkan peran ibu rumah tangga yang semata-mata berada pada ranah domestik, maka sasaran utama memberikan literasi media kepada ibu rumah tangga karena mereka memiliki posisi yang sangat strategis dalam menularkan kesadaran media dalam keluarganya, terutama kepada anak-anak. Hal ini seiring dengan adigium yang menyatakan bahwa mendidik ibu-ibu sama artinya mendidik dua generasi sekaligus.

3. Opinion leader

Opinion leader dalam hal ini merupakan tokoh agama ataupun tokoh masyarakat yang merupakan pemimpin opini di dalam masyarakat. Pendapat dari *opinion leader* biasanya merupakan acuan atau pedoman bagi masyarakat. *Opinion leader* juga memiliki pengaruh yang besar dalam masyarakat dalam menyebarkan informasi. *Opinion leader* dapat digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan yang mengandung pengetahuan mengenai literasi. Gaya hidup masyarakat saat ini yang cenderung individualistik membuat konsep *opinion leader* mulai ditinggalkan, sehingga strategi untuk memberikan literasi media kepada masyarakat melalui *opinion leader* paling cocok di masyarakat dimana hubungan antar anggota masyarakat masih cukup erat.

E. Solusi Dalam Penerapan Literasi Media

Pemahaman Literasi media tidak hanya saja dapat diberikan melalui media itu sendiri ataupun dengan menggunakan pengawasan media. Selama ini pemerintah melakukan pengawasan terhadap isi media, akan tetapi hal ini tidak bisa kita lakukan sepenuhnya mengingat betapa besarnya arus media yang menerpa khalayak, sehingga khalayak lah sendiri yang harus diberikan

pemahaman dan pendidikan akan tayangan tersebut, khalayak harus cerdas sehingga dapat memfilter pesan-pesan yang menerpanya, sehingga pemahaman mengenai konten media tidak hanya didapatkan melalui pengetahuan di media saja akan tetapi dapat pula didapatkan melalui jalur pendidikan mulai dari tingkat dasar sampai kepada tingkat perguruan tinggi, baik dalam bentuk formal maupun nonformal.

Literasi media dapat diberikan pada bidang pendidikan non formal seperti pada taman pendidikan Al-quran sampai kepada kelompok-kelompok pengajian dan majelis taklim yang kerap dilakukan di lingkungan perumahan atau kelompok masyarakat, ataukah pada kelompok-kelompok kajian agama lainnya. Pada bidang pendidikan formal literasi media dapat dijadikan mata pelajaran muatan lokal pada tingkat pendidikan dasar. Pada tingkat sekolah menengah atas dapat dijadikan kegiatan ekstrakurikuler dan pada tingkat perguruan tinggi dapat dijadikan mata kuliah penunjang. Kajian ilmiah mengenai literasi media ini tidak hanya menjadi kajian bidang ilmu komunikasi, tetapi peran penting dari ilmu pendidikan sangat dibutuhkan dalam membantu memikirkan bagaimana perancangan kurikulum maupun teknik pembelajaran yang tepat bagi pengembangan literasi media tersebut, apabila dimasukkan kedalam kurikulum pendidikan baik pada tingkat dasar, menengah, tingkat atas sampai kepada perguruan tinggi.

Peran organisasi masyarakat dan kelompok-kelompok keagamaan dalam hal ini juga sangat penting dan memiliki peran yang sangat besar dalam melakukan literasi media. Peran tokoh agama pada masing-masing agama diperlukan dalam memberikan pemahaman kepada khalayak berkaitan dengan konten media. Dalam Islam peran da'i yang melakukan aktivitas dakwah kepada masyarakat sangat dibutuhkan, untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang literasi media. Seorang da'i maupun tokoh agama merupakan salah satu *opinion leader* di masyarakat, hal ini membuat mereka memiliki kemampuan untuk mempengaruhi khalayak, mempunyai kesempatan untuk menyebarluaskan informasi, dan memiliki kredibilitas dalam penyampaian informasi. Hal ini membuat da'i dapat dijadikan ujung tombak dalam memberikan pemahaman kepada khalayak agar lebih cerdas dan bijak dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang ada di media. Contohnya saja seorang da'i

dapat mendakwahkan kepada jamaahnya agar bertabayyun dalam setiap informasi yang mereka terima. (www.Iqbalnurhadi.com, diakses tanggal 22 Juli 2017). Apabila dikaitkan dengan pembahasan mengenai literasi media, tabayyun dilakukan agar dapat memilah-milah informasi yang diterima melalui media agar tidak terprovokasi oleh berita-berita yang tidak bertanggung jawab yang akan memecah belah persatuan dan kesatuan bangsa dan keharmonisan antar umat beragama.

PENUTUP

Konten media merupakan produk media massa yang telah dikonstruksi dan dibingkai sesuai dengan kiblat lembaga media massa, oleh karena itu literasi media atau gerakan melek media untuk masyarakat dirasa sangat penting untuk dilakukan saat ini, baik dalam bentuk memberikan penjelasan langsung kepada masyarakat ataukah dibentuknya kurikulum dari tingkat pendidikan sekolah dasar sampai kepada tingkat pendidikan atas mengenai literasi media. Serta digalakkannya gerakan melek media di masyarakat yang dapat dilakukan melalui pertemuan-pertemuan formal maupun nonformal pada organisasi masyarakat ataukah pada kegiatan-kegiatan keagamaan. Dalam memberikan literasi media perlu peran serta dari orang tua, pendidik, pemerintah maupun tokoh agama untuk menyukseskan gerakan tersebut.

Pegembangan kajian mengenai literasi media ini juga dapat dilakukan melalui program-program ilmiah khususnya terkait dengan kajian ilmu komunikasi di pendidikan tinggi, baik dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat maupun penelitian-penelitian untuk mengembangkan kajian tentang literasi media, serta mengembangkan model-model yang dapat dilakukan untuk memberikan literasi kepada khalayak.

Selain di bidang pendidikan formal, literasi media juga dapat diberikan pada pendidikan nonformal seperti pada taman pendidikan Al-quran sampai kepada kelompok-kelompok pengajian dan majelis taklim yang kerap dilakukan di lingkungan perumahan atau kelompok masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukita Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Remaja Rosdakara.
- Berger, Charles R, Roloff, Michael E., dan Ewoldsen, David R. Roskos, 2014. *Handbook Ilmu Komunikasi*, Bandung. Penerbit Nusa Media.
- Budianto, Heri & Hamid, Farid. 2013. *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta. Kencana Prenadamedia Group.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 2002. Jakarta. PT. Rajawali Pers.
- Poerwaningtias, Intania, dkk. 2013. *Model-Model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*. PKBP Yogyakarta.
- Mc. Luhan, Mashall..1968. *Understanding Media: Extension if Man*. USA: S Signet Book
- Nasution, Zulkaimen, *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta. Universitas Terbuka, 2010.
- Nurudin, 2008. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- _____, 2008. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Severin, J. Werner dan Tankard, W. James. 2013. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa, Edisi Kelima*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Rajawali Pers.
- Vivian, John. 2008. *Teori komunikasi Massa, Edisi Kedelapan*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.

Internet

www.Iqbalnurhadi.com, diakses tanggal 22 Juli 2017

www.kompasiana.com diakses tanggal 18 Juni 2017

