

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media massa di Indonesia saat ini bukan hanya televisi yang berkembang secara pesat, masih banyak lagi contoh media lainnya seperti radio, majalah, tabloid dan surat kabar pun semakin pesat perkembangannya, akan tetapi jika dibandingkan dengan media massa lainnya, televisi mempunyai sifat yang istimewa. Televisi sendiri merupakan media yang berbentuk *audio visual*, yaitu gabungan dari media suara atau dengar dan gambar.

Media televisi dapat menyajikan pesan yang sebenarnya merupakan hasil *audio visual* dan unsur gerak dalam waktu bersamaan. Televisi sebagai media massa idealnya memiliki beberapa fungsi antara lain, fungsi informatif, edukatif, reaktif dan sebagai sarana mensosialisasikan nilai-nilai atau pemahaman-pemahaman baik yang lama maupun yang baru.

Berbicara mengenai media, berarti berbicara juga mengenai sarana komunikasi. Kehadiran media membantu manusia untuk berkomunikasi dengan mudah. Baik dalam hal menyampaikan ataupun menerima pesan. Secara garis besar, media dapat diklasifikasikan ke dalam media yang membawa muatan-muatan teks, grafik, suara, musik, animasi dan video.

Salah satu media yang menghimpun muatan-muatan ini secara keseluruhan adalah televisi.

Hal tersebut menyebabkan banyak orang menempatkan televisi sebagai bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Tanpa kita sadari tayangan televisi sudah 'mengepung' pikiran kita di rumah. Dosa-dosa televisi kepada masyarakat Indonesia sudah sangat banyak. Sudah ada beberapa kasus yang diakibatkan oleh televisi. Memang televisi saat ini sudah merasuki jiwa kita bahkan menjelma menjadi narkotika sosial, yang sangat berbahaya adalah anak-anak ketika menonton televisi, jika tidak didampingi dengan ekstra akan berdampak negatif kepada anak-anak. Sudah banyak kasus yang menunjukkan adanya hubungan linear antara pengaruh televisi terhadap anak-anak.

Kasus kekerasan pada anak yang diadopsi dari tayangan *visual* terjadi sekitar 9 tahun silam. Pada tahun 2006, masyarakat Indonesia dikejutkan dengan berita meninggalnya seorang bocah bernama Reza Ikhsan Fadillah (9 tahun) dan Ade Septiaan Hunga (7 tahun) akibat meniru tayangan *Smackdown* yang mereka tonton di televisi, dua anak tersebut meninggal serta tujuh lainnya mengalami luka berat seperti kebocoran kening, patah tulang kaki, tangan dan patah tulang punggung hingga gegar otak. Hal ini membuat daftar panjang kasus anak yang berhadapan langsung dengan hukum, sesuai data Komisi Nasional Perlindungan Anak pada tahun 2011 terdapat 7.000 kasus yang rata-rata berbasis pada kekerasan. Ada lagi imitasi anak dari tayangan televisi yaitu kasus yang

menimpa bocah usia 9 tahun di Manokwari, Papua Barat. Bocah sekolah dasar itu bernama Domi yang menusuk leher Abraham, teman mainnya karena berebut kelapa. Kepada penyidik, Domi menyatakan ide membunuh itu didorong kekerasan yang sering ia tonton di televisi. Dari permasalahan atau kasus-kasus tersebut dapat kita simpulkan bahwa di Indonesia sudah sangat banyak korban-korban akibat televisi (Jawa Pos, 13 Oktober 2011).

Televisi sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi yang banyak mendapat perhatian, akhir-akhir ini telah menunjukkan pengaruhnya yang sangat besar yaitu dalam perubahan sosial, penyebaran budaya populer dalam mempengaruhi bahkan membentuk persepsi masyarakat terhadap realitas hidup. Masyarakat Indonesia saat ini sudah sangat mudah memperoleh informasi ataupun hiburan di layar kaca televisi, berbagai macam program tayangan yang disediakan oleh stasiun televisi mengharuskan kita untuk cerdas dalam memilih tayangan mana yang pantas untuk dikonsumsi. Namun, dari tayangan tersebut terkadang mengandung sisi negatif dan hal tersebut sebenarnya dilarang untuk ditayangkan di dunia pertelevisian. Tayangan-tayangan yang tidak diperbolehkan untuk ditayangkan meliputi adegan-adegan seperti, adegan seks, kekerasan, pembunuhan dan hal-hal lainnya yang mengandung sisi negatif yang bisa membangun efek-efek negatif.

Literasi media merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari informasi, yang mana dari waktu ke waktu informasi terus-menerus

mengalami perkembangan yang diikuti dengan perkembangan media elektronik atau digital dan telekomunikasi. Informasi bukan hanya berbentuk cetak lagi, tetapi telah dapat diakses dengan media digital. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat mengikuti perkembangan Zaman agar tidak ketinggalan informasi. Maka untuk mengatasi masalah tersebut masyarakat harus memiliki kemampuan yang dikenal dengan istilah literasi media.

Literasi media diperlukan akibat semakin gencarnya terpaan informasi dari berbagai media yang tidak diimbangi dengan kecakapan mengonsumsinya sehingga dibutuhkan pemahaman dalam mengonsumsi media secara sehat. Literasi media tidak akan berjalan tanpa peran kearifan lokal masyarakat, baik secara individu maupun kelompok.

James W Potter mendefinisikan *media literacy* sebagai satu perangkat perspektif di mana kita secara aktif memberdayakan diri kita sendiri dalam menafsirkan pesan-pesan yang kita terima dan bagaimana cara mengantisipasinya (Potter, 2005: 23).

Gerakan literasi media di Indonesia ini sudah sangat banyak yang melakukan atau menyuarakan, dari beberapa kalangan yang sudah turun tangan untuk meneriakkan gerakan literasi media. Adapun beberapa kalangan tersebut antara lain Organisasi Masyarakat (Ormas), Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), akademisi, mahasiswa dan lain sebagainya. Terutama di kota Yogyakarta terdapat beberapa Ormas, LSM maupun komunitas yang terkadang menyuarakan literasi media kepada masyarakat.

Dari banyaknya kalangan tersebut ada dua Lembaga Swadaya Masyarakat dan Organisasi Masyarakat yang sempat terdengar di kalangan masyarakat Yogyakarta untuk menyuarakan gerakan literasi media yaitu PP 'Aisyiyah dan Masyarakat Peduli Media (MPM).

Menurut Ketua Umum Pimpinan Pusat 'Aisyiyah mengatakan, saat ini semakin menyadari betapa penting perannya sebagai gerakan Islam yang mengemban misi dakwah dan tajdid di era kontemporer. Salah satunya dalam menghadapi kehadiran media televisi yang begitu meluas oleh karena itu, 'Aisyiyah melakukan beberapa usaha agar tidak menjadi korban televisi sekaligus mampu menyikapi dan memanfaatkannya secara positif dan objektif. Usaha 'Aisyiyah untuk melakukan media literasi antara lain dimaksudkan untuk penyadaran sekaligus kemampuan memanfaatkan televisi secara kritis dan objektif. Adapun beberapa usaha tersebut antara lain sebagai berikut: (1) *ToT* untuk fasilitator gerakan media literasi, (2) Pelatihan media literasi, (3) Kampanye dan advokasi masyarakat yang sadar menonton televisi serta menggunakan internet secara sehat dan (4) Kerjasama dengan berbagai pihak untuk mendorong sajian televisi yang sehat serta penyadaran masyarakat luas agar menonton televisi secara kritis serta menggunakan internet dengan sehat (Djohantini dalam buku *Media Parenting*, 2013: vi-vii).

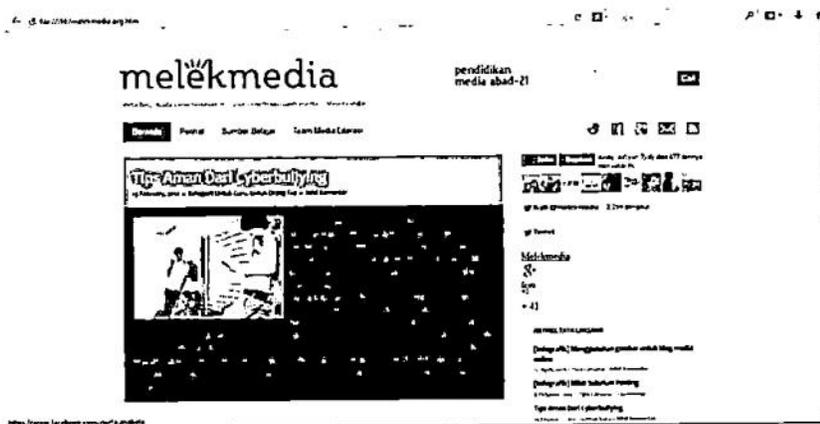
Berikut adalah beberapa hasil karya mengenai bukti-bukti gerakan literasi media yang telah disebarkan ke seluruh lapisan masyarakat:

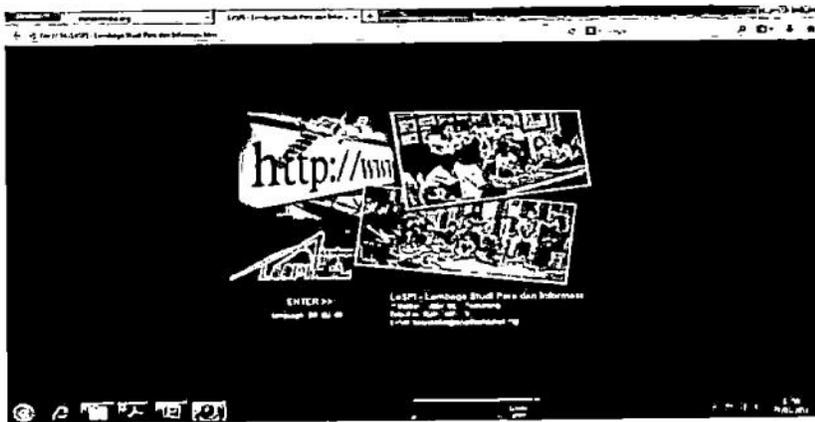
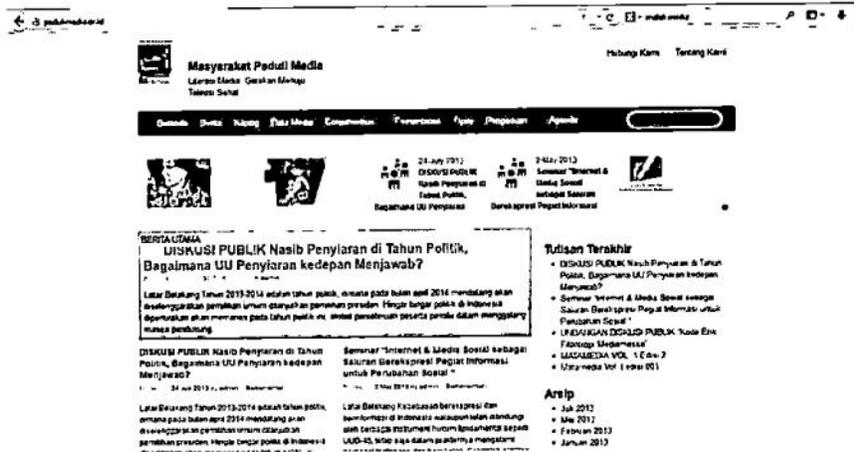
Gambar 1.1



Sumber: Diambil dari berbagai web

Gambar 1.2





Sumber: www.melekmedia.org , www.pedulimedia.or.id dan www.lespifoundation.org

Menurut Tri Hastuti, berkaca pada kegelisahan terhadap perkembangan media, terpaan media terhadap anak-anak dan dampaknya pada perkembangan anak-anak maka 'Aisyiyah melakukan gerakan pendidikan media kritis dengan mensinergikan antara sekolah, orang tua dan komunitas. 'Aisyiyah yang memiliki 13.000 PAUD/TK ABA menjadi kekuatan untuk melakukan gerakan pendidikan media, bersinergi dengan kelompok-kelompok pengajian 'Aisyiyah di tingkat basis dan perkumpulan wali murid sekolah, untuk pendidikan literasi media melalui

PAUD ini, dikembangkan dengan menggunakan model secara mandiri dan terintegrasi. Menggunakan metode baik bercerita, bermain peran, menggambar maupun menyanyi. Namun, salah satu kesulitan yang dialami oleh guru dalam mengembangkan pendidikan literasi media di PAUD adalah *up date* tentang acara-acara terbaru di televisi dan pengembangan bahan ajar (Rochimah, 2012: 18-19).

Begitu pun dengan Masyarakat Peduli Media (MPM) yang merupakan Organisasi Masyarakat Sipil (OMS) resmi yang berdiri pada tanggal 16 Maret 2006. MPM memfokuskan lembaganya dengan bergerak dan terjun langsung ke masyarakat untuk melakukan gerakan literasi media yang dikemas dalam bentuk sosialisasi, pendidikan, pelatihan, pendampingan serta aksi-aksi terutama dalam aksi peringatan “Satu Hari Tanpa Televisi”. Aksi ini tergabung dari semua kalangan aktivis dan pemerhati media. Masyarakat Peduli Media pun mempunyai tujuan untuk mendorong peningkatan kualitas media melalui penguatan *stakeholders* yang diawali oleh aktivis dari kalangan kampus, jurnalis dan orang-orang yang peduli terhadap kebebasan media. Masyarakat Peduli Media mempunyai visi untuk memandang perlunya hubungan sejajar, adil dan harmoni antara media pada satu sisi dan masyarakat serta institusi-institusi pada sisi yang lain.

Hal ini diperlukan agar tidak ada relasi dominasi sub-ordinasi, tidak ada *hegemoni* antara satu pihak dengan pihak lainnya. Masyarakat Peduli Media meyakini bahwa tahanan demokrasi di negeri ini akan dapat

dibangun dan bertambah kuat apabila relasi antar berbagai institusi dalam masyarakat dibangun berdasarkan prinsip sejajar, adil dan harmoni. Salah satu misi yang diemban oleh Masyarakat Peduli Media sebagai sebuah tugas sejarah, yakni secara regular akan melakukan *monitoring* (melalui riset akademis dan pengamatan sederhana) media massa (baca: *pers* dan media siaran, termasuk *online* media) yang hasilnya menjadi bahan untuk berbagai kegiatan Masyarakat Peduli Media sebagai *media watch* ([http://pedulimedia.or.id/tentang -kami/](http://pedulimedia.or.id/tentang-kami/) diakses pada tanggal 28 Februari 2014, pukul 23.30 WIB).

Salah satu contoh literasi media yang dilakukan MPM pada tahun 2009 dengan pendanaan oleh Yayasan Tifa, MPM menjadikan ibu-ibu rumah tangga sebagai subjek potensial penerima program literasi media. Mendekati ibu-ibu rumah tangga untuk memperkenalkan konsep literasi media menjadi tantangan tersendiri bagi para relawan MPM dalam aktivitas sosialnya untuk memberdayakan ibu-ibu rumah tangga agar memiliki keterampilan literasi media. Akan tetapi, walaupun gerakan literasi media di Indonesia sudah banyak disuarakan oleh kalangan aktivis media, masyarakat, Ormas, LSM dan sebagainya.

Literasi media di Indonesia masih mempunyai masalah atau kendala untuk diterapkan pada masyarakat dan dalam melakukan gerakan literasi media ini tentunya tidak mudah karena diperlukan strategi, model serta konsep yang jelas agar dapat direalisasikan kepada seluruh masyarakat Indonesia. Menurut Apriadi Tamburaka, perkembangan

literasi media di Indonesia saat ini dapat dikatakan masih lambat oleh karena belum tersosialisasi dengan baik di tengah masyarakat. Kondisi ini terjadi karena belum adanya kurikulum sekolah yang mengakomodasi pendidikan literasi media. Sejumlah masalah penting yang dihadapi berkaitan dengan lambatnya perkembangan literasi media di Indonesia yaitu: (1) Tekanan dan Eforia Kebebasan Pers, (2) Konsumerisme Media dan (3) Belum menjadi Kurikulum Resmi (Apriadi, 2013: 34-35).

Literasi media sangat penting untuk membuat publik tidak hanya sebagai konsumen, sementara ini publik hanya menjadi pasar dan dalam hal ini seringkali menjadi korban dari media penyiaran. Sebagian dari kita telah menyadari betapa besarnya peran media dalam membentuk opini publik. Media sangat berpotensi membangun karakter bangsa menjadi perekat sosial dan mendidik masyarakat. Jelas bahwa literasi media bukanlah pengetahuan atau pendidikan tentang media semata tetapi bergerak lebih jauh lagi yaitu melihat pengaruh buruk yang dapat ditimbulkan dari pesan-pesan media dan belajar untuk mengantisipasinya.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi dan Model Literasi Media di Pimpinan Pusat 'Aisyiyah (PPA) dan Masyarakat Peduli Media (MPM)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memetakan strategi dan model literasi media.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya mengenai literasi media.

2. Manfaat Praktis

Bagi masyarakat atau pembaca, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai pembuka kesadaran dan wawasan mengenai literasi media.

E. Kerangka Teori

1. Audiens dan Media

Secara sederhana audiens dapat kita artikan sebagai sekumpulan kelompok atau orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa dan penonton dari berbagai media atau komponen beserta isinya. Menurut Hibert dan kawan-kawan, *audience* dalam komunikasi massa setidaknya mempunyai lima karakteristik sebagai berikut :

- a. *Audience* cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial di antara mereka. Individu-individu tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran.
- b. *Audience* cenderung besar. Besar disini berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meskipun begitu, ukuran luas ini sifatnya bisa jadi relatif. Sebab, ada media tertentu yang mencapai jutaan. Baik ribuan maupun jutaan tetap bisa

disebut *audience* meskipun jumlahnya berbeda tetapi perbedaan ini bukan sesuatu yang prinsip. Jadi tak ada ukuran pasti tentang luasnya *audience* itu.

- c. *Audience* cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial. Beberapa media tertentu mempunyai sasaran. Tetapi heterogenitasnya juga tetap ada. Majalah yang dikhususkan untuk kalangan dokter, memang sama secara profesi tetapi status sosial ekonomi, agama dan umur tetap berbeda satu sama lain. Pembaca buku ini juga heterogen sifatnya.
- d. *Audience* cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lain. Bagaimana mungkin *audience* bisa mengenal khalayak televisi yang jumlahnya jutaan? Tidak mengenal tersebut tidak ditekankan satu kasus per kasus tetapi meliputi semua audiens, sebab bisa saja sesama audiens TRANS 7, antar anggota keluarga saling mengenal. Akan tetapi, saling mengenal di sini bukan seperti itu maksudnya.
- e. *Audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator. Anda berada di Yogyakarta yang sedang menikmati acara stasiun televisi di Jakarta. Bukankah ia dipisahkan dengan jarak ratusan kilometer? Dapat juga dikatakan *audience* dipisahkan oleh ruang dan waktu (Nurudin, 2013: 105-106).

Melvin de Fluer dan Sandra Ball-Rokeach dalam Nurudin (2013: 106-107), mengkaji audiens dan bagaimana tindakan audiens terhadap

isi media, kajian tersebut terbagi menjadi tiga perspektif yaitu sebagai berikut:

a. *Individual Differences Perspective*

Perspektif perbedaan individual memandang bahwa sikap dan organisasi personal-psikologis individu akan bagaimana individu memilih-milih stimuli dari lingkungan dan bagaimana ia memberi makna pada stimuli tersebut. Berdasarkan ide dasar dari *stimulus-response*, perspektif ini beranggapan bahwa tidak ada audiens yang relatif sama, pengaruh media massa pada masing-masing individu berbeda dan tergantung pada kondisi psikologi individu yang berasal dari pengalaman masa lalunya. Dengan kata lain, masing-masing individu anggota audiens menanggapi pesan yang ditampilkan dan disiarkan setiap media secara berbeda.

Setiap individu audiens terdapat apa yang disebut dengan konsep diri, konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi, mempengaruhi kepada pesan apakah kita bersedia membuka diri, bagaimana kita mempersepsi pesan tersebut dan apa yang akan kita ingat. Dengan kata lain, konsep diri sangat mempengaruhi terpaan selektif, persepsi selektif dan ingatan selektif.

b. *Social Categories Perspective*

Perspektif ini melihat di dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial yang didasarkan pada karakteristik umum seperti jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan,

keyakinan beragama, tempat tinggal dan sikapnya. Masing-masing kelompok-kelompok sosial itu memberi kecenderungan anggota-anggotanya mempunyai kesamaan norma sosial, nilai dan sikap. Dari kesamaan itu mereka akan mereaksi secara bersamaan pada pesan khusus yang diterimanya.

Berdasarkan perspektif tersebut, pemilihan dan penafsiran isi oleh audiens dipengaruhi oleh pendapat dan kepentingan yang ada dan oleh norma-norma kelompok sosial. Dalam konsep audiens sebagai pasar dan sebagai pembaca, perspektif ini melahirkan segmentasi. Contohnya Anak-anak membaca majalah Bobo, Yuniar dan Ananda. Ibu-ibu membaca tabloid Kartini, Sarinah dan Femina. Kaum Islam membaca majalah Sabili maupun Hidayah.

c. *Social Relation Perspective*

Perspektif ini menyatakan bahwa hubungan secara informal mempengaruhi audiens dalam merespon pesan media massa. Dampak komunikasi massa yang diberikan diubah secara signifikan oleh individu-individu yang mempunyai kekuatan hubungan sosial dengan anggota audiens. Tentunya perspektif ini eksis pada proses komunikasi massa dua tahap dan atau multistahap.

Media sebagai alat komunikasi massa yang sangat efektif melakukan perubahan yang signifikan pada sebuah ruang lingkup publik. Maka dengan itu para pelaku media sangat dituntut untuk

memberikan penyajian suatu pesan yang jelas kepada publik, meski tidak menutup kemungkinan ada kesalahpahaman atau ketidaktepatan dalam penyampaiannya pada kelompok-kelompok tertentu. Dengan realitas media inilah yang sering disebut representasi. Representasi bukan penjiplakan atas kenyataan yang sesungguhnya, representasi adalah ekspresi estetis, rekonstruksi dari situasi sesungguhnya (Barker, 2005: 104).

Media tidak dipandang sebagai wilayah yang netral di mana berbagai kepentingan dan berbagai pemaknaan dari berbagai kelompok ditampung. Media justru bias menjadi subjek, di mana ia mengkonstruksi realitas atas penafsiran dan definisinya sendiri untuk disebarakan kepada khalayak. Media berperan dalam mendefinisikan realitas (Barrat dalam Eriyanto, 2001: 36).

Alex Sobur, dalam bukunya *Analisis Teks Media* mengatakan bahwa pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil dari para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya. Realitas yang dikonstruksi sangat bergantung pada ideologi yang berada di belakangnya, atau kepentingan yang bermain di belakang meja kerja para pekerja media tersebut. Sobur menambahkan bahwa seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*).

Istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966) dan kemudian diterbitkan dalam edisi Bahasa Indonesia di bawah judul *Tafsir Sosial atas Kenyataan : Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan* (1990). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif (Bungin, 2008: 13). Menurut Berger dan Luckmann, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Konstruksi sosial, dalam pandangan mereka, tidak berlangsung dalam ruang hampa atau kondisi netral, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.

Media sesungguhnya berada di tengah realitas sosial yang sarat dengan berbagai kepentingan, konflik, dan fakta yang kompleks dan beragam. Media massa bukan sesuatu yang bebas, independen, tetapi memiliki keterikatan dengan realitas sosial (Sobur, 2009: 30). Jelasnya, bahwa ada berbagai kepentingan yang bermain dan menguasai media massa. Selain kepentingan ideologi masyarakat dan negara, dalam diri media massa itu sendiri juga terselubung kepentingan lain, misalnya kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan keberlangsungan lapangan kerja bagi

para karyawan dan sebagainya. Lebih jauh, media sebagai bagian dari hegemoni “penguasa ekonomi” terhadap masyarakat pemirsa.

2. Strategi dan Model Literasi Media

Strategi adalah sejumlah keputusan dan aksi yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan organisasinya (Kuncoro, 2005: 12).

Strategi menurut Steinner dan Minner (2002: 20) adalah penempatan misi, pencapaian sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal dalam perumusan kebijakan tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi mempunyai berbagai ciri-ciri sebagai berikut :

- a. *Goal-directed*, yaitu aktifitas yang menunjukkan “apa” yang diinginkan organisasi dan “bagaimana” mengimplementasikannya.
- b. Mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas) serta memperhatikan peluang dan tantangan.

Potter dalam buku literasi media di indonesia memamparkan ada beberapa strategi untuk mencapai tujuan kegiatan literasi media adalah membangun perspektif tentang media. Perspektif mengenai media yang dibangun oleh tiga pilar. Yaitu :

1. *Personal Locus*: adalah energi, tujuan yang mengarahkan proses pencarian informasi. Semakin memiliki literasi media, semakin orang tersebut akan lebih terkonsentrasi untuk memproses dan mengontrol informasi, serta menekan efek media.
2. *Knowledge structure*: elemen ini terkait dengan aspek informasi dan pengetahuan yang dimiliki, yang dapat menyediakan kemampuan dalam memahami dan menganalisis media serta melihat konteks pesan media.
3. *Skills*: adalah keahlian untuk menganalisis, mengevaluasi, mengkatagorikan, dan 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 (Fadhal, Zarkasi dan Agustin, 2011: 234-235).

Dari berbagai pengertian dan definisi mengenai strategi secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi itu adalah rencana tentang serangkaian *manuver* atau kekuatan yang mencakup seluruh elemen yang kasat mata maupun yang tidak untuk menjamin keberhasilan mencapai tujuan. Adapun beberapa proses strategi dan model literasi media adalah sebagai berikut :

1. *Need Assessment Process*

Merupakan hal pertama yang dilakukan oleh para penggerak literasi media. Proses ini dilalui untuk memberi konteks bagi

program yang akan dikerjakan. Ada beberapa hal yang diperoleh dalam proses *need assessment* ini di antaranya sebagai berikut :

- a. Siapa sasaran program dan bagaimana kriterianya
- b. Sejauh mana tingkat literasi media yang sudah dimiliki oleh sasaran.
- c. Sejauh mana kebutuhan sasaran akan literasi media.

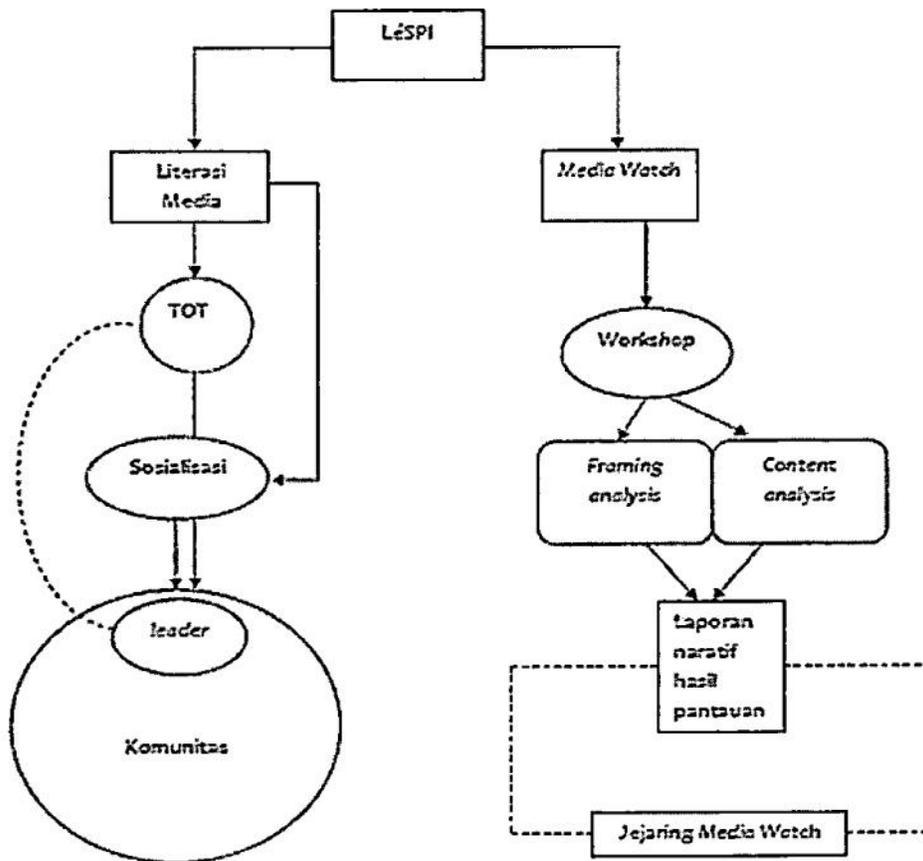
Ketiga hal tersebut akan menjadi konteks bagi program literasi media. Konteks sangat diperlukan sehingga program sesuai dengan kebutuhan dan keadaan sasaran.

2. *Pasca Need Assessment*

Pada tahap ini, dilakukanlah penentuan tujuan pendidikan literasi media. Pada umumnya, tujuan pendidikan bergerak untuk mencapai kemampuan kognisi, kemampuan afeksi hingga kemampuan psikomotor. Untuk mencapai ketiga tujuan ini, terdapat metode yang berbeda-beda. Metode *top-down* seperti ceramah, seminar, diskusi, pelatihan dan dongeng yang cocok diterapkan untuk menempuh tujuan kognisi. Cara ini cukup baik untuk memberikan pengetahuan kepada sasaran tentang baik dan buruk media massa. Cara ini juga cocok dilakukan untuk sasaran yang belum memiliki tingkat literasi yang cukup tinggi (Tim Peneliti PKMBP, 2013: 187-188).

Berikut model literasi LeSPI yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan untuk meneliti strategi dan model literasi Pimpinan Pusat 'Aisyiyah dan Masyarakat Peduli Media :

Gambar. 1.3



Sumber: 2013, Tim Peneliti PKMBP, Model-model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia, Pusat Kajian Media dan Budaya Populer dan Yayasan Tifa, 2013, hal. 74.

Dari bagan di atas, dapat dilihat bahwa LeSPI melakukan gerakan literasi media dengan membedakannya dengan *media watch*

sehingga program antara keduanya dibedakan. Untuk literasi media sendiri, pada dasarnya, LeSPI menitikberatkan pada kegiatan sosialisasi, hanya saja ada sosialisasi yang dilakukan oleh LeSPI sendiri dan ada juga sosialisasi yang dilakukan oleh *leader* komunitas setelah mengikuti pendidikan literasi media berbentuk *ToT*. Sementara untuk program *media watch*, LeSPI memfokuskan kegiatan pantauan tidak hanya sebatas pada pantauan kognitif, artinya sebatas mengerti bahwa ada yang tidak beres dengan kinerja media, tapi pantauan harus menghasilkan tulisan yang didasarkan pada hasil analisis, baik *framing* atau pun analisis isi (PKMBP, 2013: 74-75).

3. Literasi Media

Media literasi atau yang sering disebut dengan literasi media adalah sebuah bentuk gerakan sosial dan dapat kita artikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengakses, analisis serta melakukan evaluasi terhadap media apapun yang kita konsumsi. Media literasi juga sering disalahkaprahkan dengan *media education*. Maka dari itu sebelum kita memahami media literasi kita harus memberikan pemahaman tentang media.

Namun seiring dengan perkembangan zaman, istilah literasi pun digunakan secara luas. Silverblatt melihat literasi dalam artian kemampuan membaca dan menulis itu berhubungan dengan perkembangan media cetak (dalam Iriantara, 2009:8). Pemaknaan literasi itulah yang membuat Varis melihat ada dua persoalan penting

yang akan mendominasi di masa yang akan datang dan harus diperhatikan. Pertama, peningkatan secara *eksponensial* jumlah informasi dan komunikasi pada masyarakat informasi global yang sedang berkembang. Dan kedua, pengetahuan menjadi sumber daya yang sangat penting dalam ekonomi informasi global. Oleh karenanya, manusia harus memiliki kompetensi media, dalam hal ini disebut sebagai orang yang melek media (dalam Iriantara,2009:8-9).

Gerakan literasi media tak dapat dielakkan lagi di tengah kondisi media saat ini di Indonesia. Literasi media pun bukanlah hal yang baru di Indonesia, tapi ia juga belum terlalu populer di kalangan audiens yang sering mengonsumsi media. Membangun atau membuat gerakan literasi media memang bukanlah hal yang sangat mudah dan gampang, membutuhkan waktu yang relatif sangat panjang atau lama untuk menanamkan pemahaman mengenai pentingnya tentang literasi media. Literasi media tidak bisa dilakukan atau diterapkan dengan sangat *instant*.

Literasi media diperlukan akibat semakin gencarnya terpaan informasi dari berbagai media yang tidak diimbangi dengan kecakapan mengonsumsinya sehingga dibutuhkan pemahaman dalam mengonsumsi media secara sehat. Literasi Media tidak akan berjalan tanpa peran kearifan lokal masyarakat, baik secara individu maupun kelompok.

Literasi Media mulai dikembangkan di Inggris pada tahun 1930-an. Negara Inggris juga dikenal sebagai pionir dari pengembangan pendidikan untuk melek media di dunia. Sedangkan perkembangan literasi media di Indonesia merupakan proses untuk mencari formula yang sesuai. Awal mula perkembangan literasi media di Indonesia melewati beberapa periode yang di antaranya pada tahun 1990-2000 itu disebut dengan periode mencari bentuk, sedangkan pada tahun 2000-2010 adalah periode pematangan dan pada tahun 2010-sekarang adalah periode perkembangan lamban.

James Potter dalam bukunya *Media Literacy*, mengatakan literasi media adalah sebuah perspektif yang digunakan oleh publik untuk memaknai pesan yang mereka terima dari media (Potter, 2008: 19). Peneliti media Allan Rubin seperti disampaikan oleh Stanley Baran dalam *Introduction to Mass Communication*, mengatakan ada tiga definisi tentang literasi media:

- a. *National Leadership Conference on Media Literacy*: kemampuan untuk mengakses, menganalisa, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan.
- b. Dari ahli media, Paul Messaris: pengetahuan tentang bagaimana fungsi media dalam masyarakat.
- c. Peneliti komunikasi massa, Justin Lewis dan Shut Jally: pemahaman konstruksi budaya, ekonomi, politik dan teknologi terhadap kreasi, produksi dan transmisi pesan (Baran, 2004: 51).

Ahli komunikasi massa, Art Silverblat (2001) dalam Baran (2011: 32-35) mengidentifikasi tujuh elemen oleh Stanley J. Baran sehingga menjadi delapan elemen literasi media, yakni :

1. Sebuah keterampilan berpikir kritis yang memungkinkan anggota khalayak untuk mengembangkan penilaian independen tentang konten media.
2. Pemahaman tentang proses komunikasi massa.
3. Sebuah kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat.
4. Strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media.
5. Memahami isi media sebagai teks yang memberikan wawasan kita tentang budaya dan hidup.
6. Kemampuan untuk menikmati, memahami dan menghargai isi media.
7. Pembangunan dari keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab.
8. Pemahaman tentang kewajiban etika dan moral praktisi media.

Apriadi Tamburaka dalam buku Literasi Media memaparkan hasil konferensi tingkat tinggi mengenai Penanggulangan Dampak Negatif Media Massa, yaitu *21 Century Literacy Summit* yang diselenggarakan di Jerman pada tanggal 7 sampai dengan 8 Maret 2002, diperoleh gambaran kesepakatan yang disebut *21 Century in*

a *Convergen Media Word*. Kesepakatan tersebut, seperti disampaikan Bertelelsmann dan AOI, Time Warner (2002), menyatakan bahwa literasi media mencakup :

- a. Literasi teknologi; kemampuan memanfaatkan media baru seperti internet agar bisa memiliki akses dan mengomunikasikan informasi secara efektif.
- b. Literasi informasi; kemampuan mengumpulkan, mengorganisasikan, menyaring, mengevaluasi dan membentuk opini berdasarkan beberapa hasil tersebut.
- c. Kreativitas media; kemampuan yang terus ditingkatkan pada individu dimana pun mereka berada untuk membuat dan mendistribusikan isi kepada khalayak beberapa pun ukuran khalayak.
- d. Tanggung jawab dan kompetensi sosial; kompetensi untuk memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi publikasi secara *on-line* dan bertanggung jawab atas publikasi tersebut, khususnya pada anak-anak (Tamburaka Apriadi, 2013: 17).

Dari beberapa pengertian di atas maka didapat suatu pemahaman bahwa literasi media merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk menggunakan, mengakses dan menganalisis suatu jenis pesan dari media.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data dapat berasal dari naskah hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi, dokumen pribadi maupun catatan memo (Moleong, 2001: 6).

Penelitian ini bukan bertujuan akhir menguji sebuah teori namun mencari teori. Penelitian ini menjabarkan analisis yang ada dengan memadukan dengan teori. Penjabaran penelitian deskriptif tidak hanya pengumpulan data-data kemudian menyusunnya namun juga meliputi analisa kemudian interpretasi tentang data yang telah dikumpulkan.

Berikut ini adalah ciri-ciri metode penelitian deskriptif kualitatif menurut Winarno :

- a. Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masa-masa yang aktual.
- b. Data mula-mula disusun, dijelaskan yang kemudian dianalisa.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Pimpinan Pusat 'Aisyiyah (PPA) dan Masyarakat Peduli Media (MPM).

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melakukan data yang relevan dengan tujuan penelitian maka penulis menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data. Teknik yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Data dokumentasi diambil dengan cara melakukan wawancara. Dari hasil wawancara tersebut dapat menunjukkan data yang akan diteliti sehingga akan membantu peneliti untuk mengetahui Strategi dan Model Literasi Media.

b. Wawancara

Wawancara adalah bertujuan komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin mengajukan pertanyaan-pertanyaan dengan tujuan tertentu (Mulyana, 2001: 180). Selain itu wawancara merupakan usaha penulis untuk mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ciri utama dari informan dengan informan. Secara sederhana wawancara dapat diartikan sebagai alat pengumpulan data dengan mempergunakan tanya jawab antara pencari informasi dan sumber informasi. Wawancara juga dapat dipergunakan untuk mengetahui tanggapan, pendapat, keyakinan, perasaan, motivasi dan cita-cita seseorang.

Dalam penelitian ini wawancara atau proses *interview* akan dilakukan melalui *in-depth-interview* yaitu *interview* secara

mendalam untuk memperoleh reaksi penerimaan (pemahaman dan interpretasi) informan atau sumber atas teks media secara jujur dan terbuka. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini meliputi :

1. Ketua Divisi Litbang Pimpinan Pusat 'Aisyiyah
2. Project Manager atau *Board Of Member* Masyarakat Peduli Media
3. Peserta Program Literasi Media Pimpinan Pusat 'Aisyiyah
4. Peserta Program Literasi Media Masyarakat Peduli Media

Berdasarkan kriteria informan di atas maka penulis mengambil beberapa informan yang akan diwawancarai. Para informan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Tri Hastuti Nur Rochimah, M.Si sebagai ketua divisi LITBANG Pimpinan Pusat 'Aisyiyah
2. Darmanto sebagai *Project Manager* atau *Board Of Member* Masyarakat Peduli Media
3. Wardiyah sebagai peserta program Literasi Media Pimpinan Pusat 'Aisyiyah di TK ABA Tegal Sari
4. Naning Listryaningsih sebagai peserta Program Literasi Media Masyarakat Peduli Media Wirobrajan

c. Studi Pustaka

Untuk mendapatkan data pendukung, maka data yang akan didapatkan berasal dari sumber tertulis yaitu studi kepustakaan,

baik berupa buku, dokumen, laporan, catatan, internet maupun sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Analisis adalah mengelompokkan, membuat suatu urutan, memanipulasi serta menyingkat data sehingga mudah untuk dibaca (Nasir, 2005: 358). Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan analisis data yang diperoleh dari wawancara. Melalui analisis data yang berasal dari wawancara, observasi dan studi dokumen. Data-data tersebut akan dikelompokkan berdasarkan pokok-pokok bahasan tertentu. Peneliti akan menginterpretasikan ke dalam penjelasan yang mudah dimengerti.

Analisis data kemudian disajikan dalam bentuk teks naratif yang telah mengalami reduksi data. Data yang direduksi antara lain gambaran umum struktur organisasi, keadaan geografi serta pelaksanaan program literasi media yang digunakan dalam upaya untuk membantu masyarakat dalam memilih tayangan yang baik dalam media.

G. Sistematika Penulisan

Dari penjelasan di atas sistematika penulisan dari penelitian ini adalah:

BAB I, berisi tentang pendahuluan yang terdiri latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II, berisi tentang profil objek penelitian. Pada bagian ini peneliti menuliskan profil dari objek penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yang mana dalam hal ini adalah PP 'Aisyah dan Masyarakat peduli Media. Pada bagian selanjutnya peneliti menyertakan penelitian terdahulu yang mengenai literasi media.

BAB III, berisi tentang pemaparan temuan data dari hasil observasi dan wawancara kemudian diolah dan dianalisis.

BAB IV, berisi tentang penutup yang berupa paparan kesimpulan dan saran peneliti sebagai hasil analisis data.