

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. PENYAJIAN DATA

Pada bab III ini, peneliti akan memaparkan data yang diperoleh mengenai Strategi dan Model Literasi Media di Pimpinan Pusat 'Aisyiyah (PP'A) dan Masyarakat Peduli Media (MPM). Data tersebut berupa data wawancara terhadap informan, observasi, dokumen dan dokumentasi. Selain itu, pada bab III ini, juga akan dilakukan analisis data temuan dengan teori yang digunakan pada kerangka teori pada bab I.

Pada bab III ini, penyajian data akan disusun berdasarkan Strategi dan Model Literasi Media di Pimpinan Pusat 'Aisyiyah (PP'A) dan Masyarakat Peduli Media (MPM). Diantaranya adalah sebagai berikut :

III. A. Strategi dan Model Literasi Media Pimpinan Pusat 'Aisyiyah (PP'A)

'Aisyiyah Sebagai organisasi perempuan persyarikatan Muhammadiyah atau organisasi masyarakat sipil, yang sejak awal gerakannya mempunyai perhatian terhadap masalah-masalah pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, lingkungan dan kesejahteraan social, dan hal tersebut sudah menjadi identitas

'Aisyiyah. Program-program yang dibuat oleh 'Aisyiyah adalah amanah dari muktamar, pada tahun 2005 muktamar 'Aisyiyah yang ke 45 yang bertempat di kota Malang, 'Aisyiyah menegaskan kembali dalam visi dan misinya yaitu memperkuat posisi masyarakat sipil yang didasarkan dengan nilai-nilai Islam yang sebenarnya. Terbentuknya masyarakat Islam yang sebenarnya dibangun atas dua pilar yakni *Qoryah Thoyibah* dan Keluarga Sakinah. Untuk membentuk posisi masyarakat sipil yang didasari dengan nilai-nilai Islam ini 'Aisyiyah merespon situasi media saat ini yang memang sudah saatnya pendidikan literasi media untuk digalakan. Untuk itu gerakan literasi media adalah sebuah gerakan yang mendorong masyarakat menjadi kritis terhadap media.

Perkembangan media saat ini sudah sangat mengkhawatirkan untuk perkembangan anak tentunya, anak-anak sebagai generasi penerus harus berhadapan dengan jumlah media yang semakin banyak dan beragam. Berbicara tentang media, berarti berbicara pula 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. Menyikapi permasalahan tersebut, 'Aisyiyah sebagai salah satu organisasi sosial keagamaan merasa sangat prihatin dengan perkembangan media yang memang tampilannya sebagian besar tidak ramah terhadap anak-anak, sementara anak-anak dan orang tua maupun guru belum memiliki keterampilan yang memadai mengenai bagaimana menggunakan media secara sehat dan kritis sehingga terhindar dari dampak negatif media.

Kekuatan jaringan 'Aisyiyah yang memiliki 13.000 PAUD/TK ABA menjadikan kekuatan untuk melakukan gerakan pendidikan media, bersinergi dengan kelompok-kelompok pengajian 'Aisyiyah di tingkat basis dan perkumpulan wali murid sekolah. Salah satu yang dilakukan oleh 'Aisyiyah dalam menghadapi pengaruh buruk media adalah dengan melakukan pendidikan literasi media. Hal tersebut didasari bahwa kegiatan ini tidak berusaha melarang anak-anak menggunakan media atau mengisolasi anak-anak dari media, namun lebih pada memberikan keterampilan pada anak-anak. Ada beberapa alasan mengapa 'Aisyiyah menjadikan anak-anak sebagai sasaran utama untuk melakukan program media, antara lain : (1), Anak-anak merupakan kelompok yang paling rentan untuk dipengaruhi oleh media, anak-anak dalam tahap perkembangan mencari identitas diri, suka mencari-cari hal yang baru, belum bisa membedakan mana yang

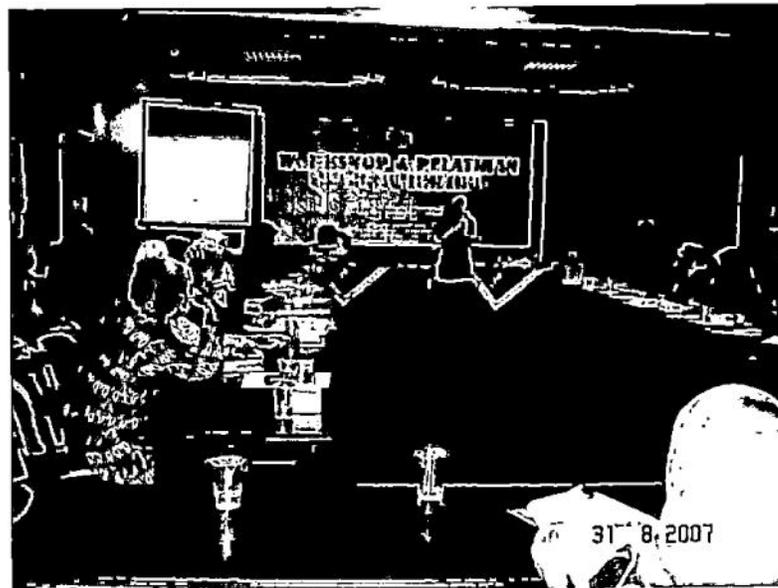
baik dan mana yang buruk, belum bisa membedakan mana yang rekaan dan mana yang realitas. (2), Anak-anak adalah generasi masa depan yang harus diselamatkan sebelum terlambat, termasuk dari buruknya pengaruh media, games dan internet. Sudah banyak penelitian-penelitian termasuk 'Aisyiyah menunjukkan bahwa konsumsi media terhadap anak-anak sudah melebihi batas, bahkan jam belajar pun saat ini sudah tidak berlaku lagi, artinya anak-anak sekarang lebih sering mengkonsumsi media, games dan internet dari pada belajar. Maka dari itu seharusnya pendidikan media itu harus dimulai sejak dari kecil. (3), Berdasarkan dari hasil penelitian bahwasanya selain rentan anak-anak juga ternyata belum memiliki keterampilan untuk menggunakan media secara cerdas dan kritis. Padahal saat ini media sudah sangat mudah dikonsumsi oleh anak-anak. Selain itu juga banyak orang tua dan guru belum mempunyai keterampilan bagaimana cara mendampingi anak-anak menggunakan media secara kritis dan secara cerdas. (4), Selain itu juga secara internal 'Aisyiyah mempunyai kekuatan jaringan yang memiliki kurang lebih sekitar 13.000 PAUD/TK ABA dan itu menjadikan kekuatan untuk melakukan gerakan pendidikan media, bersinergi dengan kelompok-kelompok pengajian 'Aisyiyah di tingkat basis dan perkumpulan wali murid sekolah.

Untuk pengajar atau *trainer* dalam melakukan program pendidikan literasi media, 'Aisyiyah menggunakan pengurusnya sendiri dan tidak menggunakan *volunteer* dari luar.

“Yoo dari orang-orang 'Aisyiyah sendiri, karena pengurus-pengurus 'Aisyiyah sendiri sudah banyak orangnya jadi itu volunteer. Kita latih sendiri guru-guru TK dan awalnya kan kita kerjasama dengan UNICEF dan YPMA kita dulu workshop di Jakarta trus dilatih kemudian membuat grup sendiri saling sharing kayak gitu kemudian jadi trainer-trainer (Wawancara Ibu Tri Hastuti Nur sebagai Ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pimpinan Pusat 'Aisyiyah Pada Tanggal 15 Oktober 2014)”.

Gambar 3.1

Pelatihan Literasi Media 'Aisyiyah



Sumber : Dokumentasi Pimpinan Pusat 'Aisyiyah

Mengenai Model pelatihan literasi media 'Aisyiyah untuk guru dikembangkan menggunakan pendekatan orang dewasa dan partisipatif, yang dimana para guru merupakan narasumber dan untuk metode pelatihannya dikemas dengan berbagai macam metode baik, *role play* (tayangan-tayangan program televisi dan diskusi kelompok presentasi), *Brainstorming* (curah pendapat). Untuk *sharing* pengalaman dilakukan di sesi awal agar menjadi sumber bahan belajar untuk semua pihak, baik peserta maupun fasilitator. Kemudian dari *sharing* tersebut para guru yang sebagai peserta semakin merasakan bahwa masalah pendidikan media adalah tanggung jawab bersama dan para guru sebagai peserta semakin merasakan dan memahami permasalahan yang *real* yang ada di lapangan. Saat proses pelatihan pendidikan media literasi yang dilakukan 'Aisyiyah para guru sangat antusias dan aktif mendorong pelatihan berjalan dengan semangat partisipatif. Setelah mendapatkan pembelajaran atau pendidikan mengenai media, para guru melakukan implementasi di sekolah, dalam proses pembelajaran di kelas para guru berbagai metode dikembangkan oleh guru baik secara mandiri maupun terintegrasi. Akan tetapi keberhasilan pendidikan literasi media atau *melek* media di sekolah sangat dipengaruhi variabel orang tua, yaitu bagaimana orang tua berperan dalam mendampingi anak-anaknya dalam mengkonsumsi media baik televisi, internet maupun *games*.

Di kehidupan nyata masih sering kita jumpai anak-anak bercanda dengan menggunakan kekerasan contoh halnya yang dikemukakan oleh salah satu peserta literasi media Pimpinan Pusat 'Aisyiyah (PP'A).

Artinya selain guru di sekolah, orang tua atau wali murid mempunyai tanggung jawab terhadap tumbuh kembang anaknya terutama dalam mengkonsumsi media.

Berlebihan menonton televisi berbanding lurus dengan jumlah perilaku yang ditonton anak di televisi. Ketika stasiun televisi menyasar acara untuk anak-anak pun, belum tentu baik untuk anak-anak. Misalnya film kartun yang bermuatan kekerasan, baik kekerasan fisik maupun kekerasan verbal diantaranya adalah ; *One Piece, Naruto, Power Rangers, Tom and Jerry dan Bernard*. Sedangkan pangsa pasar film tersebut adalah anak-anak. Akan tetapi, anak-anak dan orang tua kurang menyadari bahaya menonton adegan kekerasan secara terus-menerus.

Untuk pendidikan literasi media melalui PAUD ini sendiri dikembangkan dengan menggunakan model secara mandiri dan terintegrasi; menggunakan metode baik bercerita, bermain peran, menggambar maupun menyanyi. Saat pelatihan berlangsung para guru diminta membuat yel-yel dan lagu-lagu yang berisikan ajakan untuk menggunakan media secara sehat. Lagu-lagu dan yel-yel yang dibuat oleh para guru akan digunakan untuk bahan mengajar

di dalam kelas dan dihapalkan oleh para murid. Salah satu contoh lagu yang dibuat dan dipergunakan di dalam kelas misalnya :
“*menonton TV boleh saja, tapi cukup 3 jam sehari, jangan lupa mengaji , jangan kau lupa salat, menonton TV boleh saja*”.

Agar proses pembelajaran literasi media ini berjalan dengan baik, para guru juga berkomunikasi dengan guru dan wali/orang tua murid melalui pertemuan khusus mengenai pembiasaan anak dalam menonton televisi, dan dari pertemuan tersebut menuai tanggapan yang sangat beragam dari para orang tua. Ada yang menanggapi dengan sangat antusias namun ada juga yang tidak menanggapi dan hanya mengutuskan asisten rumah tannganya untuk menghadiri acara tersebut karena kesibukan dalam bekerja.

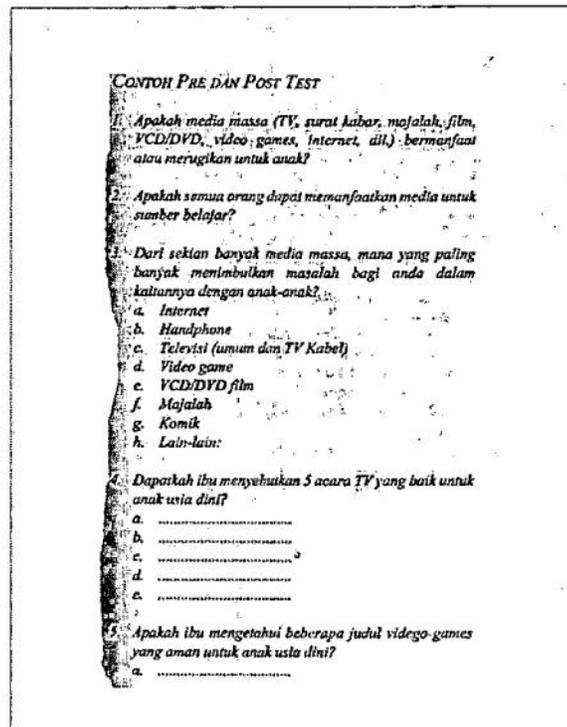
Pada awalnya program ini dilakukan di 12 TK dan PAUD di Kabupaten Klaten, Wonosobo dan Kota Yogyakarta. Program ini pun dilakukan melalui beberapa tahap kegiatan seperti *need assessment, pra test dan post test* dan juga pelatihan (ceramah, diskusi dan *micro teaching*).

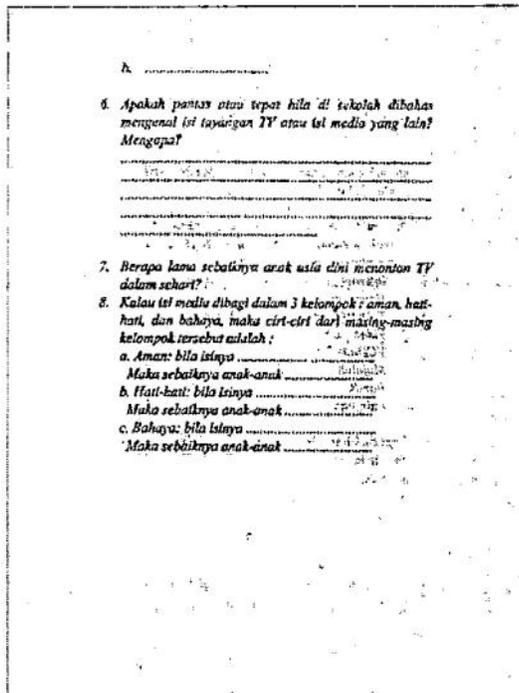
Need assesment ini bertujuan untuk menggali bagaimana perilaku anak-anak dalam menggunakan media dan kebutuhan pelaksanaan pendidikan media di PAUD/TK. Sedangkan untuk metode yang digunakan melalui *Focus Group Discussion (FGD)* dengan guru dan orang tua siswa. Dengan metode FGD guru dan orang tua murid siswa PAUD, diharapkan agar memperoleh

gambaran mengenai permasalahan yang menurut mereka mendesak, gambaran mengenai interaksi anak dan media (terutama televisi), dan bagaimana isu baru bisa dimasukkan dalam PAUD. Sedangkan untuk mengukur seberapa besar keberhasilan program tersebut maka dilakukanlah *pra test* dan *post test* untuk para guru yang terlibat dalam kegiatan dari 12 PAUD/TK dalam pelaksanaan pembelajaran literasi media.

Gambar 3. 2

Contoh Pra Test dan Post Test





Sumber : Arsip Pimpinan Pusat 'Aisyiyah

Dari materi pelatihan yang sudah dilakukan oleh 'Aisyiyah sudah disusun dalam bentuk modul yang akan digunakan dan dikembangkan melalui *workshop* dan uji coba. Untuk tahap uji coba sendiri dilakukan untuk mendapatkan masukan dan strategi yang lebih operasional mengenai materi pendidikan media untuk guru PAUD dan sosialisasi ke orang tua murid. Tahap uji coba ini sudah dilakukan di Jakarta dan Yogyakarta, uji coba ini dilaksanakan di sekolah yang tidak akan mengimpletasikan modul ini, agar bisa menjadi bahan perbandingan dan mengukur keberhasilan sebelum dilakukan di 12 PAUD/TK. Dari hasil uji coba tersebut diharapkan untuk menjadi penyempurnaan modul

pendidikan media untuk guru PAUD/TK tersebut. Ketika modul sudah tersusun, 'Aisyiyah melanjutkan kegiatan pelatihan pembelajaran media kritis untuk guru-guru. Pelatihan pembelajaran media kritis sendiri dilakukan selama tiga hari. Untuk pelatihan pertama sendiri menggunakan metode ceramah dan diskusi, adapun materi yang disampaikan adalah mengenai peraturan dalam mengkonsumsi media, pola konsumsi media oleh anak, dan dampak media terhadap anak. Sedangkan untuk hari kedua diawali dengan materi mengenai bagaimana media bekerja, menggunakan isi media massa sebagai salah satu sumber belajar, dan pengenalan berbagai alat bantu mengajar pendidikan media. Agar peserta bisa mendapatkan gambaran, maka pada sesi ini dilakukan diskusi mengenai pengalaman pengajaran pendidikan media di sekolah dasar yang telah dilakukan di Jawa Timur. Sedangkan untuk hari ketiga ini melakukan pelatihan *micro teaching*, untuk pelatihan *micro teaching* sendiri dibagi menjadi dua sesi. Sesi pertama adalah mengangkat tema "Pengaturan Jam Menonton TV" dan pada sesi kedua mengenai "Pengaturan Isi Media". Setelah melaksanakan materi *micro teaching* ini dilanjutkan dengan evaluasi pelatihan, *post test* dan menyusun rencana aksi. Dari hasil *micro teaching* sendiri yang diamati oleh tim 'Aisyiyah sudah mendapatkan hasil yang memuaskan, semua peserta sudah paham

bagaimana cara memberikan pendidikan literasi media kepada anak-anak.

Untuk proses program pendidikan literasi media yang dibuat oleh 'Aisyiyah ini masih mempunyai beberapa hambatan seperti pemahaman yang kurang komprehensif, kekurangan alat peraga dan kesadaran orang tua yang masih rendah. Namun salah satu kesulitan yang dialami oleh guru dalam mengembangkan pendidikan literasi media di PAUD adalah *update* tentang acara-acara terbaru di televisi dan pengembangan bahan ajar. Sedangkan untuk para pesertanya sendiri masih mempunyai harapan besar dalam program pendidikan literasi media ini.

“Literasi media itu dikembangkan, jadi tidak hanya beberapa guru yang dapat menikmati workshop. Terintegrasi dengan kegiatan harian baik itu lewat pembelajaran, lewat poster dan ini tidak hanya sekedar hangat-hangat tai ayam. Harus rutin kegiatannya, selalu berkembang dan dialokasikan dana-dana tersendiri (Wawancara Ibu Wardiyah sebagai peserta literasi media Pimpinan Pusat 'Aisyiyah (PP'A) Pada Tanggal 15 September 2014)”.

Artinya peserta atau para guru sendiri masih sangat membutuhkan program tersebut dan masih ingin program tersebut berjalan dengan rutin.

III. B. Strategi dan Model Literasi Media Masyarakat Peduli Media

(MPM)

Masyarakat Peduli Media (MPM) terbentuk pada tahun 2002, yang berawal pada Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Kota Yogyakarta menyelenggarakan bulan pengaduan dan pada saat itu ternyata yang melakukan pengaduan ke AJI. Tapi kemudian MPM berfikir kurang etis ketika AJI para profesional kemudian melayani pengaduan tentang dirinya sendiri. Ketika dianalisis maka harus terbentuknya sebuah *media watch* dan tahun 2002 gerakan *media watch* itu sedang hangat-hangatnya. Kebetulan sebelumnya Bapak Darmanto sudah pernah diskusi dengan temannya yang bernama Hendrasmo. Sebelumnya juga Bapak Darmanto sudah pernah membuat proposal untuk pendirian lembaga sejenis *media watch* tersebut. Karena pernah mendengar Bapak Darmanto mendiskusikan hal tersebut maka kemudian Bapak Darmanto diajak berjasama untuk melakukan *workshop*. Sehingga pada bulan Agustus tahun 2002 dilakukan *workshop* yang melibatkan berbagai elemen masyarakat. Ada dari kalangan kampus terutama yang memiliki Jurusan Komunikasi, kemudian ada aktivis media, orang media, guru dan ada pula ibu rumah tangga, intinya untuk membangun sejenis *media watch*. Tetapi sejak awal dalam diskusi tersebut kita sepakat tidak semata-mata *media watch*, tetapi juga untuk membangun kapasitas masyarakat.

Dari *workshop* yang berlangsung selama tiga hari tersebut kemudian muncul kesepakatan untuk membentuk MPM. Pada waktu itu

sebenarnya yang terpilih menjadi ketuanya adalah Bapak Zeini Ahmad Albar seorang penulis yang menulis buku Sejarah Pers Tahun 74. Namun sangat disayangkan karena beliau meninggal dunia dan pada akhirnya lembaga tersebut vakum. Pada awal tahun 2004 akhirnya Bapak Lukas S. Ispandriarno dari Universitas Atmajaya Yogyakarta, kemudian Masduki dari Universitas Islam Indonesia, Darmanto dan kemudian Moh Nor Salim yang pada saat itu masih menjadi mahasiswa UIN Yogyakarta akan tetapi aktif di lembaga AJI. Lalu pada tahun 2004 bangkit lagi dan pada saat itu bertepatan dengan pemilu raya. MPM pada saat itu tergabung di dalam tim pemantauan pemilu, sejak itu MPM terus-menerus menyelenggarakan diskusi-diskusi dan sebagainya.

Pada tahun 2002 situasi di Indonesia sudah sedikit berbeda dengan tahun 1998 yang terjadi reformasi kemudian kebebasan media pun sudah sangat luar biasa. Tahun 1998-2001 MPM merasakan hal yang berbeda yang terjadi pada media di Indonesia yang sudah sangat-sangat bebas, dan dari hal tersebut banyak tabloid yang menampilkan majalah-majalah syur, kemudian banyak tabloid yang dari segi akurasi dan lain sebagainya banyak menjadi permasalahan. Oleh karena itu di dalam diskusi atau di dalam *workshop* yang menjadi embrio bagi terwujudnya MPM itu sudah muncul keprihatinan. Karena jika dilihat dari kondisi media sangat tidak peduli dengan kepentingan publik. Artinya mereka lebih menekankan pada aspek-aspek bisnis. di satu sisi pemerintah sudah tidak punya pintu masuk untuk ikut mengatur masalah media. Untuk melindungi kepentingan

publik, masyarakat sendiri harus cepat mengambil tindakan. Tetapi masyarakat sendiri belum mempunyai pengetahuan mengenai literasi media, karena tingkat literasi masyarakat masih jauh dan bahkan pada tahun 2002 istilah literasi masih sangat jarang yang menggunakan. Belum seperti sekarang yang istilahnya sudah memasyarakat di kalangan kampus dan para intelektual waktu. Tetapi MPM masih mempunyai keyakinan bahwa kuncinya adalah masyarakat juga harus menjadi kuat dan cerdas. Sehingga walaupun negara sudah tidak bisa ikut mengatur media, kemudian industri media semuanya sendiri yang lebih berorientasi kepada kepentingan bisnis. Tetapi jika masyarakatnya cukup kuat maka masyarakat dapat melakukan pertahanan diri.

Sehingga di antara awal tahun 2004-2007 MPM sering membangun atau menyelenggarakan kegiatan diskusi bersama dengan berbagai macam pihak. Di tahun 2004-2005 MPM biasanya di setiap akhir tahun pasti melakukan diskusi refleksi tentang perjalanan media selama satu tahun. Kemudian mengevaluasi dan melakukan pemantauan terhadap kasus-kasus soal isu-isu CDMA, isu-isu soal Merapi dan sebagainya. Akan tetapi dari hasil temuan tersebut menghasilkan kekecewaan karena selalu dikutip oleh masing-masing media tetapi yang menguntungkan oleh media itu sendiri. Sehingga tujuan untuk ikut serta memperbaiki media tidak tercapai.

“Contohnya kasusnya misalnya bagaimana pemberitaan media lokal pada pemberitaan kasus CDMA. Ketika kita

melakukan analisis isi media kemudian kita publish melalui diskusi kesimpulannya adalah media “A” mengutip hasil analisis dari MPM yang menguntungkan bagi mereka. sedangkan kekurangan-kekurangan tersebut tidak ikut di beritakan padahal tujuannya adalah ingin membangun suatu kesadaran kritis bagi masyarakat (Wawancara Bapak Darmanto Pada tanggal 21 Juli 2014)”.

MPM sendiri mempunyai alasan mengapa memilih objek literasi media diantaranya adalah, pengguna televisi di Indonesia ternyata sangat luar biasa, dan pada saat itu data *Nielsen* yang menyebutkan bahwa penetrasi media televisi mencapai di atas 90%, radio waktu itu sekitar 45%, koran sekitar 25%. Lalu akhirnya MPM memfokuskan ke televise, karena penonton televisi adalah masyarakat kebanyakan yang tingkat *melek* medianya masih kurang, dan pada kenyataannya masyarakat Indonesia khususnya lebih banyak memanfaatkan televisi sebagai sumber informasi. Data *Nielsen* menunjukkan penetserasi televisi dan hal tersebut membuat MPM memulai fokus ke televisi, pertimbangan MPM adalah ketika membahas televisi kemungkinan besar media cetak akan memberitakan, dan ternyata prediksi yang dilakukan oleh MPM benar.

Untuk strategi utama yang MPM gunakan adalah partisipatif. Artinya partisipatif baik di level pegiatnya maupun di level peserta dampingan. Hampir semua aktivitas yang dilakukan MPM itu berusaha melibatkan orang sebanyak mungkin, karena MPM ingin melakukan pembiasaan. Pembiasaan yang dimaksud adalah bagaimana

menyebarluaskan jaringan dan mempengaruhi pihak lain. Hal yang selalu MPM bayangkan adalah semakin banyak orang yang terlibat dalam aktivitas itu maka semakin banyak pula yang terkena imbas dari aktivitas tersebut. Hal tersebut lah yang sampai saat ini ditekankan oleh MPM dan partisipatif itu strategi utama yang kita lakukan.

“Jujur saja kami kan tidak mempunyai sumber dana yang tetap. Jadi kami tidak berani mempekerjakan orang untuk mengatur ke-tata usahaan (Wawancara Bapak Darmanto pada Tanggal 21 Juli 2014)”.

Kedua adalah non komersil, artinya siapa pun yang ingin terlibat dalam MPM pasti dipersilakan. MPM adalah lembaga yang terbuka karena status hukum MPM adalah sebagai perkumpulan dan perkumpulan itu terbuka. Hanya syaratnya jangan menuntut mendapatkan sesuatu dalam artian “uang” dari lembaga ini. Jika ingin terlibat dan jika nanti ada proyek dan kemudian yang bisa menghasilkan sesuatu yang bisa dinikmati bersama pasti akan dinikmati dengan bersama. Tetapi jika nanti yang terlibat di MPM terus berharap dapat pekerjaan artinya dapat pekerjaan tersebut “cari duit”. Dengan cara tersebut MPM dapat melakukan proses seleksi alam siapa yang betah atau tidak, karena pengurus atau aktivis disitu tidak dibayar. Jika tidak memiliki donatur harus berani menggunakan uang pribadi.

Ketiga adalah kolaboratif, yang dimaksud dengan kolaboratif adalah setiap kali kita memiliki gagasan dan memiliki keterbatasan dana

pasti akan disoundingkan dengan pihak lain. Misalnya pilpres 2009 ketika MPM gelisah dengan kecenderungan sosial media yang begitu mengerikan, lalu punya dan langsung tawarkan TOR atau proposal kepada KPU, lalu ternyata KPU menerima kerjasama tersebut. Lalu terselenggaralah kegiatan seminar atau diskusi mengenai penggunaan sosial media pada tahun 2014. Seperti itu model-model yang kita kembangkan oleh MPM, kita selalu menyelenggarakan, jadi strategi utama kami adalah partisipatif, non komersil dan kolaboratif.

Kemudian yang keempat adalah pengembangan jejaring. MPM sendiri tergabung dalam Koalisi Independen untuk Demokrasi Penyiaran (KIDP). Setiap ada isu-isu permedian yang digelontorkan oleh teman-teman yang tergabung dalam KIDP MPM pasti terlibat, maka dari situlah jaringan tersebut bisa menjadi luas.

“Mungkin saya tidak bisa menyebutkan itu sebagai keunggulan, akan tetapi itu positioning, kalau positioning kami berbasis masyarakat akar rumput dan terutama ibu rumah tangga (Wawancara Bapak Darmanto pada tanggal 21 Juli 2014)”.

Kegiatan pendidikan literasi media MPM merupakan kegiatan yang terencana dan tertata. membuat materi yang terstruktur dan kemudian didokumentasi sebagai modul untuk dibagikan pada peserta. Materi yang diajarkan meliputi Analisis Sosial, Pendidikan Orang Dewasa, Analisis Tayangan Televisi, Teknik Fasilitasi Kegiatan Literasi Media,

Pengaduan, Kampanye, Media Alternatif untuk Anak, Teknik Mendongeng, dan Pengorganisasian.

“ Dia itu pelatihan, tahap-tahapannya itu dia pertama itu penjajakan ya, penjajakan sejauh mana sih pengetahuan para ibu terhadap pertelevisian. Dengan memberikan pre test, dari pre test itu kemudian dikelola lalu direbug materi apa yang kira-kira diperlukan oleh para ibu melihat dari pre test itu, nah kemudian sehingga harapannya materi yang diberikan betul-betul dibutuhkan untuk ibu-ibu rumah tangga. Kemudian dari strategi penyampaianya itu saya kira cukup menarik, cukup antusias karena kebetulan yang menyampaikan itu para mahasiswa yang ikut terlibat di dalamnya sehingga kita enjoy dalam pelatihannya. Dan strateginya itu menyenangkan, kita tahu begitu capeknya bosan ya di dalam rumah tangga ketika keluar di MPM itu jadi hiburan tetapi kita keluar itu dapat ilmu. Ya macem-macam kita, tidak hanya teori kita praktik juga. Praktik menjadi (Wawancara Ibu Fitri Pada tanggal 23 Juli 2014)”.

Berdasarkan kegiatan MPM, susunan materi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.1

Materi Pelatihan dan Pendampingan Literasi Media

MPM

No	Materi	Metode
1	Televisi dan pengaruhnya terhadap kehidupan sosial	Ceramah, tanya jawab

2	Membedakan program faktual, fiksi dan faksional	Diskusi partisipasi
3	Memahami program infotainment	Diskusi partisipasi
4	Memahami dan memetakan sinetron di Indonesia	Diskusi partisipasi
5	Memahami proses produksi sinetron	Simulasi membuat lakon dengan menggunakan potongan gambar
6	Memahami dan memetakan <i>reality show</i> di Indonesia	Diskusi partisipatif
7	Memahami proses produksi <i>reality show</i>	Praktik
8	Mengenal perkembangan psikologi anak	Ceramah dan tanya-jawab Narasumber: Herlita DJ
9	Teknik mendongeng sebagai kegiatan alternatif	Demonstrasi dan praktik
10	Memahami regulasi	Ceramah dan tanya-

	penyiaran	jawab
11	Mengenal regulator penyiaran	Kunjungan ke KPID
12	Memahami proses siaran televisi	Kunjungan ke TVRI Yogyakarta
13	Tata cara pengaduan pelanggaran P3SPS (1)	Ceramah dan tanya- jawab
14	Memahami regulasi & pengaduan tayangan televisi (2)	Kunjungan ke KPID Yogyakarta
15	Teknik pemantauan tayangan televisi	Penjelasan dan diskusi mengenai angket pemantauan tayangan televisi dan lomba menulis surat untuk KPI.
16	Evaluasi, tindak lanjut, serta mengukur keberhasilan pelatihan	Wawancara tiap peserta pelatihan dan <i>post test</i>
17	Materi tambahan: Dasar- dasar penggunaan internet	Praktik di ruang internet BPPKI Yogyakarta
18	Kegiatan tambahan: Aksi	Aksi lapangan

	Hari Tanpa Televisi	pembagian <i>leaflet</i> , <i>sticker</i> dan <i>flayer</i>
--	---------------------	----------------------------------------------------------------

Sumber : Dokumen MPM

Positioning MPM yaitu berbasis masyarakat akar rumput dan terutama ibu rumah tangga. Hampir semua aktivitas literasi media di MPM adalah ibu rumah tangga. Alasan MPM memilih ibu rumah tangga sebagai objek adalah karena kemungkinan besar tanpa disadari bahwa penonton televisi adalah ibu-ibu, hal tersebut karena ibu-ibu banyak di rumah, sehingga ibu-ibu tersebut dimungkinkan paling banyak mengakses media televisi dan lebih mempunyai kedekatan dengan anak dan suami. Sehingga yang kita bayangkan adalah ibu rumah tangga mempunyai *multiplayer effect*, sehingga dia bisa mempengaruhi anak, suami dan anggota keluarga lainnya. Pada umumnya ibu-ibu di Indonesia suka *ngrumpi* dan karena hal tersebut lah kami memilih ibu-ibu rumah tangga sebagai objek. Tujuan umum program MPM ini adalah meningkatkan daya kritis konsumen media atas isi/tayangan program sinetron, *infotainment* dan *reality show*, dan terbentuknya Lembaga Pemantauan dan Pengaduan Konsumen Media di Provinsi DIY. Dari tujuan umum yang ditetapkan oleh MPM dalam rencana programnya, terlihat bahwa MPM melakukan pemilihan program yang dekat dengan kehidupan perempuan, yaitu ibu rumah tangga yang disasar sebagai subjek penerima program.

Model yang dikembangkan oleh MPM lebih menekankan pada aktivitas pendidikan dan pelatihan, sejak tahun 2009-2011 MPM telah melakukan aktivitas tersebut. Pada tahun 2009 MPM juga melakukan pendidikan *melek* media bagi ibu-ibu yang tinggal di sekitar lima kampus di Yogyakarta, yaitu Kampung Babarsari yang berdekatan dengan Universitas Atmajaya Yogyakarta, Kelurahan Terban untuk Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Masyarakat Desa (APMD). Adapun Desa Umbulmartani dan Wukirsari di Sleman menjadi wilayah dampingan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia (UII) dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang mendampingi ibu-ibu di Desa Tamantirto, Kasihan, Bantul.

Pada tahun 2011 model pelaksanaan program literasi media di MPM tampil dengan wilayah yang sedikit berbeda yaitu di wilayah Gading Sari, Sanden dan Wirobrajan dan modelnya pun sedikit berbeda dari sebelumnya, jika sebelumnya MPM melibatkan perguruan tinggi dan relawan dari kalangan mahasiswa, maka pada tahun 2011 MPM tidak melibatkan perguruan tinggi secara langsung, dengan alasan karena lebih mudah untuk dikoordinasi. Berangkat dari pengalaman sebelumnya dapat dilihat tidak semua mitra yang dilibatkan tersebut mempunyai kemistri yang sama. Berangkat dari sebuah pengalaman tersebut akhirnya MPM mencoba mengelola sendiri, akan tetapi kita tetap melibatkan relawan dari pihak mahasiswa. Tidak banyak perubahan mengenai kriteria relawan yang dipilih, jika sebelumnya relawan dipilih melalui rekomendasi dari

perguruan tinggi, pada tahun 2011 para relawan harus mendaftar terlebih dahulu, meskipun menggunakan jaringan, karena tidak dibuka untuk umum. Pada tahun 2011 model pendidikan literasi media MPM sudah ditingkatkan menjadi penelitian tindakan. Peserta pelatihan dilatih untuk melakukan pengamatan atas siaran televisi, membuat *form* pengamatan, lalu mengadakan lomba menulis surat untuk KPI dari para peserta literasi media tersebut. Kemudian melakukan gerakan Hari Tanpa Televisi yang saat itu pelaksanaannya di Titik Nol Kilometer Yogyakarta bahkan kegiatan-kegiatan tersebut sudah dijadikan sebuah buku, tapi karena kepercayaan dari orang luar kita juga mengembangkan aktivitas dengan melakukan riset.

Sedangkan untuk pemilihan lokasi dibagi menjadi dua yaitu : Pertama pertimbangannya adalah karena lokasi tersebut dekat dengan perguruan tinggi mitra misalnya Universitas Atma Jaya, kenapa Babarsari? Karena lingkungan Babarsari dekat dengan Universitas Atma Jaya, sehingga mereka ketika proyek sudah tidak ada dukungan dari Yayasan TIFA, MPM membayangkan perguruan tinggi tersebut masih bisa terus untuk melanjutkan program tersebut, lalu seperti itu juga dengan kampus-kampus mitranya. Kedua adalah harus berbasis pada jaringan.

“Kita memang terus terang saja harus berbasis pada jaringan. Sebab kalau kita masuk ke masyarakat ke suatu masyarakat kalau kita tidak mempunyai kontak person nanti repot kan? Artinya kita tidak bisa menjamin bahwa ini akan bisa berkelanjutan. Tapi kenapa misalnya kemarin

kok kita memilih Gading Sari? Karena kita sebelumnya secara personal kami dari MPM sudah punya pengalaman kontak person dengan temen-temen Gading Sari, kalau kegiatan ini kita bikin disana mungkin bisa berkelanjutan (Wawancara Bapak Darmanto pada tanggal 21 Juli 2014)".

Kendala MPM adalah semua mempunyai pekerjaan pokok dan mempunyai kesibukan masing-masing, jadi jika ingin bertemu secara intens akan sedikit sulit. Sehingga hal tersebut rencana kerja itu tidak segera terwujud. Sejak awal MPM berdiri, para aktivisnya mempunyai kesibukan jadi kita tidak membuat program yang "muluk-muluk" yang penting bisa terealisasikan tetapi terkadang lambat untuk tercapai.

"Yang kedua jujur saja kami kan tidak mempunyai sumber dana yang tetap. Jadi kami tidak berani memperkerjakan orang untuk mengatur ke-tata usahaan (Wawancara Bapak Darmanto pada tanggal 21 Juli 2014)".

Peserta juga mengharapkan agar dilakukan program tindak lanjut terhadap program yang sudah dibuat oleh MPM, tidak sekedar membuat paham dan mengerti mengenai literasi media.

B. PEMBAHASAAN

Setelah dilakukan penyajian data, maka pada bagian ini peneliti akan melakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul. Pembahasan dilakukan untuk menganalisis data sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan dari penelitian ini, sama halnya yang dilakukan

analisis berdasarkan tahap yang ada. Adapun analisis data mengenai hal-hal berikut:

III. B.1. Strategi dan Model Literasi Media Pimpinan Pusat 'Aisyiyah (PP'A)

Berdasarkan hasil dari wawancara, observasi dan analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi dan Model Literasi Media yang dilakukan oleh Pimpinan Pusat 'Aisyiyah (PP'A) ini, untuk strateginya berjalan selaras dengan apa yang dikatakan oleh 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 pengertian diatas apa yang dilakukan oleh PP'A, 'Aisyiyah berjalan selaras dengan teori yang digunakan oleh peneliti. Dengan mempunyai kekuatan jaringan yang memiliki kurang lebih sekitar 13.000 PAUD/TK ABA dan itu menjadikan kekuatan utama 'Aisyiyah untuk melakukan gerakan pendidikan media, dan bersinergi dengan kelompok-kelompok pengajian 'Aisyiyah baik tingkat basis dan perkumpulan wali murid sekolah. Artinya 'Aisyiyah sudah melakukan upaya kekuatan eksternal dan internal dalam melaksanakan strategi untuk mencapai sasaran utama yaitu program literasi media atau pendidikan media. Untuk

kekuatan eksternal sendiri 'Aisyiyah mempunyai kurang lebih sekitar 13.000 PAUD/TK dan itu yang dijadikan kekuatan utama 'Aisyiyah untuk melakukan pendidikan media atau program literasi media. Sedangkan untuk kekuatan internal 'Aisyiyah dalam melaksanakan program pendidikan media ini dengan menggunakan *Trainer* dari pengurus 'Aisyiyah sendiri yang sudah di*workshop* sebelum diterjunkan ke lapangan.

Strategi yang dilakukan oleh 'Aisyiyah adalah sinergitas antara sekolah dan komunitas dengan melakukan pelatihan untuk guru-guru TK dan kelompok-kelompok pengajian 'Aisyiyah di tingkat basis dan perkumpulan wali murid sekolah. Dari pelatihan tersebut para guru menerapkan dengan menggunakan metode baik bercerita, bermain peran, menggambar maupun menyanyi. Saat pelatihan berlangsung para guru diminta untuk membuat yel-yel dan lagu-lagu yang berisikan ajakan untuk menggunakan media secara sehat. Lagu-lagu dan yel-yel yang dibuat oleh para guru akan dipergunakan untuk bahan mengajar di dalam kelas dan dihapalkan oleh para murid. Hal tersebut berjalan selaras dengan 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 :

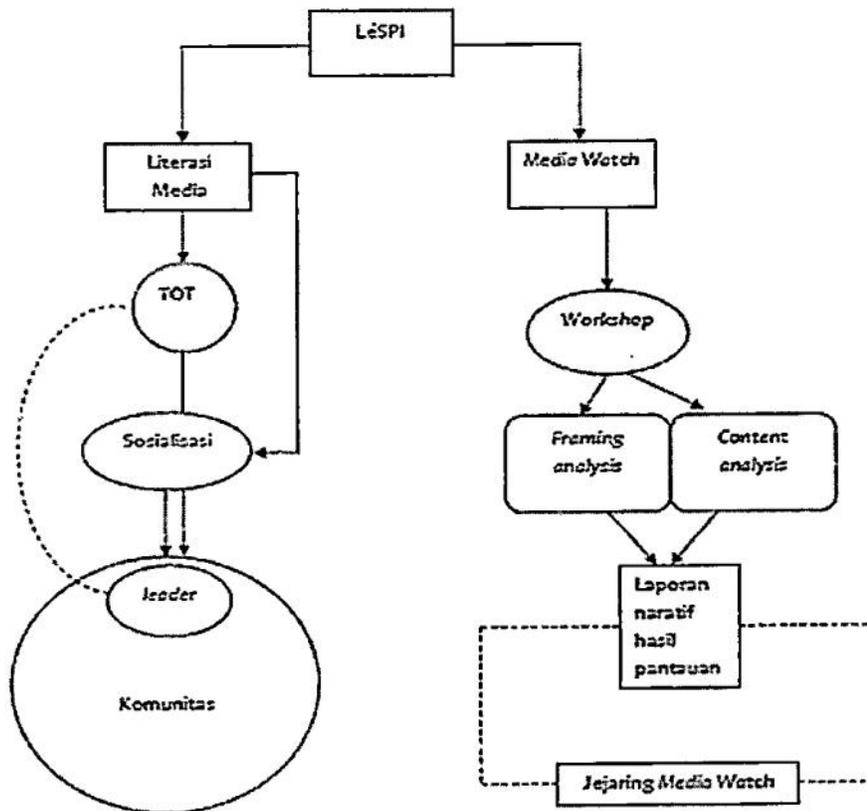
1. *Personal Locus*: adalah energi, tujuan yang mengarahkan proses pencarian informasi. Semakin memiliki literasi media,

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.

Strategi yang dilakukan oleh program literasi media 'Aisyiyah sesuai dengan teori yang digunakan. Untuk mencapai tujuan kegiatan literasi media membangun tiga pilar yaitu adalah *Personal Locus, Knowledge dan Structure Skills*. 'Aisyiyah sendiri sudah melakukan kedekatan yang sama dengan teori yang digunakan oleh peneliti.

Gambar 3.3

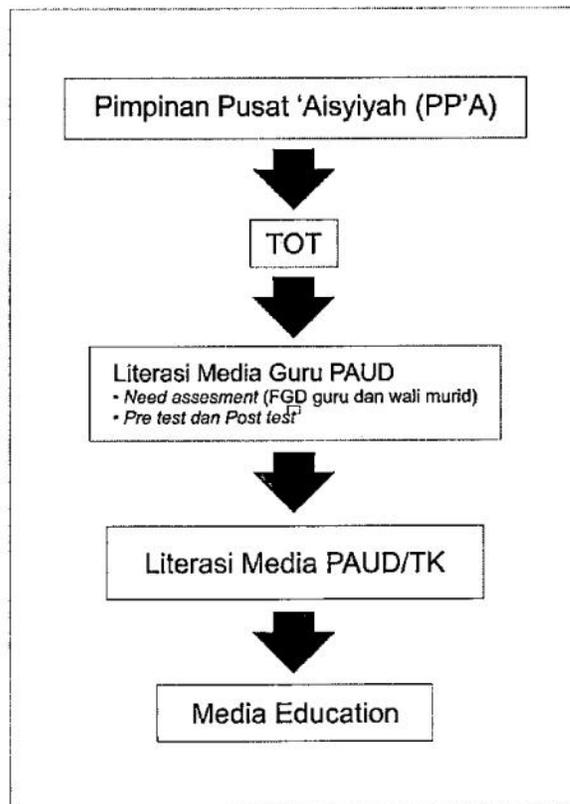


Sumber: 2013, Tim Peneliti PKMBP, Model-model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia, Pusat Kajian Media dan Budaya Populer dan Yayasan Tifa, 2013, hal. 74.

Model literasi LeSPI yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan untuk meneliti Strategi dan Model Literasi Media Pimpinan Pusat 'Aisyiyah ini sedikit berbeda. 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).

Gambar 3.4



Dalam melakukan program literasi media 'Aisyiyah membuat dua model dengan metode yang berbeda yaitu jika model untuk para guru-guru sendiri dikembangkan menggunakan pendekatan orang dewasa dan partisipatif. Sedangkan metode pelatihannya dikemas dengan berbagai macam metode baik, *role play* (tayangan-tayangan program televisi dan diskusi kelompok presentasi), *Brainstorming* (curah pendapat). Untuk *sharing* pengalaman dilakukan di sesi awal agar menjadi sumber bahan belajar untuk semua baik peserta maupun fasilitator. Sedangkan untuk pendidikan literasi media melalui PAUD ini sendiri dikembangkan dengan menggunakan model secara mandiri dan terintegrasi; menggunakan metode baik bercerita, bermain peran, menggambar maupun menyanyi.

Gerakan program literasi media yang dilakukan oleh 'Aisyiyah selama ini merupakan gerakan keharusan dalam menjawab *problem-problem* krusial berkaitan dengan dampak konsumsi media terhadap anak-anak. Dengan membuat model literasi media dan menjadikan itu dalam bentuk *Media Education*. Sedangkan untuk strateginya 'Aisyiyah adalah sinergitas antara sekolah dan komunitas dengan melakukan pelatihan untuk guru-guru TK dan kelompok-kelompok pengajian 'Aisyiyah di tingkat basis dan perkumpulan wali murid sekolah.

III.B.2. Strategi dan Model Literasi Media Masyarakat Peduli Media (MPM)

Berdasarkan hasil dari wawancara, observasi dan analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap Strategi dan Model Literasi Media yang dilakukan oleh Masyarakat Peduli Media (MPM), Strategi yang digunakan oleh MPM adalah partisipatif, non-komersil, kolaboratif dan pengembangan jejaring.

Partisipatif yang dimaksud adalah hampir semua kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh MPM ini berusaha melibatkan sebanyak mungkin orang, karena MPM sendiri ingin melakukan pembiasaan. Pembiasaan tersebut maksudnya bagaimana menyebarluaskan, mempengaruhi pihak lain. Hal yang selalu dibayangkan oleh MPM adalah semakin banyak orang yang terlibat dalam aktivitas tersebut maka semakin banyak pula yang terkena imbas dari aktivitas tersebut dan hal itu yang sampai sekarang MPM tekankan. Artinya partisipasi itu strategi utama yang kita lakukan.

Kedua adalah non-komersil artinya MPM adalah sebuah perkumpulan yang terbuka dan jika ada seseorang ingin bergabung ke dalam sebuah kegiatan MPM, itu sangat diperbolehkan akan tetapi syaratnya tidak boleh menuntut mendapatkan sesuatu dalam artian "uang".

"siapa pun yang ingin terlibat dalam MPM ya silakan. MPM itu lembaga yang terbuka karena kita status hukumnya kan perkumpulan dan perkumpulan itu terbuka. Nah, hanya syaratnya jangan menuntut dapat sesuatu dalam artian uang dari lembaga ini. kalau you mau terlibat kalau nanti misalnya ada proyek dan

kemudian yang bisa menghasilkan sesuatu yang bisa kita nikmati bersama ya kita nikmati bersama. Tapi jangan nanti yang terlibat di MPM terus berharap dapat pekerjaan artinya dapat pekerjaan tersebut “cari duit” dengan cara itu kita dapat melakukan proses seleksi alam siapa yang betah atau tidak, karena pengurus atau aktivis disitu tidak dibayar. Kalau tidak ada donor ya kita harus berani nombok pake duit sendiri (wawancara Bapak Darmanto pada tanggal 21 Juli 2014)”.

Ketiga adalah kolaboratif, yang dimaksud dalam kolaboratif adalah ketika MPM sendiri ingin melakukan kegiatan akan tetapi terbentuk dengan hal pendanaan maka yang dilakukan oleh MPM adalah kolaboratif dengan perkumpulan atau organisasi-organisasi lain.

Sedangkan yang keempat adalah pengembangan jejaring. MPM tergabung dalam di Koalisi Independen Demokrasi Penyiaran (KIDP). Dari setiap ada isu-isu per-mediaan yang digelontorkan oleh teman-teman yang tergabung dalam KIDP, MPM selalu terlibat maka dari kegiatan-kegiatan tersebut jaringan MPM bisa menjadi luas.

Untuk mengenai *Positioning* MPM sendiri yaitu berbasis masyarakat akar rumput dan terutama ibu rumah tangga. Hampir semua aktivitas literasi media di MPM adalah ibu rumah tangga. Alasan MPM memilih objek ibu rumah tangga karena sadar bahwa penonton televisi itu besar kemungkinan adalah ibu-ibu, ibu-ibu banyak di rumah sehingga paling banyak mengakses televisi dan lebih mempunyai kedekatan dengan anak dan suami. Sehingga yang kita bayangkan ibu rumah tangga

mempunyai *multiplayer effect*, sehingga para ibu rumah tangga bisa mempengaruhi anak, suami dan keluarganya

“Pada umumnya ibu-ibu di Indonesia suka ngrumpi dan karena hal tersebut lah kami memilih ibu-ibu rumah tangga sebagai objek (wawancara Bapak Darmanto pada tanggal 21 Juli 2014)”.

Tujuan umum program MPM ini adalah meningkatkan daya kritis konsumen media atas isi/tayangan program sinetron, *infotainment* dan *reality show*, dan terbentuknya Lembaga Pemantauan dan Pengaduan Konsumen Media di Provinsi. Dari tujuan umum yang ditetapkan oleh MPM dalam rencana programnya, tampak bahwa MPM melakukan pemilihan program yang dekat dengan kehidupan perempuan, yaitu ibu rumah tangga yang disasar sebagai subjek penerima program.

“Dia itu pelatihan, Tahap-tahapannya itu dia pertama itu penjajakan ya, penjajakan sejauh mana sih pengetahuan para ibu terhadap pertelevisian. Dengan memberikan pre test, dari pre test itu kemudian dikelola lalu direbug materi apa yang kira-kira diperlukan oleh para ibu melihat dari pre test itu, nah kemudian sehingga harapannya materi yang diberikan betul-betul dibutuhkan untuk ibu-ibu rumah tangga. Kemudian dari strategi penyampaiannya itu saya kira cukup menarik, cukup antusias karena kebetulan yang menyampaikan itu para mahasiswa yang ikut terlibat di dalamnya sehingga kita enjoy dalam pelatihannya. Dan strateginya itu menyenangkan, kita tahu begitu capeknya bosan ya di dalam rumah tangga ketika keluar di MPM itu jadi hiburan tetapi kita keluar itu dapet ilmu. Ya macam-macam kita,

tidak hanya teori kita praktek juga. Praktek menjadi (Wawancara Ibu Fitri Pada tanggal 23 Juli 2014)”.

Kegiatan pendidikan literasi media MPM merupakan kegiatan yang terencana dan tertata. membuat materi yang terstruktur dan kemudian didokumentasi sebagai modul untuk dibagikan pada peserta. Materi yang diajarkan meliputi Analisis Sosial, Pendidikan Orang dewasa, Analisis Tayangan Televisi, Teknik Fasilitasi Kegiatan Literasi Media, Pengaduan, Kampanye, Media Alternatif untuk Anak, Teknik Mendongeng dan Pengorganisasian.

Hal tersebut berjalan selaras dengan 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 (Fadhal, Zarkasi dan Agustin, 2011: 234-235) :

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.

Literasi media yang dijalankan oleh MPM pun berjalan selaras dengan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan untuk meneliti. Seperti halnya yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi massa, Art Silverblatt (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.

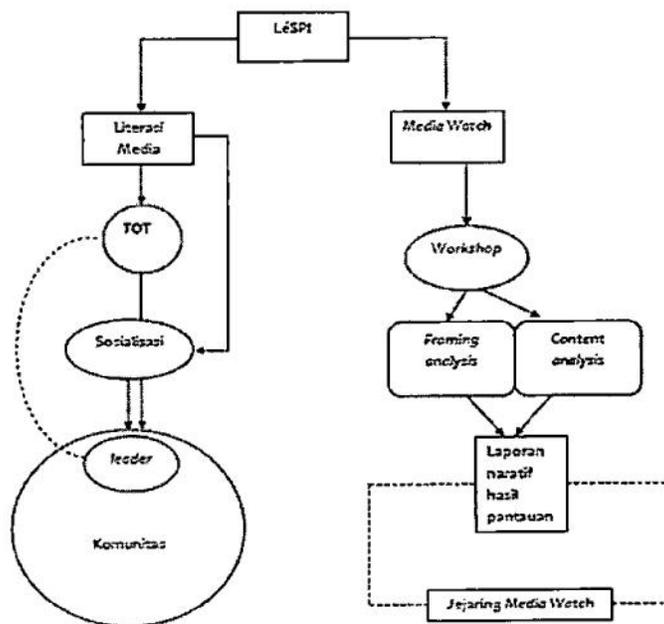
7. Pembangunan dari keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab.
8. Pemahaman tentang kewajiban etika dan moral praktisi media.

Untuk mengenai model yang dikembangkan oleh MPM lebih menekankan kepada aktivitas pendidikan dan pelatihan, sejak tahun 2009-2011 MPM melakukan aktivitas tersebut. Pada tahun 2009 MPM melakukan pendidikan *melek* media bagi ibu-ibu yang tinggal di sekitar lima kampus di Yogyakarta, yaitu Kampung Babarsari yang berdekatan dengan Universitas Atmajaya Yogyakarta, Kelurahan Terban untuk Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Masyarakat Desa (APMD). Adapun Desa Umbulmartani dan Wukirsari di Sleman menjadi wilayah dampingan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia (UII) dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang mendampingi ibu-ibu di Desa Tamantirto, Kasihan, Bantul.

Pada tahun 2011 model pelaksanaan program literasi media di MPM tampil dengan sedikit berbeda wilayah yaitu di wilayah Gading Sari, Sanden dan wirobrajan dan modelnya pun sedikit berbeda kalau awalnya MPM melibatkan perguruan tinggi dan relawan dari mahasiswa maka patahun 2011 itu kita tidak melibatkan perguruan tinggi secara langsung. Dengan alasan karena lebih mudah untuk dikoordinasi, berangkat dari pengalaman sebelumnya sepertinya tidak semua mitra yang dilibatkan itu mempunyai kemistri yang sama. Dari sebuah pengalaman tersebut akhirnya MPM mencoba mengelola sendiri akan tetapi tetap melibatkan

relawan. Relawannya juga kebetulan tetap mahasiswa. Sedikit berbedanya tidak banyak, kalau yang pertama lebih menggunakan relawan dari rekomendasi perguruan tinggi dan kalau yang kedua ini relawannya ini mendaftar, meskipun menggunakan jaringan artinya setidaknya mata-mata dibuka untuk umum. Pada tahun 2011 model pendidikan literasi media MPM sudah ditingkatkan menjadi penelitian tindakan. Peserta pelatihan sekaligus dilatih untuk melakukan pengamatan atas siaran televisi, buat *form* pengamatan, terus diadakan lomba menulis surat untuk KPI dari para peserta literasi media tersebut. kemudian melakukan gerakan hari tanpa televisi yang saat itu pelaksanaannya di Titik Nol Kilometer Yogyakarta bahkan kegiatan-kegiatan tersebut sudah dijadikan buku, tetapi karena kepercayaan dari orang luar kita juga mengembangkan aktivitas dengan melakukan riset.

Gambar 3.5

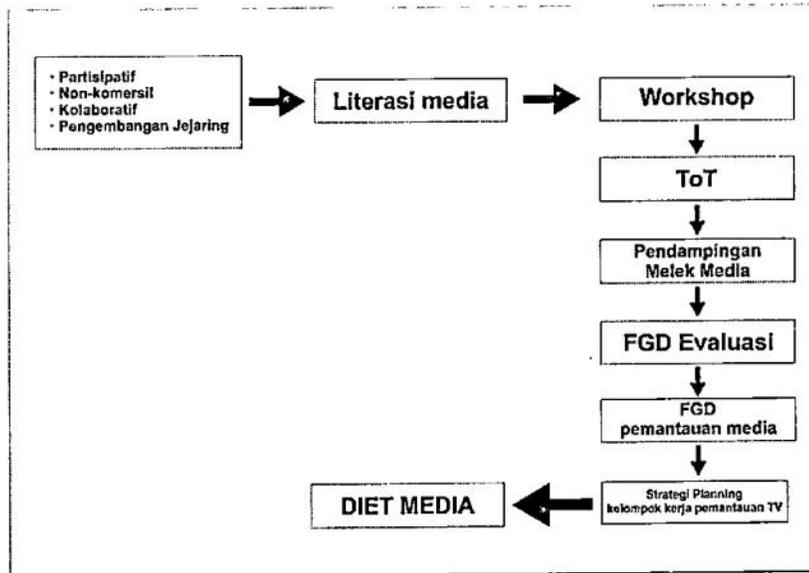


Sumber: 2013, Tim Peneliti PKMBP, Model-model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia, Pusat Kajian Media dan Budaya Populer dan Yayasan Tifa, 2013, hal. 74

Model literasi LeSPI yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan untuk meneliti strategi dan model literasi media Masyarakat Peduli Media (MPM) ini sedikit berbeda. 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, tetapi pantauan harus menghasilkan tulisan yang didasarkan pada hasil analisis, baik *framing* atau pun analisis isi (PKMBP, 2013: 74-75).

Gambar 3.6

Model Pendidikan Literasi Media Masyarakat Peduli Media



Sedangkan gerakan yang dilakukan oleh MPM lebih berada pada 'diet media'. Ini karena dipandang sebagai sesuatu yang paling realistis untuk dilakukan dalam waktu yang tidak panjang dan program yang bersifat saling berhubungan dari keseluruhan program. Ini yang mendasari program pelatihan literasi media pada tahun 2009 dan 2011 dengan pemilihan ibu rumah tangga sebagai subjek dan lokasi program adalah dua wilayah yang berbeda yaitu perkotaan dan pedesaan.