Dinamika Media Pada Masyarakat Kontemporer Indonesia

Editor : Ambang Priyono, FX Lilik Dwi M., Adi Wibowo
Tata Letak : Lukman Pribowo
Kulit Muka : Inco Harry Pordeno

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

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

Cetakan I. Mei 2015; 587 Halaman — viii; 21 cm x 15 cm
DAFTAR ISI

Filologi Jurnalisme Politik
Dedi Kurnia Syah dan Catur Nugroho........................................1

Perarungan Antara Komsialisme Dengan Idealisme
Dalam Pengelolaan Organisasi Pers
Davi Resenda Farindungan.......................................................25

Penggunaan Alih Kode (Code Switching) dan Campur Kode
(Code Mixing) Sebagai Strategi Daya Tarik Iklan Pada Majalah
Gaya Hidup Cosmopolitan
Rizky Kertanegara.................................................................47

Pengabaian Isu Lingkungan Dalam Pemberitaan Gaya Hidup
di Media Massa Dalam Jaringan
Herlining Agustin.................................................................66

Integritas Kebenaran Jurnalis Melalui Jurnalisme Damai
Rama Akbari Putriawan..........................................................93

Fujoshi Remaja dan Kenikmatan Bermedia Yosei
Septia Windawati.................................................................110

Fenomenologi : Esensi Profesi Wartawan Media Lokal
Soenarto..............................................................................132

Pola Keberpikahan Media dan Pengaruhnya terhadap Dinamika
Pemilihan Presiden RI 2014
Samantha Purapatara & Muhammad Badaruddin......................154

Social Media Using : The Dispute of Facebook Privacy
Boundaries
Isma Adila...........................................................................189

Analisis Teori Johari Window Mengenai Self Disclosure
Facebooker Mahasiswa
Betty Gama.....................................................................212

Peran Literasi Media dalam Era Komunitas ASEAN
Rahmanita Ginting.................................................................232

Personalisasi Pesan Dreamers-radio.com sebagai Radio Streaming,
Dyah Kusumawati & Syafriuddin...............................................258

Media Sosial Dan Pengelolaan Informasi Krisis di Bandara
Sudirman Hatta
Ruma Widianingsih...............................................................283

Pertarungan Makan Haras Bukan Teoris Pada Pemberitaan
Kompas.com dan Republika Online
Rajab Ritonga.................................................................315

vi
Privacy & Digital Information Era: sebuah tinjauan perubahan perilaku komunikasi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi
Agustinus Rustanta dan Yulita Daru Priliantari.................................343

Multimodal Representations of Impoliteness As Political Ammo In SocMed
Subur Lukmono Wardoyo, Ph.D......................................................365

Sexting Konten Seks dan Sekualitas dan Teknologi Komunikasi
Gusti Dwi Tullera.................................................................384

Resiko Mencari Informasi Kesehatan di Google: Telaah Algoritma Mesin Pencarian Internet dan Pengkategorian Informasi Kesehatan
Devie Rahmawati dan Amelita..................................................400

Internet: Alternatif Mengatasi Ketidakpastian
Siti Karlinah & Wawan Setiawan...............................................423

Analisis terhadap Pembahasan RUU Konvergensi Telematika dan Pengamannya dalam Dinamika Kehidupan Publik
Rafi Eranda & Moh. Mohamad Baderudin...............................442

Media Baru dan Demokratisasi: Fenomena Radikalisasi
dan Kebebasan Berekspresi di Ruang Publik
Zulham.................................................................460

Global Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram
Marla Natasha & Inco Hary Perdana.................................484

Efektivitas Peringatan Bergambar pada Kemasan Sebagai Upaya Menekan Tingkat Konsumsi Rokok
Whony Refanto, Muhammad Khodir,
dan Canitgta Tambariki......................................................513

The Role of Language in Peace Journalism
Hermi Sireki.................................................................532

Tingkat Objectivitas VOA-Islam.com Terkait Aksi Penolakan
Terhadap Ahok
Georgette Suryant & Ambang Priyono..........................550
Dinamika Media pada Masyarakat Kontemporer Indonesia

PERAN LITERASI MEDIA DALAM ERA KOMUNITAS ASEAN

Rahmatita Ginting
Magister Ilmu Komunikasi,
Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
rahmatita@yahoo.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 bayangkan seandainya tidak ada media. Tetapi keilah media dan informasinya yang bebas membuat masyarakat yang berlaku sipil menerima, implikasinya banyak membulatkan massa baru. Media baru sebagai media teknologi digital berbentuk website atau aplikasi, tetapi perangkat, pengembangannya dan penggunaan media akan menghasilkan budaya baru serta budaya teknologi yang dihasilkan konsumen media baru tersebut. Mereka bukan hanya mengadopsi aplikasi teknologi, tetapi juga barang dagangan yang menjadi simbol teknologi global ini. Ketika sebuah komunitas masyarakat tidak mengetahui mengenai media dan komunitas budaya teknologi itu, maka seiring dengan komunitas mereka telah tersinggung dalam pertarungan budaya di komunitas ini. Media berperan sebagai budaya kultural dengan ragam cara. Literasi media diperlukan sekiranya semakin generasi terbaru informasi dari berbagai media yang tidak diingat dengan kesadaran mengkonsumsinya, sehingga dibutuhkan pengetahuan dalam mengkonsumsi media secara sehat. Literasi media berangkat dari pendidikan kualitatif, disini budaya lokal berperan dengan budaya asing melalui media. Literasi media merupakan upaya untuk meberdayakan konsumen teknologi beradaptasi dengan media. Literasi media berfungsi mempromosi konsumen agar memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isi media, sehingga dapat mengendalikan pengaruh media.

Kata Kunci: Literasi media, asas budaya, masyarakat, Komunitas ASEAN.
Pendahuluan

Indonesia akan meryongong era baru dalam konteks regional yaitu Komunitas ASEAN (ASEAN Community) pada 2015. Pada era informasi global ini tidak bisa kita bayangkan sesuatu yang tidak ada media. Tetapi ketika media dan informasinya yang bebas mencerahkan masyarakat yang betul-betul menjerumumnya, 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/ASC).


Pembukaan Pustaka
Pengertian Literasi Media

Literasi Media bersa dari bahasa Inggris yaitu Media literacy, tertuju dari dua suku kata Media berarti media tempat pertukaran pesan dan literacy berarti melerak, kemudian dikaitkan dalam istilah Literasi Media. Dalam hal ini literasi media merupakan kemampuan khalayak yang melerak terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa (Tamburan, 2013: 7).


Literasi media bukanlah pendidikan, meski begitu untuk memahami literasi media juga diperlukan pengertian tentang media. Perbedaannya adalah pendidikan media memandang fungsi media massa yang monopausis positif, yaitu sebagai a site of pleasure dalam berbagai bentuk sedangkan literasi media yang memandang pendekatan inmations yang berupa melindungi khalayak dari dampak buruk pesan media massa (Tamburan, 2013: 11).

Literasi media adalah satu keterampilan yang kita dapat dan dapat ditingkatkan. Jika kita memperhatikan betapa pentingnya media massa dalam menciptakan dan memelihara budaya yang membatu menentukan kita dan kehidupan kita. Literasi media adalah keterampilan yang harus diperlukan terus
menenun (Baren, 2013:21).


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 dibahas 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 digunakan tanpa terhalang oleh pesan-pesan yang merusak dirinya (Potter, 2001: 14).

Baren (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 membuka balutan 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

Pentingnya Literasi Media

Gagasan literasi media (di Indonesia) boleh dikatakan baru muncul dalam dekade 2000-an, meski sebenarnya sudah menjadi wacana global sejak dekade 80-an. Hal ini karena sejak dekade 2000-an itu pada hiruk pikuk media telah mengisi kesibukan kehidupan publik Indonesia sebagai eksekusi 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 mendorongkan pengerahan dan mendekatkan urgensiya secara aktual sesuai kondisi dan karakter yang menandai perkembangan sosio-kultural publik sebagai pihak yang diperjuangkan dalam
gagasannya (Darnawan, 2010: 18).

Silverblatt (1995: 303-304) menyebutkan empat tujuan literasi media yaitu:
2. Lebih sadar akan pengaruhan media dalam kehidupan sehari-hari, menginterpresikan pesan media.
3. Membangun sensitivitas terhadap program-program sebagai cara mempelajari kebudayaan.
4. Mengatasi pola hubungan antara penikmat media dan penerimanya.

Potter menekankan bahwa literasi media dibangun oleh tiga pilar (Potter, 2001: 15), yaitu:
1. **Personal Locus** merupakan tujuan kendali kita akan informasi. Ketika kita menyadari akan informasi yang kita butuhkan, maka kesadaran kita akan menentukan untuk melakukan proses penilaian 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 membentuk struktur informasi yang kita akan efek media, isi media, industri media, dunia nyata, dan diri kita sendiri.

**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. Tujuan ini adalah memperoleh lebih banyak kontrol selama dipapar oleh media dan mengkonstruksi makna dari pesan media tersebut. Tujuan pengetahuan literasi media adalah agar masyarakat dapat memahami media, memberikan pengetahuan pada khalayak dan pengguna media untuk bersikap kritis dalam menggunakan pesan yang disampaikan oleh media massa.

Struktur pengetahuan merupakan porsisi utama dalam membangun literasi media, kareanya 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 terbentuk sendirianya melainkan memerlukan perhatian dan ketepatan. Struktur pengetahuan bukan hanya sekedar tambahan fakta melainkan dibantu dengan menyusun kejadian informasi secara hati-hati sehingga menjadi sebuah desain yang utuh. Potter mengidentifikasi struktur pengetahuan ini menjadi tiga alas yakni struktur pengetahuan isi media, industri media, dan efek media.
Struktur Pengetahuan Industri Media

Porter menyatakan bahwa dalam berhubungan dengan literasi media, kita dapat menggunakan default strategy atau pun media literacy strategy. Default strategy memiliki tujuan untuk membangun kepuasan dengan level interaksi minimal. Dalam level ini berarti seseorang mengakses media dalam konteks pola kebiasaan (habitual pattern) yang berkembang pada masa lalu, Ketika kita mencoba sekreati yang baru dan merasa kepuasan, maka kita melanjutkannya tanpa berpikir terlalu banyak. Kita jarang untuk mencoba mengakses tipe pesan yang lain, untuk 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. 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 mungkin tentang surat surat atau pengalaman. Sebagian dari mereka tidak dapat mengakses media yang dimiliki dan menginginkan negosiasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik (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

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 pandang 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 memanfaatkan informasi setiap kali mengakses media. Pembelajaran kognitif ini tidak hanya terbatas kepada informasi fakta, tetapi juga informasi sosial.
   b. Efek sikap (Affective type effect) bergerak pada tataran perubahan sikap, media dapat menciptakan dan membebankan opini, dan cenderung 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 terlihat 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. Selain mungkin media kita heran atau 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 di luar kesadaran kita.
   e. Efek perilaku (Behavioral type effect), media dapat memicu terjadinya tindakan, misalnya setelah melihat iklan sebuah produk kita secara bergantian ke toko untuk membelinya. Efek perilaku tersebut juga dapat bersifat jangka panjang.

3. Valence of effect, menunjukkan arah efek media dapat menuju kearah yang positif maupun negatif. Arah positif adalah ketika efek media membantu seseorang mencapai tujuan personal, la 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 menyentuh tayangan komedi dengan tujuan memperoleh hiburan, kita juga harus berhadapan dengan iklan dan jingle yang menginterupsi.

Kemampuan (Skills) Berdasarkan Literasi Media


Silverblatt (dalam Tamburak, 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 mendeskripsikan pesan media
4. Kesadaran atas konten media sebagai sebuah teks yang memberikan pemahaman kepada budaya kita dan diri kita sendiri

5. Pembelajaran keterampilan, pemahaman, dan apresiasi yang ditingkatkan terhadap konten media.

Berdasarkan hal tersebut di atas dapat kita pahami bahwa literasi media merupakan sebuah gerakan kesadaran melalui 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 melalui 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 tiga keterampilan (skills) yang dibutuhkan untuk meraih kesadaran kritis bermedia melalui literasi media (Potter, 2001: 16). Ketujuh keterampilan atau kecakapan tersebut adalah

2. Evaluasi adalah membuat perubahan atau 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 menganalisis impuls atau pengelompokan di atas kemudian melakukan generalisasi atas pula-pula elemen tersebut ke dalam pesan yang lebih besar.

5. Deduksi menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan fenomena yang spesifik.


7. Abstracting adalah mencakup 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 diwujudkan setiap kali negeri ini ditahdapi pada cecahan perseorangan atas fungsi media. Kalau kita lacak, dasar pendekatan struktural sendiri adalah paradigma heuristik dalam kajian komunikasi massa yang menempatkan media dan khalayak dalam oposisi biner dengan relasi kausal yang secara diametral meremilki perbedaan sangat tajam. Media di tempatkan secara diametral sebagai pihak aktif yang bergerak berkuasa dan sebaliknya khalayak sebagai pihak yang lemah dan pasif. Pengamalan tentang khalayak yang lemah dan harus dilindungi inilah yang hampir selalu direproduksi sebagai argumentasi untuk melegitimasi munculnya regulasi repressif yang dianggap akan mampu menertibkan media massa. Sedangkan pendekatan cultural studies membangun basis argumenatinya dari pengamalan bahwa publik adalah khalayak laku yang secara dinamis dan kreatif akan selalu melibatkan kompetensi dan referensi kultural mereka ketika mencerminkan konstruksi realitas yang ditawarkan media tersebut.

Dengan demikian maka di balik teks media dalam pendekatan kultural ini bukanlah makna tunggal yang sudah selesai tetapi akan selalu bersifat prosesif (Sassangka, 2010).

Sejalan dengan gagasan tentang khalayak aktif ini, secara sederhana Stuart Hall (1981) membuat tiga kategori kemungkinan resepsi publik atau televisi yang meresponsitasikan nilai buke di atas. Pertama, resepsi yang bersifat dominant-heteronimic, yaitu ketika publik cenderung mengikuti bagaimana konstruksi yang ditawarkan media. Kedua, resepsi yang bersifat negotiated yang terjadi manakah 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 ditawarkan media. Terkait dengan tiga kategori resepsi yang disodorkan Hall di atas, dengan demikian dapat dikatakan bahwa potensi kultural yang dimiliki oleh publik ketika dibaidakan pada realitas cistungsia media pada dasarnya terletak pada kemungkinan untuk melakukan negosiasi, penolakan atau bahkan perlawanan terhadap tampilkan konstruksi yang ditawarkan media. Walapun demikian, kreativitas dan kekhasan proses resepsi publik atau tampilkan konstruksi media yang sangatlah tergantung dan dipengaruhi oleh kekhasan preferensi nilai yang dimiliki oleh setiap orang.

Dieter Bauseke (dalam Sassangka, 2010) mengemukakan definitif tidaknya potensi publik dalam melakukan negosiasi maupun perlawanan atau sebaliknya mengamini konstruksi disfungsional media pada dasarnya akan ditemukan tinggi rendahnya media consciousness (kesadaran bermedia) sebagai bagian dari preferensi kultural yang mereka miliki.
Secara umum, kesadaran bermedia dalam gagasan Brecke 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 kekayaan sebuah konstruksi wacana yang ditawarkan media dengan mendapatkan 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 metepe maupun media sendiri dalam menciptakan atmosfer kehidupan bermedia yang sehat. Termasuk di dalamnya adalah pengetahuan tentang prosedur teknis yang secara legal dihendaki dan dapat diterima ketika terjadi konflik kepentingan dengan media. Dua wilayah kesadaran inilah yang menurut Brecke relevan untuk disampaikan dan diberdayakan oleh gerakan literasi media dalam konteks realitas bermedia konten perlu terutama untuk mengaktualisasi nilai teoretikal.

Idealisme tentang media massa adalah pengabdianan yang dinormatifkan pada fungsi dan perannya untuk mewujudkan negara dan masyarakat yang baik. Media diinginkan untuk menjadi watch dog atas praktik pemerintah dan jalannya pemerintahan. Pada kesempatan yang sama media mestinya mengungkapkan aspirasi publik berkenaan dengan benefit loss yang dialami sebagai dampak dari berbagai kebijakan dalam pengelolaan negara. Media haruslah bekerja dengan prinsip-prinsip impartialitas-obyektif, fakultasitas dan aktualitas sebagai etos utama dalam kinerjanya. Di atas semua itu, media diinginkan ada di posisi sensor dalam usaha mewujudkan perbaikan, pemberdayaan dan penguatan sosial, ekonomi, politik, hukum dan terutama kultural (Darmawan, 2010: 21).

Idealisme penemparan literasi media persis disebutkan melalui perencanaan, mekanisme, struktur dan peruntukan yang jelas. Ketiga orientasi gerakan literasi media ini memiliki kesan yang kuat untuk memperbaiki kualitas kultural kehidupan publik, penyebaran literasi media dijangka hanya baik dan tepat jika dikaitkan dalam suatu proses perbaikan, regulasi dan sinergis.

Literasi media tidak mengenal asumsi bahwa sesorang yang lebih paham persoalan media adalah juga sesorang yang telah memiliki literasi media. Selaras dengan itu, literasi media juga bukan pengukur untuk menilai besarnya penerapan atas media. Sebagai kebebasan yang disampaikan, literasi media adalah upaya untuk membawa pada kesadaran dan kemampuan pengendalian publik dalam menggunakan media. Pengetahuan saja dapat dikatakan tidak cukup untuk membuat sesorang memiliki literasi. Pengetahuan mempunyai nilai penting tetapi bukan yang terutama dalam konteks ini. Membangun pengertian atas simbol-simbol yang dimuat media serta menyadariya sebagai konstruksi dan realitas media, yang tidak sama dengan realitas sosial, merupakan pokok yang menjadi fokus dari segenap penguatan literasi media (Darmawan, 2010: 35).

Pendekatan konvensional yang kebanyakan dilakukan di Indonesia dianggap kurang efektif karena kekurangan kurang dapat menetapkan pengalaman yang dalam mengonsumsi isi media (Iriananta, 2005). Oleh karena itu diperlukan pendekatan konstruktivisme berbasis media penunjang lain agar literasi media dapat berjalan dengan baik. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan Buckingham dan Domaille bahwa dalam pendidikan
media diperlukan pendidikan yang lebih basistat ‘aktif’, "terpusat pada warga belajar” dan participatoris (Buckingham & Donnille, 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 mesti telah menjadi kebutuhan primer bagi publik untuk mulai mengembangkan literasi media. Intensitas terpapar media dan informasi yang tinggi akan cukup menarik 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 menaklukan produknya. Produksi simbol yang telah sangat dependen dengan teknologi, baik sebagai alat maupun basis kreativitasnya, membuat makna simbol yang pelismik 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 datangnya dengan cara melakukan penafsiran secara hati-hati, bertingkat dan komprehensif serta menggunakan secara bijaks terhadap isi yang relevan dengannya. Namun literasi media haruslah dipahami bukan sebagai ajakan, hiburan atau bahkan ajakan untuk menjadi antimedia, membuat stigmatisasi terhadap media, ataupun menciptakan hegemoni penafsiran atas materi media, melainkan justru harus lebih apresiatif terhadap media dan menempatkan diri di posisi yang tepat dalam kehidupan publik.

Daftar Pustaka


Undang-Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.