

MODEL-MODEL GERAKAN LITERASI MEDIA & PEMANTAUAN MEDIA DI INDONESIA



TIM PENELITI PKMBP
PENGANTAR: R. KRISTIAWAN

MODEL-MODEL GERAKAN LITERASI MEDIA DAN PEMANTAUAN MEDIA DI INDONESIA

Penulis : Tim Peneliti PKMBP
Intania Poerwaningtias (Koordinator)
Puji Rianto
Maulin Ni'am
Wisnu Martha Adiputra
Djati Marganingtyas
Endang Mirasari
Nurul Asiva Misbah

Editor : Puji Rianto

Proofreader : Segeraterbit Publishing Service

Desain Sampul : Dhanan Arditya

Tata Letak : Segeraterbit Publishing Service

Cetakan pertama : Februari 2013

Diterbitkan oleh Pusat Kajian Media dan Budaya Populer bekerja sama dengan Yayasan TIFA

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi terbitan buku ini dalam bentuk apa pun tanpa izin tertulis dari Pusat Kajian Media dan Budaya Populer dan Yayasan TIFA

ISBN: 978-979-16770-7-3

Pusat Kajian Media dan Budaya Populer
Jl. Pandega Satya 28, Sleman, Yogyakarta



PENGANTAR

Kondisi media massa di Indonesia yang lebih berpihak pada kekuatan modal dan kekuatan politik tertentu memang menjadi masalah bagi bangsa ini. Sementara di sisi lain, pemerintah tak mampu memberikan perlindungan bagi publik lewat regulasi yang baik, tapi justru mendukung industri media. Oleh karena itu, kami percaya bahwa literasi media, dan juga pemantauan media, bisa menjadi sebuah jalan bagi khalayak untuk lebih berdaya di hadapan media. Lebih dari itu, gerakan literasi media dan pemantauan media pada akhirnya bisa memberi pengaruh bagi perbaikan media dan tentu pada perbaikan kualitas demokrasi.

Berangkat dari sudut pandang inilah, kajian model gerakan literasi media dan *media watch* ini dilakukan. Kajian ini kami tujukan untuk melihat bagaimana gerakan literasi media dan pemantauan media tumbuh di Indonesia dengan kekhasan modelnya masing-masing.

Buku ini merupakan hasil kajian terhadap 8 lembaga yang telah melakukan gerakan literasi media dan *media watch* sejak tahun 2009 hingga kini. Kedelapan lembaga tersebut adalah KIPPAS di Medan, Yayasan Sahabat Cahaya dan Remotivi di Jakarta, LeSPI di Semarang, Jurnal Celebes di Makassar, serta MPM, ECCD-RC, dan Centre for LEAD di Yogyakarta. Kedelapan lembaga tersebut didukung oleh Yayasan Tifa dalam kegiatan literasi media mereka.

Dalam kajian ini, kami berusaha merumuskan model-model literasi media dan *media watch* yang telah mereka lakukan. Model-

model tersebut kami lihat dari metode yang mereka gunakan, sasaran yang mereka pilih, tujuan literasi media yang mereka kerjakan, relevansi dengan kebutuhan sasaran, kontinuitas program, serta keberlanjutan program.

Hasil kajian ini menunjukkan bahwa lembaga-lembaga tersebut memiliki model yang berbeda-beda untuk mengupayakan kesadaran kritis bermedia masyarakat. Beberapa di antaranya efektif, sementara lainnya butuh perbaikan. Bagaimanapun hasilnya, gerakan literasi media dan *media wacth* yang telah dilakukan oleh kedelapan lembaga di atas telah mengusahakan keberdayaan masyarakat di hadapan media Indonesia yang lebih sering abai pada publik.

Bab pertama buku ini berisi pendahuluan, yaitu latar belakang, tujuan, dan seperangkat teori yang kami gunakan. Bab kedua membahas tentang model-model gerakan literasi media dan pemantauan media yang telah dilakukan oleh lembaga-lembaga yang kami kaji. Bab ketiga adalah hasil analisis kami terhadap model-model tersebut. Terakhir, bab penutup yang berisi kesimpulan.

Buku *Model-model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia* ini ada karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan berterima kasih atas apa yang telah mereka lakukan dan untuk bantuan mereka dalam kajian ini. Kami berterima kasih kepada narasumber kami dari KIPPAS di Medan (Bapak Janto, Direktur KIPPAS; Trully Okto Purba, redaktur Tribun Medan; Ira Wardani, Hapsari), Warsa Tarsono dan Rudi Darmawan dari Yayasan Sahabat Cahaya, Bapak Arif (Guru SD Paseban Jakarta) dan murid-murid SD di sana, serta Roy Thaniago dan Irene dari Remotivi, Jakarta. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Liliek B. Wiratmo, Maksimianus D. Prabowo, dan Humaini Adi dari LeSPI di Semarang, serta Ibu Bambang, Ibu Hayono, dan Ibu Pre, peserta program LeSPI yang sudi menyediakan waktu untuk wawancara kami. Terima kasih pula untuk narasumber kami di Yogyakarta, Pak Darmanto, Widodo Iman, dan Sulistyaningsih dari MPM, serta Siti Muthmainah dan Maryani yang menjadi peserta pada program

MPM. Juga terima kasih atas bantuan dari narasumber kami tentang ECCD-RC (Hasanah Safriyani dan Endang Retna Widuri Soekrisna dari ECCD-RC Yogyakarta, Holifah Rusmiwaty dari SD IT Hidayatullah Surabaya, Ibu Tia dan Ibu Atik dari SDN Kapasari 8 Surabaya, Ibu Widi, Ibu Dyas, dan Pak Suharto dari ECCD-RC Surabaya, Charis Ma'ahadi dari SD Immersion Ponorogo, Imam dari SD Muhammadiyah Terpadu Ponorogo, dan Maria dari ECCD-RC Ponorogo). Terima kasih juga kami sampaikan untuk kesediaan Fatih Gama Abisono dan Ahmad Musyaddad dari Centre for LEAD untuk kami wawancara. Juga untuk Azzam Haeruman (Ketua FP2M Jombang). Tak lupa kami berterima kasih kepada segenap pengurus di Jurnal Celebes, Makassar, terutama Mustam Arif dan Wahyu Chandra, serta narasumber kami tentang Jurnal Celebes, Sardi Razak (AMAN), Sri Endang Sukarsih, dan Mulyadi Mau (UNHAS). Mereka telah menyediakan banyak waktu dan sangat membantu penelitian ini di lokasi dan lembaga masing-masing.

Pascapenelitian lapangan, kami mengadakan lokakarya untuk memperluas dan mencari masukan terhadap hasil kajian kami. Para peserta hadir dari Medan, Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Malang, Surabaya, dan Makassar. Banyak masukan yang kami peroleh lokakarya tersebut. Oleh karena itu, ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada para peserta lokakarya yang telah hadir di Yogyakarta pada tanggal 17-18 Oktober 2012 lalu, utamanya Mas Boby Guntarto (YPMA) yang telah memberikan banyak masukan dalam lokakarya tersebut. Kemudian, terima kasih juga kami sampaikan kepada Pemiliana Pardede (KIPPAS), Aryati Dewi Hadin (The Habibie Center), Eko Suprati (Rumah Sinema), Marfuah Sri Sanityatuti (MLC-UIN Yogyakarta), Narayana dan Iwan Awaluddin Yusuf (UII), Suki Ratnasari dan Ghazi Nurul Islami (KPID DIY), Esther Krisnawati (UKSW), Dian Rahmiati (Universitas Brawijaya), Rendi Pahrun Wadipalapa (UNAIR), Budhi Hermanto (MPM), Dhyah Ayu R. W. (UAJY) yang juga telah menyumbangkan waktu dan pikiran dalam lokakarya tersebut. Serta Dyna Herlina yang membantu kami menjadi fasilitator lokakarya.

Buku ini juga tak mungkin ada tanpa dukungan Yayasan TIFA yang telah memberi kesempatan kepada kami, peneliti-peneliti muda di PKMBP, untuk melakukan kajian ini. Terima kasih kami sampaikan terutama kepada Mas R. Kristiawan dan Mbak Sri Ariyani dari Yayasan TIFA yang telah memberi banyak masukan. Kepercayaan Mas Kristiawan untuk memberikan kesempatan kepada peneliti muda seperti kami sungguh kesempatan yang luar biasa, dan semoga studi ini benar-benar sesuai harapan.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Mas Puji Rianto, Direktur PKMBP, yang telah memberikan banyak pengalaman dan kesempatan kepada kami. Mas Puji telah membaca keseluruhan teks *draft* penelitian dan naskah buku ini, dan memberikan banyak masukan yang sangat berharga. Beliau juga yang akhirnya bersedia untuk menjadi editor buku ini.

Terima kasih juga kami ucapkan kepada Saila M. Rezcan yang telah menjadi bagian dan mendukung kami untuk mengurus segala macam administrasi dan keuangan. Juga Mbak Anna Susilaningtyas telah memberikan tutorial bagi laporan keuangan yang sangat baik.

Akhirnya, kami berharap buku ini bisa memberikan pengalaman bagi pembaca dan memperkaya pengetahuan pembaca akan literasi media dan pemantauan media. Semoga buku ini memberi banyak kontribusi bagi gerakan literasi media dan pemantauan media di Indonesia.

Terima kasih.

Yogyakarta, Februari 2013

Intania Poerwaningtias
(Koordinator Program)

DAFTAR ISI



PENGANTAR | iii

DAFTAR ISI | vii

PROLOG: PUBLIK YANG TERKEPUNG | 1

BAB I PENDAHULUAN | 13

A. Latar Belakang 13

B. Landasan Teori 16

BAB II MODEL-MODEL GERAKAN LITERASI MEDIA DI
INDONESIA: PENGALAMAN DARI LAPANGAN | 33

A. Mencari Landasan Kritik yang Kuat: Pengalaman
KIPPAS | 33

B. Mendongeng Televisi: Pengalaman Yayasan Sahabat
Cahaya (Jakarta) | 45

C. Membangun Aliansi Strategis: Pengalaman
Remotivi (Jakarta) | 56

D. Menyebarkan Virus Literasi Media: Pengalaman
LéSPI Semarang | 64

E. Menggerakkan Ibu Rumah Tangga: Pengalaman
MPM (Yogyakarta) | 75

F. Inovasi Kurikulum: Pengalaman ECCD-RC
(Yogyakarta) | 93

G. Menjadikan Pesantren sebagai Basis: Pengalaman
Centre for LEAD (Yogyakarta) | 103

H. Menggerakkan Organisasi Masyarakat Sipil:
Pengalaman Jurnal Celebes (Makassar) | 113

BAB III MENILAI MODEL | 127

- A. Metode | 127
- B. Tujuan Edukasi | 130
- C. Relevansi | 139
- D. Kontinuitas | 149
- E. Pemilihan Aktor | 166
- F. Sustainability | 174

BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI MODEL | 181

Mencari Model Ideal | 185

- A. Model Literasi Media | 187
- B. Model Pemantauan Media | 189

Penutup 191

EPILOG: MENIMBANG KONTRIBUSI LITERASI MEDIA BAGI
PENGUATAN DEMOKRASI | 193

LAMPIRAN | 207

DAFTAR PUSTAKA | 215



PROLOG PUBLIK YANG TERKEPUNG

R. Kristiawan
(Yayasan TIFA)

Dalam pemikiran awam, sepertinya tidak ada yang salah dengan kehidupan media massa di Indonesia. Perspektif awam merasa bahwa media massa sudah merasakan kebebasannya dan bisa melaporkan apa yang mereka mau. Isu-isu korupsi beserta kritik terhadap tata kelola pemerintahan bisa dengan leluasa dilakukan media massa. Ungkapan anekdot semacam *kebebasan media sudah kebablasan* dari mereka yang memiliki kekusaran terhadap media massa namun kurang memahami masalah secara menyeluruh sering kita dengar. Pertumbuhan jumlah media juga meningkat signifikan sesudah UU Pers No. 40/1999 dan UU Penyiaran No. 32/2002 disahkan. Pendeknya, media massa kita berhasil lepas dari kungkungan hegemoni negara dan mampu menampilkan diri sebagaimana seharusnya media massa bekerja.

Akan tetapi pada sisi yang lain, keluhan publik terhadap kinerja media massa tetap saja muncul. Masyarakat tidak puas dengan kinerja profesional media dan kebijakan program yang dilakukan media. Kebebasan media ternyata tidak serta-merta menaikkan kepuasan rakyat pada kinerja media. Pada tahun 2012, KPI menerima 39.000 aduan masyarakat terkait isi program televisi. Pada tahun 2010, jumlah aduan mencapai sekitar 26.500. Selain yang diadukan, saya menduga keluhan itu tetap ada dan berkembang dalam kognisi

masyarakat yang muncul dalam berbagai obrolan ibu rumah tangga hingga mahasiswa. Pertanyaannya adalah, dalam situasi 'kebebasan media', mengapa media tidak mampu menampilkan diri dalam koridor idealitas ruang publik yang demokratis? Mengapa selepas dari kungkungan negara, media justru cenderung mencederai kepentingan publik yang dulu diimban? Di manakah posisi kegiatan partisipatif masyarakat untuk terlibat secara kritis terhadap dinamika media massa dalam konteks masalah seperti di atas? Tulisan ini ingin mengupas permasalahan di atas dalam cara pandang liberalisasi media yang terjadi di Indonesia.

Konteks Liberalisasi

Banyak orang menduga, proses liberalisasi di Indonesia dimulai oleh liberalisasi perbankan yang dilakukan rezim Orde Baru pada Oktober 1988 (Pakto 88) atau juga dikenal dengan nama deregulasi. Akan tetapi, proses liberalisasi di Indonesia sebenarnya secara sistemik sudah dimulai sejak tahun 1967 ketika Indonesia di bawah Soeharto bergabung kembali dengan World Bank dan IMF. Sebelumnya, Soekarno menolak mentah-mentah liberalisasi yang sering disebutnya dengan neo kolonialisme dan imperialisme (Nekolim).

Percepatan liberalisasi oleh Orde Baru pada tahun 1980-an tidak mengherankan karena Orde Baru pada dasarnya hidup dari proses kapitalisasi yang berlangsung sejak politik pembangunan neo klasik yang berorientasi pada pertumbuhan ekonomi. Selain itu, secara pragmatis tekanan ekonomi politik global makin gencar pada era 1980-an akibat dari penurunan harga minyak dunia yang menjadi andalan ekonomi Indonesia. Selanjutnya, proses liberalisasi berlangsung di banyak sektor yang berhubungan dengan hajat hidup orang banyak. Kita bisa melihat proses liberalisasi migas yang mengizinkan pemain asing masuk di pasar domestik selain Pertamina. Hal yang sama juga terjadi pada sektor pendidikan yang menurunkan subsidi negara terutama pada pendidikan tinggi.

Wawan Tunggul Alam (2009) mengaitkan proses liberalisasi dengan dominasi asing lewat praktik penjualan usaha-usaha strategis, termasuk BUMN, di berbagai sektor kepada investor asing. Dia melihat bahwa penguasaan sektor-sektor strategis Indonesia berlangsung secara sistematis bahkan sejak Indonesia merdeka lewat penguasaan Freeport yang setelah lepas dari Belanda kemudian dikuasai Amerika. Tunggul Alam mencatat bahwa dominasi pebisnis asing sudah masuk ke sektor perbankan, telekomunikasi, pelayaran, dan penerbangan asing. Cara pandang yang diambil Tunggul Alam adalah konspiratik yang melihat bahwa pemain-pemain asing secara sistematis dan terencana telah memaksa Indonesia pada posisi menerima perluasan usaha asing.

Argumen dasar liberalisasi adalah mengurangi peran negara dan menyerahkan penyediaan jasa pada sektor swasta. Pengurangan peran negara didasarkan pada efisiensi subsidi negara pada sektor layanan publik dan digantikan oleh kekuatan swasta. Pada taraf tertentu, hak warga negara untuk mendapatkan layanan dari negara sering berubah menjadi konsumen dalam koridor relasi dagang.

Peralihan peran warga negara menjadi konsumen merupakan gejala umum yang terjadi dalam neoliberalisme. Pada pola umum, perubahan peran yang terjadi adalah pergeseran peran negara sebagai penyedia layanan publik ke pihak swasta. Sektor pendidikan, penyediaan air bersih, kesehatan masyarakat dan beberapa sektor lain mulai mengalami pergeseran ini. Kewajiban negara untuk memenuhi kebutuhan warga pelan-pelan digerus oleh sektor privat. Hak masyarakat untuk mendapatkan layanan dasar dari negara sesuai konstitusi telah digeser menjadi kewajiban di bawah mekanisme jual beli. Relasi politik dan tata krama warga negara – negara telah digeser menjadi relasi dan tata krama produsen – konsumen.

Seperti halnya liberalisasi terjadi di berbagai sektor, media massa juga mengalami proses liberalisasi yang luar biasa. Proses liberalisasi media massa di Indonesia berlangsung dengan cara yang sangat unik. Wacana tentang otoritarianisme Orde Baru merupakan

amunisi luar biasa untuk memperkuat isu demokrasi. Dalam perspektif politik, demokratisasi merupakan proses yang niscaya mengingat kesewenang-wenangan penguasa waktu itu. Demikian pula perjuangan kebebasan pers dan kebebasan berekspresi menemukan habitat yang paling tepat dalam konteks perlawanan politik terhadap mesin aparatus koersif dan aparatus ideologis Orde Baru. Perjuangan penuh darah untuk menegakkan kebebasan pers merupakan bukti keseriusan Indonesia menegakkan harkat politik masyarakat sipil.

Secara teoretis, modus wacana kritik terkait media massa di Indonesia pada penghujung Orde Baru sampai sekitar tahun 2004 didominasi oleh perspektif bahwa negara merupakan aktor operasi terhadap media massa. Media massa dengan demikian berada satu nasib dengan masyarakat umum dalam hal sama-sama menjadi korban politik Orba. Media diasumsikan sebagai anak domba di antara para serigala bernama negara. Satu tayangan televisi di mana seorang pembaca berita menitikkan air mata saat melaporkan terbunuhnya mahasiswa di Semanggi tahun 1998 merupakan metafor kuat yang menegaskan posisi media massa sebagai bagian dari perjuangan rakyat. Perspektif hegemonian Antonio Gramsci atau model ruang publik Jürgen Habermas dari tradisi neomarksis banyak dijadikan acuan untuk menegaskan bahwa media massa berperan dalam program perlawanan terhadap penguasa politik. Perspektif itu melengkapi wacana tentang polarisasi *political society* dan *civil society* dari tradisi Hegelian yang sering dipakai para pegiat demokrasi di Indonesia.

Yang juga patut ditulis dalam proses itu adalah peran donor-donor internasional. Donor-donor internasional sangat gencar membiayai kegiatan pro kebebasan media dan kebebasan berekspresi. Penerbitan media alternatif, penguatan jurnalis independen, peningkatan kapasitas profesional dan etika media, dan advokasi hukum media banyak didanai oleh donor internasional.

Perjuangan itu berhasil. UU Pers No. 40/1999 dan UU

Penyiaran No. 32/2002 merupakan monumen perjuangan penegakan kebebasan berekspresi lewat media massa. Melalui dua UU ini, tidak ada lagi prosedur SIUPP dan izin penyiaran. Media asing juga boleh bermain dalam ladang bisnis di Indonesia. Negara telah dilucuti.

Namun, masih ada satu masalah terselip. Banyak orang tidak waspada bahwa liberalisasi politik juga sering berarti liberalisasi ekonomi. Penumbangan rezim otoriter di berbagai negara selalu diikuti oleh penetrasi investasi global. Orang juga lupa bahwa media massa merupakan *entitas economicus* yang bisa saja mendurhakai publik. Dalam perspektif kebebasan pers klasik yang berakar pada pikiran Rousseau tentang fungsi pilar keempat, media massa digambarkan sebagai entitas yang berhadapan dengan otoritas politik negara dan mengabaikan kekuatan lain, misalnya pasar. Padahal media juga memiliki watak intrinsik untuk melakukan ekspansi kapital. Pada titik inilah mata panah kritik terhadap media massa perlu diarahkan, dan dari titik itu pulalah kegelisahan publik terhadap kinerja media mesti dibidikkan. Kita tidak lagi menghadapi media massa yang dikontrol oleh negara namun media massa yang dikontrol oleh logika akumulasi kapital yang terus berdenyut di setiap nadi proses produksinya. Denyut nadi itu juga tidak bekerja dalam satu logika tunggal akumulasi kapital, namun juga diselipi oleh birokrasi dan sistem regulasi yang bisa dibeli oleh kapital. Inilah warisan kapitalisme semu Indonesia di masa Orde Baru yang masih hidup dalam industri media kita terutama televisi.

Liberalisasi Media di Indonesia

Akhir-akhir ini, dalam konteks arus informasi yang dinamis akibat pertumbuhan media yang luar biasa, muncul juga keluhan publik mengenai kualitas isi media, terutama media televisi. Publik merasakan bahwa media tidak terlalu lagi memerhatikan agenda publik, namun bergerak menurut kepentingan internal media itu sendiri. Sudah menjadi rahasia umum bahwa rating program menjadi aspek paling penting bagi kebijakan strategi program media.

Yang patut dicatat dari keluhan itu adalah fakta bahwa dalam iklim kebebasan media, tetap saja media belum tentu mewakili agenda publik. Jika diandaikan bahwa kebebasan media akan mampu mendorong kebebasan berekspresi dan memperkuat agenda publik dalam media, kini saatnya mengevaluasi pengandaian itu. Dalam iklim politik yang otoriter, negara dipandang sebagai aktor yang membelenggu kemerdekaan pers (dan diandaikan akan mengganggu kebebasan berekspresi publik). Namun, ketika tekanan negara berhasil dilucuti, tetap saja publik merasa bahwa media belum sepenuhnya mewakili aspirasi publik. Refleksi ini bisa menggiring kita pada pertanyaan apakah kekuatan pasar juga memiliki bentuk dominasi tertentu. Selepas otoritarianisme negara, kini saatnya kita membidikkan analisis kita pada modus dominasi yang dikendalikan oleh kekuatan pasar.

Pemberian kekuasaan kepada pihak swasta dalam bisnis media bisa dilihat dari jenis medianya. Media cetak pada masa Orde Baru sudah sepenuhnya dikuasai oleh pihak swasta. Penguasaan negara pada bisnis media cetak tidak mungkin dilakukan. Ini berbeda dengan televisi di mana TVRI sepenuhnya dikuasai oleh negara. Pemberian hak siar pada swasta terjadi pada tahun 1987 lewat TPI dan RCTI yang dikendalikan oleh keluarga Cendana (Siti Hardiyanti Rukmana/Tutut). Ade Armando (2006) mencatat bahwa pemberian hak siar kepada swasta ini merupakan langkah pragmatis pemerintah untuk memenuhi kehendak pebisnis domestik. Dalam cara pandang kronial, pemberian hak siar itu adalah upaya Soeharto untuk memperkuat bisnis kroni terutama anak-anaknya.

Ada perbedaan penting dalam transisi liberalisasi pada media dan proses liberalisasi pada sektor layanan publik di Indonesia. Pada sektor layanan publik, liberalisasi beralasan bahwa negara gagal menyediakan fasilitas publik sesuai standar terutama akibat kecilnya alokasi dana publik untuk sektor tersebut. Efisiensi anggaran kemudian dipakai juga sebagai penguat proses privatisasi layanan publik. Pada liberalisasi media, yang terjadi adalah penunggangan isu perlawanan sipil terhadap otoritarianisme di mana kekuatan

ekonomi kemudian meyusup dalam paket regulasi yang seolah pro kebebasan politik, padahal mengidap kelekatan pada profit yang akut. Singa sudah siap menunggu mangsa yang lolos dari mulut buaya. Bisnis media pun kemudian potensial menjadi penumpang gelap dalam proses demokratisasi.

Liberalisasi dalam konteks internasional sering pula bermakna sebagai proses *structural adjustment* regulasi nasional terhadap regulasi kapitalisme global. Pola yang sering terjadi adalah negara maju menekan negara berkembang agar menyesuaikan regulasi nasional terhadap regulasi global dengan kompensasi bantuan asing. Pola transaksi semacam ini sering menjadi buah simalakama bagi negara berkembang karena pada satu sisi negara berkembang membutuhkan dana segar bagi kesehatan anggaran, sementara di sisi yang lain sektor publik seharusnya menjadi tanggung jawab negara untuk memenuhinya.

Proses dominasi paradigma pasar dalam praktik media massa berlangsung dengan cara yang tidak segamblang penguasaan pasar atas layanan publik. Bahkan banyak analis dan pegiat kebebasan media yang tidak secara jelas menangkap proses penting ini. Memang prosesnya sangat unik yang melibatkan aksi mirip petak umpet antara kekuatan masyarakat sipil dalam menentang Orde Baru; kepentingan global dan nasional dalam bisnis media di Indonesia; serta ambiguitas media dalam demokrasi yang berakar pada kontradiksi internal kapitalisme. Sayangnya, analisis klasik yang berpusat pada perspektif bahwa negara merupakan satu-satunya sumber petaka media di Indonesia masih bisa kita jumpai sampai sekarang.

Dalam paradigma kritis terkait proses globalisasi, orang akan cenderung berpikir bahwa proses liberalisasi media di Indonesia akan diikuti oleh intrusi modal asing ke bisnis media Indonesia dalam manifes kepemilikan media. Dasarnya adalah bahwa struktur kepemilikan media akan menentukan corak kultural dan informasi media tersebut. Akar dari pemikiran ini bisa dilihat pada Herbert Schiller dan Theodore Adorno.

Untuk kasus Indonesia, tampaknya hal ini perlu dilihat dengan lebih hati-hati terutama karena sampai saat ini, praktis kepemilikan media masih dikuasai oleh pemodal domestik. Rupert Murdoch sempat membeli ANTV namun kemudian menjualnya kembali. Perlu dilihat lebih jernih pada aspek manakah kepentingan kapitalisme global mendapat keuntungan dari proses reformasi media di Indonesia.

Ada beberapa celah masuknya modal asing dari peleburan Indonesia ke dalam sistem kapitalisme global, misalnya celah penjualan program media, *media franchising*, dan perusahaan iklan. Ini perlu dilihat lebih lanjut karena seperti halnya proses liberalisasi sektor lain, selalu ada aspek penetrasi modal dari para pelaku pasar bebas global. Ambil contoh misalnya liberalisasi air bersih di DKI yang disertai masuknya perusahaan Thames dan Lyonnaise; liberalisasi migas yang disertai masuknya retailer seperti Shell, Petronas, dan lain-lain.

Aspek lain yang perlu dijadikan pertimbangan tentang keunikan proses liberalisasi media adalah persoalan konsolidasi pengusaha domestik di sekitar kekuasaan Soeharto. Seperti sudah disinggung di atas, pendirian RCTI dan TPI lebih merupakan akomodasi Soeharto terhadap kehendak bisnis keluarganya ketimbang semangat mendorong keterbukaan informasi.

Pelibatan masyarakat sipil juga layak untuk dibahas. Pembahasan harus dimulai pada era 1994 ketika Soeharto memberedel *Tempo*, *Editor*, dan *Detik*. Memang tiga majalah itu berhasil diberedel, namun semangat perlawanan masyarakat sipil justru semakin menguat sesudah itu. Pemberedelan itu memulai pendirian organisasi jurnalis Aliansi Jurnalis Independen yang dideklarasikan oleh tokoh-tokoh jurnalis seperti Gunawan Mohammad di Sirna Galih, Bogor, tahun 1994. Perjuangan masyarakat sipil kemudian menjadi sangat menonjol dalam pembentukan UU Pers No. 40/1999 dan UU Penyiaran No. 32/2002.

Secara finansial, gerakan masyarakat sipil sangat terbantu

oleh para donor dan lembaga asing seperti USAID dan UNESCO. Draf UU Pers muncul dari lokakarya yang didanai UNESCO dengan mengundang Toby Mendel, seorang ahli hukum media dari Kanada, untuk menyusun UU Pers baru. Unsur masyarakat sipil lebih banyak bekerja atas dasar semangat anti-otoritarianisme dan mendorong munculnya pers bebas di Indonesia daripada ide ekonomi. Ide-ide ekonomi seperti liberalisasi tidak banyak menjadi dasar pertimbangan pelaku masyarakat sipil waktu itu.

Masuknya donor dan pemain asing dalam proses penting Indonesia itu biasanya melalui format bantuan kepada sejumlah organisasi masyarakat sipil. USAID menyediakan dana sejak lengsernya Soeharto dan bahkan membiayai *Internews*, lembaga nirlaba Amerika, untuk masuk dalam reformasi media di Indonesia. Salah satu lembaga penting yang didanai USAID dalam masa bawah tanah itu adalah Institut Studi Arus Informasi (ISAI) Jakarta. Berikut adalah daftar donasi tersebut:

NAMA KONTRAK	WAKTU	NILAI (rupiah)
USAID – Freedom of the Press No. 497-0385-G-00-5027-00	12/08/95-11/08/98	1.158.177.200
USAID – Freedom of the Press (modifikasi) No. 497-0385-G-00-5027-00	08/10/97	727.000.000
USAID – Follow-on & Crash Program No. 497-G-00-98-00022-00	15/7/98-15/7/2000 (ada bagian yang selesai lebih dulu)	7.395.200.000
USAID -- <i>Media Watch</i> No. 497-G-00-99-00020-00	17/05/99-17/05/02	9.542.660.000

Bagan di atas menunjukkan bahwa USAID mendanai ISAI sejak tahun 1995, empat tahun sebelum pengesahan UU Pers No. 40/1999. Itulah masa-masa penting perlawanan masyarakat sipil terhadap rezim Soeharto menyusul beredel *Tempo*, *Editor*, dan *Detik* pada tahun 1994. Dana itu menggerakkan berbagai kegiatan penting seperti penerbitan majalah bawah tanah dan penguatan asosiasi jurnalis independen.

Antara Demokratisasi dan Korporatisasi

Yang ingin saya sampaikan adalah bahwa media massa telah bersalin rupa dari wajah yang begitu getol mendorong reformasi karena ditekan oleh rezim politik, menjadi media massa yang dikontrol oleh kuasa modal. Peta dominasinya bergeser dari otoritarianisme politik media ke otoritarianisme kapital. Dalam hubungannya dengan masyarakat sipil, media massa yang pada awalnya bergandengan tangan memperjuangkan kebebasan berekspresi dan kebebasan media, justru pada akhirnya memosisikan masyarakat sipil sekadar sebagai konsumen belaka tanpa hak-hak kewarganegaraan.

Dalam konteks yang lebih luas, media massa yang sebelumnya mendorong demokrasi, justru mencederai demokrasi itu sendiri karena kontradiksi internal industri media. Robert McChesney (2008) membahasakannya dengan tajam, *Rich Media, Poor Democracy*. Kelekatan media massa untuk memperbesar skala ekonominya pada akhirnya justru mengancam demokrasi. Ada beberapa indikator yang membuktikan bahwa media massa di Indonesia telah menjadi tiran baru yang mengontrol informasi dan ruang publik. *Pertama*, terkonsentrasinya kepemilikan media pada segelintir kelompok bisnis saja. Yanuar Nugroho *et. al.* (2012) mencatat bahwa industri media massa Indonesia hanya dikuasai oleh dua belas kelompok bisnis. Wilayah seluas Indonesia ini hanya dikuasai oleh sejumlah kelompok itu saja. Kapitalisme yang mendorong kompetisi bebas justru melahirkan industri media yang oligarkis. Dari dua belas kelompok itu, beberapa di antaranya juga adalah pemain politik seperti

Surya Paloh dan Aburizal Bakrie, yang memunculkan komplikasi serius dalam hubungannya dengan Pemilu dan penggunaan media sebagai corong konsolidasi kepentingan politik. Selain itu, oligarki kepemilikan media adalah bentuk pengkhianatan terhadap prinsip keragaman isi media yang penting dalam demokrasi media. Pada awalnya digitalisasi media diharapkan akan menyebar kepemilikan media karena karakter teknologi yang memungkinkan. Akan tetapi, keunggulan teknologi itu juga ditelikung oleh kebijakan di mana pengelola *multiplexing* diberikan kepada pemilik *existing* yang terkonsentrasi.

Kedua, terpinggirkannya media-media yang tidak berada dalam ranah industri. Dalam sistem media yang sehat, ada keseimbangan antara media publik, media komunitas, dan media swasta. Itu juga menjadi cita-cita dari reformasi penyiaran yang dalam beberapa hal sudah diakomodasi dalam UU Penyiaran No. 32/2002. Akan tetapi, pada level regulasi di bawahnya, jelas sekali bahwa dinamika media, dalam hal ini penyiaran, lebih diarahkan pada aspek ekonomi, misalnya tampak dalam alokasi frekuensi yang timpang antara media swasta (78,5%), media publik (20%), dan media komunitas (1,5%). Kapitalisme tidak sekadar memiliki watak berorientasi pada akumulasi modal, namun juga dia berwatak eksklusif. Aktor, dinamika, regulasi, yang tidak sesuai dengan prinsip akumulasi kapital, akan dimarjinalkan dengan sistematis. Itulah yang terjadi pada media kita ketika dominasi ekonomi begitu dominan. Media-media yang tidak mendukung proses dan kepentingan industrial akan dipinggirkan. Bagi warga, hal ini jelas kerugian besar karena urusan media hanya direduksi menjadi urusan ekonomi belaka. Hubungan sosial dipaksa menjadi sesederhana urusan jual beli.

Ketiga, dalam level internal media sendiri, sebenarnya telah terjadi proses transisi besar terhadap profesi jurnalis. Profesi jurnalis sering dipandang sebagai profesi “khusus” karena sejarah pers Indonesia sangat dekat dengan perjuangan kemerdekaan sehingga profesi jurnalis diasosiasikan dengan misi profetik tertentu. Dalam media liberal, porsi profetik seperti itu semakin menyempit dan

digantikan oleh logika industrial yang mengutamakan produksi. Dalam berbagai indikator, terjadi pelemahan terhadap profesi jurnalis. Kriminalisasi terhadap jurnalis cenderung naik; ada sepuluh kasus pembunuhan wartawan sejak 1996 yang tidak mendapat penanganan hukum memadai; saat ini dari ribuan perusahaan media, hanya ada 35 asosiasi pekerja pers dan hanya 6 yang memiliki kontrak kerja bersama (AJI 2013); ranking kebebasan pers Indonesia menurun drastis dari terbaik se-Asia di 2001 menjadi kisaran ratusan di 2012.

Dalam skala yang lebih mikro, kita akan menjumpai sejumlah *output* dari liberalisasi media kita yang hanya memperkuat aspek ekonomi saja. Dalam dunia penyiaran, hal yang sering banyak disampaikan adalah persoalan *rating* dan orientasi pada iklan yang membabi buta. Output-output seperti itu sebenarnya berasal dari sistem ekonomi politik media kita yang saat ini sangat didikte oleh kepentingan ekonomi di mana regulator hanya menjadi semacam panitia saja dari kehendak kapital. Pendulum konsientisasi warga untuk membangun kesadaran kritis bermedia harus diarahkan pada konteks ekonomi politik di mana media itu berada, dan tidak semata-mata berhenti pada aspek kualitas tayangan. Kualitas isi media yang buruk sebenarnya hanya merupakan hilir dari masalah-masalah makro yang melingkupi media kita.

BAB I PENDAHULUAN



A. Latar Belakang

Seiring demokratisasi media yang berlangsung dalam kurang lebih satu dekade sejak reformasi, wacana tentang literasi media di Indonesia mulai menguat. Lembaga negara seperti KPI, perguruan tinggi, sekolah, dan berbagai lembaga swadaya masyarakat telah berusaha mengembangkan pendidikan literasi media. Di Yogyakarta, misalnya, Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP) telah melakukan penelitian dan pengembangan pendidikan literasi. Hal yang sama dilakukan oleh Masyarakat Peduli Media (MPM), Rumah Sinema, dan ECCD-RC yang juga di Yogyakarta. Sementara Rumah Sinema banyak melakukan kegiatan literasi media di tingkat sekolah menengah atas dan ECCD-RC fokus pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), MPM justru menysasar ibu-ibu rumah tangga. Lembaga-lembaga lain seperti LeSPI di Semarang, KIPPAS di Medan, dan YPMA di Jakarta secara aktif melakukan pendidikan literasi media. Tujuan akhir dari seluruh pendidikan ini adalah bagaimana mendidik masyarakat agar kritis terhadap media. Jika mereka kritis, maka mereka tidak mudah dikontrol oleh media. Sebaliknya, merekalah yang mengontrol media. Lebih jauh, masyarakat yang telah kritis ini akan mampu secara aktif melakukan gerakan yang ditujukan untuk 'melawan' media ketika hak-hak mereka dilanggar. Dengan begitu, kita akan mendapati tidak hanya masyarakat kritis, tapi juga, pada akhirnya, tayangan media yang sehat.

Di sisi lain, meskipun gerakan literasi media sudah mulai marak di Indonesia, tapi sebenarnya masih lemah jika disebut sebagai

sebuah gerakan. Ini karena setidaknya dua hal. *Pertama*, para aktor yang terlibat dalam gerakan literasi media tidak saling berkomunikasi dan menjalin kerja sama satu dengan yang lain. Akibatnya, ada kesan kelompok-kelompok ini bergerak sendiri-sendiri. *Kedua*, lemahnya koordinasi di antara aktor pelaku literasi media membuat target dan sasaran yang ditetapkan masing-masing sulit dicapai ataupun jika tercapai hasilnya parsial dan sulit untuk dijadikan sebagai model bagi tempat lain. Padahal, jika aktivitas pendidikan literasi media ini bisa dilakukan secara bersama-sama dengan koordinasi yang baik maka dampaknya terhadap masyarakat akan jauh lebih besar.

Minimnya komunikasi di antara aktor dan juga rujukan yang bisa digunakan membuat gerakan literasi media tidak mempunyai basis pemahaman yang sama. Setidaknya, hal ini terungkap dalam konferensi literasi media yang diselenggarakan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta. Dalam konferensi tersebut terungkap, masing-masing pihak mempunyai pemahaman sendiri-sendiri mengenai apa yang dimaksud dengan literasi media. Akibatnya, muatan pendidikan, target sasaran, ataupun metode yang digunakan untuk melakukan literasi media juga berbeda-beda. Pada satu sisi, ada kelompok yang mampu merumuskan literasi media dengan baik secara konseptual teoretis bahkan perumusan modelnya, tapi lemah dalam hal metode pendidikan yang digunakan. Sementara di pihak lain, ada yang kurang jelas dalam merumuskan literasi media, tapi bagus dalam pengembangan metode. Sementara di luar keduanya, masih ada kelompok yang belum bisa membedakan di mana wilayah area studi media, kritik media, *media watch*, atau literasi media. Kesilangsengkarutan ini membuat para pihak yang akan masuk dan terlibat secara aktif dalam mengambil porsi gerakan literasi media mengalami kebingungan. Pertanyaan lain juga muncul apakah gerakan literasi media juga harus mengarah pada advokasi dan perlawanan, dalam arti, misalnya, gerakan literasi juga mengarah pada boikot terhadap produk-produk yang mensponsori suatu program acara? Pertanyaan ini masih menjadi bahan diskusi hingga sekarang.

Terlepas dari perbedaan-perbedaan itu, gerakan literasi media di Indonesia telah mulai tumbuh, dan jika bisa dieksplorasi lebih jauh akan sangat mungkin menghasilkan gerakan literasi 'khas' Indonesia dengan model yang khas Indonesia pula. TIFA sendiri, dalam beberapa tahun belakangan, telah menaruh perhatian dalam gerakan literasi media. Beberapa lembaga seperti KIPPAS (Medan), Sahabat Cahaya (Jakarta), Jurnal Celebes (Makasar), MPM (Yogyakarta), dan LeSPI (Semarang), ECCD-RC, Remotivi, dan juga LEAD mendapatkan dukungan dari TIFA dalam melakukan gerakan literasi media. Gerakan atau, katakanlah, pendidikan literasi media yang dilakukan lembaga-lembaga ini tentu akan menarik untuk dikaji. Berbagai pengalaman empiris yang mereka lakukan tentu akan menjadi bahan yang baik bagi usaha untuk merumuskan suatu model pendidikan literasi media di Indonesia sehingga, dengan demikian, berbagai pihak yang akan melakukan literasi media akan mempunyai model dan sumber rujukan yang baik. Di luar itu, yang tidak kalah menariknya adalah bagaimana kontribusi pendidikan literasi lembaga-lembaga bagi menopang demokrasi yang sehat? Demokrasi memerlukan masyarakat yang terinformasi dengan baik (*well-informed*). Ini hanya mungkin dalam situasi di mana media mendapatkan kemerdekaannya, pada satu sisi, dan di sisi lain, masyarakat sendiri *literate*. Tidak hanya dalam pengertian kritis dalam melihat pesan media, tapi secara aktif mampu mencari dan memilah pesan komunikasi untuk digunakan bagi kehidupannya. Dengan demikian, diharapkan, studi akan mampu merumuskan model literasi media di Indonesia dan kontribusinya bagi demokrasi. Model yang akan dirumuskan mungkin tidak hanya satu karena akan sangat tergantung pada konteks kegiatan literasi media masing-masing institusi. Meskipun demikian, suatu model sederhana mestinya bisa dirumuskan sehingga bisa menjadi bahan ajar dan rujukan bagi pihak lain.

B. Landasan Teori

1. Merumuskan Literasi Media

Literasi media hadir sebagai benteng bagi khalayak agar kritis terhadap isi media, sekaligus menentukan informasi yang dibutuhkan dari media. Potter menyebutkan bahwa literasi media diperlukan di tengah kejenuhan informasi, tingginya terpaan media, dan berbagai permasalahan dalam informasi tersebut yang mengepung kehidupan kita sehari-hari.¹ Untuk itu, khalayak harus bisa mengontrol informasi atau pesan yang diterima. Literasi media memberikan panduan tentang bagaimana mengambil kontrol atas informasi yang disediakan oleh media. Semakin *media literate* seseorang, maka semakin mampu orang tersebut melihat batas antara dunia nyata dengan dunia yang dikonstruksi oleh media. Orang tersebut juga akan mempunyai peta yang lebih jelas untuk membantu menentukan arah dalam dunia media secara lebih baik. Pendeknya, semakin *media literate* seseorang, semakin mampu orang tersebut membangun hidup yang kita inginkan alih-alih membiarkan media membangun hidup kita sebagaimana yang media inginkan.²

Beragam definisi tentang literasi media telah dikemukakan oleh banyak pihak. Potter menyatakan bahwa literasi media adalah seperangkat perspektif yang kita gunakan secara aktif saat mengakses media massa untuk menginterpretasikan pesan yang kita hadapi.³

Literasi media berhubungan dengan bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Literasi media merupakan skill untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan, mengorganisasikan makna itu sehingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain.

Potter menekankan bahwa literasi media dibangun dari *personal locus*, struktur pengetahuan, dan *skill*. *Personal locus* merupakan tujuan dan kendali kita akan informasi. Ketika kita menyadari akan

1 W. James Potter. 2011. *Media Literacy, Fifth Edition*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication. Hlm: 3 – 4.

2 Ibid. Hlm. 9

3 Ibid. Hlm. 19

informasi yang kita butuhkan, maka kesadaran kita akan menuntun untuk melakukan proses pemilihan informasi secara lebih cepat, pun sebaliknya. Struktur pengetahuan merupakan seperangkat informasi yang terorganisasi dalam pikiran kita. Dalam literasi media, kita membutuhkan struktur informasi yang kuat akan efek media, isi media, industri media, dunia nyata, dan diri kita sendiri.⁴ Sementara *skill* adalah alat yang kita gunakan untuk meningkatkan kemampuan literasi media kita.

Menurut Potter, terdapat 7 keterampilan (*skill*) yang dibutuhkan untuk meraih kesadaran kritis bermedia melalui literasi media.⁵ Ketujuh keterampilan atau kecakapan tersebut adalah analisis, evaluasi, pengelompokan, induksi, deduksi, sintesis, dan *abstracting*. Kemampuan analisis menuntun kita untuk mengurai pesan yang kita terima ke dalam elemen-elemen yang berarti. Evaluasi adalah membuat penilaian atas makna elemen-elemen tersebut. Pengelompokan (*grouping*) adalah menentukan elemen-elemen yang memiliki kemiripan dan elemen-elemen yang berbeda untuk dikelompokkan ke dalam kategori-kategori yang berbeda. Induksi adalah mengambil kesimpulan atas pengelompokan di atas kemudian melakukan generalisasi atas pola-pola elemen tersebut ke dalam pesan yang lebih besar. Deduksi menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan sesuatu yang spesifik. Sintesis adalah mengumpulkan elemen-elemen tersebut menjadi satu struktur baru. Terakhir, *abstracting* adalah menciptakan deskripsi yang singkat, jelas, dan akurat untuk menggambarkan esensi pesan secara lebih singkat dari pesan aslinya.

David Buckingham dalam laporannya untuk Ofcom, sebuah lembaga regulator industri komunikasi independen di Inggris, menyebutkan definisi literasi media sebagai “*the ability to access, understand, and create communications in a variety contexts*”.⁶

4 Ibid. Hlm. 15

5 Ibid. Hlm. 16

6 David Buckingham. *The Media Literacy of Children and Young People*. London: Centre for the Study of Children, Youth, and Media Institute of Education, University of London.

Kemampuan untuk mengakses media merujuk pada kemampuan untuk menentukan konten media yang sesuai dengan kebutuhannya dan menghindari dari konten media yang tidak dibutuhkan. Sementara kemampuan memahami mengacu pada apa yang dilakukan oleh khalayak ketika menemukan informasi dan kemampuan menciptakan adalah kemampuan untuk menulis di media.

Definisi literasi media oleh Buckingham di atas sejalan dengan definisi literasi media yang disebutkan oleh National Association for Media Literacy Education (NAMLE). Lembaga ini menyebutkan bahwa literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk.⁷

Kemampuan ini dibutuhkan untuk memberdayakan seseorang untuk menjadi pemikir kritis dan menjadi produsen yang kreatif untuk memperluas pesan. Sementara itu, Art Silverblatt menekankan pengertian literasi media pada beberapa elemen, di antaranya: (1) kesadaran akan pengaruh media terhadap individu dan sosial; (2) pemahaman akan proses komunikasi massa; (3) pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media; (4) kesadaran bahwa isi media adalah teks yang menggambarkan kebudayaan dan diri kita sendiri pada saat ini; dan (5) mengembangkan kesenangan, pemahaman, dan penghargaan terhadap isi media.⁸

Kelima elemen Silverblatt ini kemudian dilengkapi oleh Baran dengan pemahaman akan etika dan kewajiban moral dari praktisi media; serta pengembangan kemampuan produksi yang tepat dan efektif.⁹

Berbagai definisi di atas sebenarnya merujuk pada hal yang sama, yaitu literasi media berusaha memberikan kesadaran kritis bagi khalayak ketika berhadapan dengan media. Kesadaran

7 <http://namle.net/publications/media-literacy-definitions/> diunduh tanggal 29 Oktober 2012.

8 Art Silverblatt. 1995. *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. London: Praeger. Hlm. 2 – 3.

9 Stanley J. Baran. 1999. *Introduction to Mass Communication and Culture*. London: Mayfield Publishing Company. Hlm. 49 – 54.

kritis menjadi kata kunci bagi gerakan literasi media. Literasi media sendiri bertujuan untuk, terutama, memberikan kesadaran kritis terhadap khalayak sehingga lebih berdaya di hadapan media. Silverblatt menyebutkan empat tujuan literasi media, yaitu kesadaran kritis, diskusi, pilihan kritis, dan aksi sosial.¹⁰ Kesadaran kritis memberikan manfaat bagi khalayak untuk mendapat informasi secara benar terkait *coverage* media dengan membandingkan antara media yang satu dengan yang lain secara kritis; lebih sadar akan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari; menginterpretasikan pesan media; membangun sensitivitas terhadap program-program sebagai cara mempelajari kebudayaan; mengetahui pola hubungan antara pemilik media dan pemerintah yang memengaruhi isi media; serta mempertimbangkan media dalam keputusan-keputusan individu. Kesadaran kritis khalayak atas realitas media inilah yang menjadi tujuan utama literasi media. Ini karena media bukanlah entitas yang netral. Ia selalu membawa nilai, baik ekonomi, politik, maupun budaya. Keseluruhannya memberikan dampak bagi individu bagaimana ia menjalani kehidupan sehari-hari.

Sebuah model hierarki tentang apa yang memengaruhi sebuah isi media telah dibuat oleh Shoemaker dan Reese.¹¹ Mereka menyatakan bahwa ada lima level yang memengaruhi sebuah isi media, yaitu level individual, level rutinitas media, level organisasi, level ekstramedia, dan terakhir level ideologi. Kelima level yang berpengaruh atas isi media ini harus diketahui oleh khalayak agar mereka mengetahui secara kritis apa saja yang bergerak di balik sebuah pesan yang disampaikan oleh media.

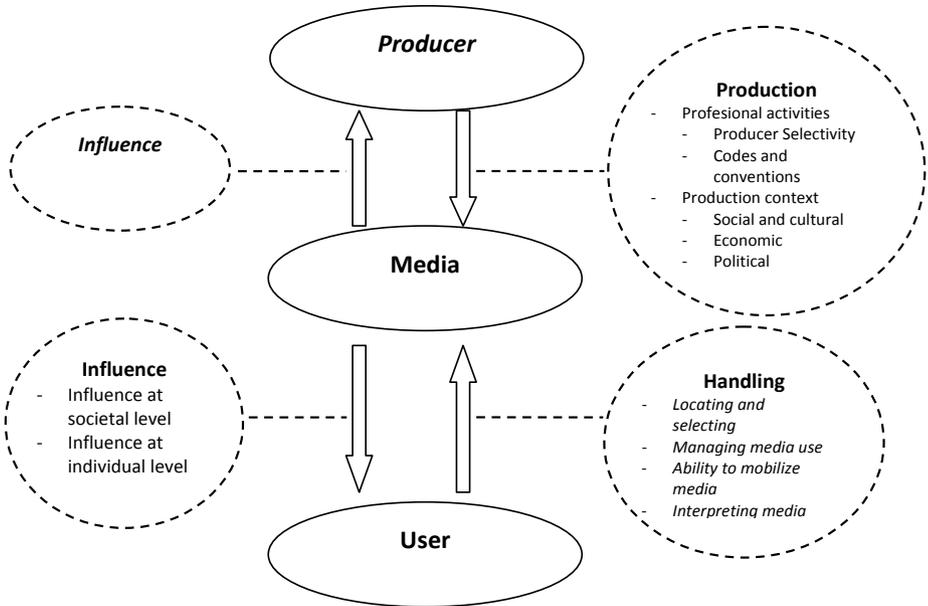
Selain sistem yang bergerak di balik sebuah media, khalayak juga mesti memahami bagaimana hubungan antara media dengan pihak-pihak yang bekerja di dalamnya dan bagaimana hubungannya dengan media itu sendiri. Rosenbaum, Beentjes, dan Konig membuat

10 Silverblatt. Op. Cit. Hlm. 303 - 304

11 Shoemaker dan Reese. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. USA: Longmann

mapping di mana literasi media bergerak dalam hubungan antara produser, media, dan *user*.¹²

Gambar 1
Aspek-aspek Media Literasi



Gambar 1 di atas menjelaskan bahwa media memengaruhi produser maupun khalayak, pun sebaliknya. Media memengaruhi pikiran produser tentang produksi media. Sementara produser juga mengonstruksikan isi media. Media memengaruhi khalayak dalam level sosial dan individual. Meski demikian, khalayak memiliki kemampuan untuk meng-*handle* media. Kemampuan tersebut berkaitan dengan bagaimana memilih media yang tepat, mengatur penggunaan media, kemampuan untuk memobilisasi media, serta bagaimana menginterpretasikan isi media. Literasi media bergerak dalam keempat hubungan di atas.

12 J. E. Rosenbaum, J. W. J. Beentjes, R. P. Konig. 2008. "Mapping Media Literacy: Key Concept and Future Directions," dalam C. S. Beck (ed.) *Communication Yearbook 32*. New York: Routledge. Hlm. 312 – 353.

Workshop Nasional Konsep dan Implementasi Media Literacy di Indonesia tahun 2011 menyepakati bahwa tujuan kegiatan literasi media dapat dilihat dalam konteks proteksionis, pemberdayaan, dan studi media.¹³ *Pertama*, tujuan proteksionis. Media dianggap berpotensi merugikan dan dapat menimbulkan dampak negatif sehingga khalayak pengguna media perlu diberi kegiatan literasi media. *Kedua*, tujuan pemberdayaan. Media memiliki fungsi positif sebagai salah satu sumber belajar. Kegiatan literasi media dilakukan untuk memberi pengetahuan dan keterampilan pada khalayak agar dapat mengoptimalkan isi media untuk kepentingannya. *Ketiga*, tujuan studi media. Literasi media dilakukan dengan titik berat pada mempelajari struktur isi pesan media berdasarkan media yang berbeda, teknik produksi, dan pengemasan isi pesan, yang lebih dimaksudkan sebagai upaya untuk mempelajari medianya.

2. Membedakan Literasi Media dengan *Media Watch*

Dalam suatu era transisi seperti di Indonesia, ketidakjernihan pemahaman atas suatu konsep sering kali terjadi. Ini karena masa transisi mendorong orang untuk mencari, dan dalam proses pencarian itu acapkali mendapati hal-hal yang masih samar-samar. Hal ini nampaknya juga dalam konteks literasi media dan *media watch*. Adakah keduanya mempunyai kesamaan ataukah perbedaan? Jika ada perbedaan, di manakah batas-batasnya?

Ben Bagdikian, profesor di bidang jurnalisme dari Universitas California, seperti dikutip Swan, berpendapat bahwa separuh populasi penduduk Amerika terkadang menganggap dirinya sebagai pakar media, tetapi sebagian besar mereka tidak memiliki standar pengukuran media yang bisa dipercaya. Jonathan Friendly, mantan reporter *New York Times* mengatakan, "*Public opinion is the watchdog of American media. The readers know us. Somehow the word gets around,*

13 B. Guntarto (ed.). 2011. *Konsep dan Implementasi Media Literacy di Indonesia*, Kumpulan Makalah Worskhop Nasional. Jakarta: Yayasan Pengembangan Media Anak dan Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Hlm. 41.

[and] impressions are formed on our credibility.”¹⁴

Di Inggris, kemunculan *media watch* diprakarsai oleh Mary Whitehouse CBE pada tahun 1960-an. Ketika itu, di Inggris, baru terdapat 2 stasiun TV dan saat itu pula standar tentang tayangan baik atau buruk tak diindahkan oleh stasiun TV tersebut. Sebelumnya, lembaga yang dipimpin Mary bernama The National Viewer and Listener Association. Asosiasi tersebut terus mendesak lembaga penyiaran di sana untuk meningkatkan tanggung jawabnya kepada publik dan menjelaskan standar baik dan buruk yang digunakan dalam siaran. Berbagai upaya mereka lakukan untuk memperjuangkan isu-isu moral, perlindungan anak agar diperhatikan oleh media. Salah satu kesuksesan lembaga yang sekarang bernama MediaWatch UK ini adalah berhasil meyakinkan parlemen Inggris untuk membuat Undang-Undang Perlindungan Anak pada tahun 1978 yang secara efektif melarang pornografi anak di media.¹⁵

Contoh lain, misalnya, *Palestine Media Watch*. Menurut catatan Sirikit Syah, lembaga pengawas media ini sejak awal sengaja dibentuk untuk menyoroti dan meng-*counter* pemberitaan media Amerika Serikat yang seringkali memojokkan Palestina.¹⁶ Kemudian, ada pula *Committee for Accuracy in Middle East Reporting* (CAMERA). Lembaga ini secara umum sama dengan *Palestine Media Watch*, hanya saja CAMERA lebih menyoroti pada berita-berita yang berkaitan dengan kepentingan Israel.¹⁷

Di Indonesia, *media watch* atau lembaga pengawas media baru muncul setelah reformasi. Terbukanya keran kebebasan pers ini disambut dengan suka cita sekaligus waspada. Hal yang menggembirakan ketika muncul banyak surat kabar karena ini menyiratkan terbukanya ruang bagi kebebasan berpendapat dan

14 Neil D. Swan. “Who’s Watching The Watchdog.” Dalam Ray E. Hiebert and Carol Reuss (eds). 1985. *Impact of Mass Media: Current Issues*. New York: Longman Inc.

15 “Who Are Mediawatch UK”. 2010. *Media Watch UK*. Tersimpan dalam www.mediawatchuk.org.uk diakses pada 27 September 2012.

16 Sirikit Syah. “Media Watch, Mitra atau Ancaman bagi Kebebasan Pers” Dalam P. Swantoro (ed.). 2001. *Humanisme dan Kebebasan Pers*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas. Hal 137

17 *Ibid.*

peluang ekonomi media. Namun, di antara banyak media itu, banyak hal-hal yang menggelisahkan. Berita-berita yang ditulis dengan etika rendah dan menjual sensasionalisme, munculnya wartawan bodrex, dan masih banyak lagi persoalan lainnya. Oleh karena itu, menjadi tidak mengherankan jika seiring meningkatnya jumlah media massa yang terbit, meningkat pula lembaga *media watch* yang muncul di daerah-daerah. Sebagian lembaga *media watch* merupakan pengembangan jaringan dari lembaga yang sudah ada di kota besar. Salah satu lembaga *media watch* ternama yang pernah ada di Indonesia adalah majalah *Pantau* yang diterbitkan oleh Institut Studi Arus Informasi (ISAI) di Jakarta. Sayangnya, majalah *Pantau* sekarang sudah tak terbit lagi meskipun lembaga ISAI-nya sendiri masih aktif hingga kini.

Lembaga ISAI ini pula, bersama LP3Y, yang kemudian menginisiasi jaringan lembaga *media watch* di kota-kota besar lainnya seperti KIPPAS di Medan, ELSIM di Makassar, LSPS di Surabaya, dan LeSPI di Semarang. Beberapa lembaga *media watch* menerbitkan media dalam bentuk majalah yang sebagian besar berisi hasil pengamatan. Atmakusumah menyebutkan, misalnya, majalah *KUPAS* di Medan, majalah *Sendi* dan *Buletin Media Watch Lembaga Konsumen (LKM)* di Surabaya, majalah *Pantau*, majalah *Independen Watch*, buletin *Media Watch dan Badan Bantuan Konsultasi bagi Korban Pemberitaan Pers*, serta majalah *Media Watch and Consumer Center* di Jakarta.¹⁸

Keberadaan *media watch* dapat membantu khalayak dalam menilai kualitas tampilan dan isi informasi dari surat kabar, radio, dan televisi yang mereka akses sehari-hari. Ulasan *media watch* tentang media massa setidaknya bisa menjadi pertimbangan bagi khalayak untuk mengambil keputusan apakah akan terus mengakses atau berhenti mengakses media tertentu. Lebih jauh, khalayak juga dapat mengajukan komplain atau ikut terlibat dalam suatu gerakan advokasi terkait dengan isi media. Dilihat dari pelakunya, pengawasan media

18 Atmakusumah. "Tameng Kebebasan Pers: Pelembagaan Swakontrol dan Profesionalisme" dalam P. Swantoro (ed.). 2001. *Humanisme dan Kebebasan Pers*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas. Hal 116.

dapat dilakukan setidaknya oleh 4 kelompok. Menurut Whitehouse sebagaimana dikutip Sirikit Syah, keempat kelompok tersebut adalah kelompok di luar industri media, kelompok di dalam industri media sendiri, *News Councils* (Dewan Pers), dan organisasi profesi.¹⁹

Dari uraian di atas, kemunculan *media watch* dan literasi media mempunyai napas yang sama, yakni kegelisahan atas tayangan media. Hanya saja, keduanya mempunyai perbedaan yang jelas. Literasi media memfokuskan diri pada khalayak dengan tujuan membuat mereka kritis. Jika kritis, maka pikiran khalayak tidak akan mudah dikendalikan oleh media. Sebaliknya, media *wachth* mengambil sasaran langsung ke jantung media. Mereka membuat standar penilaian, dan penilaian itulah yang akan membantu khalayak untuk mengakses media secara kritis. Ulasan juga membantu media memperbaiki dirinya sendiri. Oleh karena itu, ukuran yang bisa dipercaya sebagaimana dikemukakan oleh Ben Bagdikian menjadi sangat penting untuk melihat kualitas tayangan. Sebaliknya, materi yang pas mengenai isi, dampak, dan industri media menjadi jauh lebih penting bagi pendidikan literasi media.

3. Menilai Efektivitas Sebuah Model

Pikiran manusia tidak akan mampu meng-*capture* semua realitas yang ada. Namun, pikiran manusia dapat melakukan pemisahan-pemisahan atas realitas, menangkap bagian-bagian atas realitas, dan kemudian menggunakan bagian-bagian tersebut untuk menyusun gagasan. Dari sini, diharapkan akan muncul model yang mampu merepresentasikan realitas. Namun, karena tidak mungkin untuk merepresentasikan keseluruhan realitas yang ada secara sempurna, akan sangat mungkin model realitas tersebut mengandung kesalahan pada bagian-bagiannya. Meskipun demikian, sebagaimana ditegaskan Grunig dan Grunig, kita tidak akan mampu memahami realitas sama sekali jika tidak mempunyai model yang dapat bekerja untuk menggambarkan realitas yang dimaksud.²⁰ Dalam konteks

19 Sirikit Syah. Op.cit. hal 136

20 James E. Grunig dan Larissa A. Grunig. (1992). "Models of Public Relations and

inilah, model menjadi penting, dan merumuskan model menjadi pekerjaan yang berguna bagi pengembangan wacana akademis serta peningkatan kemampuan profesional praktisi.

Menurut Agus Salim, model mempunyai derajat yang lebih rendah dibandingkan dengan teori.²¹ Menurutnya, perbedaan model dengan teori terletak pada nilai informasi yang berasal dari aras kemujaradannya. Suatu model dibentuk oleh seperangkat dalil rendahan berangkai, sedangkan teori dibentuk suatu sistem dalil-dalil beraras kemujaradan lebih tinggi.²² Di sini, konsep dan dalil-dalil yang berada di aras kemujaradan yang relatif lebih tinggi memiliki informasi yang luas dan tidak terikat ruang dan waktu. Sebaliknya, konsep dan dalil yang berada di aras kemujaradan lebih rendah memiliki informasi yang relatif terikat oleh ruang dan waktu. Model merupakan rangkaian terpadu dalil-dalil rendahan sehingga memiliki suatu makna, sedangkan teori adalah rangkaian sistem dari dalil-dalil tengahan sehingga membentuk suatu makna.²³

Suatu model berisi pernyataan-pernyataan mengenai hubungan-hubungan konsep atau berbagai peubah yang tidak membutuhkan kandungan "*epistemic proposition*".²⁴ Menurut Salim, model mengandung logika-deduktif yang dibutuhkan dalam struktur bangunan teori karena merupakan alat dalam membangun teori. Dalam kaitan ini, model memerlukan kaidah-kaidah untuk dapat dijelaskan secara empiris, tetapi model juga memerlukan kaidah-kaidah untuk menyesuaikan diri dengan indikator empiris dari lapangan (*epistemic proposition*). Dengan demikian, menurut Salim, model menjadi unsur terakhir dalam membangun teori sebab ketika teori telah selesai dibangun maka model-model tersebut tidak lagi

Communication". Dalam James E. Grunig (ed.). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publisher, hal. 286.

21 Agus Salim. 2006. *Bangunan Teori: Metodologi Penelitian untuk Bidang Sosial, Psikologi, dan Pendidikan*, Yogyakarta: Tiara Wacana

22 Salim, *loc.cit.*, hal. 68

23 Salim, *loc.cit.*, hal. 69

24 Salim, *loc.cit.*, hal. 71

digunakan.²⁵

Studi ini berusaha merumuskan sebuah model ‘ideal’ bagi pendidikan literasi media di Indonesia. Untuk itu, dibutuhkan sebuah perangkat yang bisa digunakan untuk memberikan sebuah penilaian kekuatan dan kelemahan masing-masing model. Berdasarkan hasil analisis ini, lantas, bisa dirumuskan suatu model yang diharapkan bisa menjawab kebutuhan model pendidikan literasi media di Indonesia. Ada enam indikator yang akan digunakan untuk menilai model-model pendidikan literasi media yang ada, yakni dilihat dari sisi metode, relevansi, kontinuitas, tujuan-tujuan literasi media, aktor, dan keberlanjutan program (*sustainability*).

a. Metode

Metode (*method*) berasal dari bahasa Latin dan juga Yunani, *methodus*, yang berasal dari kata *meta* yang berarti sesudah atau di atas, dan kata *hodos*, yang berarti suatu jalan atau suatu cara.²⁶ Beberapa pengertian yang lain adalah sebagai berikut.

- Metode secara harfiah menggambarkan jalan atau cara suatu totalitas dicapai atau dibangun. Mendekati suatu bidang secara metadis berarti memahami atau memenuhinya sesuai dengan rencana, mengatur berbagai kepingan atau tahapan secara logis dan menghasilkan sebanyak mungkin hubungan.
- Metode dan sistem membentuk hakikat ilmu. Sistem bersangkutan dengan isi ilmu, sementara metode berkaitan dengan aspek formal. Lebih tepat, sistem berarti keseluruhan pengetahuan yang teratur atau totalitas isi dari ilmu.²⁷

Metode juga dapat didefinisikan sebagai *an established, habitual, logical, or prescribed practice or systematic process of achieving*

25 Salim, *ibid.*

26 Lorens Bagus. 2005. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

27 *Ibid.* Hlm. 635.

*certain ends with accuracy and efficiency, usually in an ordered sequence of fixed steps.*²⁸

Berdasarkan definisi tersebut, berikut ini karakter metode meliputi: *pertama*, metode merupakan sebuah aktivitas yang relatif mapan yang digunakan oleh suatu kelompok. *Kedua*, terkadang karena sudah terbiasa dan relatif mapan, metode merupakan aktivitas yang sudah menjadi kebiasaan dari suatu kelompok. *Ketiga*, metode yang telah mapan dan menjadi kebiasaan biasanya menjadi tindakan yang logis dan merupakan sebuah proses yang sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dengan akurasi dan efisiensi penggunaan sumber daya.

b. Relevansi

Kata relevan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti kait-mengait; bersangkutan-paut; atau berguna secara langsung. Definisi ini senada dengan pengertian kamus Merriam-Webster, yaitu *“relation to the matter at hand; practical and especially social applicability; the ability (as of an information retrieval system) to retrieve material that satisfies the needs of the user.”* Beberapa kata kunci untuk memahami makna relevansi, yaitu keterkaitan, kepraktisan (mudah dilakukan), dan memenuhi kebutuhan dari pengguna.

Asian Development Bank dengan meminjam konsep dari Organization for Economic Cooperation and Development’s Development Assistance Committee (OECD-DAC), memasukkan relevansi ke dalam empat kriteria evaluasi program, yaitu relevansi, efektivitas, *sustainability* (keberlanjutan), dan dampak. Dalam hal ini, OECD-DAC mendefinisikan relevansi sebagai *“the extent to which the aid activity is suited to the priorities and policies of the target group, recipient, and donor.”*²⁹ Dalam konteks riset gerakan literasi media ini, relevansi berkaitan dengan kesesuaian antara substansi materi yang

28 <http://www.businessdictionary.com/definition/method.html> diunduh tanggal 1 November 2012.

29 _____. 2011. *Guidelines for Knowledge Partnerships*. Mandaluyong City: Asian Development Bank.

diberikan dengan level pengetahuan, kebutuhan informasi, atau isu yang dihadapi oleh sasaran program.

c. Kontinuitas

Kontinuitas atau kesinambungan mengacu pada keberaturan berdasar kaidah tertentu. Kontinuitas pada hakikatnya menjaga agar suatu program tidak membingungkan dan tercapai sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Untuk mempertahankan kontinuitas, penting untuk menjaga arah program agar tetap berada di jalur yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Jadi, penting untuk memahami penetapan tujuan program sebelum menganalisis kontinuitas dari kegiatan-kegiatan yang mendukung program.

Kontinuitas memiliki ekstrem diskontinuitas pada ujung yang lain. Dalam pemahaman ini, terdapat asumsi bahwa keteraturan mengalami gangguan sehingga terjadi perbedaan atau lompatan dalam penahapan kaidah yang dijadikan acuan. Dalam kaitan dengan pelaksanaan program atau pemberian materi, kontinuitas merupakan prinsip kebertahapan sehingga level atas tidak menafikan atau mementahkan level di bawahnya. Diskontinuitas akan terjadi manakala terjadi gangguan dalam logika tahapan.

d. Tujuan Edukasi

Secara umum dan mendasar, tujuan edukasi merujuk pada Taksonomi Bloom yang dikembangkan oleh Benjamin Bloom pada tahun 1956. Bloom dalam taksonominya membagi tujuan sebuah penyelenggaraan pendidikan ke dalam tiga ranah, yaitu ranah kognisi (*cognitive domain*), ranah afeksi (*affective domain*), dan ranah psikomotor (*psychomotor domain*). Tiga ranah ini yang kemudian akan menentukan materi atau substansi pendidikan. Ranah kognisi (*cognitive domain*) meliputi pengetahuan (*knowledge*) dan pengembangan intelektualitas. Termasuk di dalamnya kemampuan mengenali dan mengingat konsep, pola-pola atau model, dan fakta

yang turut membangun dalam pengembangan intelektualitas seseorang. Pada ranah afeksi (*affective domain*), terkait erat dengan sikap seseorang baik secara emosional seperti perasaan, nilai, apresiasi, penerimaan, motivasi, maupun tindakan. Sementara, ranah psikomotor (*psychomotor domain*) bergerak pada wilayah *physical movement* atau lebih sederhananya pada tataran perilaku. Domain ini merupakan domain yang cukup sulit dicapai karena membutuhkan kecakapan, keterampilan, dan latihan yang terus-menerus.³⁰

Dalam pendidikan literasi media, tiga ranah tersebutlah yang kemudian menjadi rujukan dalam menetapkan tujuan tiap-tiap program literasi media. Sebagaimana disebutkan Art Silverblatt, hasil atau dampak (*outcome*) sebuah pendidikan literasi media seharusnya dapat mengembangkan kesadaran kritis, diskusi, pilihan yang kritis, dan aksi sosial.³¹ *Pertama*, kesadaran kritis (*critical awareness*), berkenaan dengan bagaimana seseorang menjadi memiliki pengetahuan tentang media (produksi, konsumsi, dan distribusi atau ekonomi politik media) dan menjadi waspada terhadap interaksi sehari-harinya dengan media termasuk pada pengaruh media. *Kedua*, diskusi adalah kunci dalam menginterpretasi pesan media di mana proses memaknai ini penting dalam mengembangkan perspektif kritis. Kegiatan diskusi seperti ini berada pada ranah afektif, di mana seseorang dapat menunjukkan sikapnya. Sementara pilihan kritis (*critical choice*) mengacu pada pilihan-pilihan personal khalayak terkait program acara di media atau pilihan akses informasi. *Terakhir*, aksi sosial (*social action*), yaitu tindakan atau perilaku yang dilakukan berdasarkan pengetahuan tentang literasi media, seperti mematikan televisi ketika program yang ditayangkan dianggap tidak sesuai, atau menulis surat pembaca pada surat kabar mengenai berita yang tidak etis, atau boikot terhadap program televisi tertentu, atau bahkan pada tataran menjadi aktivis penggerak literasi media.

Empat *outcomes* yang disebut Silverblatt di atas sebagai tujuan-

30 "Bloom's Taxonomy of Learning Domains: The Three Types of Learning", diunduh di situs <http://www.nwlink.com/~donclark/hrd/bloom.html> pada tanggal 28 September 2012.

31 Silverblatt. *Op. Cit.*. Hlm. 303 – 305.

tujuan yang seharusnya dicapai dalam pendidikan literasi media ini. Tujuan pertama dapat dikategorikan ke dalam ranah kognisi, ranah afeksi pada tujuan kedua, dan ranah psikomotor pada tujuan ketiga dan keempat. Meskipun demikian, perlu diberi catatan bahwa tiap-tiap tujuan tersebut, apakah termasuk pada domain kognitif atau afektif atau psikomotor, tidak dapat ditarik batas yang benar-benar jelas. Ketiga ranah tersebut pada praktiknya bisa sangat cair dan berkelindan.

e. Aktor

Aktor, dalam Teori Strukturasi, disebut dengan istilah *human agent*. Makna tersebut hampir sama dengan individu, aktor (agen) lebih merujuk pada watak individu yang aktif, yang memiliki tujuan dan alasan untuk setiap tindakannya dan mampu untuk memperinci tindakannya tersebut dengan detail.³²

Melihat aktor dalam konteks tindakan sosial tidak dapat dilepaskan dari konsep aktor dalam Teori Strukturasi. Menurut teori tersebut, setiap tindakan yang dilakukan oleh aktor berada dalam tiga tingkatan kesadaran, yaitu kesadaran diskursif (*discursive consciousness*), kesadaran praktis (*practical consciousness*), dan motif atau kognisi tak sadar (*unconscious motives/cognition*).³³

Kesadaran diskursif, yaitu apa yang mampu dikatakan atau diberi ekspresi verbal oleh para aktor tentang kondisi-kondisi sosial, khususnya tentang kondisi-kondisi dari tindakannya sendiri. Kesadaran praktis adalah apa yang aktor ketahui atau percayai tentang kondisi-kondisi sosial, khususnya kondisi-kondisi dari tindakannya sendiri, namun tidak bisa mengekspresikannya secara diskursif. Sementara motif atau kognisi tak sadar menjadi landasan bagi aktor dalam menjalankan rutinitasnya.

Ketiga tingkat kesadaran tersebut memengaruhi faktor perubahan dalam struktur. Kesadaran praktis yang dijalankan oleh

32 <http://galihga.blog.fisip.uns.ac.id/2011/12/> diunduh tanggal 28 September 2012.

33 Disarikan dari: <http://satrioarismunandar6.blogspot.com/2008/11/perubahan-struktur-menurut-teori.html> diunduh tanggal 28 September 2012.

aktor secara berulang-ulang, tidak melalui proses refleksif, dan tidak ada jarak antara aktor dengan struktur telah memperkuat tatanan struktur (order) dengan cara mengadopsi cara-cara mapan dan mempertahankan rutinitas. Sementara, perubahan (*change*) struktur bisa terjadi jika semakin banyak aktor yang mengadopsi kesadaran diskursif, yaitu ketika aktor berjarak dari struktur dan melakukan setiap tindakan dengan mencari makna/nilai dari setiap tindakan tersebut. Hasilnya bisa berupa tindakan yang menyimpang dari rutinitas atau kemapanan, dan praktis telah mengubah struktur tersebut. Pilihan agen, dengan demikian, akan sangat menentukan keberhasilan literasi media. Dalam hal ini, agen tidak semata-mata pada tingkatan kesadaran, tapi juga letaknya dalam struktur sosial karena letak akan menentukan akses perubahan sosial yang mungkin diciptakan.

f. *Sustainability* (Keberlanjutan)

Sustainability atau *berkelanjutan berkaitan dengan mengukur apakah manfaat dari suatu kegiatan mungkin akan berlanjut setelah pendanaan donor ditarik*. Dalam hal ini, keberlanjutan program atau proyek memerlukan kelanjutan lingkungan dan keuangan. Dalam kerangka *partnership*, keberlanjutan ini biasanya terdiri dari dua komponen, yakni kemungkinan bahwa capaian pengetahuan mitra akan dipertahankan, dan kedua kesinambungan pengetahuan kemitraan itu sendiri (ADB, 2011: 24).

Menurut Sheirer (2005), keberlanjutan hampir tidak pernah didefinisikan sebagai suatu konsep yang terpisah. Keberlanjutan acapkali didefinisikan dalam kerangka *life cycle* suatu program yang meliputi enam tahap, yakni inisiasi, pengembangan, implementasi, evaluasi, keberlanjutan atau ketakberlanjutan, dan terakhir persebaran atau diseminasi. Inisiatif merujuk pada suatu gagasan mengenai suatu program yang diterima sebagai suatu masalah penting. Gagasan ini kemudian berkembang ke dalam detail-detail, menyangkut komponen-komponen gagasan dan kemudian teruji.

Setelah gagasan berkembang ke dalam detail dan teruji, program kemudian dipraktikkan ke dalam target komunitas atau target organisasi. Setelah implementasi, kemudian dilakukan evaluasi. Evaluasi ini biasanya dilakukan guna mengukur kemajuan-kemajuan dan prestasi yang telah dicapai. Baru setelah itu, dilihat keberlanjutan sebuah program. Di sini, keberlanjutan dilihat sejauh apakah program atau prakarsa yang sudah dilakukan tetap dipertahankan setelah lembaga donor atau pendorong keluar dari program itu.³⁴

Perlu dicatat, meskipun tahap-tahap di atas tampaknya terpisah-pisah satu dengan lainnya, tapi sebenarnya tidak demikian. Masing-masing tahap bisa saling tumpah tindih, dan keberlanjutan sebuah program akan sangat ditentukan oleh tahap sebelumnya. Sebagai ilustrasi, suatu program mungkin tidak berlanjut karena suatu proses implementasi yang tidak lengkap.³⁵

Keberlanjutan juga bisa dianggap sebagai bagian dari “proses perubahan” yang lebih besar di mana serangkaian langkah-langkah tindakan membantu memperkuat infrastruktur sistem dan atribut inovatif yang pada gilirannya membantu menjamin keberlanjutan inisiatif. Proses ini bergantung pada infrastruktur organisasi yang fleksibel dan mau menerima perubahan.³⁶ Karakteristik ini memainkan peran yang sangat penting dalam kemampuan organisasi untuk melakukan penjangkauan yang efektif dan cerdas untuk mengamankan sumber daya tambahan yang akan memungkinkan dirinya untuk beradaptasi dan mempertahankan perubahan positif setelah dana awal telah berakhir.³⁷ Dibandingkan yang terdahulu, pemahaman *sustainability* yang kedua jelas lebih sulit karena berarti mensyaratkan adanya perubahan. Padahal, tidak setiap program memberikan perubahan pada organisasi dan komunitas. Seringkali terjadi, keberlanjutan sebatas pada pengetahuan dan bagaimana pengetahuan-pengetahuan itu dipertahankan.

34 <http://www.womenshealth.gov/publications/federal-reports/sustainabilityReview-060109.pdf>

35 *Ibid.*

36 Johnson, et.al., 2004, *ibid*

37 *Ibid*



BAB II

MODEL-MODEL GERAKAN LITERASI MEDIA DI INDONESIA: PENGALAMAN DARI LAPANGAN

A. Mencari Landasan Kritik yang Kuat: Pengalaman KIPPAS

Yayasan Kajian Informasi, Pendidikan dan Penerbitan Sumatera (KIPPAS) Medan, berpengalaman mengadakan kegiatan pendidikan, penelitian dan penerbitan, khususnya yang berhubungan dengan kebebasan pers sebagai bagian tidak terpisahkan dari hak asasi manusia (HAM) sejak didirikan pada tahun 1999. KIPPAS juga aktif mengadakan diskusi seputar isu-isu media dan jurnalisme dengan mengundang wartawan, akademisi dan masyarakat. Biasanya, KIPPAS melakukan kajian terlebih dulu, misalnya dengan analisis isi, sebelum mengadakan diskusi. Dengan begitu, kritik yang disampaikan kepada wartawan pada khususnya dan media pada umumnya memiliki landasan kuat.

Sebagai lembaga yang *concern* pada kebebasan pers dan hak asasi manusia, KIPPAS melakukan program “*Inhouse Training* Penguatan Penerapan Etika Jurnalistik dan Perspektif Jurnalisme Damai di Kalangan Pengelola *News Room* Surat Kabar Medan serta Pendidikan Melek Media di Kalangan Kelompok Masyarakat di Sumatera Utara.” Sebelumnya, pada 3 Februari 2009, sejumlah

wartawan SIB tergabung dalam massa aksi yang menuntut pembentukan Provinsi Tapanuli Utara (Protap). Aksi tersebut berakhir ricuh dan menyebabkan ketua DPRD Sumatera Utara, Drs. Aziz Angkat, meninggal dunia. Pada Senin, 9 Februari 2009 berikutnya, sejumlah mahasiswa berunjuk rasa di depan kantor harian *Sinar Indonesia Baru* (SIB). Massa aksi menamakan diri Koalisi Organisasi Mahasiswa dan Masyarakat Pemantau Tragedi Berdarah di Gedung DPRD Sumatra Utara. Diawali dengan konvoi kendaraan dan *long march*, massa aksi berorasi di depan kantor menuntut agar Dewan Pers menutup harian SIB karena dianggap sebagai media provokator dan ikut bertanggung jawab atas terjadinya insiden yang berujung pada meninggalnya ketua DPRD Sumatera Utara.³⁸ Desakan untuk menutup SIB juga datang dari lembaga legislatif setempat. Setelah melakukan rapat tertutup, anggota DPRD Sumatera Utara menyerukan kepada aparat kepolisian untuk membubarkan surat kabar *Sinar Indonesia Baru*.³⁹

Yayasan KIPPAS bekerja sama dengan LSPP Jakarta menemukan bahwa berita di SIB memang memiliki kecenderungan memihak kepada kelompok pendukung Protap. Ketua pembentukan Protap, GM Panggabean, adalah pemilik harian SIB sehingga menjadi tidak mengherankan jika beritanya mendukung Protap.

Secara umum, persaingan media cetak di Sumatera Utara termasuk ketat. Namun, ada 3 surat kabar yang dianggap sebagai tiga terbesar. Harian *Analisa* menjadi yang terbesar. Media ini dianggap mewakili kepentingan warga Tionghoa yang lebih banyak mengulas bidang ekonomi dan budaya Tionghoa. *Kedua*, *Sinar Indonesia Baru* yang identik dengan pembaca dari umat Kristiani dan bersuku Batak. *Ketiga*, harian *Waspada* yang cenderung menyuarakan kepentingan umat Islam. Namun, dari ketiganya, harian SIB dan *Waspada* yang lebih banyak melakukan pemberitaan dengan nuansa SARA.

38 "Demo di Kantor SIB Berakhir Rusuh." *Metro Pos*. Edisi Selasa, 10 Februari 2009. Hal. 8

39 "Kesimpulan Rapat DPRD SUMUT: Tangkap GM Panggabean dan Bubarkan SIB." *Metro Pos*. Edisi Selasa, 10 Februari 2009. Hal 8

Berangkat dari kondisi kehidupan pers yang berpotensi konflik tersebut, Janto bersama kawan-kawannya di KIPPAS, tak henti-hentinya mengingatkan pekerja jurnalistik di wilayah Sumatera Utara untuk senantiasa taat pada kode etik. Ini mereka lakukan melalui pemantauan media secara rutin. KIPPAS juga mengajak redaktur berdialog untuk menjalin komitmen bersama menegakkan kode etik jurnalistik dan jurnalisme damai. Selain itu, KIPPAS berupaya mendorong pemantauan media oleh publik melalui kelompok-kelompok masyarakat yang beragam.

Ada tujuh kelompok masyarakat dari enam kabupaten/kota yang dilibatkan memonitor media, yakni Badan Perjuangan Rakyat Penunggu Indonesia (BPRPI) Langkat, Himpunan Serikat Perempuan Indonesia (Hapsari) Deli Serdang, Kelompok Studi dan Pengembangan Prakarsa Masyarakat (KSPPM) Tapanuli Utara, *Community Based Rehabilitation (CBR) Foundation* dan Sukarelawan Perjuangan Rakyat Untuk Pembebasan Tanah Air (Spartan) Pematang Siantar, Pesada Dairi dan Lembaga Study Kebijakan dan Advokasi (Elsaka) Labuhan Batu.

1. Rangkaian Program

Terdapat dua program dengan sasaran yang berbeda. *Pertama*, program *In-House Training* Penguatan Penerapan Etika Jurnalistik dan Perspektif Jurnalisme Damai dengan sasaran pengelola *newsroom* surat kabar. Kedua, Pendidikan Melek Media di Kalangan Kelompok Masyarakat di Sumatra Utara dengan sasaran perwakilan dari kelompok-kelompok masyarakat. Dengan demikian, KIPPAS melakukan dua kegiatan berbeda sekaligus, yakni *media watch* dan literasi media.

Oleh karena program yang dijalankan KIPPAS mempunyai dua kelompok sasaran, yaitu pengelola *newsroom* dan kelompok masyarakat, maka pendekatan keduanya tentu memiliki tujuan spesifik yang berbeda. Meskipun terdapat dua kegiatan yang berbeda dalam program yang dilakukan, KIPPAS menempatkan keduanya sebagai satu kesatuan. Dalam arti, penyadaran literasi media tidak

hanya diberikan kepada publik, tapi juga kepada pekerja media itu sendiri.

“Kita bikin dua (kegiatan), *in house training* untuk penguatan etika jurnalistik media dan literasi media untuk publik dalam satu paket. Kita sebenarnya juga *pengen* medianya kita perkuat, artinya jangan sampai kita dapat protes dari masyarakat. (Di sisi lain) kadang datang kontrol dari masyarakat tapi mereka (media) juga tidak melakukan koreksi,” ujar Janto selaku direktur KIPPAS.

a. Inhouse Training

Tujuan yang hendak dicapai program ini adalah meningkatnya kesadaran pengelola surat kabar di Medan untuk menerapkan etika jurnalistik serta perspektif jurnalisme damai dalam kebijakan pemberitaan isu konflik. Untuk tujuan tersebut, KIPPAS melakukan pendekatan kepada media massa. Sasaran yang dirasa tepat adalah pengelola *newsroom*. Oleh pengelola *newsroom*, kebijakan pemberitaan media dirapatkan lalu diputuskan. Mereka inilah yang merancang agenda pemberitaan. Dengan memperkuat komitmen redaktur pada kode etik jurnalistik, diharapkan kualitas media semakin meningkat. Setidaknya, berita di media massa tidak memperkeruh suasana sosial politik di Sumatera Utara yang pada saat itu sedang panas. Kegiatan ini dilakukan di dua surat kabar lokal, yaitu *Sinar Indonesia Baru* dan *Sumut Pos*.

Meskipun kegiatan ini berupa *in-house training* redaktur surat kabar, tapi dalam realisasinya kegiatan tersebut bukan sebuah pelatihan intensif. Praktiknya, kegiatan tersebut berupa ceramah dan tanya jawab pengelola *newsroom* dengan pembicara dari tokoh pers nasional. Salah satu pembicaranya adalah Ashadi Siregar selaku direktur LP3Y yang juga pernah menjabat sebagai *ombudsman* harian *Kompas*. Acara berlangsung selama kurang lebih 2 jam di kantor redaksi *Waspada* dan *Sumut Pos*.

b. *Workshop Monitoring Media*

Untuk kelompok masyarakat, tujuan yang diharapkan adalah meningkatkan kesadaran kelompok-kelompok masyarakat di lima kabupaten/kota di Provinsi Sumatera Utara untuk melakukan pengawasan terhadap media massa dan menyampaikan temuannya. KIPPAS juga berharap kelompok masyarakat yang menjadi sasaran program untuk bisa menggunakan mekanisme jurnalistik dalam praktik kerja kelompok, seperti membuat *press release*, menggunakan hak jawab, dan hak koreksi kepada media massa yang melakukan kekeliruan dalam pemberitaan. Ini dilakukan Janto dengan meyakinkan kawan-kawannya sesama pegiat LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) dari berbagai kota/kabupaten di Sumatera Utara untuk terlibat dalam program literasi media.

“Kita hubungi LSM masing-masing yang punya kelompok dampingan, menawarkan bahwa kami punya program tentang literasi media yang bertujuan tidak saja memperkenalkan literasi media tapi juga supaya bisa menjadi konsumen yang kritis. Konteksnya adalah karena memang kita (LSM) butuh media. Saya berikan pemahaman bahwa kita butuh media sebagai alat untuk advokasi, tetapi kita juga jangan sampai diributkan dengan pemberitaan media.”

Masing-masing LSM mengirimkan anggotanya untuk mengikuti rangkaian program pendidikan melek media. Pendidikan melek media kepada kelompok masyarakat dilakukan dalam beberapa tahap mulai dari *workshop monitoring media*, *monitoring pemberitaan*, *mentoring* kelompok, seminar publik, dan publikasi hasil *monitoring*. Pada tahap awal, peserta diberikan bekal pengetahuan maupun praktik pemantauan media melalui *workshop monitoring media* bagi kelompok masyarakat. *Workshop* tersebut diadakan dalam tiga angkatan dengan masing-masing kurang lebih selama 3 hari. Materi yang diberikan meliputi: (1)

bentuk-bentuk pengawasan terhadap media massa; (2) jenis-jenis metode *monitoring* pemberitaan, (3) pengenalan Kode Etik Jurnalistik, Hukum Pers, dan mekanisme menyampaikan keluhan, (4) praktik mengidentifikasi pelanggaran kode etik, hokum, dan kesalahan teknis pemberitaan, (5) mengenal dan menulis hak jawab, koreksi dan siaran pers.

c. *Monitoring* Pemberitaan

Untuk keperluan pemantauan, KIPPAS memfasilitasi masing-masing kelompok untuk berlangganan koran selama 6 bulan.⁴⁰ Pemilihan koran yang dilanggan disesuaikan dengan karakteristik daerah masing-masing, yaitu koran yang dianggap cukup banyak dibaca oleh masyarakat setempat. Selama 6 bulan itu, masing-masing kelompok diharapkan melaporkan temuan-temuan mereka secara rutin.

Fokus *monitoring* pemberitaan ini adalah pada kesalahan pemberitaan yang tak sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Kesalahan pemberitaan itu bisa berupa pencampuran fakta dan opini, tidak melakukan verifikasi, menyebutkan identitas anak korban kejahatan susila, mencantumkan foto secara sembarangan dan pemberitaan sadisme, judul dan isi berita yang tak sesuai, serta penyebutan identitas pelaku kejahatan yang belum berkekuatan hukum tetap.

Monitoring pemberitaan dilakukan tidak hanya oleh kelompok masyarakat yang telah mendapatkan bekal di *workshop*, tetapi juga para peneliti (analisis media) KIPPAS. Namun, untuk pelaporan hasil *monitoring* media oleh kelompok masyarakat, ternyata kurang berhasil. Tidak banyak peserta *workshop* yang secara rutin mengirimkan hasil pantauannya. Kalaupun ada, hasil pelaporan mereka banyak yang belum memenuhi kelayakan untuk dipublikasikan. Dari sekian kelompok masyarakat sasaran, serikat perempuan HAPSARI

40 *Medan Bisnis*, 6 Agustus 2009

dari Deliserdang termasuk kelompok yang aktif mengirimkan pantauan.

d. Mentoring Kelompok-Kelompok Masyarakat Sadar Media

Mentoring dilakukan untuk memastikan kegiatan monitoring pemberitaan oleh kelompok masyarakat berjalan sesuai harapan. Selain itu, juga untuk mengetahui perkembangan program di masing-masing kelompok. Kegiatan mentoring dilakukan oleh seorang analis media KIPPAS sekali di masing-masing kelompok dengan cara mendatangi mereka. Dengan cara ini, koordinasi berlangsung secara terpusat ke KIPPAS. Konsekuensinya, jejaring kelompok masyarakat pemantau media menjadi tergantung pada koordinasi dari KIPPAS.

e. Sosialisasi Hasil Pemantauan Pemberitaan Media oleh Kelompok Masyarakat

Kegiatan ini berlangsung pada bulan Oktober 2009 di Hotel Garuda Plaza Medan dengan mengundang berbagai *stakeholder* seperti regulator media, akademisi, kelompok masyarakat, dan pengelola surat kabar, terutama yang medianya dijadikan objek pemantauan. Dalam sosialisasi ini dipaparkan hasil monitoring 5 surat kabar (Harian *Analisa*, *Waspada*, *SIB*, *Medan Bisnis*, dan *Sumut Pos*). Hadir pula anggota Dewan Pers, Abdullah Alamudi, sebagai salah satu pembahas dengan topik pelanggaran kode etik jurnalistik.

f. Penerbitan *Newsletter*

Sebagai bentuk lain diseminasi hasil monitoring pemberitaan ataupun kajian terhadap isu media, KIPPAS menerbitkan *newsletter* bernama *Jurnal KUPAS*. *Jurnal KUPAS* adalah media berkala yang diterbitkan per 3 bulan sebagai *output media watch* yang dilakukan oleh Yayasan KIPPAS. Dari

sisi isi, *Jurnal KUPAS* memuat hasil pemberitaan surat kabar di Medan, artikel tentang isu-isu media kontemporer, resensi buku, maupun laporan kegiatan. Sebenarnya, jurnal ini sudah terbit sebelum program yang didanai TIFA ini berjalan.

2. Manfaat Program

Kegiatan yang dilakukan KIPPAS sebagaimana bisa dilihat tahap demi tahap lebih kuat ke *media watch*. Program literasi media untuk masyarakat—dalam hal ini LSM—juga lebih kuat untuk mendidik kelompok-kelompok masyarakat untuk melakukan kontrol atas media dengan instrumen dan metode yang sudah diajarkan. Oleh karena itu, ukuran-ukuran yang digunakan karenanya adalah ukuran berhasil tidaknya suatu program *media watch*.

Secara keseluruhan, program yang dilakukan KIPPAS belum bisa dikatakan berhasil. Secara formal, kegiatan-kegiatan yang direncanakan dapat terlaksana dengan baik. Namun, dimensi-dimensi lain masih mengandung banyak kelemahan.

- a. Intervensi kepada pengelola *newsroom* tentang penerapan kode etik jurnalistik.

Program ini sebenarnya hanya bersifat peneguhan. Sebagai wartawan senior, pengelola *newsroom* tentu saja sudah diajarkan mengenai kode etik jurnalistik, terutama ketika mereka mengawali karir. Hal ini diakui oleh Trully, mantan wartawan *Sumut Pos* yang kini menjadi redaktur di *Tribun Medan*. “Kita sudah diajarkan soal (kode etik jurnalistik) itu, cuma waktu ikut dari KIPPAS lebih ke penekanan soal itu,” ujarnya.

Ketika ditanya adakah kemungkinan bagi pihak luar media, katakanlah KIPPAS, untuk mengajak para redaktur media di Medan untuk menjalin komitmen bersama dalam penegakan etika jurnalistik, Trully optimis bisa terlaksana. Hal ini penting untuk ditanyakan mengingat persaingan surat kabar di Medan sangat ketat dan berpotensi konflik. Namun, Trully mensyaratkan

adanya strategi yang tepat. Misalnya, dengan memilih orang-orang yang tepat. Menurutnya, intinya jangan cari yang tua karena sudah susah dan tidak bisa diandalkan lagi. Dalam hal ini, yang dimaksud adalah wartawan senior karena mereka sudah ‘terbentuk’, baik secara ideologi maupun praksis melalui pengalaman selama ini. Kelemahan ini sebenarnya juga sudah disadari KIPPAS. Janto mengemukakan, “Cuma kami sadar kalau media tidak akan mungkin total bisa berubah semua. Artinya, kalau (kami adakan program ini) tiba-tiba kebijakan redaksinya menjadi seperti ini.” Alih-alih mengintervensi *newsroom*, Janto berpendapat bahwa yang paling mungkin dilakukan adalah ‘menanam’ wartawan, yaitu dengan melibatkan wartawan junior dalam kegiatan-kegiatan KIPPAS sehingga ketika karier mereka naik bisa menjadi kawan yang secara ideologis sama.

b. Kemajuan di Masyarakat

Ketika penelitian ini dilakukan, *Tribun* diadakan oleh Universitas Negeri Medan karena menulis jual beli kursi program mandiri. Karena tulisan itu, universitas meminta hak jawab. Namun sayangnya, mekanisme hak jawabnya salah, yaitu ditujukan ke Dewan Pers. Padahal, seharusnya ditujukan ke media yang bersangkutan, Dewan Pers hanya tembusan. Akibatnya, *Tribun* akan dituntut ke polisi. Namun, setelah diminta melakukan revisi agar hak jawab ditujukan kepada media yang bersangkutan maka laporan ke polisi tidak jadi dilakukan. Kesadaran publik untuk menggunakan mekanisme hak jawab ini merupakan kemajuan tersendiri mengingat kondisi sosial di Medan yang sarat konflik sebagaimana dulu terjadi pada insiden Protap. Meskipun perlu diberi catatan bahwa tidak ada bukti empiris dan hubungan langsung antara kegiatan-kegiatan yang dilakukan KIPPAS dengan meningkatnya kesadaran publik tersebut. “Saya sendiri juga tidak tahu apa karena sudah ada kesadaran dari masyarakat atau mungkin ada pelatihan yang

diberikan ke masyarakat. Mungkin diberikan pelatihan oleh KIPPAS misalnya. Namun, yang jelas sekarang sudah jarang main serang kayak dulu lagi,” Trully menambahkan.

Di sisi lain, manfaat secara spesifik kepada peserta dari kelompok-kelompok masyarakat tidak banyak yang bisa dikonfirmasi. Ada beberapa kendala seperti susah akses secara geografis, juga keterbatasan waktu. Ira Wardani menjadi satu-satunya peserta *workshop* dari serikat perempuan HAPSARI yang berhasil diwawancarai. Sesuai pengakuannya, Ira merasakan program pendidikan melek media yang diberikan KIPPAS bermanfaat bagi pekerjaan sehari-harinya sebagai penyiar radio komunitas HAPSARI-FM. “Sebenarnya, ada kecocokannya karena radio (kami) juga sebuah media informasi. Paling tidak ketika kami mengambil materi dari surat kabar, kami bisa memilih informasi yang fakta dan memang ada manfaatnya bagi kami.” Meskipun dari sisi kelembagaan, menurut Ira, materi yang lebih dibutuhkan adalah *media relations*, yaitu bagaimana seharusnya pola komunikasi NGO dengan wartawan dan media secara umum.

3. Kendala

Dari pengalaman program KIPPAS tersebut, ada beberapa catatan mengenai kendala program. *Pertama*, pemantauan media oleh kelompok masyarakat terhenti setelah program selesai. Hal ini disebabkan dua hal. *Pertama*, langganannya surat kabar yang juga berhenti seiring selesainya program. *Kedua*, kelompok masyarakat tidak menemukan manfaat langsung kegiatan pemantauan media terhadap apa yang mereka perjuangkan. Hal ini disinyalir karena dalam praktik pemantauan program hanya fokus pada pelanggaran kode etik dan hukum. Sebagaimana dijelaskan Janto, “Ini hanya untuk pelanggaran kode etik dan pelanggaran hukum. Temanya sangat beragam, melihat beritanya seperti apa.” Mungkin akan berbeda hasilnya jika dalam praktik pemantauan media disesuaikan

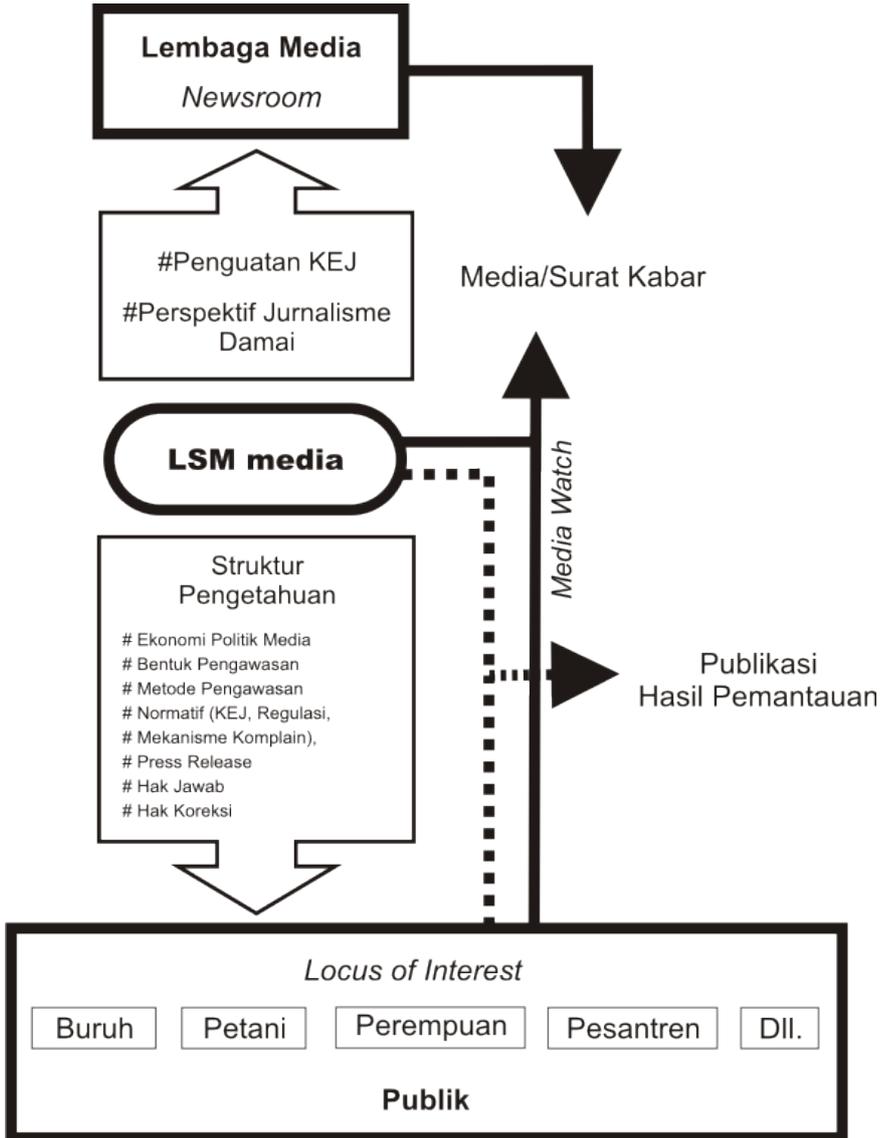
dengan isu-isu yang dikerjakan oleh masing-masing kelompok masyarakat. Misalnya, HAPSARI yang fokus pada isu perempuan diajari bagaimana melakukan pemantauan terhadap isu-isu perempuan di media massa.

Kedua, koordinasi antarkelompok masyarakat yang lemah. Selama ini, KIPPAS berpengalaman dalam melakukan *monitoring* pemberitaan, tetapi lemah dalam advokasi masyarakat. Sebagaimana diakui oleh direktur KIPPAS, “Kalau boleh jujur, kita sebenarnya lemah dalam pendampingan. Karena saya akui program ini juga sangat singkat, literasinya hanya enam bulan. Satu bulan untuk persiapan pelatihan. Saya pikir kita juga lemah dalam (komitmen) kelompok untuk konsisten.”

Ketiga, kegiatan *in-house training* untuk pengelola *newsroom* relatif sepi antusias dari manajemen media-media di Medan. Dari lima surat kabar terbesar di Medan, hanya *Sumut Pos* dan *Waspada* yang menyambut baik kegiatan tersebut. Tentu saja, sepi ini bisa jadi disebabkan oleh terbatasnya waktu para pengelola *newsroom*. Mungkin pula, disebabkan kurangnya komitmen pengelola media untuk mematuhi kode etik jurnalistik.

Gambar 2

Model Program Pendidikan Melek Media oleh KIPPAS



B. Mendongeng Televisi: Pengalaman Yayasan Sahabat Cahaya (Jakarta)

Yayasan Sahabat Cahaya digerakkan oleh sekelompok individu yang berawal dari organisasi pemuda Masjid Al Azhar, Jakarta. Keterlibatannya dalam berbagai kegiatan mendekatkan masing-masing individu ke dalam berbagai isu, seperti isu sosial, politik, ekonomi, serta media. Salah satu kegiatan yang pernah mereka gagas adalah *Seminar tentang Literasi Media Massa* bekerja sama dengan Lembaga Ramah Keluarga (Marka). Interaksi dengan media, dan secara khusus dengan literasi media, tersebut berlanjut dalam ranah personal.

Seiring hal tersebut, Yayasan Sahabat Cahaya yang semula berdiri sebagai komunitas belajar dan kreativitas bagi anak dan remaja mengerucut ke arah pendidikan yang berwujud dalam *playgroup*, TK, dan *Sains Club*. Dalam ketiga tingkatan pendidikan tersebut, Yayasan Sahabat Cahaya mengangkat metode yang *fun* dengan bereksperimen, mendongeng, dan bernyanyi. Secara khusus, Yayasan Sahabat Cahaya tidak bergerak di wilayah literasi media.

Selama perjalanannya dalam *playgroup*, TK, dan *Sains Club* tersebut, Yayasan Sahabat Cahaya menemui beragam persoalan terkait dengan media. Selain yang ditemui secara langsung dalam perilaku anak didik, hal tersebut ditegaskan pula oleh para orang tua dalam forum *parenting* yang dilaksanakan secara rutin oleh Yayasan Sahabat Cahaya. Inilah yang kemudian mendorong Yayasan Sahabat Cahaya untuk menjalankan berbagai kegiatan yang terkait dengan literasi media. Beberapa di antaranya adalah *Identifikasi Masalah Media* dan *Sehat Mengonsumsi Media* yang masuk dalam program *Parenting* untuk orang tua murid di Sahabat Kecil Preschool dan juga terlibat menjadi narasumber dalam *Sosialisasi Cara Sehat Mengonsumsi Media* di SD IT Al Hikmah.

1. Memaknai Literasi Media

Persoalan media yang dijumpai oleh Yayasan Sahabat Cahaya melalui anak-anak didiknya mengarahkan lembaga ini kepada

seperangkat pemahaman atas literasi media. Yayasan Sahabat Cahaya memahami literasi media sebagai sebuah alat untuk mendorong sikap kritis anak terhadap media. Sikap kritis ini dapat dilihat dalam dua ranah, yaitu kemampuan anak untuk mengekspresikan opini mereka tentang media dan kemampuan anak untuk memilih media terbaik sesuai kebutuhan anak. Dalam pemahaman literasi media yang demikian, program *Penyadaran Masyarakat Kritis Bermedia melalui Komik dan Dongeng* dilaksanakan.

2. Literasi Media untuk Anak

Berdasarkan pengalaman, baik yang bersifat kelembagaan maupun individu, serta pemahaman akan literasi media tersebut Yayasan Sahabat Cahaya merumuskan sebuah program literasi media bertajuk *Penyadaran Masyarakat Kritis Bermedia melalui Komik dan Dongeng*. Program ini dirancang dalam serangkaian kegiatan yang bermula dari pembekalan para sukarelawan sebelum terjun ke lapangan hingga presentasi temuan-temuan lapangan berkaitan dengan dampak media ke praktisi media. Program ini berjalan selama 4 bulan, yaitu antara bulan Mei hingga September 2010 dengan melibatkan berbagai kalangan, mulai dari peneliti media, psikolog anak, hingga praktisi media.

a. Anak-anak sebagai Konsumen Media

Dalam program *Penyadaran Masyarakat Kritis Bermedia melalui Komik dan Dongeng* ini Yayasan Sahabat Cahaya memilih anak-anak sebagai sasaran program literasi medianya. Anak-anak yang dipilih oleh Yayasan Sahabat Cahaya merupakan anak-anak dengan usia 10 – 12 tahun atau sejajar dengan tingkat pendidikan kelas 3 – 6 Sekolah Dasar. Anak-anak ini dipilih dari beragam latar belakang sosial seperti rumah yatim piatu, rumah singgah, dan berbagai sanggar seni serta dari beragam latar belakang lingkungan pendidikan yang meliputi ragam status kepemilikan sekolah (negeri – swasta) dan status ekonomi orang tua murid (rendah, menengah, atas). Seluruhnya dipilih dalam

pertimbangan keragaman wilayah yang meliputi Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Jakarta Barat, dan Jakarta Pusat. Anak-anak inilah yang akan diperkenalkan dengan sikap kritis terhadap media melalui 2 kegiatan utamanya, yaitu kegiatan penelitian dan sosialisasi dongeng dan komik literasi media.

Kegiatan penelitian dilaksanakan oleh para sukarelawan yang sebelumnya telah dibekali dengan pengetahuan akan media dan anak. Kegiatan penelitian ini dilakukan guna mencari tahu opini anak perihal media penyiaran yang akan digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi literasi media yang hendak disampaikan. Secara spesifik, penelitian ini mencari tahu mengenai pola menonton televisi pada anak. Kegiatan ini memilih 10 anak per lembaga pada sekitar 12 lembaga (9 Sekolah Dasar dan 3 sanggar seni dan panti asuhan) di wilayah Jakarta. Dalam prosesnya, kegiatan ini mendorong sikap kritis anak dengan menggali kemampuan anak untuk mengekspresikan opini mereka tentang media.

Kegiatan sosialisasi dongeng dan komik literasi media yang melibatkan anak-anak secara langsung sebagai penonton memberikan kemampuan sikap kritis yang kedua, yaitu kemampuan anak untuk memilih media sesuai dengan kebutuhannya. Proses ini dilakukan dengan memberikan pengetahuan kepada anak mengenai media yang layak mereka konsumsi. Kegiatan ini dijalankan di 2 Sekolah Dasar dan 2 pusat perbelanjaan (mall), yang secara khusus juga mengundang beberapa siswa Sekolah Dasar, di wilayah Jakarta.

b. Dongeng dan Komik

Aktivitas Yayasan Sahabat Cahaya di dalam dunia pendidikan anak-anak mendorong Yayasan Sahabat Cahaya untuk menemukan metode yang tepat dalam bertutur kepada anak-anak didik. Sanggar dongeng (serta berbagai bentuk pelatihan dongeng untuk murid maupun masyarakat umum)

serta pelatihan membuat komik yang telah dijalankan oleh Yayasan Sahabat Cahaya di berbagai sekolah mengarahkan Yayasan Sahabat Cahaya untuk memilih dongeng dan komik sebagai media penyampai pesan dalam program literasi media ini. Bukan semata lantaran efektivitas yang mampu dijangkau melalui kedua media ini, tetapi juga persoalan sumber daya yang memungkinkan terlaksananya program *Penyadaran Masyarakat Kritis Bermedia melalui Komik dan Dongeng* ini.

Semula, dongeng dan komik bertutur seputar moral. Namun, dalam program *Penyadaran Masyarakat Kritis Bermedia melalui Komik dan Dongeng* ini, dongeng dan komik bertutur mengenai media. Khusus dalam pertunjukan dongeng, Yayasan Sahabat Cahaya memadukan cerita dengan nyanyian dan eksperimen seputar sains. Secara singkat, Warsa Tarsono (Direktur Program) mengemukakan perihal dongeng yang dipertunjukkan dalam program tersebut sebagai berikut.

“Dongeng kami itu dongeng teatrikal. Lebih ke teater, sebenarnya. Jadi, ada 4 hingga 5 pemain. Kalau bercerita tentang media literasi, ada yang berperan sebagai TV, anak-anak yang suka menonton TV, ada yang berperan sebagai remote, dan sebagainya. Jadi, kostumnya juga mengikuti, misalnya saja seperti remote.”⁴¹

Cerita dongeng tersebut dinikmati oleh anak-anak (khusus di 2 Sekolah Dasar dan 2 mall di Jakarta) pada kegiatan Distribusi Komik dan *Roadshow* Dongeng tentang Kritis Bermedia. Kegiatan ini diawali dengan serangkaian kegiatan yang meliputi *Workshop* Fasilitator Penelitian, Penelitian Anak tentang Media ke Komunitas Anak dan Sekolah, Analisis dan Perumusan Hasil Penelitian, serta Penyusunan Komik dan Naskah Dongeng tentang Kritis Bermedia. Setelah melakukan Distribusi Komik dan *Roadshow* Dongeng tentang Kritis Bermedia ke anak-anak di (dua) Sekolah Dasar dan masyarakat umum di (dua) mall,

41 Warsa Tarsono, Wawancara 05 September 2012

kegiatan ini diakhiri dengan Editor *Roundable Discussion* ke Stasiun TV.

c. *Workshop* Fasilitator Penelitian

Kegiatan *Workshop* Fasilitator Penelitian ini dilakukan untuk memberikan bekal kepada seluruh relawan yang hendak melakukan kegiatan Penelitian Anak tentang Media ke Komunitas Anak dan Sekolah. Kegiatan ini memberikan pengetahuan kepada para relawan mengenai media dan anak beserta seluruh persoalannya. Dalam prosesnya, Yayasan Sahabat Cahaya melibatkan berbagai pihak sebagai narasumber. Beberapa di antaranya adalah para orang tua, guru, akademisi, praktisi media televisi, dan juga psikolog.

Guru-guru dihadirkan dalam kegiatan ini untuk memberikan wacana kepada para relawan mengenai berbagai persoalan anak terkait dengan media, sedangkan akademisi berbicara seputar literasi media. Komisi Penyiaran Indonesia turut hadir untuk memberikan bekal mengenai berbagai peraturan penyiaran yang seharusnya ditaati oleh para praktisi media. Praktisi media, khususnya pekerja televisi, pun diberi ruang dalam kegiatan ini untuk membagikan pengetahuannya mengenai cara kerja media (televisi), terutama relasi antara divisi program dan iklan. Tidak ketinggalan, psikolog juga dihadirkan dalam kegiatan ini untuk mengupas seputar dunia anak, tentu saja dalam keterkaitannya dengan media seperti bagaimana anak merespon informasi.

Seluruh informasi yang diperoleh dalam kegiatan ini akan dikerucutkan ke dalam pertanyaan-pertanyaan yang digunakan sebagai panduan dalam kegiatan Penelitian Anak tentang Media ke Komunitas dan Sekolah. Terdapat 10 pertanyaan yang berhasil dirumuskan dalam kegiatan ini. Secara garis besar, pertanyaan-pertanyaan tersebut mengarah pada pertanyaan utama mengenai pola anak dalam menonton televisi. Seperti berapa jam anak menonton televisi, apa yang anak tonton (mulai dari

jenis tontonan, alasan pemilihan program, hingga faktor-faktor yang menarik minat anak), serta bagaimana interaksi anak dengan orang tuanya ketika menonton suatu program (apakah terjadi dialog—mengingatkan, melarang, atau menganjurkan—, menemani saja, atau membiarkan).

d. Penelitian Anak tentang Media ke Komunitas Anak dan Sekolah

Kegiatan Penelitian Anak tentang Media ini bertujuan untuk mengetahui opini anak tentang media, terutama yang berkaitan dengan pola anak dalam menonton televisi. Kegiatan ini dijalankan dengan mengacu pada pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya. Kegiatan penelitian ini dijalankan oleh para relawan kepada 120 anak dari 12 lembaga di Jakarta.

Proses penjarangan opini anak ini, secara langsung, telah mendorong sikap kritis anak untuk mampu mengekspresikan pendapatnya mengenai media. Seluruh opini yang terkumpul dalam kegiatan ini akan dianalisis dan dirumuskan pada kegiatan selanjutnya, yaitu kegiatan Analisis dan Perumusan Hasil Penelitian.

e. Analisis dan Perumusan Hasil Penelitian

Kegiatan Penelitian Anak tentang Media ke Komunitas Anak dan Sekolah menysisakan setumpuk data mengenai opini anak perihal pola menonton televisi. Dalam kegiatan ini, data-data yang telah terkumpul tersebut dianalisis oleh tim analis yang terdiri dari para narasumber *Workshop* Fasilitator Penelitian.

Proses analisis data tersebut dimulai dari kategorisasi (pengelompokan) atas data-data yang ada kemudian dipersentasekan ke dalam angka untuk menemukan jawaban mayoritas anak pada tiap kategori. Suara mayoritas dari

berbagai kategori inilah yang kemudian digunakan oleh tim analisis untuk merumuskan hasil penelitian mengenai pola anak dalam menonton televisi. Hasilnya, tim analisis menemukan adanya pola anak yang tidak baik dalam menonton televisi dan tidak adanya pengetahuan mengenai klasifikasi program siaran berdasarkan usia. Oleh karenanya, tim analisis merekomendasikan bagi program *Penyadaran Masyarakat Kritis Bermedia melalui Komik dan Dongeng* ini untuk mampu merumuskan pola menonton televisi cerdas bagi anak dan mengenalkan klasifikasi program siaran berdasarkan usia kepada anak. Secara spesifik, akan dibahas pada kegiatan berikutnya: Penyusunan Komik dan Naskah Dongeng tentang Kritis Bermedia.

f. Penyusunan Komik dan Naskah Dongeng tentang Kritis Bermedia

Penyusunan Komik dan Naskah Dongeng tentang Kritis Bermedia ini dikerjakan oleh tim kreatif Yayasan Sahabat Cahaya. Tim kreatif ini bekerja berdasarkan rekomendasi dari para tim analisis yang berhasil merumuskan materi pokok yang harus termuat di dalam Komik dan Naskah Dongeng. Oleh karenanya, kegiatan Penyusunan Komik dan Naskah Dongeng ini akan bertitik tolak pada dua materi pokok rekomendasi tim analisis tersebut, yaitu pola menonton cerdas untuk anak dan klasifikasi program siaran berdasarkan usia.

Pola menonton televisi cerdas untuk anak, pada dasarnya, menekankan pada pembatasan aktivitas anak dalam menonton televisi. Faktor-faktor yang perlu dibatasi tersebut meliputi intensitas dan lingkungan (termasuk di dalamnya jarak pandang, ruang menonton, dan teman menonton). Klasifikasi program siaran berdasarkan usia lebih mengarah pada pembatasan tema tontonan bagi anak. Hal ini berangkat dari pemahaman bahwa tidak semua program acara televisi layak bagi anak. Klasifikasi program siaran berdasarkan usia tersebut meliputi:

- Klasifikasi P: siaran untuk anak-anak usia Pra-Sekolah, yakni khalayak berusia 2 - 6 tahun;
- Klasifikasi A: siaran untuk Anak-anak, yakni khalayak berusia 7 - 12 tahun;
- Klasifikasi R: siaran untuk Remaja, yakni khalayak berusia 13 - 17 tahun;
- Klasifikasi D: siaran untuk Dewasa, yakni khalayak di atas 18 tahun; dan
- Klasifikasi SU: siaran untuk Semua Umur, yakni khalayak di atas 2 tahun.

Selain klasifikasi program acara berdasarkan usia, Komik dan Naskah Dongeng ini juga memuat pembatasan tema tontonan dilihat dari aspek cerita. Pembatasan ini disampaikan secara visual melalui berbagai adegan yang diambil dari suatu program acara televisi yang kemudian ditunjukkan program seperti apa yang boleh dan tidak untuk dikonsumsi. Misalnya, visualisasi adegan perkelahian sebagai contoh tontonan yang tidak boleh dikonsumsi.

Komik Kritis Bermedia yang kemudian diproduksi bercerita mengenai hal berikut.

“...enam orang sahabat dengan karakter yang berbeda-beda. Ada anak yang suka menonton televisi, ada yang nggak suka. Anak yang suka menonton televisi berpengaruh terhadap prestasi di sekolah karena di sekolah ia sering mengantuk, jam belajarnya jadi terganggu, jadi malas. Di tengah-tengah cerita ditampilkan teman-teman yang mengingatkan perilaku menonton televisi anak tersebut. Di akhir cerita, mereka memberikan pesan-pesan tentang menonton program televisi yang sesuai dengan usia mereka.”⁴²

Cerita dalam komik tersebut menyisipkan pesan-pesan

42 ibid

tentang pola menonton televisi secara cerdas. Secara spesifik, pesan-pesan tersebut adalah sebagai berikut.

- Jarak menonton televisi yang tidak boleh terlalu dekat, minimal 5 kali diagonal televisi;
- Mata sejajar dengan televisi;
- Ruangan menonton harus cukup terang;
- Menonton di ruang keluarga;
- Menonton tidak boleh lebih dari 2 jam;
- Aktif bertanya jika ada tayangan yang bermanfaat. Jika tidak ada tayangan yang bermanfaat, matikan atau tinggalkan;
- Tonton tayangan yang memiliki nilai-nilai persahabatan, mendorong prestasi, menginspirasi kebaikan;
- Tidak menonton tayangan yang mengandung muatan kekerasan, seks, mistik, melecehkan orang lain, tidak peduli dan menginspirasi keburukan.

Di sisi lain, dongeng Kritis Bermedia yang diberi judul *Berpetualang ke Negeri TV* bercerita tentang hal berikut.

“...seorang anak yang sangat gemar menonton televisi hingga dia bermimpi masuk ke dalam cerita yang dia tonton di televisi. Dalam mimpinya tersebut, anak itu bertemu dan berteman dengan tokoh-tokoh antagonis yang juga ada dalam televisi. Dongeng tersebut diakhiri dengan pertemuan sang anak yang gemar menonton televisi dengan tokoh protagonis yang dengan bijak memberikan nasihat-nasihat yang baik dalam berinteraksi dengan televisi.”⁴³

Titik tekan pembatasan bermedia yang dimasukkan ke dalam dongeng ini adalah waktu menonton anak yang harus diatur serta pendampingan orang tua ketika menonton, sedangkan pembatasan jenis tontonan anak, selain dipertunjukkan dalam

adegan cerita, secara khusus, juga disampaikan melalui lagu yang dinyanyikan di tengah-tengah pertunjukan dongeng tersebut yang berisi tentang klasifikasi tontonan berdasarkan usia. Lagu tersebut berjudul *Nonton TV Yuk*. Syairnya kurang lebih sebagai berikut.

“Nonton TV yuk..

TV ditonton yuk..

TV acaranya dipilih dipilah-pilah.

Nonton TV yuk!

TV ditonton yuk!

TV acaranya dipilih janganlah salah.

Nonton yang ini (logo D) tidak-tidaklah boleh!

Tidak tidak boleh nonton. Yang ini (logo R) hanya untuk kakak.

Nonton yang ini (logo BO) harus sama mama..Ditemani mama.

Nonton yang ini (logo A dan SU) boleh boleh saja.

g. Distribusi Komik dan *Roadshow* Dongeng tentang Kritis Bermedia

Komik dan Naskah Dongeng Kritis Bermedia ini didistribusikan secara massal kepada berbagai pihak, baik anak-anak maupun lembaga yang memiliki perhatian khusus kepada anak-anak. Komik Kritis Bermedia disebar ke lembaga-lembaga (Sekolah, Panti Asuhan, dan berbagai Sanggar Seni di Jakarta) yang menjadi subjek penelitiannya, berbagai Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang *concern* di bidang media ataupun anak, dan kepada masyarakat umum. Dongeng di-*roadshow*-kan ke dua Sekolah Dasar dan dua pusat perbelanjaan (mall). Salah satu sekolah yang didatangi oleh Dongeng Kritis Bermedia adalah SD Negeri Paseban 011 Jakarta. Di SD Negeri Paseban 011 Jakarta seluruh murid kelas 1 hingga kelas 6, dibebaskan

dari pelajaran sekolah untuk menonton pertunjukkan Dongeng Kritis Bermedia ini.

Kegiatan *roadshow* Dongeng Kritis Bermedia yang diadakan pada bulan Agustus 2010 ini tidak saja memberi pengetahuan kepada anak mengenai media, tetapi juga mendorong anak untuk mampu mengekspresikan sikap kritisnya tersebut terhadap media. Hal tersebut diwujudkan dalam kegiatan membuat komik yang digelar usai Dongeng Teatrikal tentang Kritis Bermedia tersebut. Kegiatan ini dilakukan dalam kelompok-kelompok kecil, yaitu sekitar 5 – 7 anak per kelompok. Setiap kelompok diberi 5 – 7 halaman gambar yang berhubungan dengan televisi dengan balon (teks) tanpa teks. Anak-anak ini diminta untuk mengisi gambar tersebut dengan ceritanya masing-masing. Cerita anak-anak dalam gambar tersebut menunjukkan bahwa anak mampu menceritakan kembali apa yang ditontonnya di dalam Dongeng Teatrikal Kritis Bermedia tersebut.

h. *Editor Roundtable Discussion* ke Stasiun TV

Hasil penelitian yang telah dirumuskan tim analisis dalam kegiatan Analisis dan Perumusan Hasil Penelitian tidak hanya disosialisasikan melalui Komik dan *roadshow* Dongeng Teatrikal, akan tetapi juga dipresentasikan ke beberapa stasiun televisi. Beberapa stasiun televisi tersebut adalah TVRI, Trans7, RCTI, DAAI TV, dan SCTV.

3. Dampak Dongeng pada Anak

Meskipun dongeng teatrikal tidak lagi dipertontonkan ke anak-anak SD Negeri Paseban 011 Jakarta, tapi anak-anak kelas 6 (kala itu kelas 3) ini masih teringat dengan dongeng bertajuk *Berpetualang ke Negeri TV*. Tiga tahun telah berlalu, tapi masih jelas dalam ingatan mereka mengenai pola cerdas menonton televisi. Tidak seluruhnya menjalankannya, tentu saja, tetapi sebagian besar

di antaranya hingga saat ini masih patuh pada aturan yang hanya memberikan waktu 2 jam bagi televisi serta jarak pandang yang tidak terlalu dekat. Beberapa yang lain teringat samar-samar, termasuk perihal pendampingan orang tua saat menonton dan klasifikasi program siaran berdasarkan usia. Hal ini disampaikan secara jujur oleh anak-anak ketika mereka mengakui bahwa perbincangan dengan orang tua yang terjadi di depan televisi adalah persoalan sekolah, sama sekali tidak menyentuh persoalan media. Sebaliknya, orang tua menemani anak untuk sama-sama menonton televisi. Sementara perihal klasifikasi program siaran berdasarkan usia pun tidak menjadi rujukan utama mereka lantaran beberapa di antara anak-anak tersebut masih juga menonton program-program Sinetron maupun Film Televisi, juga tanpa pendampingan khusus dari orang tua.

Pada anak-anak ini, keberlanjutan pengetahuan mengenai kritis bermedia berjalan dalam konteks individu. Anak-anak ini meneruskan pada level keluarga dan teman, tidak terjadi dalam skala yang luas. Materi yang disebarluaskan berhenti pada 2 hal yang mereka ingat dan jalankan, yaitu pembatasan waktu dan jarak menonton televisi. Sesuatu yang paling mereka ingat selama mendengarkan dongeng.

C. Membangun Aliansi Strategis: Pengalaman Remotivi (Jakarta)

Remotivi menjadi satu di antara beberapa lembaga yang melakukan literasi media dan *media watch* secara bersamaan. Literasi media dilakukan guna mendorong suatu gerakan yang lebih bersifat horizontal. Literasi media ini dikatakan horizontal karena lebih berorientasi pada pemberdayaan khalayak, yang pada gilirannya menciptakan khalayak yang lebih kritis terhadap media (televisi). Sementara *media watch*, dilakukan dalam rangka memperbaiki kualitas siaran televisi dengan cara melakukan pemantauan secara rutin terhadap tayangan-tayangan televisi. Oleh karena sifatnya yang

langsung menembak industri televisi, *media watch* dianggap sebagai gerakan vertikal.

Penggabungan pendidikan literasi media dan *media watch* ini dilakukan karena dilandasi argumen bahwa televisi, pada satu sisi, menggunakan atau memakai frekuensi milik publik dan, di sisi lain, merupakan ruang publik. Seperti dikemukakan Roy Taniago, industri televisi berbeda dengan industri yang lain.⁴⁴ “Industri tv itu bisnis merupakan ruang publik, tempat kita mendiskusikan banyak hal.” Oleh karena itu, tidaklah mungkin membiarkan bisnis semacam itu berjalan dengan logika pasar bebas sehingga, sejak awal, perlu diletakkan fondasi bahwa bisnis televisi memang urusan warga negara, dan karenanya perlu dilakukan penguatan kewarga-negaraan demi merebut ruang publik tersebut. Di sisi lain, literasi media dan *media watch* mempunyai tujuan yang berbeda. Literasi media lebih ditujukan agar khalayak mampu menyaring, memilah, menafsirkan sampai memproduksi informasi sendiri. Sementara itu, *media watch* lebih diorientasikan untuk advokasi tayangan televisi sehingga diharapkan ada perubahan terhadap program-program atau tayangan yang dianggap tidak pantas. Latar belakang inilah yang kemudian menggerakkan Remotivi untuk melakukan pemantauan media (*media watch*) dan literasi media dalam waktu bersamaan.

Awalnya, Remotivi dibentuk dari grup dalam jejaring sosial *Facebook* oleh Roy Taniago pada akhir 2009. Satu bulan kemudian, beberapa teman bergabung dan membentuk grup di *Facebook* bernama *Masyarakat Anti Program Televisi Buruk*. Ini menjadi awal Remotivi, yang secara legal berdiri pada Oktober 2012. Namun, nama Remotivi itu sendiri telah digunakan beraktivitas sejak tahun 2010. Untuk meraih tujuan yang diharapkan itu, dalam organisasi Remotivi, dibentuklah empat divisi, yakni divisi media, divisi penelitian, divisi advokasi, dan divisi arsip. Divisi media salah satunya bertugas menerbitkan artikel melalui website Remotivi (remotivi.or.id). Secara rutin, Remotivi melakukan rapat untuk menentukan

44 Wawancara 4 September 2012

topik yang tepat yang akan dibahas dalam terbitan tersebut. Setelah topik disepakati, dibuatlah *Term of Reference* (ToR) yang disampaikan kepada penulis yang dianggap tepat untuk membahas topik tersebut. Tulisan dari penulis akan dilakukan *editing* berkali-kali sebelum akhirnya dipublikasikan dalam *website*. Dalam beberapa kasus, sebuah tulisan bahkan tidak dimuat karena kurang sesuai dengan kebijakan redaksional Remotivi.

Divisi penelitian, sesuai namanya, melakukan penelitian berbagai *content* media dan khalayak. Beberapa penelitian yang pernah dilakukan di antaranya adalah representasi beberapa pekerjaan/profesi dalam empat judul sinetron, pekerjaan dalam tv, iklan tv (besaran dan durasinya), serta pandangan mahasiswa Jakarta terhadap frekuensi dan posisi mereka terhadap televisi. Hasil penelitian yang disebutkan belakangan menemukan bagaimana pandangan dan sikap mahasiswa telah terkooptasi oleh logika industri media, dalam hal ini televisi. Ini dibuktikan dengan penerimaan atas perilaku iklan yang sering mengecoh, menyusup, dan tidak beretika sebagai sebuah kewajaran karena mereka adalah industri bisnis. Dalam kaitan ini, perbedaan mendasar antara bisnis televisi dengan bisnis yang lain tidak dipahami dengan baik.

Divisi advokasi melakukan berbagai advokasi tayangan yang dianggap ‘tidak patut’, baik berdasarkan undang-undang maupun P3SPS, etika, budaya, kemanusiaan, gender, dan lainnya. Advokasi dilakukan secara insidental dan, biasanya, melibatkan berbagai lembaga strategis lainnya dan pembentukan opini publik. Ini dilakukan agar *mainstreaming* isu lebih mudah dilakukan sehingga pihak-pihak yang menjadi target, dalam hal ini stasiun televisi, akan segera merespon kritik atau tuntutan. Terakhir divisi arsip. Divisi ini bertugas melakukan perekaman, pengklipingan, dan pembuatan *database* tayangan TV.

1. Model Literasi Media yang Dikembangkan

Program literasi media yang dilakukan Remotivi ini pada dasarnya bisa dibedakan atas dua jalur, yakni literasi media berbasis media baru—dalam hal ini internet—dan literasi media berbasis ‘dunia nyata’—dalam hal ini sekolah dan kampus. Literasi media yang dilakukan melalui *website* atau media baru dilakukan melalui berbagai tulisan kritis yang dipublikasikan melalui *website* remotivi.or.id. Berbagai tulisan yang dipublikasikan tersebut diharapkan akan memberikan suatu perspektif bagi khalayak pembacanya. Sebagaimana dikemukakan Roy Thaniago, apa yang dipublikasikan dalam *website* merupakan salah satu aspek literasi karena Remotivi mencoba menyampaikan hal-hal yang lebih bersifat kontemplatif.⁴⁵ Selain itu, dalam tulisan (kritis) itu, termuat juga upaya merasionalisasi kritik atas tayangan televisi. Ini penting karena selama ini kritik terhadap televisi jarang sekali disertai dengan rasionalisasinya. Kajian-kajian kritis atau tulisan-tulisan kontemplatif atas tayangan televisi diharapkan memberikan rasionalisasi atas kritik itu. Dengan cara demikian, diharapkan masyarakat akan semakin rasional, dan dengan membaca diharapkan masyarakat akan semakin *literate*. “Dengan orang membaca akan mendapatkan banyak pandangan lain, setuju atau tidak setuju. Setidaknya, mereka bisa berdialog dengan diri sendiri, dengan *text*-nya. Di situlah, kami pikir upaya literasi media beroperasi,” demikian menurut Roy Thaniago.

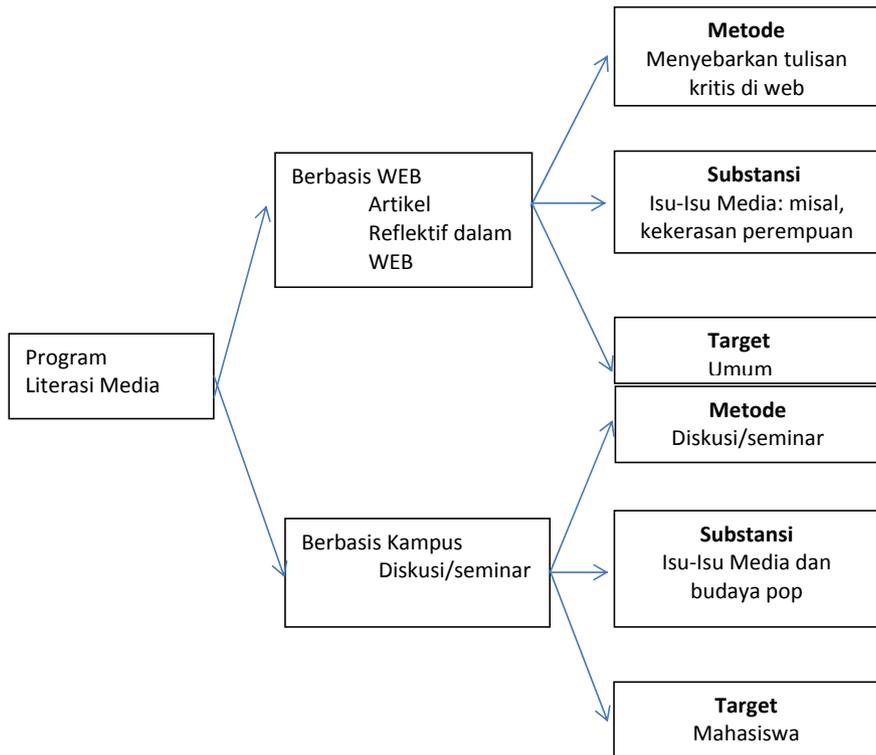
Jalur kedua program literasi media adalah dengan menyelenggarakan diskusi di kampus. Untuk kegiatan literasi media dengan jalur ini, Remotivi telah melakukannya dengan menyelenggarakan diskusi di kampus-kampus. Ada sesi diskusi yang pernah dilakukan, yakni di Atma Jaya Jakarta dan Paramadina Jakarta. Topik yang didiskusikan adalah kekerasan media (berita teror menjadi teror itu sendiri), realitas tv (realitas hasil konstruksi), dan K-POP.

45 Thaniago, *ibid*

Kegiatan literasi media di kampus-kampus dengan menggunakan pendekatan diskusi atau seminar ini mendapatkan beberapa catatan kritis dari Remotivi bahwa literasi media yang dilakukan dengan masuk ke kampus-kampus ini sepertinya tidak memberikan hasil yang diharapkan. Faktor penyebabnya ada dua. *Pertama*, materi yang dirasa kurang relevan bagi mahasiswa. Isu yang dibahas terlalu jauh dengan keseharian mahasiswa. *Kedua*, faktor pembicara. Untuk faktor pembicara, ada dua persoalan. Pembicara terlalu tinggi sehingga mahasiswa kurang mampu mencerpap apa yang disampaikan, dan kedua pembicara gagal menerjemahkan apa yang diinginkan oleh Remotivi. Sebagai contoh, diskusi tentang K-Pop sebenarnya dilakukan guna memberikan rasionalisasi di balik gejala itu, konsumsi. Namun, yang kemudian muncul dalam diskusi, perlunya kebanggaan akan budaya nasional. Akibatnya, menjadi seperti Orde Baru dalam melihat realitas K-Pop. Padahal, bukan itu yang dikehendaki.

Persoalan lain berangkat dari kenyataan bahwa seminar atau diskusi hanya memberikan suatu kerangka pengetahuan atas isu yang didiskusikan. Padahal, literasi tidak hanya berhenti pada tingkatan pengetahuan semacam itu. Ia juga memerlukan keterampilan, setidaknya, kemampuan menganalisis, membandingkan, dan sebagainya. Kemampuan ini jelas tidak akan berhasil dicapai dengan pendekatan diskusi satu tahap dalam ruang seminar yang dihadiri banyak orang, dan dengan pembicara yang bersandarkan pada ToR. Sebaliknya, perlu usaha yang lebih intensif dengan berbagai pelatihan yang diperlukan.

Gambar 3
Dua Jalur Model Literasi Media Remotivi



2. Model Media Watch

Berbeda dengan literasi media yang lebih bersifat horizontal, *media watch* lebih diorientasikan untuk mendorong terjadi perubahan pada *content* media secara langsung dengan mengajukan kritik atau tuntutan ke media yang bersangkutan. Ini dilakukan tidak hanya melalui kajian atas isi media yang menjadi fokus, tapi juga melalui advokasi dengan menggandeng kelompok-kelompok strategis. Dalam kasus Kakek-Kakek Narsis (KKN), Remotivi menjalin kerja sama atau membangun aliansi strategis dengan Komnas Perlindungan

Perempuan (Komnas Perempuan), sedangkan untuk tayangan yang ‘melecehkan’ masyarakat adat dalam *Primitive Runaway*, Remotivi menggandeng Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN). ‘Aliansi strategis’ ini menguntungkan dalam tiga hal. *Pertama*, dukungan lembaga lain yang lebih mempunyai *concern* terhadap isu akan memberikan perspektif yang lebih tajam dalam melihat sebuah tayangan. Misalnya, advokasi KKN atas kekerasan dan ‘pelecehan’ terhadap perempuan analisisnya bukan hanya kuat dari sisi isi media, tapi juga legitimasi politik. *Kedua*, dukungan politis. Ketika Komnas Perempuan turut serta dalam advokasi tayangan KKN, kekuatan politisnya akan lebih besar dibandingkan dengan advokasi itu dilakukan sendirian oleh Remotivi. Nilai beritanya juga akan jauh lebih besar sehingga respon industri televisi akan jauh lebih cepat. Perubahan tayangan KKN hingga akhirnya dihentikan menjadi cermin efektivitas advokasi yang dimaksud. *Ketiga*, mendorong lembaga-lembaga terkait untuk ikut memerhatikan isu mereka di televisi. Hal ini terbukti efektif melihat munculnya inisiatif-inisiatif baru dari lembaga-lembaga tersebut seusai proses advokasi bersama Remotivi. Sebagaimana dikemukakan oleh Siti Maisaroh dari Komnas Perempuan yang mengemukakan bahwa apa yang dilakukan oleh Remotivi merupakan kegiatan yang dibutuhkan masyarakat.⁴⁶ Sebagaimana ia kemukakan, “Remotivi mengambil inisiatif yang baik untuk menggugat acara tersebut. Saya rasa apa yang dikerjakan Remotivi menjadi aktivisme yang sebenarnya ditunggu dan dibutuhkan masyarakat Indonesia.” Lebih jauh, ia mengemukakan bahwa kebanyakan masyarakat hanya memberi komentar negatif, tapi tidak melakukan tindakan lebih jauh untuk protes. Sebaliknya, Remotivi melakukan pantauan, membuat analisis yang baik, dan bertindak agar terjadi perubahan dalam tayangan tersebut. Komnas Perempuan juga mulai menaruh perhatian pada isu-isu perempuan di televisi.

Di luar advokasi dengan menjalin aliansi strategis di atas, Remotivi juga beberapa kali menyampaikan surat terbuka terhadap

46 Wawancara via email 28 September 2012

tayangan-tayangan yang dinilai tidak pantas, melecehkan, atau melanggar Undang-Undang atau P3SPS. Salah satu surat terbuka yang pernah disampaikan Remotivi di antaranya adalah tayangan reportase investigasi mengenai Narkotika, psikotropika, dan zat adiktif (NAPZA). Dalam surat yang tembusannya disampaikan kepada *Trans TV*, Komisi Perlindungan Anak Indonesia, Komnas Perlindungan Anak, dan Badan Narkotika Nasional, Remotivi mengemukakan bahwa (1) *Trans TV* telah melakukan kecorobohan dalam liputan NAPZA tersebut; (2) abai terhadap perlindungan hak anak dan remaja. Oleh karenanya, Remotivi menuntut agar Penayangan mengenai NAPZA di televisi harus diproyeksikan untuk kepentingan pendidikan dan peka terhadap penonton anak-anak dan remaja. Untuk KPI, Remotivi menyerukan agar dapat melakukan tindakan tegas terhadap pelanggaran ini. Dan agar kelak tidak terjadi kejadian yang serupa, pemahaman atas isu ini perlu didiskusikan di kalangan tim pemantau internal KPI, stasiun televisi, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan, misalnya, Badan Narkotika Nasional.

Penggabungan literasi media dan *media watch* merupakan strategi ideal dalam mendorong perubahan di industri media. Pertemuan antara gerakan vertikal (*media watch*) dan gerakan horizontal (literasi media) jelas akan memberikan input yang jauh lebih efektif bagi industri media. Namun, usaha semacam itu jelas memerlukan sumber daya yang cukup besar, baik dari sisi sumber daya manusia (SDM) maupun finansial. Oleh karena itu, apa yang dilakukan Remotivi masih perlu dilihat lebih jauh *sustainability*-nya di masa datang. Evaluasi sejauh ini menemukan bahwa kegiatan literasi media jauh kurang efektif dibandingkan dengan *media watch*. Oleh karena itu, barangkali, akan jauh lebih baik jika Remotivi fokus pada *media watch* dengan menginisiasi lebih banyak advokasi terhadap tayangan bermasalah. Televisi yang beroperasi nasional dan sebagian besar tayangannya kurang berkualitas jauh lebih banyak dari yang sudah dipantau oleh Remotivi sehingga penggunaan energi yang lebih besar untuk pemantauan tampaknya diperlukan.

Pendekatan *media watch* melalui penggalangan aliansi strategis

telah terbukti efektif dibandingkan dengan *media watch* konvensional yang hanya sebatas penyampaian evaluasi kritis terhadap media. Perbaikan metodologis pemantauan barangkali dibutuhkan sehingga kritik akademik sebagaimana muncul dalam lokakarya tidak terjadi. Ini berarti bahwa pilihan-pilihan atas metodologi tidak lagi bisa dilakukan sembarangan agar akuntabilitasnya lebih besar. Penelitian besaran dan durasi iklan barangkali bisa dilakukan jauh lebih mudah karena sifatnya yang kuantitatif. Kajian semacam itu cukup dilakukan dengan menghitung alokasi keseluruhan durasi iklan dengan jumlah yang diperkenankan dalam undang-undang. Namun, kajian yang lebih serius yang ditujukan untuk membongkar, misalnya, ideologi yang beroperasi dalam sebuah tayangan memerlukan pilihan metode yang lebih hati-hati.

D. Menyebarkan Virus Literasi Media: Pengalaman LéSPI Semarang

Televisi menjadi media yang dominatif dan hegemonik, tidak hanya pada ruang publik, tapi juga pada ruang privat, dan ada dampak dari televisi baik langsung maupun tidak langsung. Titik tekannya kemudian, apakah dampak tersebut negatif dan positif dan bagaimana kemampuan masyarakat dalam mengelola terpaan pesan yang diterima dari televisi? Hal ini yang kemudian dikelola LéSPI melalui program-program literasi media sejak tahun 2007 hingga kini, 2013.

Sejauh ini, LéSPI telah melakukan berbagai program literasi media dengan target yang cukup beragam dan bentuk kegiatan yang juga beragam. Di tahun 2007, misalnya, LéSPI melakukan program literasi media dengan menjadikan siswa SD-SMP sebagai sasarannya dengan mengenalkan mereka pada cara kerja atau produksi program televisi dengan mengajak sasaran ke stasiun televisi. Berikutnya, LéSPI juga memiliki acara *talkshow* di dua stasiun televisi lokal Semarang dan Solo bertajuk “Menonton Televisi Secara Sehat”. Tahun-tahun selanjutnya, LéSPI bekerja sama dengan TIFA dalam

mengembangkan gerakan literasi media secara kontinu sejak 2009 hingga 2012 melalui program sosialisasi di beberapa komunitas, penguatan komunitas melalui pelatihan *leader* komunitas dengan ToT, hingga pengembangan *media watcher*.

Pada dasarnya, LÉSPI sendiri membedakan antara literasi media dan *media watch* dalam gerakan yang mereka lakukan. LÉSPI membedakankeduanya dengan menitikberatkan pada pengembangan cara berpikir kritis (*critical thinking*) pada literasi media dan pada praktik memantau kinerja media (produksi-distribusi-konsumsi) pada *media watch*. Hal ini erat dengan latar belakang LÉSPI yang memulai gerakannya dari media cetak. Dengan berbagai kegiatan mulai dari kajian, riset, pelatihan terkait media cetak (pers), secara tidak langsung, LÉSPI telah lama melakukan praktik-praktik literasi media dan pemantauan media meski terbatas pada surat kabar. Oleh karena itulah, pada gerakan literasi media televisi yang baru dimulai LÉSPI lima tahun belakangan, kedua konsep ini tidak dicampur-aduk dalam praktik gerakan yang dilakukan LÉSPI. Dalam rangkaian program literasi media yang dilakukan LÉSPI melalui kerja samanya bersama TIFA, *media watcher* menjadi *goal* akhir yang ingin dicapai LÉSPI setelah program pendidikan literasi media tercapai di program-program sebelumnya. Ini secara jelas menunjukkan bahwa LÉSPI tidaklah mencampur-adukkan konsep antara literasi media dan *media watch* meski kelindan di antara keduanya cukup kuat dan batasannya pun tipis ketika berada pada ranah praktis.

1. Virus Literasi Media

Layaknya virus yang penyebarannya cepat dan masif, begitulah yang diinginkan LÉSPI dengan pendidikan literasi media yang mereka lakukan. Harapannya literasi media mampu menjadi wacana bersama yang diadopsi oleh masyarakat sebagai landasan kritis dalam membangun dan menjalin relasi dengan media, khususnya televisi seperti terepresentasi dari tujuan program literasi media yang dilakukan LÉSPI, yaitu “memberi pemahaman kepada kelompok-

kelompok di masyarakat mengenai literasi media”. *Term* ‘virus’ di sini pun tidak hanya menjadi sekadar *term* semata, tapi juga menentukan banyak aspek termasuk arah gerakan literasi media yang dilakukan LÉSPI. Katakan saja tujuan yang ingin dicapai seperti di atas, metode yang digunakan, sasaran yang dipilih, termasuk materi, semuanya dapat mengacu pada *term* ‘virus’ ini.

Analogi ‘virus’ yang digunakan LÉSPI atas literasi media, misalnya, berpengaruh pada pilihan LÉSPI untuk turun ke komunitas-komunitas menyosialisasikan literasi media. “Kalau kita terpaksa pada satu komunitas itu kita sayang sehingga bagaimana kita caranya untuk menyebar “virus” yang seluas-luasnya,” begitu diungkapkan Liliek, salah seorang penggerak LÉSPI terkait pilihan LÉSPI untuk mengadakan sosialisasi 12 komunitas sebagai metode mereka dalam melakukan gerakan literasi media. Dengan *term* ‘virus’ yang diusung, tentu saja, langkah ini menjadi pilihan yang tepat sebab dengan mendatangi 12 komunitas yang berbeda, ada banyak individu yang bisa menerima pesan literasi media, dan potensi membangun kesadaran individu atas praktik bermedia yang sehat pun menjadi tinggi.

Pilihan LÉSPI untuk turun ke 12 komunitas menentukan materi seperti apa yang kemudian diberikan kepada sasaran. Tidak hanya kesesuaian materi dengan kebutuhan komunitas, tapi persoalan waktu sosialisasi yang hanya sekali kunjungan untuk masing-masing komunitas tentu saja membawa konsekuensi tersendiri terhadap materi yang disampaikan. Dengan tujuan yang ditetapkan LÉSPI untuk menetapkan pemahaman literasi bagi masyarakat, memang tidak memerlukan kedalaman, tapi cukup pada bagian-bagian permukaan dan bagian awal dari proses membangun kesadaran bermedia. Oleh karena itu, materi LÉSPI cukup berkuat pada persoalan bagaimana TV bekerja, apa motifnya, dan apa dampaknya.

Materi umum yang disampaikan LÉSPI selama proses sosialisasi pada dasarnya dapat dikatakan memadai mengingat tujuan yang ditetapkan hanya untuk menyebarkan ‘virus’ literasi media dan juga

mengingat waktu kunjungan yang sempit. Namun, jika merujuk pada kebutuhan masyarakat sasaran dan pengembangan literasi media yang berkelanjutan, hal ini masih sangat lemah. Kesesuaian persoalan media yang dihadapi masing-masing komunitas pun hanya dilakukan secara umum untuk menjadi *intro* terhadap pengenalan wacana baru literasi media. Misalnya, ketika turun ke Komunitas Lansia, yang lebih ditekankan adalah persoalan televisi dan anak-anak. Ini karena umumnya para lansia-lah yang *ngemong* cucu mereka ketika orang tua mereka bekerja. Jika tidak demikian, maka ketika memberikan sosialisasi pada Komunitas Pedala, akan disinggung bagaimana tayangan televisi memotret perempuan, yang terkadang sudah masuk dalam kategori melecehkan kaum perempuan. Persoalan kekerasan dalam rumah tangga terhadap istri atau poligami yang kemudian biasa dipertontonkan oleh televisi sehingga dapat menimbulkan perasaan wajar pada diri pemirsa ketika hal tersebut benar-benar terjadi di kehidupan nyata.

Tidak hanya pada materi, dengan pilihan melakukan sosialisasi pada beragam komunitas berbeda di masyarakat, LÉSPI juga memiliki konsekuensi untuk menggunakan bahasa yang membumi, yang dekat dan mudah dipahami oleh target sasaran. LÉSPI mengistilahkannya dengan bahasa yang “tidak terlalu akademis”. Ini untuk mengisyaratkan perbedaan gerakan LÉSPI dengan lembaga-lembaga lain yang bergerak di bidang kajian literasi media dan tidak turun ke *grass root*. Artinya, LÉSPI sendiri menghindari penggunaan istilah-istilah yang merujuk pada konsep-konsep ilmiah terkait literasi media sebagaimana dikemukakan Liliek berikut.

“Nah ini yang sejak awal LÉSPI mungkin agak berbeda dari teman-teman yang basisnya sangat akademis gitu. Kalau basisnya sangat akademis mungkin untuk masyarakat yang ada di *grass root* agak berat gitu *ya*. Itu sebabnya LÉSPI justru berusaha mengemas bagaimana seringan mungkin, kita seringan mungkin untuk menyampaikan ke publik, jadi kita *ya* tergantung tadi *ya*, menyesuaikan publiknya seperti apa, siapa yang diajak bicara, itu kita melihat ke sana, tapi akademisnya

kita selalu mereduksi *ya*, berusaha untuk mereduksi hal-hal yang sifatnya terlalu akademis.”

Metode sosialisasi seperti ini pada dasarnya efektif untuk menysasar target dalam jumlah besar. Dengan kata lain, jika tujuan berkuat pada kuantitas penerima pesan, maka sosialisasi adalah salah satu cara yang bisa digunakan. Namun, pesan atau pengetahuan baru yang diterima memang kemudian tidak bisa mendalam, hanya pada tingkat permukaan saja. Selain itu, sosialisasi seperti yang dilakukan LÉSPI dalam menyebarkan isu literasi media sifatnya adalah *top-down*. Ini karena LÉSPI sendiri tidak melakukan survei khusus atau semacam FGD pada komunitas-komunitas yang menjadi targetnya untuk mengumpulkan persoalan khusus dari suatu komunitas. Meskipun demikian, setidaknya, sosialisasi adalah batu pijakan pertama untuk menggiring individu pada perkenalan terhadap satu wacana atau isu, seperti yang diungkapkan pihak LÉSPI, “karena kan bagaimana orang bisa berdaya kalau tahu saja tidak, gitu kan. Awalnya kan begitu.” Terpenting untuk dicatat adalah pada tindak lanjut setelah sosialisasi ini agar apa yang telah diberikan LÉSPI tidak hanya berhenti sampai tataran permukaan atau bahkan hilang.

Masih dengan logika kerja virus yang cepat menyebar dan menjangkiti orang banyak, LÉSPI menindaklanjuti program di atas dengan tetap fokus pada penguatan komunitas. Alasannya sederhana, dengan mengarahkan gerakan literasi media pada komunitas, penyebaran wacana akan lebih masif karena anggota komunitas sendiri banyak. Belum lagi, jika membicarakan persoalan jangkauan dari anggota komunitas seperti ibu-ibu PKK yang menjadi sentral perannya dalam praktik bermedia keluarga sehari-hari. Bedanya, pada program lanjutan ini, LÉSPI memberdayakan *leader* komunitas untuk bertindak sebagai *opinion leader* literasi media setelah sebelumnya mendapatkan pelatihan dengan model ToT (*training of trainer*).

Secara teknis, *leader* dari komunitas-komunitas sasaran dilatih literasi media melalui ToT dengan tujuan mereka-lah yang

menyampaikan pada komunitas masing-masing. Alasan pilihan metode ini menurut Liliek karena siaran televisi itu sudah siang malam, 24 jam, stasiunnya 12 untuk yang pusat, belum di daerah-daerah. Jika hanya fokus di satu (komunitas) saja, maka gerakannya akan lebih lamban. Tentunya, L&SPI tidak bisa mendampingi terus-menerus. Oleh karena itu, adanya *leader* dalam komunitas akan menjadi pendorong pemberdayaan di masing-masing komunitas mereka. Banyaknya komunitas diharapkan menjadi penyeimbang tayangan media.

Selama ToT berlangsung, para *leader* komunitas yang berjumlah 20 orang diberi “bekal” berupa materi-materi terkait literasi media hingga mereka benar-benar paham dan mampu untuk kemudian menyampaikannya kembali pada komunitas masing-masing. Pasca-*training*, ada pendampingan terhadap seluruh peserta sebanyak enam kali yang bertujuan untuk memantapkan apa yang telah diberikan selama ToT sekaligus untuk memastikan para *leader* komunitas ini mampu merancang materi literasi media serta menyiapkan seluruh persiapan presentasi termasuk *Power Point* untuk bahan presentasi dan sarana pendukung lainnya berupa *leaflet*, *exbanner*, dan yang lainnya.

Setelah ToT dan pendampingan dilaksanakan, kegiatan selanjutnya adalah “*Media Literacy Goes to Public*”, yaitu sosialisasi literasi media yang dilakukan oleh para *leader* pada komunitasnya masing-masing. Misalnya, di komunitas PKK Kelurahan Sampangan, Semarang, sosialisasi dilakukan sehari pada tanggal 7 Mei 2011. Melalui kegiatan ini, peserta sosialisasi yang sebagian besar adalah penggerak PKK di lingkup RW, akan menurunkan isu literasi media ini di PKK yang dikelolanya, dan dari PKK tingkat RW, isu ini kembali diturunkan ke tingkat selanjutnya, yaitu PKK tingkat RT.

Jika dinilai dari aliran informasinya dapat dikatakan cara seperti ini (*opinion leader*) mampu berjalan dengan efektif bahkan pada masyarakat di tingkatan terbawah (*grass root*). Namun sayangnya, kegiatan ini berhenti hanya pada satu kali sosialisasi, baik yang dilakukan *leader* komunitas (atas pengawasan dan dampingan

LÉSPI) ataupun yang dilakukan penggerak di bawahnya seperti ketua-ketua PKK tingkat RW dan RT sehingga pemahaman komunitas pun pada akhirnya hanya sebatas permukaan dan tidak mendalam.

Materi yang diberikan selama ToT pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan pada sosialisasi di komunitas-komunitas pada program tahun sebelumnya, yakni berkuat pada bagaimana media bekerja, kepentingan (motif) media, dan dampaknya dengan kedalaman yang tidak memadai. Ini karena pada masa ToT sendiri LÉSPI memberikan porsi yang besar terhadap teknis memberikan pembelajaran literasi media yang harus dilakukan para *leader* komunitas pada anggota komunitasnya sehingga fokus menjadi bergeser pada sekadar bagaimana caranya *leader* komunitas mampu melakukan sosialisasi.

Kelemahan bobot materi yang diberikan pada proses ToT secara otomatis akan berdampak pada kualitas materi yang diberikan *leader* pada komunitasnya ketika melakukan sosialisasi nantinya. Pada akhirnya, pemahaman anggota komunitas terhadap literasi media pun hanya sebatas permukaan (kognitif) karena keterbatasan materi yang mereka terima. Namun, di sisi lain, pada diri *leader* sendiri, yang telah mendapatkan pelatihan, wacana literasi media tidak hanya berhenti pada aspek kognitif saja, tapi juga menguat di ranah afektif bahkan psikomotor. Ini ditunjukkan ketika mereka menonton televisi, terutama ketika berkaitan dengan anak.

2. Berjejaring Memantau Media

LÉSPI pada dasarnya adalah lembaga yang tidak mencampuradukkan antara literasi media dan *media watch* sehingga pada pembuatan program pun LÉSPI membedakan keduanya. Di tahun yang sama, dengan program literasi media pertama LÉSPI dengan TIFA, 2009, LÉSPI mengadakan juga program *media watch* untuk media cetak. Program ini memiliki target yang berbeda dengan literasi media, baik target pada ranah subjek ataupun tujuan yang ingin dicapai.

Pada program *media watch*, LésPI mencoba mengajak para peserta yang terdiri dari 25 orang dari beragam kelompok, baik LSM, komunitas-komunitas partikular Semarang, juga Pusat Sudi Wanita dari beberapa universitas untuk bersama-sama melakukan pemantauan terhadap media cetak secara kritis. Untuk sampai pada kemampuan melakukan pantauan serta menuliskan hasil pantauan tersebut, terlebih dulu, LésPI menyelenggarakan *workshop* selama dua hari pada tanggal 7 dan 8 Agustus 2009. Materi *media watch* yang disampaikan selama *workshop* secara umum terdapat enam hal pokok, yaitu: (1) pemahaman mengenai *media watch*; (2) cara kerja surat kabar; (3) tolok ukur yang digunakan untuk menilai berita-berita isu anak dan perempuan; (4) metode *framing* dalam menganalisis berita; (5) praktik pembuatan *media watch* dengan *framing*; dan (5) pembuatan blog untuk *media watch*.

Setelah materi diberikan, peserta kemudian diminta melakukan pengamatan terhadap enam surat kabar tentang isu anak dan perempuan. Enam surat kabar tersebut adalah *Harian Suara Merdeka*, *Harian Sore Wawasan*, *Harian Seputar Indonesia Jateng-DIY*, *Harian Kompas Jawa Tengah*, *Harian Jawa Pos – Radar Semarang*, dan *Harian Solo Pos*. Pemantauan dilakukan dengan menggunakan metode *framing*, yaitu untuk melihat kecenderungan yang dilakukan surat kabar dalam mem-*frame* isu perempuan dan anak. Hasil pantauan kemudian dituliskan sehingga berbentuk seperti laporan naratif dan dipublikasikan di *blog* bersama *Jejaring Media watch* (www.jejaringmediawatch.blogspot.com) yang dibentuk oleh para peserta *workshop* sebagai salah satu gerakan peduli media. Namun, dari 25 peserta dari beberapa kelompok masyarakat yang berbeda-beda ini, hanya ada empat peserta yang pada akhirnya benar-benar melakukan pemantauan dan menuliskan hasil pantauannya.

Capaian hasil yang rendah ini dikarenakan tidak semua peserta memiliki dasar menulis, utamanya mereka yang bergerak di wilayah advokasi (LSM). Menulis sebuah hasil pantauan tentu saja membutuhkan kemampuan analitik, yang membutuhkan penguasaan konsep. Sementara para peserta yang memiliki *background* aktivis

LSM, lebih memiliki penguasaan mengadvokasi masyarakat yang ranahnya komunikasi lisan. Dengan demikian, lebih mudah mengomunikasikan gagasan secara lisan dibanding dengan tulisan.

Jejaring *Media watch* yang sedianya diikuti semua kelompok komunitas melalui perwakilannya yang menjadi peserta *workshop* pun pada akhirnya hanya delapan komunitas yang bersedia menjadi peserta Jejaring *Media watch*, yaitu Yayasan Kakak (Solo); Spek-HAM (Solo); Koalisi Perempuan Indonesia (KPI) Jawa Tengah; LRC-KJHAM (Semarang); Pusat Studi Wanita Undip; LBH-APIK (Semarang); Yayasan Kepodang (Semarang); dan Dasa Wisma Klengkeng Kampung Tengger (Semarang). Setelah pembentukan jejaring, ada proses pendampingan yang pada intinya adalah mendorong LSM dan komunitas-komunitas yang tergabung dalam Jejaring *Media watch* untuk tidak ragu-ragu melakukan pemantauan media, karena aktivitas yang mereka geluti—misalnya sebagai pembela perempuan yang terkena masalah KDRT atau pembela hak-hak anak—bisa menjadi tolok ukur dalam memantau media. Pada akhirnya, memang jauh dari harapan, jejaring ini yang aktivitas utamanya diharapkan berpusat di dunia maya melalui blog bersama pun tidak “hidup”. Posting terakhir di blog bersama Jejaring *Media watch* tertanggal lebih dari setahun yang lalu, 24 Juni 2011. Sementara yang mengisi blog pun lebih pada satu orang saja, yaitu Budi Maryono, seorang cerpenis dan mantan redaktur *Suara Merdeka*, Semarang, yang *concern* pada penggunaan bahasa di media.

Mengenai jarangnyanya produksi pantauan media (cetak) melalui *blog* itu, Anto Prabowo mengemukakan sebagai berikut.

“Selain soal kemampuan mengamati dan menulis, barangkali juga minat. Kegiatan ini tidak berkait dengan aktivitas mereka di lembaga masing-masing, walaupun topik pantauannya kita sesuaikan, yaitu soal perempuan. Kita lihat sisi positifnya saja. Oo..sudah empat orang yang *mentes*, lumayan. Yang jelas kita tidak akan menutup blog itu, LésPI akan terus sosialisasi dan melakukan *training* pemantaun media cetak, entah

dananya dari mana nanti. Semoga suatu saat *blog* itu akan jadi *web* yang berpengaruh.”

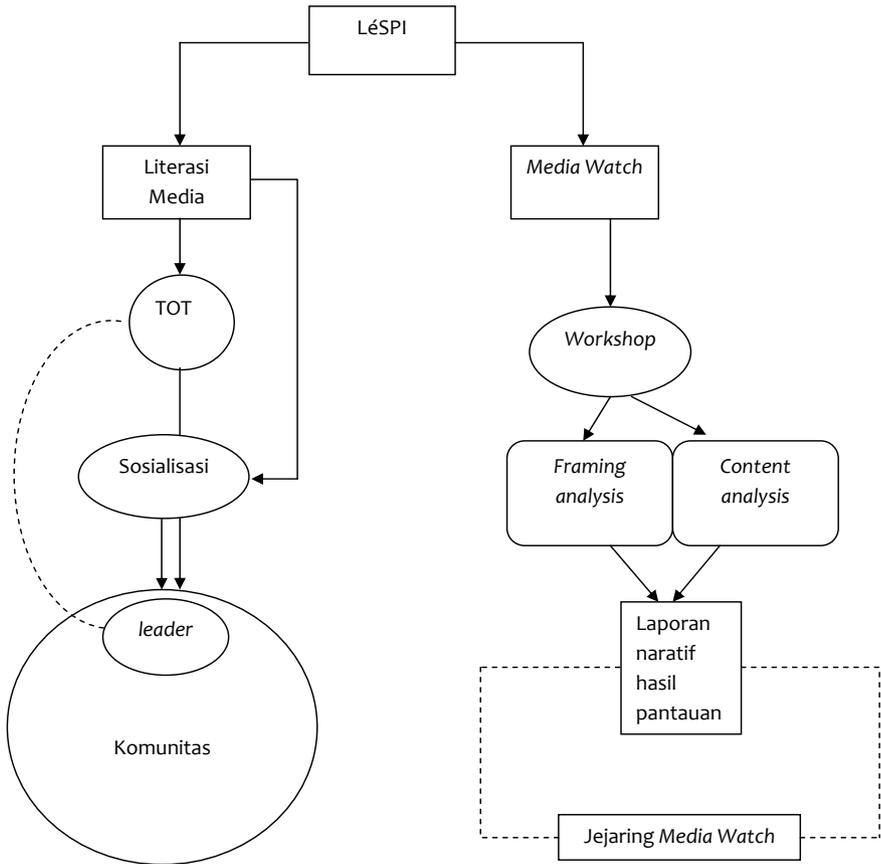
Pada tahun 2012 ini, LÉSPI sendiri memiliki program membentuk *media watcher* untuk siaran televisi. Program ini belum terlaksana, tapi sudah disetujui oleh TIFA, dan masih berada pada tahap rancangan. Ini merupakan program lanjutan dari dua program literasi media sebelumnya di tahun 2009 dan 2011. Anto sendiri menggambarkan, pada program lanjutan ini, ada unsur nekat mengingat kegiatan pemantauan media cetak di tahun 2009 hasilnya tidak terlalu menggembirakan. Meskipun demikian, menurut Anto, program ini mampu membuka ruang-ruang baru, peluang-peluang baru, termasuk peluang untuk bekerja sama dengan berbagai komunitas literasi media di Indonesia. “Kami akan tampilkan apa adanya, ini niat masyarakat Jawa Tengah, segini juga kemampuan kami. Yang jelas, bersama LÉSPI ada sejumlah penulis yang sangat *concern* terhadap gerakan literasi media yang kami lakukan,” demikian menurutnya.

Jika melihat alur program 2009, 2011, dan pada tahun 2012, ada keberlanjutan dari tiap program di tahun-tahun tersebut. Jika pada tahun 2009 lebih pada peluasan wacana literasi media dengan sosialisasi ke komunitas-komunitas, tahun 2011 memperkuat komunitas dengan memberdayakan *leader* komunitas, maka di tahun 2012 memiliki *goal* untuk menciptakan *media watcher* dari para *leader* komunitas yang telah mendapat *training* di tahun 2011 dan beberapa penulis lain yang diajak turut serta karena kemampuan menulis sangat dibutuhkan dalam praktik *media watch* untuk penulisan hasil pantauan.

3. Merumuskan Gerakan Literasi Media LÉSPI

Deskripsi gerakan literasi media dan *media watch* yang dilakukan LÉSPI di atas pada dasarnya dapat disederhanakan ke dalam bentuk bagan untuk dapat melihat secara umum model gerakan LÉSPI. Berikut bagan gerakan literasi media LÉSPI.

Gambar 4
Model Literasi Media LeSPI



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*, LÉSPI 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.

E. Menggerakkan Ibu Rumah Tangga: Pengalaman MPM (Yogyakarta)

MPM kependekan dari Masyarakat Peduli Media. MPM resmi berdiri dengan akta notaris tertanggal 16 Maret 2006 dan diketuai oleh Lukas Ispandriarno. MPM secara khusus memfokuskan kegiatan lembaganya dengan bergerak secara langsung di tengah masyarakat untuk melakukan gerakan literasi media dalam bentuk sosialisasi, pendidikan, pelatihan, pendampingan, dan aksi-aksi terutama pada peringatan ‘Sehari Tanpa TV’. Semenjak tahun 2004-2008, meskipun tanpa bantuan dana dari pihak manapun, MPM berusaha mandiri bahkan dengan cara melakukan iuran di antara pengurusnya demi terlaksananya misi gerakan literasi media yang terfokus langsung pada masyarakat.

Visi MPM secara utuh adalah memandang perlu hubungan sejajar, adil, dan harmoni antara media pada satu sisi dan masyarakat serta institusi-institusi lainnya pada sisi lain. Ini diperlukan agar tidak ada relasi dominasi-subordinasi, tidak ada hegemoni antara satu pihak dengan pihak lain. MPM meyakini bahwa tatanan demokrasi di Indonesia akan dapat dibangun dan bertambah kuat apabila relasi antarberbagai institusi dalam masyarakat dibangun berdasarkan prinsip sejajar, adil, dan harmoni (AD-ART MPM, bab 1). Dalam Pasal 3 misi MPM, disebutkan menjadi tugas sejarah MPM untuk mengemban sejumlah misi, antara lain melakukan *monitoring* (melalui riset akademis) media massa yang hasilnya menjadi bahan untuk berbagai kegiatan MPM sebagai *media watch* di Indonesia.

Secara historis, eksistensi MPM melewati empat tahap. *Pertama*, tahap pendirian yang didorong oleh kebutuhan

menindaklanjuti pengaduan masyarakat atas pemberitaan media oleh AJI Yogyakarta. Menurut Darmanto, salah seorang yang membidani kelahiran MPM adalah momentum di mana AJI Yogyakarta saat itu (sekitar tahun 2001) menyelenggarakan bulan pengaduan terhadap masyarakat yang menjadi korban pemberitaan. Apresiasi masyarakat pada waktu itu ternyata sangat tinggi. Namun, AJI merasa 'tidak fair' jika aktivitas pengaduan tersebut tidak memperoleh tindak lanjut. Oleh karena itu, AJI menyelenggarakan semacam lokakarya yang menggandeng elemen-elemen masyarakat dan kemudian lahirlah MPM.

Tahap *kedua* adalah pengembangan yang bercirikan program kerja dan pengelolaan yang lebih terkonsolidasi. Berbagai kegiatan yang berskala lokal Yogyakarta dilakukan dengan inisiatif, modal dan idealisme personal para pengelola. *Ketiga*, tahap aliansi strategis. Pada tahap ini, MPM melakukan aksi-aksi terbuka memprotes kebijakan dan regulasi media melalui aksi publik. Sebelum melakukan kritik secara terbuka, MPM terlebih dahulu melakukan riset terkait dengan isi media dan kecenderungan ideologisnya. Kemudian, hasil riset tersebut disosialisasikan pada publik. *Keempat*, tahap konsolidasi. Pada tahap ini, MPM melakukan identifikasi diri dan memperkuat posisi dan diferensiasi dengan lembaga pelaksana *media watch* lain. Meskipun sejak awal MPM telah menentukan posisi yang lebih dari sekadar *media watch*. Fokus MPM adalah terlibat secara aktif dan langsung dalam masyarakat untuk memberdayakan masyarakat melalui mekanisme peningkatan kesadaran kritis agar mampu menjadi penyeimbang di antara negara, industri media, dan masyarakat sendiri.⁴⁷

Pada tahun-tahun awal berdirinya, MPM banyak melakukan kegiatan literasi media dalam ranah akademis. Agaknya, belum terdapat spesifikasi subjek sasaran sehingga model kegiatan dominan bersifat sosialisasi mengenai isu media dan respon terhadapnya. Hal ini lebih merupakan taktis agar MPM tidak tergantung secara pendanaan pada lembaga tertentu sehingga nantinya memengaruhi

47 Darmanto, wawancara 03 September 2012

kontinuitas aktivitas yang dijalankan. Untuk itu, MPM menggandeng kampus sebagai bagian dari taktik tersebut agar misi MPM tetap terlaksana dengan dana minimal.

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. Nilai penting literasi media adalah pembelajaran bagi masyarakat agar memahami apa yang terjadi di sekitarnya. Salah satunya adalah media. Setiap hari, anak-anak terus-menerus diterpa tayangan yang mengandung kekerasan. Ibu-ibu rumah tangga juga menjadi konsumtif karena tidak bisa melawan jeratan tipu daya iklan. Persoalan-persoalan ini tidak jauh dari kehidupan keseharian, dan untuk menghadapinya dibutuhkan keterampilan yang memadai. Sebagaimana dikemukakan Sulistyawati, relawan MPM, “Kita mengenalkan dengan konsep yang dekat sama mereka, dengan nama yang berbeda, tidak ngomong dengan istilah media literasi, tapi cerdas bermedia....”⁴⁸

Ibu rumah tangga menjadi sasaran utama usaha fasilitasi dalam program literasi media karena dua alasan. *Pertama*, pemilihan ibu rumah tangga sendiri setidaknya dapat dibaca sebagai usaha untuk menggarisbawahi keprihatinan terhadap kecenderungan media massa dewasa ini dalam memantapkan bentuk-bentuk *symbolic annihilation* terhadap kaum perempuan melalui konstruksi yang sarat nuansa seksisme. *Kedua*, tanpa mempersempit peran para ibu rumah tangga semata-mata sebagai peran domestik, pemilihan terhadap ibu rumah tangga sebagai sasaran utama terkait dengan posisi strategis mereka dalam ‘menularkan’ kesadaran media kepada keluarganya terutama anak-anak. Dalam hal ini, barangkali, adagium ‘mendidik ibu-ibu sama artinya mendidik dua generasi sekaligus’

48 Sulistyawati, relawan MPM, wawancara 03 September 2012

cukup tepat dipakai untuk menggambarkan alasan kedua ini.⁴⁹ Sementara itu, televisi menjadi media yang secara khusus dipilih sebagai objek literasi karena dilatarbelakangi asumsi bahwa televisi merupakan media yang jamak dijumpai pada setiap rumah tangga di Indonesia. Tidak ada rumah tangga yang tidak memiliki televisi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penduduk Indonesia masih menjadikan media televisi sebagai media utama dalam mendapatkan informasi ataupun hiburan sehari-hari.

“Karena persoalan menonton televisi sehat di masyarakat tidak semata-mata di level anak, tetapi juga di level orang tua. Jadi, misal, kadang anak-anak waktunya belajar, tapi kadang bapaknya atau mbahnya atau ibunya nonton televisi. Maksud kita kalau kita sasar ibunya, kita harapkan akan menjadi multi-player yang efektif. Kita juga tidak bisa mengelak, masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang masih suka *jagong* (ngrumpi, red). Jadi, kalau ibu-ibu rumah tangga kita bekal literasi media, maka mungkin ketika mereka *jagongan* maka temanya lebih sehat... Tidak sekadar *ngrasani tanggane* (membicarakan tetangga), tapi *iso ngrasani* (bisa membicarakan) *televisi...*”⁵⁰

Dalam pemahaman MPM, televisi dan ibu rumah tangga merupakan isu krusial. Namun, sebagai bagian dari gerakan perubahan sosial, literasi media membutuhkan pendekatan dan metode yang memadai agar tujuan pembentukan kesadaran kritis atas media dapat tercapai. Literasi media merupakan gerakan yang dibangun sebagai bentuk negosiasi khalayak atas tayangan media yang menerpanya.

1. Literasi Media sebagai Gerakan Kultural

MPM memaknai literasi media dengan memilih gerakan kultural alih-alih gerakan struktural. Landasannya adalah hak publik atas gelombang udara dan sebagai bagian dari pemberdayaan

49 Danarka Sasangka, 2010: 16

50 Dharmanto, wawancara 03 September 2012

masyarakat untuk melawan kapitalisme industrialisasi media. Dalam hal ini, Sulistyawati mengemukakan sebagai berikut.

“Jadi, gerakan literasi media itu tidak mungkin memaksa media, *ngoprak-ngoprak* gitu... Tidak akan ada hasilnya. *Kowe mbok* berubah. Mau teriak sampai suaranya serak juga tidak bakal ada hasilnya. Media tetap akan mengejar keuntungan, rating, dan kapital. Akan jauh lebih pasti kalau kita memastikan dengan memperkuat masyarakat kita sendiri. Teman-teman dekat kita, apalagi ibu-ibu karena ibu mana yang tidak peduli sama anaknya?”⁵¹

Sebagai gerakan kultural, keberadaan literasi media oleh MPM diwacanakan sebagai antitesis gerakan struktural yang lebih gencar dilakukan. Pendekatan struktural sendiri adalah paradigma klasik dalam kajian komunikasi massa yang menempatkan relasi antara media dan khalayak dalam posisi biner dengan relasi kuasa yang tak setara. Media diposisikan secara diametral sebagai pihak aktif yang mengonstruksi realitas sementara khalayak diposisikan sebagai pihak pasif yang tidak berdaya dan hanya menjadi objek bagi media.

Pengandaian tentang khalayak yang lemah dan harus dilindungi inilah yang hampir selalu direproduksi sebagai argumentasi untuk melegitimasi munculnya sejumlah regulasi represif yang dianggap (pemerintah) akan mampu menertibkan media massa. Dalam praktiknya, munculnya sejumlah regulasi tidak juga benar-benar melindungi kepentingan khalayak. Ini karena pada praktiknya industri media massa jauh lebih cerdas untuk memanipulasi regulasi dengan menggunakan regulasi lain yang kontradiktif sehingga melemahkan regulasi dari tubuhnya sendiri.

Berangkat dari pemahaman mengenai khalayak aktif, MPM melakukan kegiatan literasi media dengan memilih ibu rumah tangga sebagai subjek. Pada tahap awal, dilakukan dengan terlebih dahulu mengadakan penelitian yang cenderung etnografis oleh para relawan MPM terhadap keluarga-keluarga yang dipilih di desa-

51 Sulistyawati, relawan MPM, wawancara 03 September 2012

desa dampingan. Riset tersebut dilakukan untuk memperoleh data mengenai gambaran lokasi program, kebiasaan konsumsi media oleh masyarakat termasuk cara penggunaan media oleh para keluarga. Data hasil riset akan menjadi masukan bagi pematerian program sehingga materi yang dihasilkan oleh MPM sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya merupakan respon atas penelitian awal yang dilakukan di lokasi-lokasi program.

Literasi media, atau yang dalam istilah MPM masih kerap dibahasakan sebagai ‘melek media’, mengasumsikan orang yang ‘melek media’ ini memiliki kesadaran bermedia. Tidak hanya dengan mengurangi jumlah jam menonton televisi, tetapi juga kemampuan lain seperti mengkritisi isi televisi. Kritis terhadap televisi termasuk kemampuan untuk selalu menanyakan ‘apa yang ada di sana’ dan ‘apa yang tidak ada di sana’. Khalayak ini ingin selalu tahu tentang apa latar belakang isi media diproduksi—motif, uang, nilai-nilai, pemilik media—dan sadar bahwa hal-hal tersebut memengaruhi isi media. Kekritisan inilah yang oleh MPM diakui tidak mudah untuk ditularkan pada masyarakat.

“...kalau sekadar tahu apa bahaya media itu mudah....Namun, kritis tidak sekadar tahu bahayanya. Kritis berarti bisa memilih isi media yang baik buat anak-anak, mengajak keluarga yang lain agar juga peka terhadap media. Nah, itu yang susah...” (Darmanto, ketua MPM, wawancara 03 September 2012).

Ada tiga fase menuju tercapainya kemampuan kritis sebagaimana dikemukakan Elizabeth Thoman, pendiri dan presiden Center for Media Literacy. Fase pertama memiliki dua kemampuan, yakni (1) ‘diet media’, yaitu kemampuan untuk mengatur jumlah waktu yang dihabiskan guna mengakses media; dan (2) kemampuan membuat pilihan media yang akan diaksesnya. Dalam hal ini, mengurangi jam menonton televisi tidaklah cukup untuk mengurangi paparan negatif tayangan televisi. Fase kedua adalah memiliki kemampuan menonton secara kritis dengan selalu berusaha ingin tau kerangka atau bingkai kepentingan apa sebuah tontonan

diproduksi. Fase ketiga adalah kemampuan mengidentifikasi 'siapa yang memproduksi tontonan, untuk tujuan apa, siapa yang akan diuntungkan, siapa yang dirugikan, dan siapa yang memutuskan acara tertentu ditayangkan' serta kemampuan untuk menyadari bahwa ada kekuatan ekonomi politik dan sosial yang mengendalikan proses produksi isi media sehingga penonton diarahkan menjadi bagian dari pergerakan ekonomi.

Gerakan yang dilakukan oleh MPM lebih banyak berada pada fase pertama, yaitu 'diet media'. Ini karena dipandang sebagai sesuatu yang paling realistis untuk dilakukan dalam waktu yang tidak panjang dan program yang bersifat parsial. Ini pulalah 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.

2. Dari Dokumen Hingga ke Lapangan

Pada tahap awal proses kegiatan literasi media, MPM melakukan kajian dokumen sekunder (profil desa/kelurahan) dan observasi lapangan untuk menentukan kelompok ibu rumah tangga yang dilibatkan dalam proses pendidikan literasi media. Pertimbangan penentuan kelompok ibu rumah tangga yang dilibatkan berdasarkan kepemilikan televisi di rumah tangga, mempertimbangkan cakupan wilayah yang mewakili kawasan perkotaan dan pedesaan, serta ketersediaan organisasi kelompok perempuan, semisal PKK desa. Organisasi-organisasi perempuan yang disasar MPM untuk menjadi mitra kegiatan literasi media selain PKK adalah dasawisma, posyandu, ormas Aisiyah, perkumpulan Guru PAUD/TK, dan lainnya.

Pada riset awal pada tahun 2009, temuan data yang menarik adalah riset mengenai tingkat keseringan menonton televisi saat di rumah. Dari 137 responden yang tersebar di 5 wilayah (Muja-muju, Peleman, Rukeman, Terban, dan Tambakbayan), persentase terbesar, yaitu 53,3% selalu menonton televisi setiap hari meskipun berkisar

antara 1-3 jam dengan berbagai alasan kesibukan mengurus rumah tangga dan bekerja. Dari durasi tersebut, ditemukan data keragaman tujuan menonton televisi dan pilihan program. Umumnya, yang masih digemari adalah berita, *reality show* (kontes, kuis), *talk-show*, dan sinetron anak. Kerendahan intensitas menonton televisi juga dipengaruhi kepemilikan media lain semacam komputer, ponsel, dan media cetak.

Dari data awal tersebut, program literasi media yang diselenggarakan oleh MPM dengan fokus 'diet media' menjadi tampak aplikatif dalam implementasinya. Setidaknya, persoalan durasi cukup mudah disosialisasikan. Kebutuhan materi diasumsikan MPM berdasarkan data awal yang lebih terfokus pada rasionalisasi pemilihan program dan fokus pada pendampingan anak-anak menonton televisi.

Dalam pelaksanaan programnya hingga tahun 2011, pendekatan partisipatif dipilih karena dipercaya oleh MPM dapat mendorong kemandirian sekaligus keberlanjutan (*sustainability*) program. Di sini, MPM melakukan serangkaian pertemuan, dialog, dan diskusi tentang televisi dan dampaknya bagi penonton di rumah. Tujuan diskusi fokus terbatas ini tidak hanya untuk menjalin kerja sama dengan kelompok perempuan di desa/kelurahan, tetapi juga untuk melakukan observasi tentang perilaku ibu rumah tangga terhadap televisi. Sebagaimana dijelaskan Sulistyawati, awalnya, diperkenalkan dalam suatu sesi semacam *sharing*. *Sharing* meliputi siapa ibu-ibu di rumah yang punya anak kecil dan apa yang dilakukan di rumah. Ibu-ibu ini kemudian diminta untuk bercerita kegiatan yang dilakukan dari pagi sampai malam. Dari cerita itu, MPM lantas bisa mengetahui kebiasaan ibu dan anak, yang satu di antaranya menonton televisi. Pengetahuan ini lantas menuntun MPM untuk memberikan materi tentang efek-efek media dengan memberikan contoh kejadian di berbagai daerah mengenai korban-korban media, misalnya, *smackdown*. Hasil-hasil penelitian juga disampaikan, misalnya, menyebabkan obesitas bahkan hingga lemahnya daya memori, daya konsentrasi, kemampuan otaknya menurun, dan

sebagainya. Dari sini, ibu-ibu rumah tangga mulai menyadari bahaya televisi.

3. CO sebagai Penggerak

Kegiatan pendidikan literasi media untuk masyarakat tidak lepas dari persiapan yang matang. Dengan asumsi tersebut, MPM sebelum terjun ke lapangan melakukan 'Pelatihan untuk Pelatih atau *Training of Trainer*' (ToT). Sebelumnya, telah dilakukan *workshop* penyusunan strategi implementasi program dengan melibatkan elemen-elemen masyarakat. ToT dimaksudkan untuk melatih calon fasilitator yang diambil dari komunitas agar nantinya dapat berfungsi sebagai pendamping fasilitator dalam penyelenggaraan kegiatan pendidikan literasi media. Model kegiatan yang diawali dengan menggunakan kader CO baru dilaksanakan pada tahun 2011 ini. Rencananya, para fasilitator ini akan diterjunkan untuk memberikan pendidikan literasi media bagi ibu-ibu rumah tangga di Desa Gadingsari Kecamatan Sanden Bantul dan di Kelurahan Wirobrajan Yogyakarta.

Ada delapan orang yang dipilih sebagai wakil dari komunitas untuk dilatih menjadi fasilitator, masing-masing empat orang dari Wirobrajan dan Gadingsari. Selain para ibu yang mewakili komunitas, juga terdapat delapan mahasiswa dari berbagai universitas yang akan diproyeksikan menjadi fasilitator. Para ibu yang mewakili komunitas diproyeksikan menjadi *Community Organizer* (CO). Selain persoalan teknis tentang cara menjadi fasilitator yang baik, peserta pelatihan juga memperoleh materi berupa pengenalan mengenai MPM dan program literasi media yang akan diselenggarakan di Wirobrajan maupun Gadingsari. Beberapa materi yang disampaikan memang memberikan pengetahuan, tapi kadarnya masih dinilai terlalu dangkal. Salah seorang peserta ToT, Siti Muthmainnah, misalnya, mengatakan bahwa materi mengenai televisi masih terlalu sedikit. Meskipun demikian, keberadaan CO ini relatif memudahkan MPM dalam mendorong kegiatan literasi. Ini CO sebagai aktivis dalam

komunitas jauh lebih mengenal situasi wilayah dan ibu-ibu yang akan disasar sebagai peserta. Ajakan untuk mengikuti kegiatan juga lebih mudah karena yang mengajak adalah orang yang telah dikenal dan dekat dengan mereka.

4. Materi Pelatihan

Dalam kegiatan pendidikan literasi media, MPM secara terencana dan tertata membuat materi yang terstruktur dan kemudian didokumentasi sebagai modul untuk dibagikan pada peserta. Widodo mengemukakan bahwa modul-modul itu dibagikan kepada CO, sedangkan peserta cukup diberi semacam silabus.⁵²

Berdasarkan laporan kegiatan MPM, susunan materi dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1
Materi Literasi Media MPM

No	Materi	Metode
1	Televisi & pengaruhnya terhadap kehidupan sosial	Ceramah, tanya jawab
2	Membedakan program faktual, fiksi & faksional	Diskusi partisipatif
3	Memahami program infotainment	
4	Memahami & memetakan sinetron di Indonesia	
5	Memahami proses produksi sinetron	Simulasi membuat lakon dengan menggunakan potongan gambar
6	Memahami & memetakan reality show di Indonesia	
7	Memahami proses produksi reality show	Praktik

52 Widodo, wawancara 03 September 2012

8	Mengenal perkembangan psikologi anak	
9	Teknik mendongeng sebagai kegiatan alternatif	Demonstrasi & praktik
10	Memahami regulasi penyiaran	
11	Mengenal regulator penyiaran	Kunjungan ke KPID Yogyakarta
12	Memahami proses siaran televisi	Kunjungan ke TVRI Yogyakarta
13	Tata cara pengaduan pelanggaran P3SPS (1)	
14	Memahami regulasi & pengaduan tayangan televisi (2)	Kunjungan ke KPID Yogyakarta
15	Teknik pemantauan tayangan televisi	Penjelasan & diskusi mengenai angket pemantauan tayangan televisi & lomba menulis surat untuk KPI
16	Evaluasi, tindak lanjut serta mengukur keberhasilan pelatihan	Wawancara setiap peserta pelatihan & post-test
17	Materi tambahan: dasar-dasar penggunaan internet	Praktik di ruang internet BPPI Yogyakarta
18	Kegiatan tambahan: aksi hari tanpa TV	Aksi lapangan pembagian leaflet, stiker & flyer

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 (tujuan umum program – Laporan Kegiatan MPM).

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. Oleh karena itu, tujuan program literasi media yang diselenggarakan oleh MPM adalah meningkatkan daya kritis subjek yang diposisikan sebagai konsumen terhadap tayangan yang diasumsikan bersifat feminin. Program

yang secara spesifik dipilih merupakan program yang diasumsikan dominan dikonsumsi oleh perempuan, khususnya ibu rumah tangga yang notabene bekerja pada sektor privat dalam rumah tangga.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari salah satu ibu rumah tangga yang menjadi subjek penerima program, ibu Siti Muthmainnah yang juga berperan sebagai CO, mengakui bahwa sejak lama ia tidak terlalu konsumtif pada televisi. Dengan dalih kesibukan mengasuh ketiga putrinya dan keterlibatannya dalam organisasi Aisyiyah, diakuinya telah cukup menyibukkan sehingga membuatnya tidak sempat menonton televisi. Meskipun tanpa pemahaman mengenai literasi media, ia mengakui tidak terlalu tertarik pada acara televisi yang menurutnya tidak mendidik dan bahkan memunculkan efek negatif semisal menggunjing urusan pribadi orang lain dan banyaknya kekerasan baik verbal maupun nonverbal termasuk dalam sinetron untuk anak-anak. Dengan kata lain, Siti Muthmainnah telah melakukan diet televisi secara tidak sengaja jauh sebelum MPM melakukan kegiatan literasi. Keberadaan program MPM kemudian memberikan suatu penegasan dan pengetahuan atas televisi yang selama ini memang tidak banyak ia konsumsi. Setelah mengikuti MPM, kini, ia tahu bahwa *reality show* bukanlah realitas yang sesungguhnya. Padahal sebelumnya, dalam keluarga Siti Muthmainnah, sempat terjadi *eyel-eyelan* (perdebatan), apakah *reality show* sungguhan ataukah rekaan. Setelah mengikuti program MPM, Siti Muthmainnah mendapatkan jawabannya.⁵³

Sebagai CO yang juga berinteraksi dengan ibu-ibu lain yang mengikuti program literasi media, kesadaran mengenai dampak negatif televisi sebenarnya telah dimiliki oleh kebanyakan ibu-ibu meskipun tanpa bekal teori mengenai literasi media. Secara umum, dapat dikatakan bahwa masyarakat telah memiliki keresahan atas tayangan yang ada di televisi. Salah satunya karena tayangan yang ada di televisi bertentangan dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat, misalnya, mengenai nilai kesopanan dan nilai perbuatan yang tidak sesuai dengan ajaran agama yang dianut.

53 | Siti Muthmainnah, CO Wirobrajan, wawancara tanggal 10 September 2012

Pemahaman awal mengenai dampak negatif televisi menjadi modal yang cukup memadai bagi relawan MPM dalam melaksanakan program. Kondisi para ibu rumah tangga kemudian menjadi dasar kebutuhan yang memunculkan persoalan untuk kemudian diformulasikan solusi yang sesuai. Oleh karena itu, program MPM secara lebih spesifik juga diejawantahkan melalui tujuan khususnya, yakni (1) terbangunnya kesadaran kritis masyarakat, atas isi tayangan program Sinetron, Infotainment, dan *Reality show* di 2 (dua) wilayah; (2) tersusunnya dokumen analisis isi tayangan program sinetron, infotainment, dan reality show berdasar masukan kritis masyarakat secara langsung, yang dilibatkan secara terus-menerus memantau isi tayangan media televisi; (3) terbentuknya Lembaga Pemantauan dan Pengaduan Konsumen Media di Provinsi DIY.

5. Literasi Media dan Implementasinya

Dalam pelaksanaan pendidikan literasi media pada ibu-ibu rumah tangga, program yang dilaksanakan oleh MPM terbagi menjadi dua tahap. Tahap pertama dilaksanakan di tahun 2009 dan tahap kedua dilaksanakan pada tahun 2011. Pada tahap pertama, MPM melakukan pendidikan literasi media bagi ibu-ibu yang tinggal di sekitar lima kampung di Yogyakarta, yaitu Kampung Babarsari yang berdekatan dengan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, kemudian Kelurahan Terbanyang merupakan kelompok dampingan dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran', lalu Kelurahan Muja Muju untuk Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa. Adapun Desa Umbulmartani dan Wukirsari di Sleman menjadi wilayah dampingan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mendampingi ibu-ibu di Desa Tamantirto, Kasihan, Bantul.

Sementara pada tahap kedua, lokasi program hanya berada di Wirobrajan dan Gadingsari Bantul. Model pelaksanaan program literasi media oleh MPM tahap ini merupakan bentuk pengembangan

dari yang pernah dilakukan sebelumnya. Dari aspek waktu, durasi program menjadi dua kali lipat sehingga kegiatan tatap muka lebih sering dan intensif. Selama proses pelatihan, peserta diperkenalkan mengenai teknik produksi acara televisi dengan maksud agar ibu-ibu yang menjadi peserta lebih memahami perbedaan antara realitas media dan realitas sosial sehingga semakin kritis terhadap tayangan program televisi. Perubahan yang terjadi pascakegiatan pendidikan literasi media, setidaknya terurai sebagai berikut.

Pertama, dalam aspek pengetahuan. Para peserta dampingan mengaku bahwa sekarang lebih mengetahui bahwa program acara yang ditayangkan televisi penuh kepura-puraan (artifisial). Tayangan yang dihadirkan dalam layar kaca, tidak selalu sesungguhnya terjadi, misalnya, dalam salah satu materi yang membahas mengenai *reality show*, dipahami sebagai acara yang dalam proses pembuatannya penuh dengan rekayasa hanya untuk mengurus emosi penonton agar dianggap kejadian yang ditayangkan benar-benar nyata. Uniknya, menurut Maryani, seorang CO Gadingsari, "...tapi kalau acara-acara mistik, kayak sinetron Jawa-Jawa, itu susah Mbak ibu-ibu dibilangin kalau juga bohong-bohongan. Warga di sini masih banyak yang percaya itu betulan..." Dari sini, tampak bahwa pengetahuan tentang literasi media sangat kontekstual. Aspek budaya memengaruhi penerimaan literasi media. Dalam hal ini, pengetahuan tidak serta-merta diterima oleh sebagian peserta. Mereka masih selektif pada pengetahuan jenis tertentu, utamanya yang sesuai dengan nilai-nilai yang dianut. Oleh karena itu, literasi media juga patut memerhatikan hal-hal seperti ini.

Kedua, perubahan pada aspek sikap. Dalam proses pendidikan literasi media, peserta juga diberi tugas untuk mengisi lembar pemantauan acara televisi dan menyikapi acara televisi yang ditonton bersama anak. Hal ini kemudian memengaruhi penurunan kepercayaan pada televisi sehingga menurunkan ketergantungan bahkan mampu mengurangi keinginan menonton televisi. Hal ini kemudian juga ditularkan pada keluarganya.

Ketiga, perubahan perilaku. Tingkat atau kualitas perilaku pada ibu rumah tangga ini tidak sebanding dengan perubahan pada aspek pengetahuan dan sikap. Jika pada aspek sikap, para ibu bisa bersikap kritis terhadap tayangan, tapi pada tataran praktik belum bisa mengubah kebiasaan ketergantungan terhadap televisi. Siti Muthmainnah menjelaskan hal itu sebagai berikut.

“Cuma kadang-kadang di antara beberapa ibu-ibu itu meski sudah dikatakan seperti itu, ada yang bilang, ‘Lha, gimana saya mau matikan televisi, lha *wong* anak saya itu ndak bisa makan kalo ndak di depan tv, lha gimana saya kerja kalau anak saya ndak ada yang momong...’”

Alasan pragmatis lantas mengalahkan alasan-alasan idealis. Hal ini menunjukkan semacam disonansi kognitif karena mengerti dan memahami dampak televisi tetapi mengalami kesulitan untuk menerapkan dalam perilaku. Sehingga terdapat kontradiksi secara internal bagi para ibu untuk melaksanakan pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan karena terdapat persoalan dalam aktivitas keseharian yang tidak memperoleh solusi. Ini satu soal, dan alternatif-alternatif atas soal itulah yang mesti dicari jalan keluarnya. Dengan kata lain, literasi media sepertinya tidak bisa berhenti pada kritis terhadap media, tapi alternatif atas itu harus pula dipikirkan. Dalam arti, jika tidak menonton televisi, maka apakah alternatif kegiatannya? Jika ibunya bekerja dan karenanya televisi membantu mereka ‘mengasuh’ anaknya, lantas apa yang harus dilakukan?

MPM menyadari hal ini. Oleh karena itu, para relawan MPM saat pelatihan menganjurkan para ibu untuk mencari alternatif kegiatan ataupun alternatif media pada para ibu peserta. “...kan bisa mencari orang untuk menggantikan pekerjaan ibu saat ibu butuh bekerja,” demikian salah satu contoh jawaban yang diberikan Darmanto. Namun, tentu saja, pelaksanaan saran tersebut tidak semudah membalik telapak tangan bagi sebagian peserta. Keragaman status ekonomi dan pendidikan memengaruhi pola pikir dan kreativitas para ibu saat menerapkan literasi media di rumahnya.

Ini karena dampak media televisi tidak berlangsung secara simultan sehingga kesadaran untuk mencegah lebih rumit daripada mencegah anak bermain kompor, misalnya.

6. Literasi Media dan Media Monitoring

Kegiatan literasi media pada tahun 2009 oleh MPM diberi nama '*media monitoring*'. MPM pada tahun 2009 ini pertama kalinya melaksanakan literasi media di luar konteks kegiatan akademis karena sebelumnya terpusat di kampus-kampus. Pada tahun 2009, MPM berhasil menggerakkan elemen kampus untuk tidak hanya mendiskusikan isu literasi media, tetapi juga turun lapangan dan berhadapan langsung dengan masyarakat yang diwakili oleh ibu-ibu rumah tangga. MPM menggandeng dosen dan mahasiswa yang sebelumnya telah akrab dengan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) untuk mengaplikasikan program literasi media ini sebagai alternatif dari materi dalam pelaksanaan KKN tersebut. Dalam kerja sama tersebut, MPM telah mendapatkan sejumlah wilayah yang telah menjadi daerah dampingan dari kampus-kampus yang kemudian dapat dipilih menjadi subjek penerima program.

Pada tahap terakhir program pendidikan melek media bagi masyarakat di Yogyakarta, MPM masih melakukan kegiatan pendampingan bagi ibu-ibu rumah tangga sembari melakukan pengolahan data/informasi penelitian, dan melakukan pengkajian mendalam terhadap rumah tangga yang menjadi sample penelitian untuk bahan penyusunan buku. Proses penelitian ini berjalan cukup mendalam dan memakan waktu relatif lebih panjang, tidak sesuai dengan rencana. Observasi dengan menggunakan teknik etnografi tidak hanya dilakukan sekali, tetapi sehari-hari, bahkan beberapa asisten peneliti ikut menginap di rumah tangga untuk mendapatkan materi/bahan yang komprehensif. Tidak berhenti sampai di situ, setiap selesai dari kunjungan observasi, hasilnya dibahas bersama peneliti MPM dan pihak lain (akademisi) yang dilibatkan guna mempertajam hasil observasi, tak jarang *review* hasil observasi

merekomendasikan untuk melakukan kajian ulang dan mendalam. Akibatnya, proses penyusunan hasil penelitian mundur dari jadwal semula.

Di akhir program, MPM juga menyelenggarakan FGD dengan para CO dan perwakilan ibu rumah tangga yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan untuk mendapatkan catatan evaluasi berupa masukan dan rekomendasi yang penting bagi gerakan pendidikan literasi media. Hasil FGD evaluasi ini juga menjadi bahan bagi MPM untuk pendalaman dalam penyusunan buku pengalaman MPM dalam melakukan pendidikan literasi media di Yogyakarta.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh MPM, diseminarkan pada publik di Yogyakarta, sekaligus untuk mempertajam proses penulisan buku yang disusun oleh para peneliti MPM. Seminar ini tidak disangka dihadiri oleh 120 peserta dari berbagai kalangan di Yogyakarta. Padahal, targetnya hanya 75 orang peserta, tapi forum seminar tentang literasi media tersebut ternyata diapresiasi banyak pihak sehingga peserta seminar yang hadir melebihi target yang direncanakan. Situasi ini cukup menggembirakan karena menunjukkan kepedulian terhadap gerakan literasi media. Ini peluang dan harapan bagi keberlangsungan gerakan literasi media di Indonesia.

Bersama dengan sejumlah CO/perwakilan ibu rumah tangga sasaran program, akademisi, dan pegiat organisasi masyarakat sipil yang tergabung dalam Koalisi Masyarakat untuk Televisi Sehat Yogyakarta, MPM menggagas lahirnya kelompok pemantau siaran televisi. Sejak bulan September 2011 hingga Desember 2012, gagasan kelompok pemantau siaran televisi ini digulirkan, dan melibatkan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Yogyakarta sebagai pihak yang menerima aduan hasil pemantauan masyarakat di Yogyakarta. Tercatat, terselenggara 6 (enam) kali pertemuan secara bergilir yang diselenggarakan oleh forum pegiat media literasi di Yogyakarta/Koalisi Masyarakat untuk Televisi Sehat, yang mengagas dan mengawal proses pemantauan siaran televisi. Hingga

laporan ini disusun, forum ini sedang menyusun sebuah sistem informasi pemantauan masyarakat terhadap siaran televisi dengan menggunakan SMS, website dan *social media* dengan *hashtag #gugattv* sebagai alat untuk mendokumentasikan hasil pemantauan televisi oleh masyarakat. Ke depan, gagasan ini diharapkan bersinergi dengan gerakan serupa di provinsi lain sehingga pemantauan terhadap televisi bisa bergaung secara nasional.

7. Memindah Pengalaman Menjadi Cetak

Penerbitan buku yang berisi laporan kegiatan pendidikan literasi media merupakan *output* yang menarik sebagai tindak lanjut dari program yang diselenggarakan oleh MPM. Buku memiliki kekuatan dokumentasi yang mengatasi kelemahan daya ingat manusia. Melalui buku, pengalaman dapat dihadirkan kembali dalam tata narasi untuk membangkitkan daya ingat maupun menjadi pengetahuan bagi pembacanya. Pilihan ini merupakan pilihan taktis. Oleh karena itu, ketika pendidikan literasi media berakhir karena keterbatasan dana, maka semangat literasi tetap terus terpelihara melalui dokumentasi buku. Informasi mengenai kegiatan ini juga lebih mudah dijangkau bagi para peminat literasi media yang lainnya.

Mencetak pengalaman selama di lapangan merupakan kegiatan terakhir dalam program. Sejumlah 500 eksemplar bulletin 'matamedia' telah tercetak dan didistribusikan kepada warga masyarakat di 5 desa, masyarakat umum di Yogyakarta, kalangan akademisi dan sejumlah lembaga baik pemerintah maupun non pemerintah. Pendokumentasian juga dilakukan dalam dua buku yang berjudul *Ibu Rumah Tangga membaca Televisi* dan buku kedua berjudul *Ibu Rumah Tangga Melawan Televisi* yang didistribusikan kepada warga kelompok dampingan, lembaga mitra MPM baik LSM maupun pemerintah, serta didistribusikan juga kepada sejumlah prodi komunikasi berbagai Universitas di Yogyakarta.

8. Kendala yang Dihadapi

Perencanaan yang dilakukan MPM dalam melaksanakan program literasi media tidak menyisakan hambatan dan kendala. Hal yang dapat diamati adalah materi yang sangat banyak dan durasi program yang sangat panjang. “...Akhirnya, pertemuan ke berapa gitu, dua kelas digabung karena ibu-ibu yang datang Cuma sepuluh, kadang ndak nyampai. Alasannya macam-macam: *njagong* manten, trah, acara keluarga, repot...” demikian penjelasan ibu Siti Muthmainnah. Maryani juga mengemukakan hal yang sama, “Ya, kalau pas hari pasaran ibu-ibu sini *kan* ke pasar. Dagang. Mereka juga petani, kalau habis panen nunggu pasaran trus dagang di pasar. Kita usahakan agar mereka tetap bisa ikut. Kita ubah jadwal atau dipadatkan....”

Dari penjelasan para CO di Wirobrajan dan Gadingsari ini, tampak bahwa sebagai ibu rumah tangga dengan kesibukan yang beragam tidak selalu bisa hadir selama sembilan minggu untuk mengikuti materi yang demikian banyak. Hal ini kemudian berimplikasi pada pemahaman atas materi yang mereka terima. Dengan ukuran kualitatif, tentu tidak bisa dianggap kemampuan mengisi *polling* di akhir program merepresentasikan pemahaman atas materi literasi media sehingga capaian yang nampak adalah keberhasilan diet media, tapi tanpa jaminan pengayaan pemahaman terhadap materi program.

F. Inovasi Kurikulum: Pengalaman ECCD-RC (Yogyakarta)

ECCD-RC singkatan dari *Early Childhood Care and Development-Resource Centre* atau Pusat Pengembangan Program Pendidikan Anak Usia Dini. ECCD-RC Yogyakarta dilahirkan pada 22 Juli 2002 atas prakarsa dari Lembaga Studi Pengembangan Perempuan dan Anak (LSPPA), Plan International, dan Ausaid. ECCD-RC merupakan lembaga yang memiliki kepedulian untuk mendorong pendidikan dan pengasuhan anak usia dini yang lebih berkualitas, mempromosikan

nilai adil gender, dan penghargaan terhadap hak anak dan keragaman budaya.

Sejak tahun 2004, ECCD-RC menjadi lembaga yang mandiri dengan status badan hukum Perkumpulan. Sejak didirikan hingga sekarang, ECCD-RC selalu bekerja sama dengan LSM, donatur, pemerintah, universitas, yang berdedikasi untuk memberikan pelayanan bagi anak, keluarga, pendidik anak usia dini, sekolah ataupun institusi dan kelompok yang peduli dengan tumbuh kembang anak usia dini.

ECCD-RC berkantor di Yogyakarta, dengan lokasi kerja di seluruh Indonesia. Program yang sudah berjalan antara lain kolaborasi sekolah laboratorium, media kampanye melalui perpustakaan dan bengkel alat permainan edukatif serta peningkatan kapasitas pendidik (edukator dan pendamping) dan orang tua melalui pelatihan dan pendampingan.

1. Rangkaian Program

Kegiatan literasi media yang dilakukan oleh ECCD-RC bernama *Pendidikan Literasi Media untuk Pendidik Usia Dini dan Dasar*. Rangkaian program tersebut dilaksanakan pada 1 Agustus sampai dengan 30 November 2009. Rangkaian program ini memiliki tujuan umum, yakni (1) mengembangkan pendidikan literasi media di kalangan pendidik (*educator*) anak usia dini (TK dan sekolah dasar), dalam hal ini guru; (2) membangun kemampuan pendidik yang kritis terhadap media; dan (3) mengurangi dampak negatif tayangan media terhadap perkembangan anak.

Kegiatan literasi media tersebut terdiri dari tiga program. *Pertama*, pelatihan literasi media. Peserta program ini adalah para guru Taman Kanak-Kanak dan Sekolah Dasar. ECCD-RC memilih guru-guru di Surabaya dan Ponorogo sebagai sasaran program literasi media mereka. Pada tahap awal, dipilih terlebih dahulu sekolah dan guru yang relevan untuk mempelajari literasi media. Berikutnya menentukan materi utama, yakni hak dan perkembangan anak;

dan literasi media. Alasan pemilihan materi hak anak dan media dijelaskan oleh Hasanah Safriyani dari ECCD-RC sebagai berikut.

“Kalau media jelas karena kita mau mengajak mereka melek media. Jadi, media itu sendiri muatan yang mau kita kenalkan, mau kita bangun kesadarannya. Kalau hak anak karena kita ini tidak lepas dari akar permasalahan. Jadi, yang kita kemukakan di situ bahwa kalau, misalkan, kita diam saja, tidak melakukan apa-apa, maka berarti kita melanggar hak anak. Maunya terus itu jadi sesuatu yang mengutamakan mereka. Misalkan guru yang punya murid 30 saja, terus kamu tahu *nggak* bahwa mereka nonton TV, dan itu kebiasaan mereka mengonsumsi banyak tayangan yang tidak sehat dan Anda diam saja, berarti Anda sudah melanggar hak 30 anak tersebut. ... Lalu, masuk juga ke media itu sendiri. Tentang apa saja yang perlu kita lihat. Apa sisi baik media itu, kelihatannya mereka juga sudah paham sampai ke sana. Setelah itu baru, kurikulum, skill yang ingin kita bangun....”⁵⁴

Tahap *kedua* adalah pengayaan materi kurikulum dengan peserta yang sama, para guru Taman Kanak Kanak dan Sekolah Dasar. Alur dan materi program ini terdiri dari dua bagian, yaitu pelatihan pengembangan kurikulum Taman Kanak Kanak dan Sekolah Dasar dan workshop pengayaan kurikulum dengan muatan literasi media. *Ketiga*, *workshop* penyusunan modul sebagai pedoman pendidikan literasi media. Peserta program ini adalah panel pakar dan tim dari *Resource Center*. Alur dan materi program ini adalah penyusunan modul literasi media sebagai materi pengayaan kurikulum. *Keempat*, produksi modul yang dicetak dan didistribusikan kepada berbagai pihak yang relevan mempelajari dan memahaminya. Seluruh kegiatan ini mewujudkan dalam dua keluaran kegiatan, yaitu pelatihan guru dan modul pendidikan literasi media yang merupakan pengayaan materi kurikulum Taman Kanak-Kanak dan Sekolah Dasar, terutama untuk dua mata pelajaran, yaitu PPKN dan IPS.

54 wawancara tanggal 20 September 2012

Menurut Safriyani, kegiatan literasi media di kalangan guru dilakukan dengan beberapa tahap materi. Materi pertama tentang hak anak itu sendiri. Materi ini dikemukakan di awal karena program ini berangkat dari hak anak. Jadi, anak, misalnya, mempunyai hak untuk mendapat informasi yang benar. Sementara TV, menurut Safriyani, banyak mengandung informasi yang menyesatkan. Se Ibid tidaknya, untuk TV yang sekarang ini. Setelah itu, masuk ke media. Semua mendapatkan materi hak anak dan media, baik guru SD atau TK. Perbedaannya ada di pengembangan kurikulumnya.⁵⁵

Lebih lanjut, Direktur ECCD-RC ini menjelaskan bahwa mengenai hak anak yang didiskusikan atau yang disampaikan adalah tentang anak itu sendiri. Kemudian, peran guru dalam memenuhi hak anak tersebut sebagaimana dikemukakan Safriyani berikut.

“Hak anak itu yang dikeluarkan tentang anak itu sendiri. Ciri-cirinya apa saja? Jika terjadi pelanggaran kita bagaimana? Di sini, peran guru yang kita tekankan. Peran guru dalam upaya memperjuangkan hak anak itu sendiri karena kalau hak anak itu memang tujuan utamanya membangun kesadaran bahwa mereka bisa berbuat sesuatu...”

Untuk materi media, ECCD-RC lebih menitikberatkan pada bagaimana mengkritisi televisi. Ini karena media televisi dianggap paling populer di masyarakat dan dampaknya paling kuat. Lembaga ini berharap dengan kemampuan mengkritisi televisi, maka para peserta pelatihan juga dapat mengkritisi media-media lainnya.

Dalam program ini, ECCD-RC memang tidak berusaha untuk menjadikan literasi media sebagai sebuah mata pelajaran tersendiri atau menjadi sebuah ekstrakurikuler bagi anak. Ini dilakukan karena kurikulumnya sudah sangat padat, dan tidaklah mungkin menjadikan materi literasi media sebagai materi tersendiri. Oleh karena itu, pengembangan kurikulum lebih diutamakan dengan menyusupkan literasi media ke dalam pelajaran-pelajaran yang selama ini sudah ada. Di sisi lain, ECCD-RC berusaha agar materi literasi media ini

55 Ibid

tidak memberatkan guru yang memang sudah memiliki banyak pekerjaan.

Program ini berlangsung dua kali di Surabaya (dengan peserta yang berbeda) dan sekali di Ponorogo. Materi yang sama diberikan di seluruh tempat. Pelatihan yang hanya berlangsung beberapa hari dianggap masih kurang oleh peserta. Bu Tia dari SDN Kapasari 8 Surabaya, misalnya, menyatakan, “kalau waktunya itu terlalu singkat.” Meski demikian, ia mengatakan bahwa materi yang disampaikan sangat menarik dan bisa ia terapkan dalam mengajar. Ia mengaku mengadopsi beberapa metode dari pelatihan ini untuk mengajar.

2. Guru sebagai Ujung Tombak Literasi Media

Guru menjadi pilihan ECCD-RC Yogyakarta sebagai sasaran program mereka. Pilihan ini merupakan pilihan yang strategis karena guru dianggap memiliki pengaruh yang kuat untuk mengubah masyarakat. Selain itu, pilihan ini tentu saja didasarkan pada basis kerja ECCD-RC yang memang bergerak di bidang pendidikan anak usia dini. Oleh karena itu, pelatihan literasi media untuk guru inilah yang paling cocok dengan karakter ECCD-RC. Dalam hal ini, Syafriyani mengemukakan sebagai berikut.

“Harapannya, sekolah itu punya peran yang strategis. Artinya, si guru itu sendiri mungkin punya anak di rumah. Paling *nggak* bisa dia terapkan di rumah. Kedua, kalau itu dimasukkan ke pembelajaran, kita memang tidak berpikir menjadi ekstrakurikuler karena akan menjadi tambahan kegiatan baru. Kalau jadi mata pelajaran, akan menjadi tambahan pekerjaan baru. Jadi, kita selipkan saja di pelajaran yang sudah ada.”

Mengenai pilihan guru sebagai target sasaran, Syafriyani mengemukakan bahwa guru mempunyai peran penting di masyarakat. Biasanya, kalau kita di daerah pedesaan maka guru sangat disegani. “Jadi, harapannya, kalau dia sudah mendapat kesadaran tentang hak anak dan media maka dia tidak hanya

menyebarkan itu untuk muridnya, tapi juga untuk lingkungannya.”⁵⁶ Dengan demikian, menurut Safriyani, pengetahuan yang diperoleh guru tidak hanya berguna di ruang kelas, tapi juga masyarakat.⁵⁷

Guru-guru yang menjadi peserta pelatihan ini merupakan guru-guru di Surabaya dan Ponorogo. Pemilihan Kota Surabaya dan Ponorogo merupakan pilihan yang praktis karena mereka memang sudah memiliki jaringan dengan ECCD-RC yang ada di kedua kota tersebut meskipun pemilihan ini juga dapat dilihat sebagai representasi kota besar (Surabaya) dan kota kecil (Ponorogo).

ECCD-RC Yogyakarta, melalui ECCD-RC Surabaya dan ECCD-RC Ponorogo, mengundang guru-guru TK dan SD di kedua kota untuk mengikuti pelatihan literasi media. Beberapa guru sangat tertarik, sementara lainnya menolak dengan berbagai alasan. Guru-guru yang dipilih pun tidak sembarangan. ECCD-RC Yogyakarta mensyaratkan guru yang dikirim di pelatihan adalah guru dengan mata pelajaran yang berbeda seperti IPS dan Bahasa Indonesia; guru yang dikirim juga bukan guru-guru yang sudah hampir pensiun sehingga pengetahuan ini bisa diterapkan dalam jangka waktu yang panjang.

Rangkaian program ini sendiri melibatkan beberapa organisasi profesi guru seperti Himpaudi (Himpunan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Anak Usia Dini), KKG (Kelompok Kerja Guru) dan KKKS (Kelompok Kerja Kepala Sekolah). Diharapkan, keterkaitan dengan berbagai organisasi profesi tersebut dapat memberikan dampak yang lebih besar atas arti penting literasi media pada anak usia dini.

Rangkaian program yang dikerjakan oleh ECCD-RC ini memang diharapkan agar pendidik anak usia dini dan sekolah dasar memiliki kemampuan literasi media. Kemudian, ECCD-RC juga berharap agar dari gerakan literasi yang mereka lakukan, akan muncul gerakan literasi media di kalangan pendidik anak usia dini dan sekolah dasar. Selain itu, program ECCD-RC ini diharapkan dapat memberdayakan

56 Ibid

57 Ibid

jaringan pendidik anak usia dini dan sekolah dasar agar mempunyai kemampuan literasi media dan kontrol terhadap tayangan media yang tidak bermutu.

Di Surabaya, kegiatan yang dilaksanakan oleh ECCD-RC ini mendapatkan dukungan penuh dari Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Dinas Kecamatan Semampir agar pendidik memodifikasi kurikulum dengan muatan literasi media. Sementara itu, di Surabaya, Ponorogo, dan Yogyakarta, pihak sekolah telah menyatakan komitmennya, baik untuk tingkat pendidikan usia dini maupun dasar yang menjadi peserta kegiatan, memberikan kesempatan yang luas kepada guru untuk memasukkan muatan literasi media ke dalam kurikulum. Dari hasil *workshop* dan pelatihan di Ponorogo, Surabaya, dan Yogyakarta, telah terhimpun delapan SD, tiga belas PG-TK dan satu lembaga pendidikan yang berkomitmen untuk memasukkan pendidikan literasi media dalam kurikulum atau rencana pembelajaran yang digunakan. Peserta juga berkomitmen untuk menyebarluaskan pendidikan literasi media melalui jaringan yang telah mereka ikuti, seperti IGTKI dan Kelompok Kerja Guru.

Secara langsung, kegiatan literasi media yang dilakukan ECCD-RC memberikan beberapa manfaat. Guru-guru yang mendapatkan pelatihan menyadari pentingnya pendidikan literasi media dan lebih kritis terhadap dampak media. Ini dibuktikan dalam perjalanan waktu penyelenggaraan *workshop* dan pelatihan, para peserta semakin rajin melakukan pengamatan terhadap tayangan TV dan mencari tahu mana yang bisa dimasukkan dalam pembelajaran baik sebagai media maupun sebagai isi. Selain itu, guru tidak hanya memberikan pengaruh kepada anak didiknya melalui integrasi pendidikan literasi media dalam kurikulum, tapi juga kepada orang tua murid melalui diskusi dan sarasehan. Sekolah juga menjadi sumber informasi mengenai dampak media, paling tidak dari kegiatan pembelajaran yang mengajak anak untuk lebih kritis dan analitis terhadap media.

Salah satu peserta dari SD IT Hidayatullah Surabaya, Ustadzah Holifah Rusmiwaty, menyatakan manfaat program ini

dalam mendukung pembelajaran di sekolahnya. Menurutnya, beberapa pengetahuan baru ia dapatkan, terutama dalam menonton televisi sebagaimana Rusmiwaty kemukakan, “Alhamdulillah banyak hal yang kami dapat, ilmu dari sana. Kami diberi ilmu cara membuat RPP. Jadi, media yang sedikit banyak digemari anak-anak, terutama tontonan tv.” Rusmiwaty juga masih mengingat dengan baik bagaimana praktik analisis media dilakukan. Sebagaimana ia kemukakan, pada waktu itu, diputarkan film Upin Ipin. Kemudian, dilihat dari sudut pandang mana Upin Ipin ini. Meskipun film ini tampak baik dari permukaan, tapi ternyata mengandung sisi negatif, yakni *bullying*. Selain itu, masih ada kekerasannya baik itu secara lisan maupun fisik. Menurut Rusmiwaty, dari pelajaran itu, lantas diterapkan di pembelajaran. “Jadi, yang terlihat dari standar kompetensi sama kompetensi dasarnya kami gabungkan akhirnya. Jadilah, itu rancangannya, program pembelajaran di kelas, kemudian dipraktikkan, *micro teaching*-nya di depan teman-teman.”⁵⁸

Profesi guru yang sudah memiliki sistem juga memungkinkan materi literasi media ini lebih tersebar luas dan dapat memengaruhi kebijakan sekolah. Ini terbukti dari pengakuan beberapa guru yang menjadi narasumber dalam kajian ini. Mereka mengaku bahwa selepas pelatihan yang diselenggarakan ECCD-RC Yogyakarta, materi ini kemudian disebarkan dalam rapat guru di sekolah maupun rapat guru antarsekolah. Bu Atik, guru SDN Kapasari 8 Surabaya, menjelaskan bagaimana literasi media disampaikan dalam rapat guru, “Kita ada pertemuan kegiatan, kalau guru hari Rabu ya. Kita bisa memperoleh ilmu yang baru nanti disampaikan ke teman-teman, alih informasi.”

Sementara itu, kendala yang muncul dalam proses pemilihan guru lebih berkaitan dengan kewajiban utama atas profesinya. Guru mempunyai kewajiban yang rutin dan tidak bisa ditinggalkan, yakni mengajar. Oleh karena itu, tidaklah mudah untuk mencari waktu luang bagi mereka untuk menyelenggarakan pendidikan literasi media. Menurut Endang Retna Widuri Soekrisna, kendala yang dihadapi oleh ECCD-RC justru terjadi saat mereka akan mengajak

58 Rusmiwaty, *ibid*

sekolah-sekolah untuk ikut pelatihan.

“Jadi, mereka keberatan karena mereka mungkin sudah penuh dengan kegiatan. Oleh karenanya, ketika kita minta beberapa guru untuk ikut pelatihan, mereka *nggak* mau. Persoalannya, misalnya, karena gurunya itu hanya 6 orang. Ada lomba koor dan sebagainya. Terus, ada yang gurunya benar-benar hanya 7 orang, 6 guru dan 1 Kepala Sekolah. Kebetulan Kepala Sekolahnya sedang di luar kota. Akhirnya, hanya ada 2 sekolah yang tertarik.”

Menurut Soekrisna, karena sekolah yang terlibat mempunyai ketertarikan sejak awal inilah membuat pengajaran berlangsung lebih efektif.⁵⁹ Pengajar ECCD-RC yang kerap dipanggil Ruri ini juga mengatakan bahwa sekolah-sekolah swasta lebih terbuka terhadap program literasi media yang digerakkan oleh lembaganya. Beberapa sekolah negeri yang coba ditawarkan program ini menolak karena kesibukan dan birokrasi yang lebih sulit dibandingkan dengan sekolah swasta yang lebih terbuka dengan masukan-masukan dari pihak lain.

3. Modul Literasi Media

ECCD-RC juga membuat modul literasi media sebagai bagian dari penyebarluasan wacana literasi media, selain melalui pelatihan. Dengan adanya modul ini, guru-guru yang tidak mengikuti pelatihan juga bisa mendapatkan manfaat dari program yang sudah dikembangkan oleh ECCD-RC. Untuk menyebarkan wacana literasi media, modul tersebut didistribusikan tidak hanya kepada peserta *workshop* dan pelatihan saja, tapi juga kepada lembaga mitra ECCD-RC, dan pengakses perpustakaan *reading corner* serta pengakses kegiatan rutin (*workshop*, diskusi, seminar dan lokakarya) yang diadakan di ECCD-RC sehingga dapat dimanfaatkan lebih luas.

Awalnya, modul literasi media ini dibuat sebagai bahan pelatihan. Pascapelatihan, modul diperbaiki dengan

59 wawancara tanggal 20 September 2012

mempertimbangkan masukan dari pelatihan yang berlangsung, baik di Ponorogo maupun di Surabaya. Buku panduan pendidikan literasi media (modul) ini diharapkan dapat memperkuat peran pendidik dan sekolah dalam mengupayakan pendidikan literasi media.

4. Model ECCD-RC

Dari keseluruhan paparan di atas, model literasi media yang dilakukan ECCD-RC dapat disederhanakan sebagai berikut.

Gambar 5
Model Literasi Media oleh ECCD-RC



Sebagaimana dapat dilihat pada gambar di atas, target antaranya adalah guru TK dan SD. Materi yang diberikan meliputi dua hal pokok, yakni hak anak dan media. Metode yang digunakan adalah workshop. Model semacam ini merupakan pengembangan dari model yang pernah dikemukakan oleh Riantoyang membedakan

model pendidikan literasi media untuk anak-anak menengah atas ke dalam tiga model, yakni model ekskul, model sisipan, dan model *partnership*.⁶⁰ Model literasi media yang dilakukan ECCD-RC mirip dengan model sisipan yang dikemukakan Rianto. Dalam model itu, materi literasi media disisipkan dalam kurikulum, sedangkan materi literasi media disesuaikan dengan kebutuhan anak didik. Cara ini dirasa lebih efektif karena padatnya mata pelajaran anak-anak di kelas. Dalam konteks ECCD-RC, model ini tampaknya efektif dibandingkan dengan, misalnya, menjadikannya literasi media sebagai pendidikan luar sekolah. Tantangannya adalah menemukan guru-guru yang kreatif untuk mengembangkan kurikulum dan peka terhadap persoalan-persoalan media di sekitar.

G. Menjadikan Pesantren sebagai Basis: Pengalaman Centre for LEAD (Yogyakarta)

Centre for LEAD (CfL) adalah lembaga nirlaba yang bertujuan untuk membentuk masyarakat sejahtera melalui pengembangan praktik-praktik demokrasi. Lembaga yang berdiri pada tahun 2008 ini berfokus pada penelitian, pendidikan, advokasi, serta konsultasi pada isu-isu demokrasi dan tata kelola pemerintahan. Beberapa pegiat CfL memiliki latar belakang yang dekat dengan isu media seperti jurnalis dan regulasi media. Bermodalkan pengalaman tersebut, CfL merancang program yang berhubungan dengan isu-isu media. Salah satu program mengenai media yang pernah dilaksanakan CfL adalah memberikan pelatihan kepada warga Kampong *cyber* yang terletak di daerah Tamansari Yogyakarta.

Berdasar pengalaman kerja tersebut, CfL berasumsi bahwa fungsi yang perlu dilaksanakan oleh berbagai lembaga, termasuk KPI, dalam kaitannya dengan persoalan-persoalan media adalah mendorong berbagai upaya untuk mencerdaskan khalayak. Ini didasarkan pada kesadaran akan keterbatasan publik untuk mengendalikan informasi yang beredar di media. Oleh karena itu,

60 Lihat Puji Rianto, 2007. "Mengembangkan Literasi Media Berbasis Sekolah", Jurnal IPTEK-KOM, Vol. 9, No. 1 Juni 2007

pada tahun 2012, Cfl membuat program Membangun Pengawasan Media oleh Pesantren: Penguatan Kapasitas Literasi Media, Jejaring Kerja, dan Advokasi bagi Pendidikan Publik. Program ini direncanakan akan berjalan selama 5 bulan dari Juli- November 2012.

1. Pesantren sebagai Medium

Fatih Gama mengemukakan bahwa pesantren merupakan subkultur. Mereka mempunyai *resources*, norma, nilai yang sudah hidup beratus tahun dan itu menjadi energi untuk mendidik publik. Inilah yang menjadi konteks diangkatnya tema literasi media dalam program Cfl.⁶¹ Pernyataan Fatih Gama ini menegaskan bahwa pesantren memiliki sistem yang kuat untuk mengatur kehidupan seluruh penghuninya. Dalam prosesnya, pesantren tumbuh dalam lingkungan kemasyarakatan yang hidup di sekitarnya sekaligus mampu menjadi panutan bagi masyarakat sekitar. Selain itu, Cfl juga memandang pesantren memiliki sumber daya yang cukup kuat untuk mampu menggerakkan masyarakat melalui advokasi terhadap media. Kedua hal tersebut menjadi dasar bagi Cfl untuk beranggapan bahwa pesantren mampu memberikan napas yang panjang bagi kehidupan program literasi media ini, bahkan setelah program yang dijalankan oleh Cfl berakhir.

Pesantren yang dipilih untuk mengikuti program ini adalah pesantren di lingkungan NU dan lembaga pendidikan Muhammadiyah di Provinsi Jawa Timur. Dengan mempertimbangkan pengaruh sosial pesantren di tingkat masyarakat luas, dipilih 4 pesantren yang masing-masing dapat dinyatakan mewakili karakteristik sosio-geografis masyarakat Jawa Timur, yaitu “mataraman”, “arek”, dan “tapal kuda”. Keempat pesantren tersebut adalah Bahrul Ulum (Tambakberas, Jombang), Manba’usshalihin (Suci-Manyar, Gresik), Salafiyah (Pasuruan), dan Raudlotul Ilmiah (Nganjuk).

Keempat pesantren tersebut memiliki pengalaman bermedia yang beragam. Pesantren Bahrul Ulum di Jombang, misalnya,

61 Fatih Gama, wawancara tanggal 30 Agustus 2012

pernah mempunyai radio komunitas, Pesantren Manba'usshalihin di Gresik memiliki radio dan siaran televisi komunitas, dan Pesantren Salafiyah di Pasuruan memiliki Sekolah Menengah Kejuruan dengan spesialisasi multimedia untuk *broadcast*. Hal ini menjadi titik masuk sehingga pendidikan literasi media menemukan konteksnya di dunia pesantren.

Sistem yang kuat juga ditunjukkan dengan relasi yang kuat di antara sumber daya manusia yang sedang maupun pernah terlibat dalam pendidikan pesantren. Setidaknya di Jawa, pesantren memiliki jaringan alumni yang tersebar dan mengakar di masyarakat. Sebagian di antaranya mendirikan pesantren di tempat lain dan sebagian lainnya bekerja di berbagai bidang profesi. Mereka masih berada dalam kedekatan emosional dengan kiai-(pesantren)-nya. Meskipun mereka tersebar di mana-mana, hidup mereka dipandu oleh nilai-nilai hidup yang sama sebagaimana ketika hidup di kompleks pesantren yang sama. Ketika setiap santri akan membuat keputusan penting, nilai-nilai yang dianut oleh pesantrennya-lah yang akan menjadi rujukan dalam setiap keputusannya tersebut. Oleh karenanya, posisi pengasuh dan pengurus inilah yang kemudian menjadi dasar dipilihnya 4 pesantren itu oleh Cfl untuk mengikuti pelatihan literasi media ini. Cfl memandang 2 posisi ini sebagai posisi strategis dalam menjangkau berbagai lapisan individu yang bersinggungan dengan pesantren, baik secara internal maupun eksternal. Secara khusus, Pesantren Manba'usshalihin di Gresik dan Salafiyah di Pasuruan diwakili oleh pengurus, sementara Pesantren Bahrul Ulum di Jombang diwakili oleh pengasuh.

2. Model Literasi Media

Dalam Program Membangun Pengawasan Media oleh Pesantren: Penguatan Kapasitas Literasi Media, Jejaring Kerja, dan Advokasi bagi Pendidikan Publik, Cfl tidak sekadar memandang pesantren sebagai penerima program yang pasif. Namun, mendorong pesantren untuk merasakan keresahan dalam isi media yang sampai

ke masyarakat. Sebagian besar isi media tidak merepresentasikan publik dalam program-programnya. Keresahan ini yang kemudian didorong oleh CfL untuk menggerakkan energi kolektif pesantren, beserta seluruh sumber dayanya, dalam melakukan berbagai advokasi terkait dengan konten media.

Di lain sisi, CfL menyadari bahwa regulasi media beserta para pengawasnya, yang disusun oleh negara untuk mengatur kehidupan bermedia di tanah air rupanya tidak dapat berjalan dengan baik. Industri media tidak mau sekadar tunduk dalam berbagai regulasi tersebut dan justru menjadikan audiens sebagai alat untuk menjustifikasi setiap programnya. Oleh karenanya, CfL memandang perlu adanya kerja sama di antara kedua pihak, negara dan masyarakat, untuk berperan aktif dalam melindungi dirinya dari berbagai isi media yang tidak merepresentasikan kepentingan publik. Untuk itu, CfL mengarahkan seluruh kegiatannya guna menghasilkan institusi pesantren yang *literate* terhadap media. Ini dilakukan dengan cara membuat sumber daya manusia pesantren memiliki kapasitas literasi dan advokasi media, terbangunnya jaringan kerja pesantren untuk pemantauan media, terbentuknya produk kajian hukum Islam berkaitan dengan media, serta terlaksananya advokasi dampak media oleh pesantren.

Secara garis besar, program Pengawasan Media oleh Pesantren ini dilakukan dalam 2 tahap, *capacity building* dan *institutional building*. Pada tahap *capacity building*, ada 2 jenis kapasitas yang dibangun. *Pertama*, di level mikro, kapasitas literasi dan advokasi yang diberikan kepada pengurus atau pengasuh pondok pesantren. Untuk mencapai kapasitas literasi dan advokasi media ini, ada tiga kegiatan yang dilakukan.

a. Pertemuan Sosialisasi Program dan Regulasi Isi Siaran

Kegiatan ini merupakan tahap paling awal untuk mengenalkan program literasi media kepada pengasuh dan pengurus pondok pesantren. Kegiatan ini sekaligus juga sebagai *need assessment*. Dalam diskusi awal dengan pihak pesantren,

ada titik temu dengan kebutuhan pesantren tentang literasi media terutama dalam hal metode analisis media. Sebagaimana diungkapkan oleh Haeruman Azzam dari pesantren Bahrul Ulum Jombang, selama ini, pesantren juga memiliki divisi informasi dan komunikasi yang berkaitan dengan media. Namun, untuk materi analisis atau pemantauan isi media, merupakan pengetahuan baru bagi kalangan pesantren.⁶²

b. Pelatihan Analisis Media

Pelatihan Analisis Media dilakukan pada 11-13 Agustus 2012 bertempat di PP Bahrul Ulum, Tambak Beras, Jombang. Pelatihan ini dilakukan untuk membekali sumber daya pesantren dengan kemampuan analisis media. Kegiatan selama 3 hari ini menghadirkan pemateri dari staf pengajar di Jurusan Ilmu Komunikasi UGM. Materi yang disampaikan meliputi 4 hal pokok, yakni karakteristik media, metode dan teknik analisis media, ekonomi politik media, serta isu lokalitas media. Sebagai panduan analisis media, peserta dikenalkan pada perangkat regulasi terkait isi media seperti Kode Etik Jurnalistik, Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran.

c. *Workshop* Penyusunan Standar Nilai dan Norma Pesantren dalam Pengawasan isi Media

Pesantren merupakan pranata sosial dan budaya yang berakar kuat di masyarakat. Ia memiliki nilai dan norma yang telah hidup ratusan tahun. Ini merupakan modal besar untuk mendidik masyarakat, misalnya, fatwa haram tayangan *infotainment* sebagaimana dikemukakan Fatih Gama berikut.

“Masih ingat mengenai fatwa *infotainment* itu *ghibah*. Itu menunjukkan bahwa pesantren sebenarnya mempunyai standar norma sendiri yang disepakati yang coba dibawa keluar. Walaupun waktu

62 Wawancara 8 November 2012

itu respon publik tidak terlalu bagus, tapi mungkin lebih pada persoalan bahasa. Barangkali, itupula yang menjadi penyebab (pesantren) disalahpahami oleh publik.”⁶³

Menurut Fatih Gama, Workshop Penyusunan Standar Nilai dan Norma Pesantren dalam Pengawasan Isi Media ini dilakukan sebagai upaya untuk menggali lebih banyak lagi norma-norma pesantren yang bisa dikaitkan dengan praktik bermedia. Standar nilai dan norma isi media berbasis tradisi pesantren adalah adaptasi dan kontekstualisasi nilai-nilai pesantren terhadap nilai-nilai baru yang diusung oleh media sebagai dasar advokasi media oleh pesantren. Workshop ini berhasil dilaksanakan pada tanggal 24 – 25 September 2012 bertempat di PP Salafiyah Pasuruan.

Setelah kegiatan yang dilakukan untuk membangun institusi dilakukan, kegiatan berikutnya adalah *capacity of networking* (kapasitas berjaringan). Untuk membangun jaringan pengawasan media di kalangan pesantren, dilakukan setidaknya tiga kegiatan, yakni sebagai berikut.

a. *Workshop* Pembentukan Forum Komunikasi dan Kerjasama Pengawasan Media

Kegiatan ini dilaksanakan secara bersamaan dengan workshop Penyusunan Tema atau Kasus dalam Bahtsul Masail dalam satu rangkaian kegiatan. Workshop berlangsung selama 3 hari mulai 13 – 15 Oktober 2012 di Ponpes Ar-Roudhotul Ilmiah, Nganjuk. Agenda pada hari pertama adalah pembentukan Forum Komunikasi dan Kerja Sama Pengawasan Media dengan tema Membangun Sinergi dan Agenda Aksi Pengawasan Media melalui Jaringan Multipihak: Konteks Kebebasan Pers. Dalam kesempatan tersebut, anggota Dewan Pers Komisi Etik dan Pengaduan, Agus Sudibyo hadir sebagai salah satu pemateri.

63 Fatih Gama, wawancara 3 September 2012

Hasil workshop tersebut adalah terbentuknya Forum Pesantren Pemerhati Media atau disingkat FP2M. Selanjutnya, Forum tersebut merancang rencana kegiatan lembaga yang meliputi 3 aktivitas besar yaitu pendidikan melek media dan *media watch*, produksi isi, dan pengembangan media alternatif.

b. *Workshop* Penyusunan Tema atau Kasus dalam Bahtsul Masail

Workshop ini merupakan satu rangkaian kegiatan dengan workshop pembentukan Forum Komunikasi dan Kerja sama Pengawasan Media. Kegiatan yang berlangsung selama 2 hari dari tanggal 14 – 15 Oktober 2012 juga mengambil tempat di PP Ar-Roudhatul Ilmiah, Nganjuk.

Agenda kegiatan selama 2 hari tersebut adalah menyusun tema atau kasus yang berkaitan dengan media untuk dijadikan bahasan dalam Bahtsul Masail di agenda pertemuan berikutnya. *Bahtsul Masail* merupakan forum diskusi dengan metode partisipatoris ala pesantren ini dianggap sebagai format yang sesuai untuk membahas isu-isu media. *Bahtsul Masail* adalah hal yang sangat familiar di kalangan pesantren. Bagi santri senior, *Bahtsul Masail* adalah forum ilmiah yang akan menguji keluasan dan kedalaman penguasaan literatur (biasa disebut kitab kuning) untuk memutuskan hukum dari suatu keadaan. Metode *Bahtsul Masail* ini yang menurut Musyaddad sebagai khasanah tradisi pesantren yang bisa digunakan untuk melakukan advokasi sosial sebagaimana ia kemukakan berikut ini.

“Paling tidak, metode yang coba kita tawarkan adalah, paling minimal, kita belajar dari kasus-kasus yang sudah pernah ada sehingga kita bisa menarik hukumnya. Dari proses induktif semacam itu, kita bisa menariknya menjadi nilai atau norma. Tinggal kita nanti cari *qiyas*-nya. Maksud saya, mencari pengambilan hukumnya. Saya kira metodenya akan tetap sama dipakai oleh pesantren, paling tidak

dalam tradisi NU. Menemukan kesetaraan kasus sekarang dengan kasus pada masa lalu. Saya kira itu memungkinkan. Artinya, kalau basisnya kasus itu bisa memberikan hukum terhadap praktik-praktik media yang sudah ada.”⁶⁴

Namun, CfL melihat adanya tantangan yang tidak mudah yang mungkin akan ditemui dalam fase ini, yaitu mengenai persoalan operasionalisasi produk kajian Islam tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Ini perlu menjadi perhatian utama dalam melaksanakan proses tersebut. CfL juga melihat perubahan isi media yang begitu cepat juga menuntut forum *Bahtsul Masail* untuk merespon dengan cepat pula.

c. *Regular Meeting* Pembentukan MoU antara Pesantren, KPID, dan Dewan Pers dalam Pengawasan Konten Media Penyiaran

Pada 4 Desember 2012, FP2M bersama perwakilan dari beberapa Perguruan Tinggi di Jatim, Ormas, LSM, dan Parpol diundang KPID Jawa Timur untuk membicarakan tentang lembaga swadaya masyarakat pemantau media di wilayah Jawa Timur. Pertemuan tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan perumusan dan penandatanganan nota kesepahaman dan kerja sama antara FP2M dengan KPID Jawa Timur terkait pengawasan isi media yang rencananya akan dilakukan pada 18 – 19 Desember 2012.⁶⁵

Tahapan program yang kedua, yaitu membangun kelembagaan pengawasan media oleh pesantren. Pada tahap ini, program sudah berada pada fase pemantapan. Dalam hal ini, Forum Pesantren Pemerhati Media menginisiasi pelebagaan kajian media dalam *bahtsul masail*. Selanjutnya, hasil kajian tersebut dipublikasikan

64 Ahmad Musyaddad, wawancara 3 September 2012

65 M. Miftachul Munif, FP2M, wawancara via surat elektronik pada tanggal 11 Desember 2012

kepada jaringan pesantren. Ada beberapa kegiatan yang dilakukan dalam tahap ini.

a. Fasilitasi *Bahtsul Masail* terkait Tema atau Isu Aktual
Pengawasan Konten Media

Forum Pesantren Pemerhati Media telah melakukan *bahtsul masail* tematik media dua kali. Pertama, dilaksanakan pada Sabtu – Minggu, 17 – 18 November 2012 bertempat di Pondok Pesantren Manbaus Sholihin, Suci-Gresik. Lanjutan *bahtsul masail* dilaksanakan pada Kamis – Jumat, 29 – 30 November 2012 di PP Bahrul Ulum Jombang. Pada *bahtsul masail* yang pertama, peserta dibagi ke dalam beberapa komisi untuk membahas persoalan-persoalan terkait isi media. Dari dokumentasi hasil *bahtsul masail*, persoalan yang dibahas antara lain isu-isu pelanggaran hak privasi oleh media massa, isi mistik di televisi dan film, termasuk juga isu aktual tentang film *Innocence of Moslem* yang diyakini melecehkan Islam.

b. Pembuatan Blog Pengawasan Media

Forum Pesantren Pemerhati Media memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi untuk berkoordinasi antaranggota. Ada dua *platform* media yang digunakan sampai sekarang. *Pertama*, grup *Facebook* dengan nama Forum Pesantren Pemerhati Media (FP2M). Penggunaan media sosial ini sangat memudahkan para anggotanya untuk saling bertukar informasi dan koordinasi kegiatan. Grup di *Facebook* ini di-*setting* sebagai forum tertutup.

Dari pelaksanaan program Membangun Pengawasan Media oleh Pesantren: Penguatan Kapasitas Literasi Media, Jejaring Kerja, dan Advokasi bagi Pendidikan Publik ini, ada hal yang unik dan menarik yaitu sistem *idaroh*. CfL menjalankan program ini dengan menganut tradisi pesantren untuk membangun jaringan kerja

pemantauan melalui sistem *idaroh* (bergiliran), yaitu pesantren-pesantren yang menjadi sasaran program bergantian menjadi tuan rumah kegiatan. Durasi tiap pelatihan rata-rata 2-3 hari. Metode *idaroh* ini dirasa tepat dan sesuai dengan budaya pesantren. Ada beberapa sisi positif dari sistem *idaroh* ini. *Pertama*, komunikasi antarpesantren menjadi lebih kuat dan akrab dibandingkan dengan, misalnya, dilakukan di hotel dalam waktu yang lama. *Kedua*, dengan sistem *idaroh*, waktu pelaksanaan pelatihan bisa disesuaikan dengan jadwal masing-masing anggota forum. Biasanya, agenda pelatihan berikutnya disepakati dalam forum *idaroh* tersebut sehingga tidak mengganggu agenda rutin di masing-masing pesantren. Dengan mengadopsi 'sistem komunikasi' yang sudah ada di antara pelaku, CfL berharap kegiatan atau setidaknya isu literasi media masih bisa dilanjutkan setelah program selesai. Metode *idaroh* ini di-*setting* untuk digunakan sejak awal program, yaitu pelatihan *capacity building* literasi dan advokasi media.

3. Manfaat Program bagi Kalangan Pesantren

Sejauh ini, para peserta Program Membangun Pengawasan Media oleh Pesantren: Penguatan Kapasitas Literasi Media, Jejaring Kerja, dan Advokasi bagi Pendidikan Publik yang dijalankan oleh CfL dinilai mampu mencapai kemampuan pada 2 fase awal, yaitu memiliki pemahaman dan kemampuan dalam proses literasi media dan terbentuknya jaringan kerja pesantren untuk pemantauan media. Haeruman Azzam mengatakan ada dua manfaat utama yang dia rasakan dari program literasi media ini.⁶⁶ *Pertama*, pengetahuan baru mengenai metode analisis media. Sebelum ada program dari CfL, hampir semua pesantren sudah memiliki pengalaman media terutama dalam hal produksi. Setidaknya, masing-masing pesantren memiliki divisi informasi dan komunikasi. Namun, untuk pengalaman memantau media dan keterampilan analisis media, program dari CfL ini baru pertama kalinya untuk mereka. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan

66 Wawancara melalui telepon 8 November 2012

baru, tetapi mulai memiliki kesadaran akan hak publik dalam berhadapan dengan media serta mengetahui alat kendali bagi haknya tersebut. Misalnya, persoalan frekuensi sarana publik yang mereka alami menemukan konteksnya dalam fase pertama yang mengupas persoalan ekonomi politik media. Selain itu, mereka menemukan metode baru dalam proses analisis media.

Kedua, jaringan pesantren di bidang media menginisiasi kerja sama saling menguntungkan di antara peserta. Melalui FP2M, terjadi hubungan yang saling menguntungkan di antara peserta dalam forum komunikasi pesantren karena bisa saling bertukar pengetahuan dan pengalaman. Kebetulan, masing-masing pesantren memiliki pengalaman bermedia yang berbeda-beda. Misalnya, ponpes di Gresik sudah memiliki pengalaman yang cukup lama di bidang siaran radio, sekarang pun sudah memiliki siaran televisi sendiri melalui media *streaming*. Kalau, misalnya, ponpes lain membutuhkan bantuan baik teknis maupun sumber daya manusia, ponpes Gresik siap membantu. Di sini, ada semangat kebersamaan dari pesantren yang tergabung dalam forum komunikasi untuk menjalin kerja sama, terutama dalam bidang informasi dan media. Ada pula pesantren lain (di luar 4 pesantren yang menjadi subjek sasaran) yang minta untuk dilibatkan. Sambutan positif juga datang dari warga alumni pesantren. Dari grup facebook yang dibuat, banyak alumni yang bertanya tentang tujuan dan arah forum tersebut. Ada pula organisasi-organisasi lain, di mana alumni pesantren aktif di sana, yang membuka diri untuk melakukan kerja sama-kerja sama di bidang media.

H. Menggerakkan Organisasi Masyarakat Sipil: Pengalaman Jurnal Celebes (Makassar)

Mustam Arif, Direktur Jurnal Celebes, dengan jelas menyebutkan bahwa literasi media bukanlah aktivitas yang mereka kerjakan. Alih-alih melakukan literasi media, Jurnal Celebes lebih menasar pada peningkatan kemampuan Organisasi Masyarakat Sipil (OMS) untuk melakukan pemantauan atas isi media. Meskipun

pada perjalanannya, proses pembekalan yang dilakukan oleh Jurnal Celebes ini kemudian disebut-sebut sebagai literasi media.

Jurnal Celebes adalah kependekan dari Perkumpulan Jurnalis Advokasi Lingkungan Celebes. Organisasi ini beranggotakan jurnalis dan aktivis NGO di Sulawesi Selatan. Mereka memiliki komitmen dan kepedulian dalam mendorong proses penyelesaian masalah-masalah pengelolaan sumber daya alam serta masalah sosial masyarakat akar rumput melalui pengembangan sistem informasi dan komunikasi. Komitmen dan kepedulian Jurnal Celebes ini secara jelas mengarah pada isu lingkungan atau pengelolaan sumber daya alam dengan mendorong proses demokratisasi sehingga dapat memengaruhi kebijakan yang menjamin kelestarian lingkungan serta keadilan dan kesejahteraan masyarakat.

Jurnal Celebes terbentuk pada tanggal 5 Juli 2000 di Makassar, Sulawesi Selatan, sebagai wadah independen yang mendorong penguatan masyarakat sipil melalui kegiatan peningkatan kapasitas, *networking*, *monitoring*, investigasi, kajian, dan kampanye pengelolaan sumber daya alam yang berkeadilan. Kemudian, oleh karena Jurnal Celebes peduli terhadap isu lingkungan dan pengelolaan sumber daya alam, maka wajar jika kegiatan yang selama ini digeluti oleh Jurnal Celebes tidak jauh dari isu tersebut. Pengembangan sistem informasi dan komunikasi menjadi cara untuk memperjuangkan tujuan mereka. Barangkali, anggota lembaga ini yang berasal dari kalangan jurnalis dan NGO-lah yang kemudian memengaruhi cara yang mereka gunakan.

Selama ini, Jurnal Celebes telah melakukan banyak kegiatan yang berhubungan dengan isu lingkungan dan pengelolaan sumber daya alam ataupun pemanfaatan media. Beberapa program yang telah mereka kerjakan antara lain investigasi dan kampanye berbagai isu lingkungan—terutama hutan, pengembangan jaringan informasi dan komunikasi pengelolaan sumber daya alam, pelatihan jurnalistik, serta berbagai advokasi dan pemetaan isu lingkungan dan sumber daya alam.

1. Mengawal Kebebasan Pers

Tahun 2009, Jurnal Celebes melakukan sebuah usaha untuk membangun jaringan antar-organisasi masyarakat sipil di Sulawesi Selatan untuk melakukan pemantauan media. Kegiatan tersebut mereka namai “Pengembangan Koalisi Organisasi Masyarakat Sipil (OMS) Pemantau Media sebagai Strategi untuk Mendorong Peningkatan Profesionalisme Jurnalis dan Media di Sulawesi Selatan”. Kegiatan ini didukung oleh Yayasan TIFA.

Seperti diungkapkan Mustam Arif, Jurnal Celebes tidak secara jelas menyebutkan literasi media sebagai tujuan kegiatan yang mereka lakukan. Sebaliknya, Jurnal Celebes lebih memilih melakukan pemantauan media sebagai upaya memperbaiki kualitas media di Sulawesi Selatan. Untuk memenuhi tujuan itu, Jurnal Celebes melakukan serangkaian penyadaran kepada masyarakat tentang peran publik dalam mengontrol media dengan memberikan pelatihan pemantauan media kepada sasaran program. Rangkaian inilah yang kemudian didefinisikan sebagai kegiatan literasi media. Dari sini, dapat dilihat bahwa pengertian literasi media masih tumpang tindih dengan pemantauan media.

Program yang dilakukan oleh Jurnal Celebes ini bertujuan untuk menumbuhkan partisipasi publik dalam mengontrol praktik media massa cetak, serta meningkatkan kemampuan jurnalis dalam mendorong peningkatan kualitas media massa di Sulawesi Selatan. Program ini didasari atas pandangan Jurnal Celebes terhadap rendahnya kualitas pemberitaan surat kabar di Sulawesi Selatan. Penegakan etika yang jauh dari harapan menjadi titik tekan pemantauan yang dilakukan oleh sasaran dampingan lembaga ini sebagaimana dapat dilihat dalam kutipan berikut.

“...dalam reformasi ini kita menemukan kebebasan, tapi kebablasan. Dalam konteks media, juga kadang kala kebablasan. Kemudian, karena banyak media yang mengabaikan penegakan etika jurnalistik maka kita mau program ini bergerak melakukan evaluasi tentang kebebasan bermedia itu. Bagaimana kebebasan

ini dikelola supaya tidak kebablasan.”⁶⁷

Sasaran program Jurnal Celebes adalah berbagai Organisasi Masyarakat Sipil yang berasal dari 3 wilayah, yaitu Kota Makassar, Parepare, dan Palopo. Ketiga wilayah ini dianggap dapat mewakili wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Ketiga kota ini juga karena terdapat surat kabar lokal yang besar dibandingkan kota-kota lain di Sulawesi Selatan.

Jurnal Celebes memilih Organisasi Masyarakat Sipil sebagai representasi dari masyarakat yang ada di Sulawesi Selatan. OMS-OMS yang menjadi sasaran dianggap dapat mewakili kepentingan masyarakat yang lebih luas. Meski tampak menyederhanakan konsep perwakilan, tapi ini merupakan langkah yang paling mudah yang dapat ditempuh Jurnal Celebes. Terlebih, apabila mengingat bahwa lembaga ini sudah memiliki jaringan atau kerja sama terlebih dahulu dengan OMS-OMS yang menjadi sasaran mereka. Jurnal Celebes kemudian memilih OMS-OMS yang bergerak di bidang lingkungan, tata ruang, gender dan anak, hukum, pluralisme, serta pendidikan.

Isu-isu yang digeluti oleh berbagai OMS yang menjadi sasaran program Jurnal Celebes ini diharapkan dapat mewakili seluruh bagian masyarakat di wilayah Sulawesi Selatan. Pemilihan OMS sebagai sasaran program juga dianggap memiliki beberapa kelebihan yang dapat memperlancar program. Mulyadi Mau, dosen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang kala itu menjadi salah satu perancang materi, menjelaskan beberapa kelebihan dari pemilihan OMS sebagai sasaran program. *Pertama*, sasaran sudah punya konteks. Mereka sudah mempunyai pengetahuan yang memadai tentang isu-isu yang mereka geluti. Ada beberapa dari LSM lingkungan, ada yang *concern* ke perempuan dan anak, ada juga yang memerhatikan tata ruang. Menurut Mau, ini memudahkan untuk memberi konteks sehingga tidak perlu menjelaskan tentang konteks-konteks yang harus dipelajari. *Kedua*, NGO ini terkenal orangnya lebih kritis. Ini juga memudahkan atau menjadi kelebihan. Proses ini ternyata malah

67 Mustam Arif, wawancara tanggal 3 September 2012

lebih “mengena” ke media karena mereka menyadari bahwa mereka tidak punya waktu untuk melakukan evaluasi dan refleksi terhadap hasil kerja mereka sendiri.⁶⁸

Pemilihan OMS sebagai sasaran program telah melalui sosialisasi dan pendekatan sebelumnya. Pendekatan ini tidak hanya kepada OMS, tetapi juga kepada media massa yang menjadi target pemantauan. Media massa tersebut antara lain *Harian FAJAR*, *Tribun Timur*, *Ujung Pandang Express*, *Berita Kota Makassar*, *Seputar Indonesia*, *Palopo Pos*, dan *Pare Pos*. Ketujuh media inilah yang nantinya dipantau oleh para peserta program.

Jika sosialisasi program dilakukan kepada berbagai organisasi sosial masyarakat dan media massa yang dipantau, maka sosialisasi isu dilakukan melalui diskusi tematik. Diskusi ini diadakan di Makassar, Parepare, dan Palopo, masing-masing dua kali pertemuan. Tema yang diangkat tentang profesionalisme jurnalis dan media dengan tajuk “peran media dan kontrol publik” dan “penegakan etika jurnalistik dan kontrol publik”. Melalui diskusi tematik ini, Jurnal Celebes berusaha menanamkan kepada para peserta bahwa publik memiliki hak dan kewajiban untuk mengontrol media.

2. Pemantauan oleh ForMedia (Forum Masyarakat Pemantau Media)

Pascasosialisasi, Jurnal Celebes mengajak CSO yang menjadi sasaran program untuk membentuk koalisi dengan membuat sebuah forum pemantau media. Setidaknya, ada 18 CSO yang bergabung dalam forum ini, termasuk Jurnal Celebes sebagai penyelenggara program pemantauan ini. Kedelapan belas lembaga tersebut antara lain sebagai berikut.

- YLBH Makassar (Yayasan Lembaga Bantuan Hukum)
- ANBTI (Aliansi Nasional Bhineka Tunggal Ika)
- LBH Apik (Lembaga Bantuan Hukum untuk Perempuan)

68 Mulyadi Mau, wawancara tanggal 4 September 2012

- People Care di Parepare
- KPI (Koalisi Perempuan Indonesia)
- LP2EM (Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat) di Parepare
- Wallacea di Palopo
- PBS (Perkumpulan Bumi Sawerigading) di Palopo
- BEM STAIN
- Jangkar Bumi
- A-GAUK (Aliansi Gerakan Anti Udara Kotor)
- Pokja TTR
- eLSIM (Lembaga Studi Informasi dan Media Massa)
- SMS (Sahabat Masyarakat Sulawesi)
- Wanua
- LKPMP (Lembaga Kajian dan Pengembangan Masyarakat Pesantren)
- Esensi
- JURnaL Celebes

Forum pemantauan media ini kemudian diberi nama ForMedia (Forum Masyarakat Pemantau Media). ForMedia inilah yang kemudian melakukan pemantauan media dengan difasilitasi oleh Jurnal Celebes. Forum ini diketuai oleh Mulyadi Mau. Melalui forum ini pula Jurnal Celebes kemudian memberikan serangkaian bekal pemantauan media atau literasi media—sebagaimana anggapan atas apa yang mereka lakukan—kepada sasaran program.

Ada dua materi besar yang diberikan oleh Jurnal Celebes sebagai bekal bagi sasaran untuk melakukan pemantauan terhadap media-media yang ada di wilayah mereka. Kedua materi besar tersebut adalah *etika media* dan *metode analisis isi*. Jurnal Celebes mengambil

cara diskusi untuk menyampaikan materi pertama, sedangkan untuk materi kedua, tentang metode analisis isi, diberikan melalui pelatihan dan praktik langsung.

Dalam proses pemantauan ini, forum dibagi menjadi 4 bidang pemantauan, yakni lingkungan dan bencana, anak dan perempuan, kelistrikan dan energi, serta tata ruang dan agraria. Pembagian ini didasarkan pada bidang-bidang yang digeluti oleh sasaran program. Dengan demikian, Jurnal Celebes sebagai penyelenggara program bisa menyingkat waktu dan tenaga untuk memberikan konteks bagi kegiatan pemantauan ini karena para peserta sudah memiliki pengetahuan yang cukup luas atas tema-tema yang mereka pantau.

Pemantauan dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi. Indikator yang dipakai untuk menganalisis berhubungan dengan penegakan etika oleh jurnalis maupun media. Pemantauan dibagi ke dalam 2 tahapan. Pada tahap pertama, dilakukan untuk surat kabar yang terbit dari bulan Desember hingga Februari tahun berikutnya. Dari 18 lembaga yang tergabung dalam koalisi ForMedia, hanya 15 yang melanjutkan pemantauan bersama, termasuk Jurnal Celebes sendiri.

Pascapemantauan, Jurnal Celebes memfasilitasi sasaran program untuk melakukan analisis. Mulyadi Mau menjadi orang yang berada di balik proses analisis hasil pemantauan. Di sini, terjadi proses diskusi antar-peserta program, baik dalam satu bidang yang sama maupun dari bidang yang berbeda. Hasil analisis pemantauan tahap pertama ini kemudian disampaikan ke publik agar mendapat tanggapan. Selain para peserta program dan jurnalis dari ketujuh lembaga yang diteliti, publik yang hadir juga meliputi instansi pemerintah, NGO, mahasiswa, wartawan, organisasi wartawan, dan masyarakat umum.

Pemantauan dilanjutkan ke tahap kedua dengan periode terbitan Februari-Maret. Pemantauan tahap kedua ini tetap mengambil 7 surat kabar di Sulawesi Selatan. Pesertanya pun masih sama dengan pemantauan tahap pertama. Hasil pemantauan

ini kemudian dianalisis bersama sebagaimana pada proses tahap pertama. Hasil pemantaun juga disampaikan ke publik.

Manfaat program ini bukan hanya organisasi-organisasi masyarakat sipil di Sulawesi Selatan, tetapi juga para jurnalis. Bagi Jurnal Celebes, perbaikan kualitas media melalui penegakan etika jurnalistik tidak cukup hanya dengan memberikan bekal kepada OMS untuk melakukan pemantauan media. Perbaikan media juga harus dilakukan melalui perbaikan kualitas jurnalis. Untuk itu, Jurnal Celebes juga mengadakan semiloka untuk para jurnalis.

Semiloka yang diselenggarakan oleh Jurnal Celebes mengambil tema “Membangun Indikator Pelaksanaan Etika Jurnalistik di Persaingan Industri Media”. Adapun tujuan dari semiloka ini adalah sebagai berikut.

- a. Meningkatkan wawasan, pemahaman terhadap penegakkan etika jurnalistik dalam implimentasi kebebasan pers.
- b. Refleksi terhadap kemampuan, pemahaman, dan implementasi penegakan Kode Etik Jurnalistik dalam liputan dan publikasi berita.
- c. Menemukan rumusan atau solusi guna mendorong upaya penegakan etika jurnalistik untuk meningkatkan kualitas media dan jurnalis dengan memberi peranan lebih luas kepada publik untuk berpartisipasi dalam mengontrol praktik media massa.

Materi yang disampaikan dalam semiloka tersebut antara lain tentang “peranan dan kontrol publik dalam penegakan etika jurnalistik”, “wartawan dan konsistensi penegakan kode etik”, “dilema jurnalis media cetak di era kebebasan pers”, serta “menegakkan etika jurnalistik di tengah persaingan media televisi yang ketat”. Materi-materi tersebut disampaikan oleh berbagai narasumber dari Dewan Pers, akademisi, redaktur media, serta organisasi kewartawanan. Semiloka ini diikuti oleh 46 jurnalis media cetak dan elektronik di Sulawesi Selatan.

Berbeda dengan pendampingan kepada sejumlah organisasi masyarakat sipil yang intensif, penguatan kapasitas jurnalis hanya dilakukan sekali. Akibatnya, pendidikan ini masih belum efektif untuk memengaruhi jurnalis dalam pekerjaan mereka. Pertemuan yang hanya sehari ini hanya dapat menyentuh level kognitif dari para jurnalis.

Selain pelibatan berbagai organisasi masyarakat sipil dan jurnalis, Jurnal Celebes juga mencoba menyebarkan program ini ke masyarakat yang lebih luas. Kampanye penyadaran masyarakat untuk mengontrol media dilakukan melalui iklan di surat kabar berikut.

- “Dukung profesionalisme media, tegakkan etika jurnalistik!”
- “Mari pantau media!”
- “Kalau merasa dirugikan, gunakan hak jawab Anda!”
- “Jangan menyogok wartawan!”
- “Jangan layani wartawan tidak jelas!”

Jargon-jargon di atas digunakan oleh Jurnal Celebes sebagai iklan layanan masyarakat yang mengajak publik untuk mendukung gerakan mereka. Iklan layanan masyarakat ini dimuat di 4 media cetak besar di Makassar, yaitu *Ujung Pandang Express*, *Tribun Timur*, *Berita Kota Makassar*, dan *Harian Fajar*. Dari iklan tersebut, Jurnal Celebes mendapatkan tanggapan dari masyarakat, misalnya, berbagai pertanyaan tentang kriteria wartawan dan bagaimana cara mengundang wartawan untuk acara mereka.

3. Award sebagai penghargaan bagi media yang baik

Tahap akhir program adalah pemberian award. Lembaga ini ingin memutarbalikkan kebiasaan pemantau media yang “galak” pada pantauannya. Bagi mereka, pemantauan media yang melulu menunjukkan kesalahan media justru kontraproduktif karena

membuat media lebih resisten. Bermula dari pemikiran ini, Jurnal Celebes bersama ForMedia memberi penghargaan kepada media yang mereka pantau.

Pemberian award tersebut telah melalui proses penetapan berdasarkan hasil pemantauan yang dilakukan ForMedia. Penghargaan diberikan kepada media dan jurnalis. Kategori penghargaan yang diberikan untuk media antara lain media yang memberikan perhatian pada isu lingkungan dan tata ruang, media yang memberikan perhatian pada isu perempuan, dan media dengan pelanggaran kode etik paling sedikit.

Selain kepada media, penghargaan juga diberikan kepada jurnalis. ForMedia membuat tiga kategori penghargaan untuk jurnalis, yaitu penulis isu tata ruang dan lingkungan hidup, penulis isu perempuan dan asusila, serta *inspiring journalist*. Penghargaan kepada media maupun jurnalis ini diberikan bersama-sama pada saat acara pemberian OMS Award.

4. Model Pemantauan Media

Jurnal Celebes telah melakukan program ini selama satu tahun. Salah satu hasilnya adalah adanya koalisi dalam Forum Masyarakat Pemantau Media (ForMedia), hasil-hasil pemantauan oleh forum tersebut yang telah disampaikan dalam berbagai diskusi, serta adanya pemberian award kepada media dan jurnalis yang dianggap berprestasi. Bagi organisasi masyarakat sipil yang menjadi sasaran program, semua yang dilakukan oleh Jurnal Celebes dianggap bermanfaat bagi mereka sebagaimana dikemukakan Sardi Razak berikut.

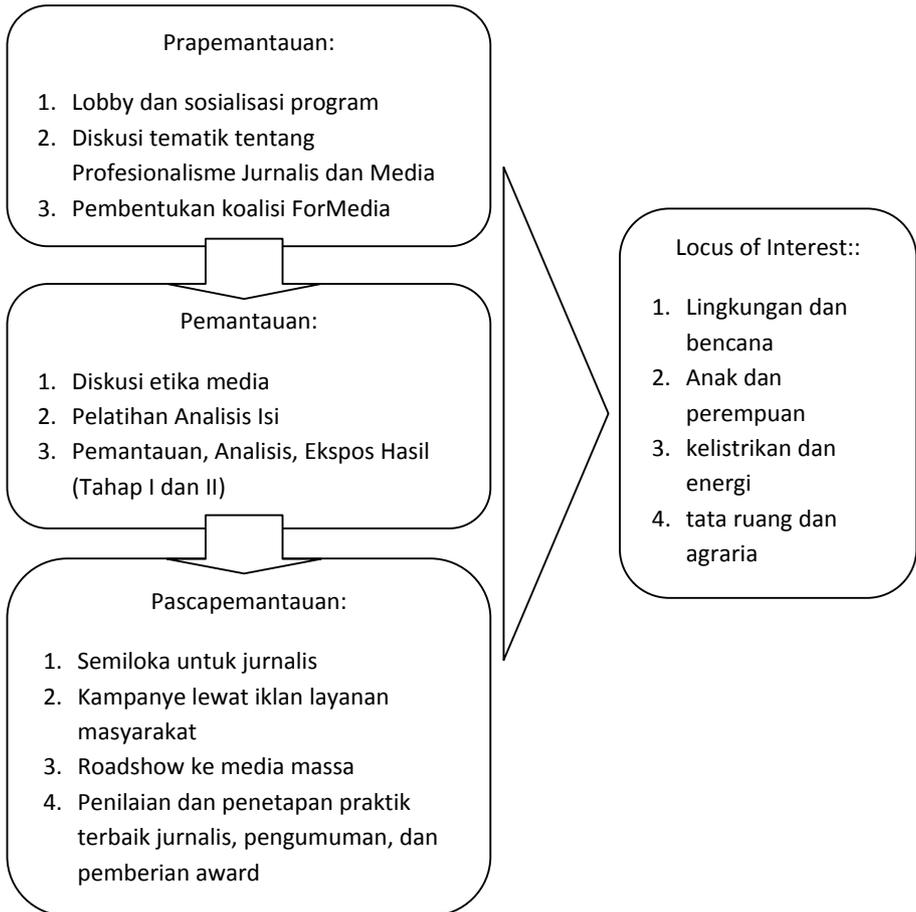
“Itu jadi pengetahuan baru di teman-teman. Hal ini menjadi salah satu yang sangat penting juga. Misalnya, di AMAN sendiri, hanya membaca media, tapi tidak memahami bahwa ada sistem yang terjadi di industri media sendiri, ada proporsi berita untuk isu-isu

tersebut.”⁶⁹

Sinergi antara kepentingan masing-masing OMS dan tujuan program ini tampak dari pembagian kategori pemantauan sebagaimana telah dijelaskan di atas. Kepentingan masing-masing OMS dan kepentingan Jurnal Celebes saling mendukung satu sama lain. Organisasi Masyarakat Sipil dapat memanfaatkan hasil pemantauan untuk mendukung program di masing-masing lembaga. Selain itu, mereka juga mendapat kesempatan untuk lebih mengenal media massa. Mereka dapat memanfaatkan jaringan ini untuk kepentingan program mereka.

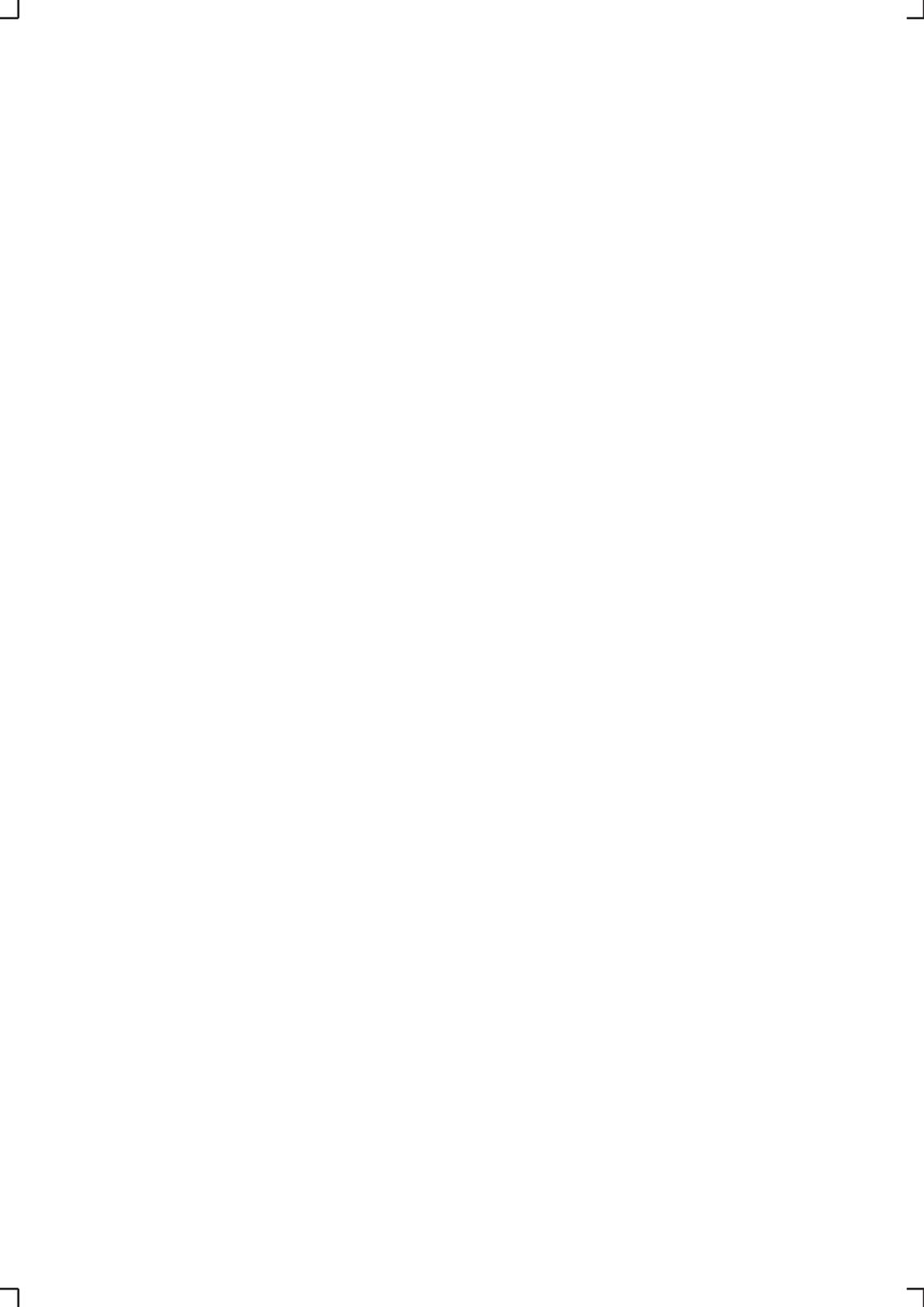
69 Sardi Razak, Aliansi Masyarakat Adat Nusantara, wawancara tanggal 3 September 2012

Gambar 6
Model Literasi Media oleh Jurnal Celebes



Model gerakan yang telah dilakukan oleh Jurnal Celebes memang membawa banyak manfaat, baik bagi organisasi masyarakat sipil, bagi media massa, maupun bagi masyarakat Sulawesi Selatan secara umum. Meski demikian, program ini gagal berlanjut meski sudah terbentuk ForMedia yang sedianya dimaksudkan untuk melanjutkan program ini pascadukung dari TIFA. Kenyataannya,

hingga kini, ForMedia masih ada, tapi tak pernah melakukan apa-apa. Dalam kaitan ini, ada dua hal yang menjadi catatan. *Pertama*, ketergantungan pada donor. Tak bisa dimungkiri bahwa organisasi masyarakat sipil di Indonesia masih sangat tergantung pada lembaga donor. Program-program yang mereka kerjakan tak berlanjut ketika lembaga donor menghentikan dukungannya. Lembaga-lembaga ini juga bisa berganti program ketika terjadi pergantian lembaga donor yang mendukung kehidupan mereka. *Kedua*, program ini belum mampu menjadikan isu media sebagai isu yang penting bagi organisasi-organisasi masyarakat sipil yang menjadi sasaran program. Pascaprogram pemantauan ini, organisasi masyarakat sipil yang menjadi peserta kembali disibukkan dengan program di masing-masing lembaga mereka. Usaha untuk menjadikan isu media sebagai bagian tak terpisahkan dari program mereka belum dapat dilihat keberhasilannya. Padahal, isu media merupakan isu bersama dan akan sangat berhubungan dengan isu-isu yang mereka geluti.



BAB III MENILAI MODEL



A. Metode

Secara umum, gerakan literasi media yang dilakukan oleh lembaga-lembaga yang dikaji dalam penelitian ini menggunakan berbagai metode, yakni ceramah, seminar, diskusi/diskusi kasus, mendongeng, dan pelatihan. Pemilihan jenis metode tersebut berkaitan erat dengan kelompok sasaran yang dipilih oleh para pelaku gerakan literasi media dan juga tujuan-tujuan kegiatan. MPM, misalnya, memilih ibu rumah tangga sebagai target sasaran. Oleh karena itu, metode yang paling tepat dalam penilaian MPM adalah diskusi karena diskusi ini akan mendorong partisipasi. Melalui partisipasi, diharapkan akan lebih memudahkan ibu-ibu tersebut mencerna materi literasi media. Sementara itu, ECCD-RC memilih guru sebagai kelompok sasaran gerakan literasi media yang mereka selenggarakan, dan targetnya adalah bagaimana pendidikan literasi media bisa dimasukkan dalam kurikulum. Oleh karenanya, pelatihan/*workshop* dianggap sebagai paling tepat untuk dijalankan oleh ECCD-RC. Dalam hal ini, metode pelatihan memberikan pengaruh ganda kepada kelompok sasaran. *Pertama*, para guru menjadi memahami literasi media dan arti pentingnya bagi pendidikan yang lebih luas bagi anak melalui kurikulum. *Kedua*, kelompok sasaran yang sudah memahami tersebut dapat menyebarkan kembali pemahaman mengenai literasi media kepada guru lain dan terutama menyebarkan pula kepada para siswa. Contoh materi pengajaran literasi media oleh ECCD-RC yang mengombinasikan literasi media, hak anak, dan

pendidikan terangkum dalam modul yang telah disusun.⁷⁰

Di luar pendidikan literasi, beberapa lembaga yang menjadi kajian penelitian ini, beberapa di antaranya melakukan *media watch*. Kelompok-kelompok ini gelisah dengan isi media yang selama ini hadir karena dinilai belum baik. Kelompok masyarakat yang kemudian melakukan pemantauan media ingin melahirkan pemahaman bahwa tidak semua isi media bermanfaat dan berguna. Dengan begitu, mereka melaksanakan metode pemahaman atas media agar kelompok-kelompok yang menjadi sasaran program dapat memantau isi media dan menyebarkannya di masyarakat. Gerakan kelompok ini lebih bersifat *bottom-up* karena inisiatif metode berasal dari kelompok masyarakat yang kemungkinan besar mendapatkan kesadaran kognitif akan arti penting literasi media dan kemudian *media watch*.

Metode yang digunakan biasanya adalah pelatihan. Materi yang menjadi pengetahuan mendasar dari isi media, misalnya, saja pembedaan antara berita dan opini, etika dan hukum media, ekonomi politik, dan sebagainya. Selain itu, kelompok sasaran juga mendapatkan pelatihan analisis isi dan *framing* (analisis *frame*). Melalui pelatihan perangkat metodologis ini, target diharapkan akan mampu melakukan pemantauan media. Tuntutan akan kemampuan dan kecakapan metodologis membuat pelatihan menjadi metode paling utama untuk mendidik target paham *media watch*.

70 Puji Rianto dkk (2009). *Modul Literasi Media untuk Pendidik Usia Dini dan Dasar*. Yogyakarta: ECCD-RC dan Yayasan Tifa.

Tabel 2
Metode-Metode

Metode	Lembaga	Aktivitas
Pelatihan	ECCD-RC	Literasi Media
	LeSPI	Literasi Media/ <i>Media watch</i>
	Jurnal Celebes	<i>Media watch</i>
	KIPPAS	<i>Media watch</i>
Seminar/ceramah	Remotivi	Literasi Media
	ECCD-RC	Literasi Media
Mendongeng	Sahabat Cahaya	Literasi Media
Diskusi Kasus	MPM	Literasi Media
	Lead	Literasi Media/ <i>Media watch</i>
	ECCD-RC	Literasi media
	MPM	Literasi Media
Kajian berbasis Media Baru/ Internet	Remotivi	<i>Media watch</i>

Jika dilihat dari tabel di atas, tampak bahwa beberapa lembaga yang menjadi subjek kajian ini tidak bertumpu pada satu metode saja. Sebagai misal, ECCD-RC menggunakan pendekatan kasus dan pelatihan. Pelatihan dilakukan guna memberikan skill guru-guru untuk mengembangkan kurikulum, sedangkan diskusi kasus digunakan untuk mempertajam kemampuan guru dalam melihat isi media secara kritis, sedangkan ceramah dilakukan ketika memberikan pengetahuan kognitif mengenai berbagai isu hak anak. Remotivi dan lembaga-lembaga lain juga demikian.

Kemudian, jika dilihat dari efektivitas dari masing-masing metode, tampak bahwa pendekatan kasus dan dongeng yang dilakukan Sahabat Cahaya mempunyai efektivitas yang lebih bagus

dibandingkan dalam memberikan pengetahuan dan kecakapan target sasaran. Untuk anak-anak, metode mendongeng bahkan mampu bertahan selama lebih dari satu tahun. Hal yang kurang lebih sama terjadi pada metode kasus. Diskusi-diskusi terhadap kasus yang ditemukan dalam tayangan televisi memberikan dampak pengetahuan yang lebih lama sebagaimana ditunjukkan dalam kasus ECCD-RC.

B. Tujuan Edukasi

Sebagaimana konsep tujuan edukasi pada bab I di atas, tujuan edukasi dibagi ke dalam tiga ranah, yaitu ranah kognisi, ranah afeksi, dan ranah psikomotor. Pada lembaga-lembaga penyelenggara program literasi media yang dikaji dalam studi ini, ranah kognitif menjadi sasaran paling awal sebagai tahapan penyadaran kritis media. Hampir seluruhnya menysasar aspek pengetahuan literasi media sebagai fondasi untuk kemudian berlanjut pada ranah lain seperti afektif dan psikomotor. Meskipun demikian, tetap perlu diberi catatan bahwa kognisi ini yang menjadi tujuan utama dari masing-masing program. Namun, untuk sampai pada tataran psikomotor, ranah kognitif ini yang perlu dilewati terlebih dahulu. Oleh karena itu, penyadaran akan isu literasi media hampir selalu menjadi tujuan yang dicapai pertama-tama oleh lembaga-lembaga penyelenggara pendidikan literasi media sebelum sampai pada tataran psikomotor. Program yang dilaksanakan KIPPAS, misalnya, secara jelas, menysasar pada perubahan perilaku peserta. Para redaktur surat kabar yang menjadi target kegiatan diharapkan dapat lebih memperkuat etika jurnalistik dalam praktik-praktik jurnalistik yang dilakukan, sementara bagi anggota masyarakat yang menjadi sasaran program KIPPAS diharapkan nantinya dapat menggunakan hak jawab dan hak koreksi mereka. Ini jelas merupakan aksi, dan tidak berhenti sebatas pada aspek kognitif semata. Kemudian, untuk sampai pada tataran tindakan ini, tentu saja, KIPPAS harus menyelesaikan persoalan kognisi peserta terkait media cetak terlebih dahulu.

Hal yang kurang lebih sama ditemukan pada program yang dilakukan LeSPI. Mereka lebih mengedepankan metode sosialisasi karena target yang ditetapkan adalah untuk menyebarkan “virus” literasi media sebagai langkah awal membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap media. Namun, tidak dapat dimungkiri, mereka juga berharap bahwa dengan sosialisasi itu—yang sedianya hanya menysasar aspek kognitif—, tidak hanya pengetahuan baru yang didapat oleh para peserta, tetapi juga bisa menginternalisasikannya dalam praktik bermedia sehari-hari (tataran psikomotor).

Berdasar tujuan edukasi yang ditetapkan masing-masing lembaga, dari delapan lembaga yang ada, dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok besar, yaitu lembaga yang menysasar aspek kognitif dan yang menysasar aspek psikomotor. Terdapat dua lembaga yang menysasar pada aspek kognisi, yaitu LeSPI dan MPM. LeSPI dan MPM sendiri pada dasarnya tidak menetapkan domain kognitif sebagai satu-satunya tujuan program. Ini karena mereka juga memiliki target pada aspek psikomotor. Seperti LeSPI, tujuan pada aspek kognitif ditetapkan hanya pada program literasi media mereka di tahun 2009. Sementara program *media watch* yang dilakukan pada tahun yang sama, memiliki tujuan pada aspek psikomotor dan program lanjutan literasi media yang mereka jalankan pada tahun 2011 juga menysasar pada ranah psikomotor peserta. Di sisi lain, MPM pun tidak sekadar menysasar ranah kognitif peserta, tapi juga psikomotor.

Kategori kedua adalah lembaga yang menysasar aspek psikomotor. Dapat dikatakan bahwa delapan lembaga yang ada, semuanya menysasar psikomotor sebagai tujuan program. Perbedaannya terletak pada bentuk perilaku yang diharapkan setelah program berlangsung. Pada ECCD-RC, misalnya, perilaku yang diharapkan dari program workshop literasi media adalah para peserta—yang merupakan guru-guru sekolah dasar atau PAUD—mampu memasukkan isu literasi media ke dalam kurikulum sekolah. Pada tahap awal, tentu saja, melalui *workshop* yang dilaksanakan ECCD-RC selama dua hari (di beberapa kota sasaran), pemahaman

kognitif guru-guru peserta tentang isu literasi media ditanamkan. Namun, dari program *workshop* tersebut, diharapkan guru-guru ini akan mengajarkan pemahaman literasi media kepada para siswa, anak-anak di rumah, dan juga rekan guru yang lain.

Apa yang ditargetkan ECCD-RC ini berbeda dengan apa yang menjadi target Sahabat Cahaya dalam program literasi media mereka. Jika pada ECCD-RC peserta adalah para guru, pada Sahabat Cahaya, pesertanya adalah anak-anak (murid sekolah). Dengan perbedaan peserta sasaran program dan metode yang digunakan dengan ECCD-RC, Sahabat Cahaya menetapkan tujuan edukasinya pada perubahan perilaku dari individu-individu anak-anak terkait dengan pilihan kiritis personal (*personal critical choice*). Kebiasaan menonton televisi yang sehat dan benar juga menjadi target perilaku yang diharapkan. Sahabat Cahaya mengajarkan pola menonton televisi, yaitu bagaimana anak diajarkan untuk membatasi dan memilih berbagai program televisi sesuai dengan usianya. Pola membatasi tontonan televisi yang diajarkan meliputi intensitas, lingkungan (termasuk di dalamnya jarak pandang, ruang menonton, dan teman menonton), juga tema tontonan. Sementara pemahaman mengenai pilihan tontonan televisi diberikan dalam bentuk pengenalan logo kualifikasi usia yang ada di televisi. “Anak itu harus dikenalkan logo-logo itu sebagai panduan mereka untuk menonton TV,” begitu yang dikatakan Warsa, salah seorang pelaksana program literasi media Sahabat Cahaya. Untuk memudahkan anak mengingatnya, Sahabat Cahaya juga menciptakan lagu sebagaimana dapat dilihat dalam bait-bait berikut.

Nonton yang ini (logo D) tidak-tidaklah boleh,
Tidak tidak boleh nonton yang ini (logo R) hanya untuk kakak,
Nonton yang ini (logo BO) harus sama mama, ditemani mama,
Nonton yang ini (logo SU) boleh boleh saja

Untuk sampai pada tahapan anak-anak bisa memilih program tontonan mereka sendiri secara kritis, tentu saja, tahapan pengetahuan (kognisi) tentang pola, intensitas, dan tema tontonan harus sudah “selesai” terlebih dahulu. Namun, dari Sahabat Cahaya sendiri, tujuan pada tahapan kognisi bukan yang menjadi fokus capaian utama, melainkan pada bagaimana anak-anak mampu memilih sendiri tontonan mereka (psikomotor). Itulah mengapa Sahabat Cahaya tidak dimasukkan ke dalam kategori lembaga yang menasar aspek kognisi. Ini karena diandaikan dengan adanya program literasi media yang mereka lakukan, secara otomatis, tahapan kognisi tersebut tercapai dan dapat dengan mudah berpindah pada tahapan psikomotor. Meski pada praktiknya, hal ini tidak semudah yang diandaikan.

Hal ini cukup berbeda dengan LeSPI maupun MPM yang dari awal program menetapkan tujuan pendidikan literasi media mereka pada tahapan kognisi dan bertahap menuju psikomotor pada program berikutnya. LeSPI, misalnya, pada tahun 2009, menetapkan tujuan dari program literasi media untuk memberikan pengetahuan baru tentang literasi media pada anggota-anggota komunitas yang menjadi sasaran program. Dalam bahasa penggerak LeSPI, mereka menasar pada “penyebaran virus literasi media seluas-luasnya”. Rasionalisasi mereka adalah, seperti yang Lilieek—salah seorang konseptor gerakan literasi media LeSPI—katakan, “karena kan bagaimana orang bisa berdaya kalau tahu saja tidak, gitu kan. Awalnya kan begitu.” Kemudian, di tahun 2011, fokus program bergeser pada penguatan komunitas melalui ToT *leader* komunitas.

Melalui TOT, ditargetkan nantinya *leader* komunitas ini mampu menjadi “penyampai pesan” isu literasi media pada para anggota komunitas masing-masing. Pada posisi ini, *leader* komunitas ditargetkan mengalami perubahan perilaku (psikomotor). Tidak hanya sekadar mengembangkan perspektif kritis pada diri sendiri, tapi juga melakukan aksi sosial berupa pemberian sosialisasi terhadap komunitasnya masing-masing tentang literasi media. Namun, tataran psikomotor ini hanya dapat dicapai pada para *leader* komunitas

sendiri, sementara untuk anggota komunitas cukup sulit.

Di tahun 2009, berbarengan dengan program literasi media, LeSPI juga memiliki program *media watch*. Target yang ditetapkan dari program *media watch* ini adalah pada aspek psikomotor. Ini berbeda dengan target program literasi media. Ini karena antara kedua program ini peserta yang dilibatkan dan metode yang digunakan pun berbeda. Jika pada program literasi media pesertanya adalah anggota-anggota komunitas dan dengan menggunakan metode sosialisasi, pada program *media watch* pesertanya adalah kelompok-kelompok masyarakat seperti LSM dan Pusat Studi Wanita di beberapa universitas dengan menitikberatkan pada metode penulisan hasil pantauan. Peserta *media watch* diminta untuk memantau isi media cetak terkait isu anak dan perempuan. Cara pemantauan dapat menggunakan analisis isi atau *framing*. Hasil pemantauan kemudian dituangkan ke dalam tulisan dan disebarakan melalui website LeSPI dan blog bersama.

Pada MPM, ranah kognisi dan psikomotor menjadi target yang keduanya ingin dicapai melalui program literasi media mereka yang dikonsepsi dengan metode “perkuliahan”, jika boleh diistilahkan begitu. Dengan pertemuan rutin sebanyak 18 kali dan tema yang berbeda pada tiap pertemuannya, diharapkan tataran kognisi tercapai. Dengan seluruh materi terkait media—baik cara kerja, pengaruh, *content*, regulasi, dan bahkan teknik pemantauan—ranah psikomotor pun menjadi target yang ingin dicapai MPM setelah kognisi. Perbedaannya dengan LeSPI, jika LeSPI menargetkan ranah perilaku (psikomotor) pada *leader* komunitas, MPM menargetkannya pada peserta program yang *notabene* adalah ibu-ibu rumah tangga. Jika di LeSPI perubahan perilaku dapat terdeteksi dengan jelas yakni berupa aksi sosialisasi pada masing-masing komunitas yang menjadi tanggung jawab tiap *leader*, pada MPM perubahan perilaku tersebut lebih kepada tiap individu peserta. Jadi, perubahan terletak pada bagaimana cara atau pola bermedia para peserta setelah mendapatkan program literasi media selama 18 kali pertemuan. Meski MPM sendiri memiliki satu program aksi sosial “Sehari Tanpa Televisi”, tapi aksi sosial ini sendiri

merupakan program yang dirancang oleh MPM, bukan gerakan yang lahir karena keresahan masyarakat terhadap media.

Pada tiga lembaga berikutnya, LEAD, KIPPAS, dan Jurnal Celebes, target program ketiganya adalah pada tataran psikomotor dengan titik tekan yang cukup berbeda baik antara ketiganya maupun dengan lembaga-lembaga lainnya. Pada LEAD, dapat dikatakan target psikomotornya terletak pada wilayah *physical movement*, yaitu aksi keterlibatan pesantren dalam isu media. Seperti yang diungkapkan oleh A. Musyaddad, "...yang pengen kita desain (dalam program literasi media ini) adalah pelibatan pesantren ke dalam isu media." Oleh karenanya, titik tekan program literasi media yang dijalankan oleh LEAD ini bukan terletak pada pemberian pengetahuan mengenai media seperti pengetahuan mengenai karakter media, jenis-jenis media, ekonomi politik media, dan teknik analisis media, tapi lebih pada persoalan lokalitas media yang menjadi titik fokus mereka dalam program literasi media ini. Sedangkan isu media hanya sebagai 'pintu masuk'. Kegiatan selanjutnya akan mengarah pada proses perumusan norma-norma yang selama ini telah dianut oleh pesantren dan relevan dengan media untuk dijadikan "buku saku" bagi masyarakat dalam berinteraksi dengan media, yaitu mengenai mana yang baik dan buruk serta mengenai mana yang boleh dan yang tidak boleh. Melalui program ini, secara spesifik, LEAD bertujuan untuk mendorong pesantren agar mampu turut terlibat dalam proses advokasi publik dan media ke dalam sebuah lingkungan masyarakat yang *literate* terhadap media. "Pesantren itu subkultur. Punya resources serta nilai berusia ratusan tahun. Itu menjadi energi bagi kita untuk mendidik publik."⁷¹ Pada akhirnya, hasil (*output*) yang ingin dicapai adalah pesantren memiliki media publikasi independen yang mampu menyiarkan norma-norma Islam dalam relasi dengan media sekaligus menjadi sarana pendidikan dan pengawasan terhadap konten media. Selain itu, LEAD juga mencoba untuk menjaring regulator dalam program literasi media ini untuk menciptakan infrastruktur yang lengkap bagi terciptanya masyarakat

71 A. Musyaddad, *op.cit*

yang berdaya. Seluruh uraian tersebut mengarahkan LEAD untuk dekat pada tujuan aksi sosial (*social action*), yaitu tindakan atau perilaku yang dilakukan berdasarkan pengetahuan tentang literasi media.

Jika LEAD menekankan pada aksi sosial, KIPPAS lebih kepada psikomotor personal (perubahan perilaku individu), yaitu bagi mereka yang menjadi redaktur surat kabar untuk menerapkan kode etik jurnalistik secara ketat pada praktik jurnalistik yang dilakukannya dan pada publik agar mau dan mampu menggunakan hak jawab dan koreksinya. Kegiatan yang dilakukan KIPPAS sendiri bergerak pada ranah pekerja media (surat kabar) dan *public* (masyarakat) dan lebih kuat ke pemantauan media. Meskipun terdapat dua kegiatan yang berbeda dalam program literasi media yang dilakukan, tapi KIPPAS menempatkan keduanya sebagai satu kesatuan. Dalam arti, penyadaran literasi media tidak hanya diberikan kepada publik, tapi juga kepada pekerja media itu sendiri sebagaimana dikemukakan Anto berikut.

“Kita bikin dua (kegiatan), *in house training* untuk penguatan etika jurnalistik media dan literasi media untuk publik dalam satu paket. Kita sebenarnya juga pengen medianya kita perkuat, artinya jangan sampai kita dapat protes dari masyarakat. (Di sisi lain) kadang datang kontrol dari masyarakat, tapi mereka (media) juga tidak melakukan koreksi.”⁷²

Upaya untuk melakukan intervensi kepada institusi media oleh kelompok di luar tidaklah mudah. Apalagi yang disasar adalah pengelola *newsroom* yang *notabene* adalah wartawan senior. Ibarat gelas, *newsroom* adalah mereka yang isi kepalanya hampir penuh baik oleh pengetahuan maupun pengalaman jurnalistik. Sehingga mereka cenderung resisten pada sesuatu yang datang dari luar. Jika mengingat kegiatan dengan pengelola *newsroom* yang masing-masing hanya sekali, agak susah mengharapkan adanya perubahan sikap. Apalagi untuk membuat kesepakatan bersama di antara pengelola

72 Janto, wawancara, op.cit

surat kabar di Sumatera Utara yang iklim persaingannya tinggi. Untuk bisa sampai pada kesepahaman bersama, diperlukan upaya komunikasi yang intensif dan kontinu.

Jurnal Celebes secara langsung melakukan program terkait dengan pemantauan media. Sasarannya adalah OMS agar para OMS (Organisasi Masyarakat Sipil) yang menjadi sasaran program mampu melakukan pantauan terhadap media sesuai dengan isu yang menjadi *concern* masing-masing OMS. Untuk itu, diperlukan pendidikan media terlebih dahulu. Berdasarkan perbincangan dengan beberapa anggota OMS yang menjadi sasaran Jurnal Celebes, pemantauan terhadap media sendiri masih belum bisa dilakukan secara optimal. Namun, mereka telah memiliki kesadaran kritis terhadap media dan pola pikir yang baru dalam memandang media. Padahal sedianya, pemantauan terhadap media baru akan menjadi aksi sosial ketika ia dituliskan dan dipublikasikan secara luas sehingga dapat dikatakan, pada program yang dilakukan Jurnal Celebes, target psikomotor tidak dapat tercapai dengan optimal. Sebaliknya, program ini hanya sampai pada menancapkan kesadaran tentang cara kerja media dan bagaimana etika harus dikedepankan oleh media. Untuk melakukan pemantauan sendiri dan teguran kepada media, tujuan program ini masih belum dapat tercapai.

Dari pemaparan di atas, dapat dilihat adanya perbedaan *outcome* yang ditargetkan masing-masing lembaga meski dengan tujuan edukasi yang sama pada tataran kognisi dan psikomotor. Jika kita lihat lagi, ranah yang menjadi tujuan dari masing-masing lembaga cenderung menitikberatkan pada aspek psikomotor, yaitu perubahan perilaku dari sasaran program. Bahkan hanya ada dua lembaga yang secara jelas menargetkan tujuannya pada aspek kognisi. Kebanyakan dari mereka menargetkan pada perubahan perilaku (psikomotor) dan menganggap bahwa aspek kognisi dapat secara otomatis tercapai ketika materi-materi diberikan selama program. Perlu pula dicatat bahwa tahap psikomotorik lebih sering diarahkan pada usaha pemantauan *media watch*. Dengan kata lain, pendidikan literasi hanya menjadi proses atau fase antara untuk kemudian mampu melakukan

pemantauan media. Hal ini menarik karena literasi media tidak cukup dianggap memadai sebagai solusi bagi khalayak. Sebaliknya, ini juga bisa dilatarbelakangi oleh pemahaman akan begitu buruknya kualitas media sehingga pendidikan literasi media harus mampu dan mengarah ke *media watch*. Di sisi lain, ada satu hal yang kemudian dilupakan, tahap afeksi. Tahapan afeksi ini cenderung ditinggalkan oleh lembaga-lembaga pelaksana pendidikan literasi media. Seolah, ketika seseorang telah diberi pengetahuan baru, dalam hal ini literasi media, aspek kognisinya telah selesai, dan itu akan secara otomatis membentuk sikap (afeksi) untuk selanjutnya mengarah ke perilaku (psikomotor). Padahal pada kenyataannya, tiap tahapan selainya ditempuh perlahan-lahan hingga *outcome* yang diharapkan dapat tercapai secara maksimal. Umumnya yang terjadi pada lembaga yang dikaji, dari tahapan pengenalan media yang ada pada tataran kognisi, kemudian melompat ke tataran aksi sosial atau perilaku seperti pemantauan media. Loncatan inilah yang kemudian menyebabkan kegagalan untuk membuat sasaran menyadari akan pentingnya literasi media. Ketika, misalnya, mereka memiliki pengetahuan tentang media, tentang bagaimana media bekerja, *content* media yang baik dan tidak baik, kekerasan, intensitas menonton televisi, pengaruh media (televisi), dan bagaimana posisi iklan, tapi dia tidak merasa resah akan kondisi itu. *Nah*, keresahan atas kondisi media seperti yang digambarkan selama program literasi media menjadi penting untuk membangun kesadaran pada diri peserta dan menentukan sikap mereka kemudian. Ketika hanya memiliki pengetahuan semata, tapi kesadaran tidak terbangun karena ranah afeksi cenderung diabaikan, maka perubahan perilaku pada peserta akan cukup sulit. Jika pun mereka melakukan aksi, seperti menulis hasil pantauan media, biasanya, hal itu juga dilakukan hanya pada rentang waktu selama program berjalan. Dalam kasus LeSPI, misalnya, yang memiliki program pemantauan media cetak pada tahun 2009. *Output* yang diharapkan adalah tulisan hasil pantauan yang kemudian dipublikasikan melalui website LeSPI dan blog bersama. Namun, dari sekitar 20 orang peserta, hanya empat

orang yang menuliskan hasil pantauannya berupa laporan. Tulisan-tulisan berikutnya yang dimuat di blog bersama berasal dari satu orang yang sama, yaitu salah seorang cerpenis dan redaktur Harian Suara Merdeka, Budi Maryono, dengan *posting* terakhir 24 Juni 2011 yang lalu. Selanjutnya, blog hanya “teronggok” begitu saja, tanpa ada tulisan baru terkait pantauan media. Tiadanya perhatian pada aspek afeksi, bahkan cenderung melompatinya, menyebabkan dangkalnya kesadaran peserta pada isu literasi media dan tumpuhnya skill mereka. Ketika afeksi diacuhkan, maka pengetahuan media yang telah diperoleh pun hanya mengendap dari diri personal peserta.

C. Relevansi

Keberhasilan suatu program sosial salah satunya bisa dilihat dari relevansinya. Relevansi bisa dimaknai sebagai kesesuaian substansi, materi, dan kegiatan dengan kebutuhan sasaran program. Cara mudah untuk mengukur relevansi adalah melalui tiga aspek, yaitu kesesuaian, kepraktisan, dan kebermanfaatannya. Meminjam konsep dari *Organization for Economic Cooperation and Development's Development Assistance Committee* (OECD-DAC) untuk panduan evaluasi bantuan sosial, relevansi didefinisikan sebagai “*the extent to which the aid activity is suited to the priorities and policies of the target group, recipient, and donor.*”⁷³

Dalam melakukan analisis relevansi, kajian ini bertitik tolak dari karakteristik target sasaran. Dari delapan program literasi media yang dikaji, target sasaran bisa dikategorikan menjadi dua, yaitu target utama dan target antara. Lembaga yang menggunakan target ‘antara’, di antaranya adalah MPM, LeSPI, dan ECCD-RC, sedangkan lembaga yang langsung menysasar target utama antara lain Remotivi, Lead, Jurnal Celebes, KIPPAS, dan Sahabat Cahaya. Lembaga-lembaga tersebut dikatakan menggunakan target antara karena sasaran sebenarnya yang dituju adalah pihak lain atau kelompok masyarakat lain, misalnya, anak-anak. Sahabat Cahaya

73 _____, 2011. *Guidelines for Knowledge Partnerships*. Mandaluyong City: Asian Development Bank.

langsung menysasar anak-anak sekolah dan memang kelompok inilah yang secara langsung menjadi target sasaran.

Target sasaran akan menentukan relevansi program, terlepas apakah target sasaran ataukah utama. Selanjutnya, relevansi program di sini akan dilihat berdasarkan 3 aspek, yaitu konteks, substansi/materi, dan tingkat manfaat. Relevansi berdasarkan konteks akan dilihat kesesuaian program dan pilihan kegiatan dengan kondisi sosial yang melatarinya, sedangkan relevansi berdasarkan substansi akan mengkaji kesesuaian substansi materi atau kegiatan yang diberikan dengan level pengetahuan, kebutuhan informasi, atau isu yang sedang dihadapi oleh sasaran. Jika relevansi secara substansi tidak terpenuhi, maka berakibat pada keberhasilan transfer pengetahuan literasi media. Padahal, ketika sasaran program tidak menemukan relevansi secara substansi literasi media dengan, meminjam istilah Potter (2004), *personal locus*, maka tingkat *interest* (kepentingan) terhadap isu literasi media pun rendah. Terakhir, relevansi berdasarkan tingkat manfaat. Dalam hal ini, relevansi dilihat dari apakah program literasi media yang dilakukan meninggalkan dampak kegunaan pada tingkat individu peserta program saja ataukah program tersebut memiliki *multiplier effect* (dampak berlipat) ke tingkat komunitas dan terus berlanjut.

1. Relevan berdasarkan konteks

Pendidikan literasi media terjadi dalam konteks sosial budaya masyarakat Indonesia yang beragam. Ada yang mungkin sudah mempunyai pemahaman literasi media tingkat lanjut, tapi masih teramat banyak yang kemampuan literasi media-nya masih sangat dasar. Dus, program literasi media yang dilakukan oleh kelompok masyarakat memiliki konteks yang berbeda. Oleh karena itu, relevansi juga akan dilihat dalam konteks yang berbeda-beda.

Berdasarkan karakteristik target dan lembaga pelaku literasi media atau *media watch*, maka konteks-konteks yang melatarbelakangi kegiatan sangat beragam. Di antara konteks-konteks yang bisa

diidentifikasi adalah sebagai berikut.

a. Konteks Kebebasan Pers dan Kebutuhan Hubungan Media

Kebebasan pers menjadi latar belakang KIPPAS Medan untuk melakukan pendidikan literasi media kepada kelompok-kelompok masyarakat. J. Anto, direktur KIPPAS, menceritakan tentang salah satu pengalaman HAPSARI (serikat perempuan) ketika berhadapan dengan media. Menurutnya, kelompok tersebut berkali-kali ke KIPPAS menceritakan pengalaman mereka mendapatkan perlakuan dari media. Mereka datang ke KIPPAS untuk bersama-sama merumuskan hak jawab ketika ada satu kegiatan mereka yang diberitakan sebuah koran tanpa pernah ada proses (klarifikasi).

Hal yang kurang lebih sama terjadi di Makassar. Seringkali, masyarakat menjadi kelompok yang dirugikan oleh pemberitaan media massa, terutama media cetak lokal. Sebagaimana disampaikan Mustam Arif dari Jurnal Celebes bahwa di mana-mana masyarakat menjadi oknum pemberitaan atau korban. Banyak di antara mereka menjadi korban, kebingungan kemana harus mengadu, terutama masyarakat menengah ke bawah. Masyarakat sipil menengah ke bawah itu tidak mengetahui saluran ketika mereka merasa dikorbankan oleh media. Kondisi semacam ini diakui oleh kelompok masyarakat. Ira Wardhani, misalnya, anggota serikat perempuan di Deliserdang, mengisahkan salah satu pengalaman HAPSARI berhubungan dengan media. “Kami melapor. Kami telepon (medianya) karena kebetulan ada kerja sama dengan salah satu wartawan. Kalau tidak salah dari Koran *Analisa*, ‘kok gambarnya beda dengan *pas* kita pentas kemarin, *trus* isinya juga agak tidak *nyambung* sama temanya.’ Waktu itu, teman yang telpon. Saya hanya ikut uring-uringan.”

b. Dampak Merusak Televisi

Dampak media televisi terhadap anak-anak menjadi konteks lainnya. Tayangan televisi diyakini banyak pihak memberikan pengaruh buruk terhadap perilaku anak-anak, mulai dari masalah kesulitan belajar, asosial, kesehatan, hingga kekerasan. Momentumnya adalah ketika pada tahun 2008-2009 terjadi penganiayaan seorang anak kepada temannya yang diakui karena meniru tayangan kekerasan semacam Naruto. Juga, ada anak yang bunuh diri karena malu tidak bisa bayar uang sekolah. Ironisnya ide bunuh diri ia dapatkan dari televisi.

Konteks sosial seperti itu yang melatari program literasi media bagai lembaga seperti Sahabat Cahaya di Jakarta, Masyarakat Peduli Media (MPM) di Yogyakarta, dan LeSPI di Semarang. Tujuan program mereka berfokus pada upaya menghindarkan anak dari dampak negatif televisi dan menumbuhkan kesadaran kritis masyarakat, terutama orang tua, terhadap media.

Berkaitan dengan relevansi program dan konteks target, apa yang dilakukan Sahabat Cahaya bisa dikatakan sangat relevan. Anak-anak SD yang tumbuh di perkotaan Jakarta, konsumsi media tinggi dan kurang bersosialisasi, merupakan kelompok yang rentan terhadap dampak negatif media. Penggunaan metode dongeng dan komik sangat tepat untuk menyampaikan pesan literasi media kepada anak-anak. Terbukti setelah tiga tahun program berlalu, anak-anak SD Paseban 011 Jakarta masih mengingat isi cerita, misalnya, tentang durasi menonton cukup 2 jam sehari dan jarak menonton televisi jangan terlalu dekat. Terlepas dari kenyataan bahwa program tersebut tak lagi berlanjut.

c. Hak Publik

Remotivi berangkat dari argumentasi yang sedikit berbeda, yakni bahwa media terutama televisi menggunakan hak publik dan ruang publik. Oleh karena itu, mereka melakukan pemantauan

media secara berkala terutama televisi. Dengan begitu, akan terjadi perbaikan dalam kualitas media.

2. Relevan berdasarkan substansi/materi.

Berkaitan dengan relevansi literasi media berdasarkan substansi, temuan dari lapangan menunjukkan cerita yang beragam. Misalnya, program pemantauan media oleh kelompok masyarakat, yang dilakukan oleh KIPPAS dan Jurnal Celebes. Meskipun memiliki konteks dan pendekatan yang sama, kebutuhan informasi target sasarannya ternyata berbeda. Sebenarnya, materi yang lebih dibutuhkan, menurut Ira dari HAPSARI Medan, justru *media relations*, yaitu bagaimana seharusnya pola komunikasi NGO dengan wartawan dan media secara umum. Ketika NGO mengundang wartawan untuk liputan, tidak sedikit yang kemudian minta dibayar. “Padahal setahu saya,” demikian Ira menjelaskan, “tidak perlu membayar. Seharusnya, wartawannya berterima kasih karena mendapatkan objek liputan.” Akhirnya, panitia kegiatan di mana Ira terlibat tetap memberikan amplop juga kepada wartawan. “Ya... dikasih karena memang kita perlu publikasi.” Janto sendiri mengakui bahwa tugas pemantauan media yang diberikan oleh KIPPAS kepada kelompok-kelompok masyarakat fokus pada pelanggaran kode etik dan hukum. Sebagaimana dikemukakan Janto, “Ini hanya untuk pelanggaran kode etik dan pelanggaran hukum. Temanya sangat beragam, melihat beritanya seperti apa.” Dengan kata lain, tidak ada penekanan pada peserta untuk menggunakan kemampuan literasi media dan *media watch* sebagai strategi advokasi organisasi masing-masing.

Pengalaman berbeda dialami oleh kelompok-kelompok masyarakat di Makassar yang ikut dalam program yang dikelola Jurnal Celebes. Sejak awal, pemateri menyiapkan materi pelatihan yang sudah disesuaikan dengan latar belakang atau isu yang dihadapi kelompok masyarakat seperti isu gender, lingkungan hidup, tata ruang, adat, dan lain sebagainya. Materi yang diberikan sesuai

dengan isu yang digeluti oleh peserta supaya ada *frame*. Mulyadi Mau menerangkan relevansi materi dengan latar belakang penerima manfaat.

Materi yang sesuai dengan kebutuhan kelompok masyarakat memang mempermudah proses pemantauan ini. Jurnal Celebes dan Remotivi memilih kelompok-kelompok strategis dalam advokasi dan pemantauan. Ini jelas memudahkan pekerjaan. Jurnal Celebes mengambil masyarakat adat dan lingkungan AMAN. Remotivi juga pernah menggandeng kelompok ini. Untuk yang gender, diambil kelompok perempuan. Dengan cara demikian, kelompok sasaran juga mendapatkan manfaat yang jauh lebih besar. Sebagaimana dikemukakan Sardi Razak, “Nah, inilah yang menarik, isu yang digarap teman-teman mitra ini berkesesuaian dengan agenda masing-masing untuk advokasi, misalnya, saya di isu lingkungan, ada yang di gender. Jadi lebih bagus, dan ini ter-*share* juga ke teman-teman koalisi yang lain di luar ForMedia.” Pengakuan yang sama diberikan oleh kelompok Komnas Perempuan dalam kasus Remotivi. Siti Maisaroh dari Komnas Perempuan mengemukakan bahwa apa yang dilakukan oleh Remotivi merupakan kegiatan yang dibutuhkan masyarakat. Sebagaimana ia kemukakan, “Remotivi mengambil inisiatif yang baik untuk menggugat acara tersebut. Saya rasa apa yang dikerjakan Remotivi menjadi aktivisme yang sebenarnya ditunggu dan dibutuhkan masyarakat Indonesia.” Lebih jauh, ia mengemukakan bahwa kebanyakan masyarakat hanya memberi komentar negatif, tapi tidak melakukan tindakan lebih jauh untuk protes. Sebaliknya, Remotivi melakukan pantauan, membuat analisis yang baik, dan bertindak agar terjadi perubahan dalam tayangan tersebut

Relevansi materi juga harus disesuaikan dengan konteks isu dan sasaran literasi media. Seperti Remotivi, misalnya, untuk ranah literasi media, seperti telah dikemukakan di awal, topik yang dibahas dalam diskusi kurang menyentuh kehidupan sehari-hari mahasiswa. Akibatnya, program diskusi ke kampus-kampus ini kurang meraih tujuan yang diharapkan. Meskipun bisa jadi, ini bukan satu-satunya faktor. Sementara MPM di Yogyakarta, memilih ibu-ibu rumah

tangga sebagai penyampai pesan literasi media untuk anak-anak. Pemilihan ibu rumah tangga sebagai sasaran program ini memiliki dalih rasionalitas, yaitu sebagai *multi-player effect*. Memilih ibu rumah tangga menjadi subjek diharapkan akan berimplikasi pada anggota keluarga yang lain demi suksesnya literasi media. Belasan kali pertemuan diadakan dengan ibu-ibu dalam rangka menyampaikan materi literasi media. Muatan materi disusun untuk menumbuhkan daya kritis dan mengantisipasi dampak negatif tayangan televisi dengan contoh kasus acara televisi, yang diasumsikan, banyak diminati penonton dari kalangan ibu rumah tangga seperti sinetron, infotainment, *reality show*, berita, dan lain sebagainya. Namun, dari kasus MPM, ada beberapa catatan terkait relevansi pemilihan sasaran maupun materi literasi media yang disampaikan. *Pertama*, latar belakang sosial ekonomi dan aktivitas dari ibu-ibu sasaran yang beragam. Hal ini berpengaruh pada kebiasaan akses media yang beragam. Sementara sebagian keluarga masih mengakses televisi dan media konvensional lainnya, sebagian keluarga sudah lebih banyak mengakses media baru. Dari segi aktivitas utama, ada ibu-ibu yang bekerja di sektor formal seperti PNS, pengajar, ada yang bekerja di sektor informal sebagai pedagang atau petani, ada pula yang memang hanya jadi ibu rumah tangga. Dengan demikian, sasaran sangatlah kompleks sehingga muncul gap pengalaman dan kebutuhan informasi di antara sasaran itu sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari ibu rumah tangga yang menjadi subjek penerima program, Ibu Sutiyadi yang juga berperan sebagai CO, mengakui bahwa sejak lama ia tidak terlalu konsumtif pada televisi. Dengan dalih kesibukan mengasuh ketiga putrinya dan keterlibatannya dalam Aisyiyah, diakuinya telah cukup menyibukkannya sehingga membuatnya tidak sempat menonton televisi. Meskipun tanpa pemahaman mengenai literasi media, ia mengakui tidak terlalu tertarik pada televisi yang menurutnya tidak mendidik dan bahkan memunculkan efek negatif. *Kedua*, sasaran, terutama ibu-ibu dan anak-anak di desa, secara alami tidak memiliki kebiasaan bermedia yang intens. Dengan kata lain,

kebiasaan bermedia tidak pada tingkat membahayakan. Pasalnya aktivitas keseharian mereka cukup padat. Kehidupan di pedesaan masih menyediakan banyak aktivitas sosial. Anak-anak pun memiliki banyak alternatif kegiatan atau hiburan yang menjauhkan mereka dari televisi sehingga televisi tidak menjadi pusat perhatian. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Tia, salah seorang peserta pendidikan literasi media, “... Anak saya *ndak* terlalu nonton tivi, pagi sekolah, sore ngaji, kalo *selo* (senggang) dia main sama tetangga....” Dengan demikian, terdapat jarak antara pengetahuan mengenai efek negatif media dengan tingkat ketergantungan terhadap konsumsi media. *Ketiga*, kesadaran kritis yang dijumpai pada ibu-ibu peserta literasi media bersifat penegasan dari kebiasaan atau pengetahuan dasar yang telah dimiliki sejak awal. Meskipun pengetahuan yang dimiliki baru sebatas pemahaman atas efek negatif dari televisi. Boleh dikata tanpa pengetahuan pun, ternyata dalam keseharian aktivitas keluarga terdapat alternatif kegiatan atau pengalih perhatian dari televisi sehingga tidak dapat digeneralisasi bahwa setiap keluarga menghabiskan waktunya di depan televisi. Dengan begitu, sebenarnya, relevansi pemilihan sasaran untuk program literasi media di kalangan ibu-ibu pedesaan perlu dicermati lagi.

3. Relevansi Berdasarkan Tingkat Manfaat

Relevansi berdasarkan tingkat manfaat dari program bagi kelompok sasaran akan dilihat sejauh mana manfaat program masih dirasakan jejaknya setelah program bantuan berakhir. Relevansi berdasarkan tingkat manfaat berkaitan dengan keberlanjutan program. Apakah pengetahuan atau kemampuan, sebagai dampak program, berhenti pada individu penerima program atau berlipat ganda, tereproduksi di dalam komunitas tersebut.

Dari kedelapan lembaga yang dikaji, terdapat kecenderungan bahwa program yang mengambil sasaran dari kelompok masyarakat (LSM, perkumpulan ibu-ibu misalnya) manfaatnya bertahan di level individu peserta program, sedangkan program literasi yang

mempertimbangkan fungsi imperatif dari profesi sasaran seperti guru cenderung berhasil dalam hal reproduksi pengetahuan. Sebagaimana dikemukakan Ira Wardani, program pendidikan literasi media yang diberikan KIPPAS bermanfaat bagi pekerjaan sehari-harinya sebagai penyiar radio komunitas HAPSARI-FM. “Sebenarnya ada kecocokannya. Karena radio (kami) juga sebuah media informasi. Paling tidak, ketika kami mengambil materi dari surat kabar, kami bisa memilih informasi yang fakta dan memang ada manfaatnya bagi kami.” Namun, dalam konteks kehidupan organisasinya, pengetahuan literasi media yang didapat Ira dan kelima temannya belum dirasakan gaungnya, alih-alih dijadikan sebagai strategi memperjuangkan kepentingan komunitas.

Dari berbagai kasus penelitian ini, intervensi kesadaran kritis masyarakat atau literasi media untuk kelompok masyarakat (LSM) akan lebih efektif jika bersifat kasuistik. Seperti yang diceritakan Janto, direktur KIPPAS Medan, dari pengalamannya menjadi wartawan dan peneliti media di KIPPAS, program literasi media akan lebih efektif jika dilakukan berangkat dari kasus. “Literasi media harusnya dilakukan terhadap kelompok masyarakat yang tengah berinteraksi dengan sebuah kekuasaan” demikian sarannya. “Kasih berita mereka, ketika berita (tentang) mereka ditampilkan di media. Itu akan hidup.”

Pendapat itu senada dengan pengalaman Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) di Sulawesi, Sardi Razak, “Kalau menurut saya malah bisa lebih bersinergi. Kebetulan itu hari sedang fokus ada isu lingkungan di Makassar. Nah, pas diajak jadi lebih *connect*. Kebetulan itu kita lagi advokasi di Karebosi terkait privatisasi ruang publik. Kebetulan di pemantauan itu saya dapat isu tata ruang. Ya *connect*-lah itu. Hasil itu kemudian saya distribusikan di AMAN dan dengan teman-teman jaringan yang lain.” Namun, kelemahan pendekatan kasuistik semacam itu adalah keberlanjutan programnya juga ditentukan oleh ada tidaknya kasus. Jika kasusnya berhenti, dikhawatirkan reproduksi pengetahuan literasi media juga terhenti. Apalagi jika tidak didukung oleh adanya lembaga donor. Beberapa

kasus membuktikan hal itu. Padahal, mestinya tidak demikian. Target sasaran cukup diberikan kemampuan literasi media dan *media watch* untuk selanjutnya mereka mengembangkan sendiri.

Sementara itu, program literasi yang menasar orang tua manfaatnya belum cukup optimal. Ini terjadi dalam kasus LeSPI di Semarang yang menyebarkan ‘virus’ literasi media kepada berbagai kelompok masyarakat seperti kelompok arisan, pengajian ibu-ibu, lansia. Kegiatan itu hanya menyentuh level kognisi para orang tua saja. Meski kemudian, LeSPI mengadakan pelatihan ToT untuk para *leader* di masing-masing komunitas. Namun, efektivitasnya masih perlu diuji.

Sasaran program yang strategis adalah para guru. Ini karena profesi guru memiliki fungsi edukasi dan selalu berkaitan dengan pemberian pengetahuan yang berlangsung terus menerus. Tiap tahun murid baru datang silih berganti. Guru pun tidak keberatan jika harus menyampaikan pesan literasi media karena memang itu sudah menjadi pekerjaan sehari-harinya. Lagi pula, guru dituntut untuk memahami perkembangan anak didiknya. Untuk itu, guru selalu butuh materi ajar baru yang disesuaikan dengan perkembangan zaman.

Kegiatan literasi media yang dimotori oleh ECCD-RC dirasakan para peserta sesuai dengan kebutuhan para guru yang mesti memahami literasi media agar aktivitas belajar mengajar yang dilakukannya lebih baik. Metode pelatihan oleh ECCD-RC diakui sesuai dan sangat baik oleh Suharto, salah seorang yang pernah menjadi peserta pelatihan. Menurutnya, penyelenggara sangat paham mengenai media dan guru sebagai pesertanya adalah pihak yang sesuai karena mengampu mata pelajaran di kelas sehingga para guru bisa menerapkannya ketika mengajar di kelas.

Relevansi ini bisa dikonfirmasi kepada kebutuhan atas pengetahuan literasi media yang sebenarnya mendesak terbentuk dengan baik di masyarakat. Seperti visi utama ECCD-RC, memberikan pendidikan yang terbaik bagi anak usia dini, anak mesti mendapatkan

informasi yang baik dan aman dari media. Terdapat dua pihak yang bertanggung-jawab atas pendidikan anak, yaitu orang tua di rumah dan guru di sekolah. ECCD-RC memilih guru sebagai peserta pelatihan atau mitra gerakan literasi media mengingat peran mereka yang penting di sekolah dalam mendidik siswa dan karena masih berusia muda para pendidik tersebut kemungkinan memiliki anak-anak di rumah.

Pendekatan kepada pelaku pendidikan ini pula yang coba dilakukan oleh Centre for LEAD yang mencoba melibatkan pengurus pondok pesantren dalam gerakan literasi media. Berangkat dari sejarah pesantren sebagai lembaga pendidikan tertua di nusantara, LEAD optimis bahwa pesantren mampu memainkan peran yang signifikan. Apalagi selama ini, pesantren memiliki reputasi sebagai lembaga pendidikan yang terdepan dalam menjaga nilai-nilai, moralitas generasi penerus, sebelum dirusak oleh pencitraan media sebagai sarang teroris. Namun, relevansi pesantren terhadap gerakan literasi media di Indonesia perlu diuji lebih lanjut. Namun, apa yang dilakukan LEAD bisa menjadi awal yang baik untuk menjadikan pesantren sebagai agen transformasi masyarakat yang mempunyai kepekaan terhadap perubahan dan dinamika masyarakat karena tantangannya yang relatif lebih besar. Di sini, muncul pertanyaan: jika pesantren telah secara ketat membatasi akses tv, lantas apa relevansi literasi media bagi mereka sebagaimana tercermin dalam kutipan berikut.

Kalau (program) ini, kita mau dilatih supaya mengakses dan belajar ngenalin dan nganalisis media? Sebenarnya, seberapa penting sih mas untuk kami? Kalau pesantren *kan* berarti untuk santri-santri? Wong (sementara) kami juga membatasi akses mereka ke media kok.

D. Kontinuitas

Kontinuitas dapat dipahami sebagai kesinambungan dalam

sebuah program agar tercapai tujuan yang hendak dicapai. Oleh karena itu, dalam analisis mengenai kontinuitas, penting untuk menyelaraskan nalar antara tujuan dengan rangkaian aktivitas dalam suatu program. Kontinuitas memiliki ekstrem diskontinuitas pada ujung yang lain. Dalam pemahaman ini, terdapat asumsi bahwa keteraturan mengalami gangguan sehingga terjadi perbedaan atau lompatan dalam penahapan dari kaidah yang dijadikan acuan. Dalam kaitan dengan pelaksanaan program, kontinuitas merupakan prinsip keberlanjutan sehingga level atas tidak menafikkan atau mementahkan level di bawahnya.

Dari berbagai lembaga pelaksana program literasi media, aktivitas pemantauan media merupakan capaian yang dijadikan tujuan. Literasi media sendiri menjadi program yang mengantarai motif pelaksanaan program hingga mencapai tujuan tersebut. Jika merujuk pada teori literasi media sejatinya memiliki jarak epistemologis. Analisis kontinuitas diterapkan untuk mencermati apakah program yang bertajuk literasi media memiliki kesinambungan di dalam pelaksanaannya bahwa satu kegiatan memiliki hubungan yang sinergis dengan kegiatan lainnya. Ini tentu saja merujuk pada rasionalisasi lembaga pelaksanaannya hingga pada capaian tujuannya.

1. Jurnal Celebes

Jurnal Celebes merupakan lembaga yang secara murni dan spesifik melaksanakan pemantauan media. Dalam programnya, ia merangkul lembaga-lembaga lain yang tidak secara spesifik bergerak dalam isu literasi, tapi memiliki sumber daya yang dapat dimanfaatkan dalam pemantauan isi media. Misalnya, lembaga yang bergerak dalam isu lingkungan dan perlindungan anak.

Dalam program pelibatan organisasi masyarakat sipil untuk mengontrol media, ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh Jurnal Celebes. *Pertama*, lobi dan sosialisasi pada pihak-pihak yang berhubungan (OMS dan media). Langkah ini dilanjutkan dengan

pengadaan diskusi tentang pentingnya kontrol publik terhadap media. Diskusi yang diselenggarakan dua kali di masing-masing kota sasaran (Makassar, Parepare, dan Palopo) ini dimaksudkan sebagai titik masuk pengenalan isu pemantauan media. Dari *roadshow* diskusi ini, Jurnal Celebes menginisiasi pembentukan Forum Pemantauan Media (ForMedia).

ForMedia yang diikuti oleh berbagai OMS inilah yang kemudian diberi pelatihan pemantauan media. Pelatihan diberikan secara *learning by doing*. Tentu saja, Jurnal Celebes telah menyiapkan materi pembuka sebelum proses pemantauan. Materi singkat diberikan untuk selanjutnya dilakukan pemantauan terhadap 7 media cetak lokal di Makassar, Parepare, dan Palopo.

Pemantauan itu sendiri dilakukan terhadap 7 media cetak lokal selama 3 bulan pemberitaan. "Range waktunya sangat cepat sekali. Kita hanya mengambil sampel media 3 bulan. Mungkin perlu waktu yang lebih, misal, satu tahun pemberitaan."⁷⁴ Sardi Razak dari AMAN menyebutkan kelemahan program ini. Baginya, pemantauan 3 bulan pemberitaan masih sangat kurang untuk melihat kerja sebuah media massa.

Pascapemantauan, dilakukan diskusi tentang hasil pemantauan itu. Kemudian, Jurnal Celebes mengajak peserta untuk bertemu dengan media massa yang dipantau. Dari sana, peserta mengetahui cara kerja media dan logika yang bekerja di baliknya. Dalam pertemuan dengan media itu juga, temuan-temuan selama pemantauan bisa disampaikan ke media yang bersangkutan. Akhirnya, diberikan *award* kepada media-media yang dianggap paling baik dalam menegakkan etika jurnalistik. Dari paparan di atas dapat dilihat bahwa secara umum program Jurnal Celebes memiliki kontinuitas meski masih kurang sempurna.

2. LeSPI dan Remotivi

Lembaga yang melaksanakan kombinasi literasi media dengan

74 Mau, op.cit

media watch adalah LeSPI dan Remotivi. Untuk menilai bagaimana kesinambungan program yang dilakukan LeSPI, perlu dideskripsikan bagaimana tiap-tiap program berjalan. *Pertama*, program *media watch* untuk surat kabar di tahun 2009. Program ini diawali dengan *workshop* selama dua hari pada tanggal 7-8 Agustus 2009. Pada *workshop* ini, materi yang diberikan tidak fokus pada *media watch*, tapi juga tentang literasi media. Untuk *media watch* sendiri, materi yang diberikan dalam *workshop* sebagai bekal melakukan pemantauan adalah sebagai berikut.

- 1) Pemahaman mengenai *media watch*
- 2) Cara kerja surat kabar
- 3) Tolok ukur yang digunakan untuk menilai berita-berita isu anak dan perempuan
- 4) Metode framing dalam menganalisis berita
- 5) Praktik pembuatan *media watch* dengan *framing*
- 6) Pembuatan blog untuk *media watch*

Setelah pemberian materi ini, para peserta yang terdiri dari 25 orang dari beberapa kelompok komunitas berbeda, baik dari LSM, komunitas-komunitas partikular Semarang, juga Pusat Studi Wanita dari beberapa universitas, diajak untuk mengamati beberapa surat kabar terkait isu anak dan perempuan. Surat kabar yang dijadikan objek adalah *Harian Suara Merdeka*, *Harian Sore Wawasan*, *Harian Seputar Indonesia Jateng-DIY*, *Harian Kompas Jawa Tengah*, *Harian Jawa Pos – Radar Semarang*, dan *Harian Solo Pos* dengan edisi terbitan 23 Juni – 23 Juli 2009. Pemantauan dilakukan dengan metode *framing*. *Output*-nya kemudian berupa tulisan hasil pemantauan beberapa surat kabar yang ditetapkan tersebut.

Tentu saja, pemantauan tidak dapat dilakukan pada saat itu juga ketika *workshop* berlangsung karena keterbatasan waktu. Oleh karena itu, LeSPI kemudian menawarkan pada para peserta selaku representasi dari komunitasnya masing-masing untuk terlibat dalam pemantauan media yang tergabung dalam Jejaring *Media watch*. Ada

delapan komunitas yang bersedia untuk ikut membentuk Jejaring *Media watch*, yaitu: Yayasan Kakak (Solo); Spek-HAM (Solo); Koalisi Perempuan Indonesia (KPI) Jawa Tengah; LRC-KJHAM (Semarang); Pusat Studi Wanita Undip; LBH-APIK (Semarang); Yayasan Kepodang (Semarang); dan Dasa Wisma Klengkeng Kampung Tengger (Semarang). Delapan komunitas ini, yang kemudian mendapat dampingan dari LeSPI untuk melakukan praktik *media watch*.

Proses pendampingan pada intinya adalah mendorong LSM dan komunitas-komunitas yang tergabung dalam Jejaring *Media watch* untuk tidak ragu-ragu melakukan pemantauan media karena aktivitas yang mereka geluti—misalnya sebagai pembela perempuan yang terkena masalah KDRT atau pembela hak-hak anak—bisa menjadi tolok ukur dalam memantau media. Pada akhirnya, memang jauh dari harapan. Dari delapan komunitas yang ada, hanya ada empat tulisan laporan pemantauan yang berhasil diproduksi. Tulisan ini yang kemudian dipublikasikan melalui web LeSPI dan blog bersama Jejaring *Media watch*, www.jejaringmediawatch.com.

LeSPI tidak menggandeng lembaga yang memiliki legitimasi kuat dengan kepentingan yang fokus dan terarah seperti Remotivi, KIPPAS Medan, dan Jurnal Celebes. Jika advokasi yang dilakukan oleh Remotivi dan Komnas Perempuan dapat mengubah program televisi melalui pengaduan yang sistematis dan berdaya tawar tinggi, maka hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh LeSPI. Meskipun perlu diberi catatan bahwa keduanya mempunyai konteks yang berbeda. Remotivi sejak awal fokus pada TV, sedangkan LeSPI tidak. Di sini, persoalan yang dihadapi oleh TV dan media cetak berbeda. TV diakses lebih banyak penduduk dibandingkan koran/media cetak. Dampak keduanya juga berbeda sehingga strategi advokasi keduanya juga mestinya berbeda.

Selain memiliki kemiripan dalam program pemantauan media, LeSPI dan Remotivi juga melaksanakan literasi media dalam bentuk sosialisasi yang berlangsung satu kali. Literasi media oleh LeSPI diawali oleh *workshop* selama dua hari dengan waktu yang

sama dengan program *media watch* surat kabar, 7-8 Agustus 2009. Pada *workshop* tersebut, dipaparkan materi tentang literasi media, di antaranya adalah:

- 1) Pemahaman tentang literasi media
- 2) Bagaimana TV bekerja, apa motifnya, dan apa dampaknya
- 3) Agenda kegiatan literasi media di berbagai komunitas

Agenda kegiatan literasi media di berbagai komunitas pada poin ketiga yang kemudian ditindaklanjuti LeSPI pasca-*workshop*. LeSPI melalui beberapa penggeraknya seperti Liliek Budiastuti Wiratmo, Irene Iriawati, Wisnu T. Hanggoro, dan Anto Prabowo, turun ke 12 komunitas untuk menyosialisasikan literasi media. 12 komunitas itu adalah sebagai berikut.

- 1) Komunitas Ibu PKK Tengger, Semarang
- 2) Forum Anak, Mijen, Ngaliyan, Semarang
- 3) Komunitas Buruh (Forum Serikat Buruh Independen), Semarang
- 4) Komunitas PKK Kemijen
- 5) Komunitas FKS PPLK (Forum Komunikasi Sekolah Penyelenggara Pendidikan Layanan Khusus)
- 6) Komunitas Perempuan Nelayan
- 7) Komunitas Rumah Pintar Ilmi Asri Ngaliyan, Semarang
- 8) Komunitas Lansia, Sampangan, Semarang
- 9) Komunitas Pedala Gambilangu
- 10) Komunitas Kaum Miskin Kota
- 11) Komunitas Mahasiswa IAIN Walisongo
- 12) Komunitas Dharma Wanita Balai Diklat Depag

Sosialisasi lebih kepada memberikan pengetahuan baru tentang literasi media yang disampaikan dengan bahasa yang sederhana. Materi yang disampaikan biasanya terkait dengan bagaimana media

bekerja, apa dampak dari media, berapa lama waktu yang baik untuk menonton televisi, dan tontonan apa yang baik dan tidak. Dengan sekali sosialisasi pada 12 komunitas, LeSPI melangsungkan seluruh rangkaian ini dalam rentang waktu tiga bulan.

Hanya saja, dalam program literasi media ini, antara *workshop* dan kemudian sosialisasi pada komunitas-komunitas seperti ada keterputusan atau lompatan. Ini karena peserta *workshop* sendiri bukan anggota komunitas yang kemudian menjadi sasaran dalam sosialisasi, atau tidak adanya keterlibatan dari peserta *workshop* dalam program literasi media sehingga dapat dikatakan bahwa sesi literasi media dalam *workshop* pemantauan media tidak lain adalah juga sosialisasi pada para peserta *workshop* tentang literasi media. Di sini, yang kemudian terjadi adalah tidak adanya kesinambungan dengan program sosialisasi di komunitas-komunitas berikutnya. Seolah menjadi dua kegiatan yang berbeda.

Selanjutnya, pada program literasi tahun 2011, LeSPI menggunakan metode ToT, di mana para peserta merupakan *leader* dari tiap-tiap komunitas yang nantinya akan menjadi sasaran sosialisasi literasi media. Hanya bedanya, saat ini, pemateri sosialisasi adalah dari komunitas itu sendiri. *Training of Trainers* sendiri dilakukan selama 2 hari pada tanggal 9-10 Februari 2011. Peserta terdiri dari 20 orang yang berasal dari aktivis LSM, komunitas ibu-ibu (PKK) yang sebelumnya pernah mengikuti kegiatan literasi media dari LeSPI di tahun 2009, dan mahasiswa dari Semarang-Salatiga-Kudus. Selama dua hari, materi-materi terkait literasi media diberikan kepada para peserta hingga mereka benar-benar paham dan mampu untuk kemudian menyampaikannya kembali pada komunitas masing-masing.

Pasca-*training*, ada pendampingan terhadap seluruh peserta sebanyak enam kali yang bertujuan untuk memantapkan apa yang telah diberikan selama ToT sekaligus untuk memastikan para *leader* komunitas ini mampu merancang materi literasi media serta menyiapkan seluruh persiapan presentasi termasuk *Power Point*

untuk bahan presentasi dan sarana pendukung lainnya berupa *leaflet*, *exbanner*, dan yang lainnya.

Setelah ToT dan pendampingan dilaksanakan, kegiatan selanjutnya adalah “*Media Literacy Goes to Public*”, yaitu sosialisasi literasi media yang dilakukan oleh para *leader* pada komunitasnya masing-masing. Komunitas-komunitas yang menjadi sasaran adalah sebagai berikut.

- 1) Komunitas ibu-ibu PKK Kelurahan Sampangan, Semarang
- 2) Komunitas Mitra Pilar PKBI di Universitas Dian Nuswantoro, Semarang
- 3) Komunitas PKK Kelurahan Miroto, Semarang
- 4) Komunitas Siswa SMK 8 Semarang
- 5) Komunitas PKK Kecamatan Semarang Timur, Semarang
- 6) Komunitas Mahasiswa Universitas Diponegoro, Semarang

Dari tahapan program literasi media di tahun 2011 ini, dapat dikatakan rangkaiannya berkesinambungan antara satu tahap dengan tahap berikutnya. Masalah kemudian adalah bagaimana seorang *leader* komunitas dapat menyampaikan literasi media pada komunitasnya. Untuk itu, dia harus melalui beberapa tahapan seperti yang dirancang LeSPI.

Sama-sama bertujuan pada terbentuknya pemantauan media, program *media watch* dari Remotivi dapat dianalisis mencapai keberhasilan dalam meraih tujuan yang ditetapkan. Pada tahap awal, dilakukan pengamatan terhadap tayangan televisi, lalu dianalisis seterusnya dilakukan advokasi. Agar advokasi meraih tujuan yang diharapkan—dalam hal ini perubahan dalam tayangan televisi—maka Remotivi menggandeng lembaga lain agar memperoleh legitimasi. Model-model ini kiranya bisa dilanjutkan karena ternyata tidak hanya berdampak pada media (dalam hal ini perubahan tayangan), tapi juga pada lembaga ‘partner’. Sebagai ilustrasi, usaha Remotivi untuk melibatkan Komnas Perempuan dalam advokasi

Kakek-Kakek Narsis mendorong Komnas Perempuan untuk menjalin kerja sama lebih lanjut untuk melakukan *media briefing*.

Tidak hanya itu, ketika laporan ini sedang ditulis, Komnas Perempuan tengah mengagendakan pemantauan khusus untuk tayangan televisi bekerja sama dengan KPI dan Remotivi. Meskipun belum ditemukan waktu yang tepat untuk duduk bersama, tapi usaha itu jelas memberikan rangkaian dampak positif. Sebelumnya, Komnas Perempuan telah melakukan pemantauan media cetak, dan pemantauan tayangan televisi tersebut akan melengkapi kajian media yang sudah dilakukan Komnas Perempuan sebelumnya. Gagasan ini jelas merupakan inovasi yang cukup berarti dalam rangka memperluas pemantauan media secara lebih luas, tidak hanya oleh Remotivi, tapi juga lembaga dengan isu khusus. Jika Remotivi mampu mendorong lebih banyak lembaga dengan isu khusus untuk terlibat dalam pemantauan sebagaimana digagas Komnas Perempuan, tentu akan menjadi sumbangan yang sangat berarti dalam mendorong perluasan pengawasan terhadap media. Kualitas tayangan pun akan semakin bagus karena setiap isu diawasi oleh lembaga atau kelompok masyarakat yang mempunyai *concern* dan pengetahuan mendalam atas isu itu.

Senada dengan dua program yang dilaksanakan oleh LeSPI, oleh karena ada dua kegiatan besar yang dilakukan Remotivi, literasi media yang dilakukan demi mendorong daya kritis masyarakat dan *media watch* maka kontinuitas kegiatan juga harus dilihat dalam kedua konteks itu. *Pertama*, jika literasi media diorientasikan sebagai upaya untuk memberikan masyarakat daya tangkal, imunisasi terhadap tayangan televisi, maka kontinuitasnya menjadi persoalan. Ini karena diskusi-diskusi yang dilakukan di kampus-kampus hanya sekali dilakukan dan berbasis isu. Tidak ada *need assesment* yang bisa dijadikan acuan untuk melihat kebutuhan mahasiswa yang diikuti dengan perencanaan tahap demi tahap melalui pengayaan pengetahuan dan *skill* yang relevan sesuai kebutuhan yang diperlukan dalam literasi media. Ketiadaan *assesment* dan kekurangtepatan dalam membaca kecenderungan mahasiswa membuat isu yang

ditawarkan jauh dari realitas keseharian mahasiswa ditambah dengan keberadaan narasumber yang kurang mampu memenuhi tujuan. Pengetahuan kritis yang diperoleh juga akan bersifat parsial (*based on issue*). Untuk isu yang lain, sangat mungkin terjadi tidak akan mempunyai daya kritis yang sama karena perspektif dan tekanan isunya yang berbeda. Padahal, pendidikan literasi media mestinya dilakukan secara bertahap dengan mendasarkan pada topik-topik yang relevan dengan kebutuhan literasi media, misalnya, realitas media adalah hasil konstruksi, dampak media, dan sebagainya.⁷⁵ Di sisi lain, dalam konteks literasi media di kampus-kampus yang dilakukan melalui diskusi, tidak ada tindak lanjut dari diskusi itu. Dengan kata lain, tidak ada usaha untuk memberikan keterampilan teknis (*skill*) sehingga literasi media menjadi hanya sebatas pengetahuan kognitif. Ini berakibat pada terhentinya kecakapan bermedia di kalangan mahasiswa dengan hanya pada level kognitif saja.

3. KIPPAS

Sosialisasi yang dilaksanakan sekali dengan hasil yang berbeda terjadi pada KIPPAS. Untuk program *in-house training* pengelola *newsroom*, nampaknya ada persoalan berkaitan dengan kontinuitas program. Pertemuan yang hanya berlangsung sekali dalam durasi kurang lebih dua jam kurang memberikan dampak yang mendalam. Ada dua hal yang menyebabkan kontinuitas program tidak sesuai harapan. *Pertama*, keterbatasan waktu para pengelola *newsroom*. Sasaran program yang tergolong *middle manager* dalam lembaga media tentu saja memiliki kesibukan yang luar biasa padat. *Kedua*, pengelola *newsroom* tidak semua kooperatif. Di awal program, penguatan etika di level redaktur ini sedianya dilakukan kepada setidaknya 5 surat kabar di Medan. Namun, dalam pelaksanaannya, hanya dua surat kabar yang bersedia. “Kita melakukan di dua Koran yang mau, *Waspada* sama *Sumut Pos*,” terang Janto. Ada yang menarik tentang keengganan media lainnya untuk terlibat, salah satunya ketika Dewan Pers datang ke Medan untuk melakukan mediasi antara PTPN

75 Keterangan lebih lanjut mengenai hal ini bisa dilihat dalam Potter, 2011, op.cit

dengan salah satu media lokal, kajian yang digunakan di antaranya dari KIPPAS. Pada saat itu, anggota Dewan Pers membawa jurnal KUPAS, terbitan berkala KIPPAS yang memuat hasil pemantauan media di Medan. “Anggota Dewan Pers menyebut hasil riset KIPPAS terhadap koran tersebut dan dampaknya hubungan dengan media itu jadi tidak enak. Berita kita sama sekali tidak ada yang dimuat.”⁷⁶

4. Sahabat Cahaya

Program dari Sahabat Cahaya diberi tajuk *Penyadaran Masyarakat Kritis Bermedia melalui Komik dan Dongeng*, bertujuan untuk memberikan penyadaran kepada anak-anak setingkat SD di beberapa sekolah dan mall untuk mengatur pola menonton televisi. Dengan harapan, segala dampak buruk yang terjadi akibat interaksi dengan televisi menjadi berkurang. Untuk itu, program ini dijalankan dengan serangkaian kegiatan yang mengatur pola menonton televisi bagi anak. Serangkaian kegiatan tersebut adalah Workshop Fasilitator Penelitian, Penelitian Anak tentang Media ke Komunitas Anak dan Sekolah, Analisis dan Perumusan Hasil Penelitian, Penyusunan Komik dan Naskah Dongeng tentang Kritis Bermedia, Distribusi Komik dan Roadshow Dongeng tentang Kritis Bermedia, dan Editor Roundtable Discussion ke Stasiun TV.

Kegiatan Analisis dan Perumusan Hasil Penelitian ini yang akan digunakan sebagai panduan dalam menyusun komik dan naskah dongeng. Hasil penelitian ini yang kemudian digunakan sebagai materi dalam komik dan terutama pertunjukan dongeng. Penyusunan Komik dan Naskah Dongeng tentang Kritis Bermedia dibuat berdasarkan analisis hasil penelitian sebelumnya. Distribusi Komik dan *Roadshow* Dongeng tentang Kritis Bermedia dilakukan di berbagai Sekolah Dasar dan mall di Jakarta. Dongeng tersebut berjudul *Berpetualang ke Negeri TV*. Singkat kata, dongeng tersebut bercerita mengenai seorang anak yang sangat gemar menonton televisi hingga dia bermimpi masuk ke dalam cerita yang dia tonton di televisi.

76 Janto, op.cit

Dalam mimpinya tersebut, anak itu bertemu dan berteman dengan berbagai tokoh antagonis yang erat dengan berbagai dampak negatif akibat terlalu banyak menonton televisi. Dongeng tersebut diakhiri dengan pertemuan sang anak yang gemar menonton televisi dengan tokoh protagonis yang dengan bijak memberikan nasihat-nasihat yang baik dalam berinteraksi dengan televisi. Selama pertunjukan, penonton diajak untuk ikut terlibat dengan sorakan, tepuk tangan, dan berbagai dialog yang dilontarkan oleh pendongeng. Dongeng ini merupakan dongeng teatrical yang dipentaskan oleh 4-5 orang dengan karakternya masing-masing. Editor *Roundtable Discussion* ke Stasiun TV dilakukan dengan melakukan sosialisasi hasil penelitian yang telah dilakukan ke beberapa media, yaitu TVRI, Trans7, RCTI, DAAI TV dan SCTV.

Dengan tahapan semacam ini, kontinuitas program yang dilakukan oleh Sahabat Cahaya relatif berjalan dengan baik. Riset menjadi dasar penulisan dongeng, dan dari dongeng dibuatlah panggung teatrical. Tahapan-tahapan ini tidak hanya memberikan pengetahuan berjangka lama di kalangan anak-anak, tapi sekaligus menyediakan materi yang tepat bagi anak.

5. MPM dan ECCD-RC

Seperti halnya LeSPI, MPM dan ECCD-RC concern pada anak, tapi dengan menggunakan target antara. Meskipun tujuannya untuk literasi media pada anak-anak sebagaimana yang dilakukan LeSPI, MPM dan ECCD-RC tidak secara langsung membidik anak-anak sebagai peserta program. Dalam kasus MPM, ibu rumah tangga menjadi pilihan strategis untuk menjembatani pesan pada anak-anak sehingga, sebagaimana yang dipaparkan Darmanto, melalui ibu-ibu diharapkan pesan akan tersampaikan secara efektif dan berkesinambungan.

Dalam pelaksanaan pendidikan literasi media, program yang dilaksanakan oleh MPM terbagi menjadi dua tahap. Tahap pertama dilaksanakan di tahun 2009 dan tahap kedua dilaksanakan pada

tahun 2011. Pada tahap pertama, MPM melakukan pendidikan literasi media bagi ibu-ibu yang tinggal di sekitar lima kampung di Yogyakarta, yaitu Kampung Babarsari yang berdekatan dengan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, kemudian Kelurahan Terban yang merupakan kelompok dampingan dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran', lalu Kelurahan Muja Muju untuk Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa. Adapun Desa Umbulmartani dan Wukirsari di Sleman menjadi wilayah dampingan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mendampingi ibu-ibu di Desa Tamantirto, Kasihan, Bantul.

Sementara pada tahap kedua, model pelaksanaan program literasi media oleh MPM merupakan bentuk pengembangan dari yang pernah dilakukan sebelumnya. Program dilaksanakan tahun 2011 di wilayah perkotaan (Kelurahan Wirobrajan) dan di pedesaan (Desa Gadingsari, Bantul). Dari aspek waktu, durasi program menjadi dua kali lipat sehingga kegiatan tatap muka lebih sering dan intensif. Selama proses pelatihan, peserta diperkenalkan mengenai teknik produksi acara televisi dengan maksud agar ibu-ibu yang menjadi peserta lebih memahami perbedaan antara realitas media dan realitas sosial sehingga semakin kritis terhadap tayangan program televisi.

Adapun materi yang disampaikan dalam pendidikan literasi media oleh MPM adalah:

- Pengaruh televisi
- Analisis sosial
- Pendidikan orang dewasa
- Teknik fasilitasi kegiatan literasi media
- Analisis tayangan televisi
- Pendampingan anak dalam menonton televisi
- Pengaduan, kampanye dan pengorganisasian
- Media alternatif buat anak

- Teknik mendongeng

Dalam setiap pelaksanaan program literasi media, baik di tahun 2009 maupun di tahun 2011, MPM selalu mengadakan di dua lokasi yang berbeda, yang merepresentasikan situasi perkotaan dan pedesaan. Yang menarik untuk dianalisis kemudian adalah simpulan dari pelaksanaan program pendidikan literasi media di tahun 2009.

Dalam hal tanggapan atas materi yang disampaikan, ternyata tidak ada perbedaan yang mencolok antara lokasi pertama dan kedua. Dugaan awal fasilitator bahwa ibu-ibu di Dusun Lodadi akan lebih melek media dibandingkan dengan ibu-ibu di Dusun Wukirsari ternyata tidak terbukti. Beberapa peserta di Dusun Wukirsari ternyata memiliki pengetahuan dan daya kritis yang cukup tinggi, seperti halnya beberapa peserta di Dusun Lodadi.

Jika diamati, beberapa peserta dengan pengetahuan dan daya kritis yang tinggi tersebut mempunyai latar belakang pekerjaan yang bersentuhan dengan wilayah publik, seperti guru atau pegawai di kantor pemerintahan. Jadi, kesimpulan awal yang dapat diambil dari temuan ini, tingkat melek media tidak ditentukan oleh latar belakang tempat tinggal (desa atau kota), tetapi lebih ditentukan latar belakang pekerjaan sehari-hari. (Nasaruddin, 2010: 87).

MPM dalam pelaksanaan pendidikan literasi media pada tahun 2011 ternyata tidak juga menggunakan latar pekerjaan sebagai pemilihan subjek sasaran. Pemilihan subjek tetap terfokus pada ibu rumah tangga tanpa memerhatikan kategori tertentu. Hal ini berimplikasi pada analisis capaian keberhasilan oleh MPM yang kemudian lebih terfokus pada penerimaan ibu-ibu rumah tangga, tapi agak mengabaikan peluang keberlanjutan sebagai ikutannya. Maksudnya, ketika program bantuan dana telah berhenti, apakah kemudian ibu-ibu rumah tangga yang mengikuti proses pendidikan

literasi media akan dapat menularkan pengetahuan yang dimilikinya pada orang lain. Tidak hanya keluarganya, tetapi juga lingkungan sekitarnya.

Jika dilihat dari simpulan di atas, pelaksanaan program di tahun 2009 yang menyatakan bahwa tingkat literasi media tidak ditentukan oleh wilayah, melainkan lebih pada keterlibatan dalam ruang publik, bisa karena pekerjaan atau karena aktif dalam organisasi sosial. Namun, agaknya, hal tersebut tidak menjadi pertimbangan dalam penyelenggaraan di tahun kedua. Oleh karena itu, pemilihan lokasi pendidikan masih menggunakan kaidah representasi atas dua geografis yang berbeda dengan harapan memunculkan variasi.

Anak sebagai subjek sasaran literasi media juga menjadi pilihan program yang dilaksanakan ECCD-RC. Hak anak untuk mendapatkan tayangan media yang bermutu menjadi latar belakang ECCD-RC melakukan gerakan literasi media. Senada dengan MPM yang tidak langsung menempatkan anak-anak sebagai peserta pelatihan literasi media, lembaga ini kemudian menggunakan guru sebagai agen penggerak literasi media ke anak-anak karena peran guru dianggap sangat strategis untuk menyebarluaskan literasi media. Sebab selain guru berinteraksi langsung dengan anak-anak di ruang pendidikan secara terencana dan terprogram, implikasi lain yang diharapkan adalah keterlibatan orang tua dari anak didik dalam isu literasi media.

Terdapat dua tahapan besar yang dikerjakan oleh ECCDRC untuk mencapai tujuan tersebut. *Pertama*, pelatihan literasi media dan pengayaan materi kurikulum. Dalam proses pengenalan literasi media ini, materi yang disampaikan adalah tentang hak anak, literasi media, dan kurikulum. Materi pertama dan kedua disampaikan melalui ceramah. Sementara materi ketiga disampaikan dengan sistem workshop. Tahapan ini dilakukan di Kota Surabaya dua kali dengan sasaran yang berbeda di tiap-tiap pelaksanaan dan di Ponorogo sekali. Semua proses ini dilakukan dalam jangka waktu 3 hari di masing-masing kota/pelaksanaan.

Pascapelatihan di atas, materi yang disampaikan dalam tahap pertama diperbaiki dengan melibatkan pakar komunikasi dan pendidikan untuk dijadikan modul. Tahapan ini menjadi tahapan kedua yang dilakukan oleh ECCD-RC. Lembaga ini membuat modul literasi media agar isu ini dapat tersebar secara lebih luas. Modul yang telah dibuat lantas dikirim kembali ke peserta pelatihan tahap pertama dan tentu saja ke sekolah-sekolah lain dan berbagai perpustakaan.

Kedua tahapan program di atas dilakukan untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun tujuan yang dibuat oleh ECCD-RC antara lain:

- a. Mengembangkan pendidikan literasi media di kalangan pendidik (*educator*) anak usia dini dan sekolah dasar dalam hal ini guru
- b. Membangun kemampuan pendidik yang kritis terhadap media
- c. Mengurangi dampak negatif tayangan media terhadap perkembangan anak

Dari tujuan di atas, dapat dilihat kontinuitas program ECCD-RC dalam mengembangkan literasi media. Untuk memenuhi tujuan pertama dan kedua, tahapan program yang telah dilaksanakan oleh lembaga ini sudah kontinu. Kedua tahapan besar di atas efektif untuk membentuk pendidik yang kritis terhadap media dan dapat membuat kurikulum yang diselipi isu media. Namun, untuk mencapai tujuan ketiga, kontinuitas program ini masih belum sempurna. Tujuan mengurangi dampak negatif tayangan media terhadap perkembangan anak bisa jadi dapat dicapai dengan tahapan di atas, namun perlu dilihat dengan lebih hati-hati. Transfer pengetahuan tentang baik-buruk media terhadap perkembangan anak mesti dilihat pada proses pelaksanaan pascaprogram. Monitoring terhadap pelaksanaan pascaprogram ini belum dapat dilakukan oleh ECCD-RC.

6. LEAD

Program Membangun Pengawasan Media oleh Pesantren yang dilakukan oleh Centre for LEAD merupakan contoh yang baik dalam hal kontinuitas program. Hal ini tidak bisa dari beberapa faktor. Pertama adalah perencanaan program yang matang dan detail. Cfl membuat perencanaan detail mulai dari tahapan program, target sasaran, kemungkinan hambatan, hingga hasil yang diharapkan dengan jelas. Sehingga perencanaan tersebut bisa menjadi panduan, terutama jika ada hal-hal yang harus disesuaikan selama pelaksanaan program. Kedua, pemahaman yang baik atas alur dan tahapan program. Pengalaman personel Cfl dalam melakukan advokasi merupakan modal yang berharga bagi keberhasilan program. Sebagai contoh misalnya terkait dengan waktu pelaksanaan program. Meskipun kegiatan tidak bisa dilaksanakan sebagaimana direncanakan, secara substansi dan alur program kegiatan yang dilakukan tetap runtut dan kontinu.

Selain dua hal tersebut, faktor yang sangat menentukan bagi keberhasilan kontinuitas program adalah kesepahaman antara pengelola dan penerima manfaat dari program tersebut. Kesepahaman ini penting agar masing-masing pihak saling mengerti kebutuhannya. Untuk memperoleh kesepahaman ini diperlukan komunikasi yang intens. Cfl mempraktikkannya melalui kegiatan sosialisasi di awal program. Tentu saja dengan tidak meninggalkan komunikasi informal secara personal antara pengelola Cfl dengan pihak pesantren. Dalam kegiatan sosialisasi tersebut Cfl menjelaskan maksud dan tujuan program, sementara pengasuh/pengurus pesantren *sharing* tentang pengalaman dan kebutuhan mereka terkait dengan media massa. Dengan begitu Cfl dapat menyesuaikan materi program dengan kebutuhan peserta. Sebaliknya peserta dari pesantren merasa antusias untuk terlibat dari awal hingga akhir program karena memiliki kepentingan atas isu literasi media.

Cfl mengawali program dengan melakukan sosialisasi kepada pengurus masing-masing pesantren. Kegiatan ini selain menghasilkan

pemahaman bersama tentang rencana program juga pengetahuan tentang kebutuhan program dari sumber daya pesantren sebagai subjek dari program. Dalam forum sosialisasi ini pula metode pertemuan serta komunikasi antarjaringan kemudian disepakati. Dengan begitu minat dan keterlibatan peserta dapat dijaga selama program berlangsung. Hingga kini grup *Facebook* Forum Pesantren Pemerhati Media (FP2M) yang dibentuk sebagai tindak lanjut program Membangun Pengawasan Media oleh Pesantren masih aktif. Grup tersebut sebagai sarana berbagi informasi baik terkait dengan kegiatan FP2M atau isu media secara umum.

E. Pemilihan Aktor

Pada bagian sebelumnya, telah dikemukakan bahwa masing-masing lembaga mempunyai target sasaran, yang sifatnya utama ataupun antara. Khusus lembaga-lembaga yang mempunyai target antara seperti ECCD-RC, MPM, dan LeSPI mereka biasanya mempunyai harapan agar target ini bisa bertindak sebagai ‘agen’ dalam menyebarkan literasi media. Sementara lembaga lainnya, mempunyai target yang dipilih secara langsung guna meraih tujuan literasi media ataupun *media watch*. Dalam praktiknya, setidaknya dari hasil kajian ini, pilihan aktor ternyata mempunyai kontribusi yang tidak sedikit bagi keberlangsungan (*sustainability*) program.

Tabel 3
Aktor

Lembaga	Jenis Kegiatan	Aktor
MPM	Literasi Media	Ibu-Ibu Rumah Tangga
ECCD-RC	Literasi Media	Guru
LEAD	Literasi Media	(Pengurus) Pondok Pesantren
Jurnal Celebes	<i>Media watch</i>	OMS/NGO

KIPPAS	Literasi Media	Jurnalis
	<i>Media watch</i>	OMS/NGO
LeSPI	Literasi Media	<ul style="list-style-type: none"> • Komunitas Ibu PKK Tengger • Forum Anak Mijen • Komunitas Buruh (Forum Serikat Buruh Independen • Komunitas PKK Kemijen • FKS PPLK • Komunitas Perempuan Nelayan; • Komunitas Rumah Pintar Ilmi Asri Ngaliyan, • Komunitas Lansia, • Komunitas Pedula Gambilangu; • Kaum Miskin Kota; • Komunitas Mahasiswa IAIN Walisongo • Komunitas Dharma Wanita Balai Diklat Depag
	<i>Media watch</i>	<ul style="list-style-type: none"> • LSM • Komunitas-komunitas partikular Semarang • Beberapa Pusat Studi dari beberapa universitas
Remotivi	<i>Media watch</i>	OMS/NGO
Sahabat Cahaya	Literasi Media	Anak-Anak

Pada bagian ini, untuk melihat apakah pilihan-pilihan aktor efektif dalam meraih tujuan-tujuan program akan digunakan tiga indikator yang menunjukkan tingkat kesadaran aktor yang nantinya berkontribusi terhadap tingkat-tingkat perubahan. Ada tiga tingkat kesadaran, yakni kesadaran diskursif, kesadaran praktis, dan kesadaran tak sadar.

1. Tingkat Kesadaran Aktor

Melihat aktor dalam konteks tindakan sosial tidak dapat dilepaskan dari konsep aktor dalam Teori Strukturasi (Giddens). Berdasarkan teori tersebut, setiap tindakan yang dilakukan oleh aktor berada dalam tiga tingkatan kesadaran, yaitu kesadaran diskursif (*discursive consciousness*), kesadaran praktis (*practical consciousness*), dan motif atau kognisi tak sadar (*unconscious motives/cognition*).⁷⁷

Kesadaran diskursif, yaitu apa yang mampu dikatakan atau diberi ekspresi verbal oleh para aktor tentang kondisi-kondisi sosial, khususnya tentang kondisi-kondisi dari tindakannya sendiri. Kesadaran praktis adalah apa yang aktor ketahui atau percayai tentang kondisi-kondisi sosial, khususnya kondisi-kondisi dari tindakannya sendiri, tapi tidak bisa mengekspresikannya secara diskursif. Sementara motif atau kognisi tak sadar, menjadi landasan bagi aktor dalam menjalankan rutinitasnya.

Berdasarkan teori tersebut, aktor-aktor sasaran program di 8 lembaga yang dikaji dalam penelitian terbagi ke dalam tiga tingkatan tersebut, yaitu kesadaran diskursif (*discursive consciousness*), kesadaran praktis (*practical consciousness*), dan motif atau kognisi tak sadar (*unconscious motives/cognition*). Mereka yang berada dalam kesadaran diskursif (*discursive consciousness*) adalah para sasaran program di lembaga ECCD-RC, Jurnal Celebes, Yayasan KIPPAS, LeSPI (program *media watch* dan ToT), LEAD, dan Remotivi (dengan sasaran program Kelompok Masyarakat Sipil). Sementara para sasaran program di lembaga Masyarakat Peduli Media (MPM), LeSPI (12 komunitas di tahun 2009), serta Remotivi (mahasiswa sebagai peserta sosialisasi) berada pada tataran kesadaran praktis (*practical consciousness*). Sasaran program di lembaga Yayasan Sahabat Cahaya berada pada taraf motif atau kognisi tak sadar (*unconscious motives/cognition*) dalam konteks tindakan sosialnya.

77 <http://satrioarismunandar6.blogspot.com/2008/11/perubahan-struktur-menurut-teori.html>. Diunduh pada tanggal 28 September 2012.

a. Kesadaran Diskursif

Kesadaran diskursif para aktor dapat dilihat dalam cara aktor menerima dan mengaplikasikan pesan dalam berbagai program literasi media yang diikuti. Pada program *Pendidikan Literasi Media untuk Pendidik Usia Dini dan Dasar* yang dijalankan oleh ECCD-RC, guru-guru peserta pelatihan yang berasal dari sekolah swasta mampu mengaplikasikan pendidikan literasi media yang diterimanya dalam pelatihan ke dalam kurikulum sekolah. Meskipun sebagian guru-guru yang berasal dari sekolah negeri memiliki lebih banyak kendala untuk menjalankannya. Hal ini telah disadari oleh aktivis ECCD-RC bahwa tidak mudah mengubah sebagian isi kurikulum yang sudah dijalankan oleh guru selama bertahun-tahun, terutama para guru sekolah negeri. Walaupun, substansi isi pelatihan literasi media yang ECCD-RC ajarkan mereka setuju dan terima sebagai sesuatu yang perlu untuk dijalankan.

Sementara Jurnal Celebes telah mengawal pembentukan ForMedia sebagai forum bersama pada awal program literasi media. Seluruh anggota ForMedia ini pula yang menjadi peserta pelatihan literasi media sekaligus sebagai aktor yang melakukan pemantauan terhadap 7 media cetak lokal. Bekal pengetahuan akan isu-isu sosial (yang menjadi *concern* masing-masing lembaga) membawa nilai positif terhadap jalannya program pemantauan.

Yayasan KIPPAS dengan program *Inhouse Training Penguatan Penerapan Etika Jurnalistik dan Perspektif Jurnalisme Damai* yang menasar pengelola *newsroom* berada pada tataran diskursif karena kemampuan mereka untuk mengaplikasikannya secara langsung ke dalam media yang mereka miliki. Meskipun budaya kerja lembaga media yang telah mengakar mempersulit perubahan wacana mengenai etika jurnalisme yang ideal, begitu pula yang terjadi pada kelompok masyarakat. Kelompok masyarakat yang telah memiliki *concern* dalam isu-isu tertentu

membuat program ini dapat berjalan dengan lebih ringan. Berbekal pengetahuan yang mereka miliki dalam lembaganya, kelompok masyarakat ini melakukan analisis pemantauan media dengan mendalam.

Program *media watch* (2009) dan ToT (*Training of Trainers*) di tahun 2011 yang dijalankan oleh LeSPI juga menghasilkan peserta dengan kesadaran literasi media yang diskursif meskipun kelompok ini menjadi kelompok minoritas dibandingkan seluruh peserta yang mengikuti program. Hanya 4 peserta dari 25 peserta yang mengikuti program *media watch* mampu memublikasikan laporan naratif hasil pengamatannya di 6 media cetak dalam blog bersama yang mereka buat: *Jejaring Media watch*. Hal yang sedikit berbeda terjadi dalam program ToT-nya. *Leader* dari para komunitas tersebut mampu melanjutkan pengetahuan literasi media yang telah diperolehnya selama pelatihan dalam komunitasnya. Meskipun, sekali lagi, program ini hanya berjalan semasa *leader* mendapat dampingan dari LeSPI.

Sementara pilihan Remotivi untuk menggandeng lembaga yang *concern* pada suatu isu tertentu sangatlah baik. Selain lembaga itu akan memberikan legitimasi, fakta yang tidak kalah pentingnya bahwa mereka lebih menguasai isu-isu tertentu dibandingkan dengan peneliti media. Ini akan mempercepat proses transformasi pengetahuan di antara aktor untuk kemudian mengaplikasikannya ke dalam praktik pemantauan.

b. Kesadaran Praktis

Seperti halnya kesadaran diskursif, kesadaran praktis para peserta juga dapat dilihat pada pola penerimaan aktor atas pesan yang disampaikan dalam program literasi media. Peserta dengan tingkat kesadaran praktis dibedakan dengan tidak adanya tindakan penyerta yang dilakukan oleh aktor terkait dengan pengetahuan literasi media yang telah mereka peroleh selama program.

Para peserta yang mengikuti program literasi media yang dijalankan oleh Masyarakat Peduli Media (MPM) adalah salah satunya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh tim peneliti kepada beberapa peserta program literasi media tersebut, para ibu rumah tangga mampu mengembalikan memori tentang pengetahuan yang mereka peroleh selama mengikuti program literasi media. Namun, seluruh pengetahuan tersebut hanya berhenti pada taraf kognisi, tidak berimplikasi pada tindakan bermedia yang lebih kritis. Tindakan memang terjadi, tapi tidak menyebar pada komunitas. Dengan kata lain, gagasan untuk menjadikan ibu-ibu ini sebagai agen perubahan masih sulit dijangkau. Kemampuan yang mereka lakukan sebatas untuk kepentingan sendiri dan keluarga. Hal yang kurang lebih sama terjadi pada LeSPI. Kedua belas komunitas yang mengikuti program sosialisasi literasi media yang dilakukan oleh LeSPI pada tahun 2009 pun berada pada tingkat kesadaran praktis. Sosialisasi literasi media yang hanya diadakan satu kali ini tidak mampu membangkitkan kesadaran diskursif para peserta untuk melakukan sebuah tindakan sosial. Hal serupa juga terjadi pada program literasi media yang dijalankan oleh Remotivi yang diikuti oleh para mahasiswa.

c. Kognisi Tak Sadar

Program *Penyadaran Masyarakat Kritis Bermedia melalui Komik dan Dongeng* menyentuh kognisi tak sadar para penontonnya: anak-anak usia 9-12 tahun di tahun itu. Ini terjadi dalam konteks program Sahabat Cahaya. “Jangan nonton TV deket-deket. Nanti bisa merusak mata,” aku Rika, seorang siswi SD Paseban 011 Jakarta yang menjadi salah satu penonton pertunjukan dongeng 3 tahun yang lalu itu. Pesan-pesan yang terkandung di dalam dongeng seperti jangan menonton terlalu malam dan meminta dampingan orang tua ketika menonton televisi juga masih diingat oleh Rika dan beberapa temannya

yang lain. Mereka juga mengaku bahwa mereka tidak hanya mengingatnya saja, tetapi juga menjalankannya sebagai rutinitas sehari-hari. Namun, konteks dampak media yang buruk yang melatari seluruh pertunjukkan dongeng tersebut tidak menjadi perhatian anak-anak sebagai penonton. Anak-anak tersebut memaknai konten sebatas apa yang terlihat dan terdengar.

2. Aktor sebagai Agen Perubahan

Tiga tingkatan kesadaran tersebut menunjukkan bahwa aktor memiliki karakternya masing-masing. Pada tingkatan kognisi tak sadar, aktor sekadar menerima apa yang ditangkap oleh pancaindera, tanpa melalui proses refleksif. Bahkan, dalam kasus Yayasan Sahabat Cahaya, oleh karena target utamanya anak-anak, aktor tidak mampu memahami seluruh pesan-pesan dalam konteks literasi media. Namun, dengan metode yang tepat, apa yang disampaikan bisa diterima oleh aktor sebagai landasan dalam menjalankan rutinitasnya. Pada kasus ini, aktor bertindak sebagai individu yang terkena dampak media secara langsung. Hal ini berarti bahwa proses penyebaran yang (mungkin) dilakukan pun berada pada tataran individu.

Pada tingkatan kesadaran praktis, aktor bertindak sebagai agen, sekalipun dalam lingkup kecil. Aktor pun telah dapat memahami pesan literasi media dalam tataran konseptual. Dilihat dalam perspektif kapasitas individu, mereka mampu menjadi agen untuk menyebarkan informasi mengenai literasi media ini. Misalnya, ibu-ibu peserta program literasi media MPM kepada keluarga mereka dan komunitas-komunitas sasaran program LeSPI di dalam komunitasnya masing-masing.

Kesadaran diskursif memosisikan aktor sebagai individu yang refleksif. Aktor tidak hanya mampu memahami pesan dalam literasi media, tetapi mampu mereproduksinya ke dalam ranahnya. Seperti yang terjadi pada ECCD-RC, Jurnal Celebes, Yayasan KIPPAS, LeSPI (program *media watch* dan ToT), dan Remotivi (dengan sasaran

program Kelompok Masyarakat Sipil). Dalam konteks pelatihan literasi media yang telah mereka jalankan, kesadaran diskursif mereka wujudkan ke dalam berbagai bentuk sesuai dengan profesi mereka. Misalnya, guru-guru sekolah pada program ECCD-RC mampu mengaplikasikan kritis bermedia ke dalam kurikulum sekolah, aktor-aktor pada program literasi media yang dijalankan oleh Jurnal Celebes, Yayasan KIPPAS, dan Remotivi mampu menganalisis media serta menyampaikannya langsung kepada institusi media, sementara LeSPI memiliki bekal untuk menyebarkan pesan literasi media kepada komunitas-komunitas di bawahnya. Peran metode literasi media sangat penting di sini. Namun, kegagalan mempertahankan seluruh aktor hingga program literasi media berakhir pada program-program tertentu menunjukkan bahwa, secara tidak langsung, program-program tersebut telah menyaring aktor-aktor yang memiliki kesadaran diskursif. Seluruh aktor dalam tingkat kesadaran diskursif tersebut merupakan agen bagi setiap komunitasnya.

Dari tiga tingkatan kesadaran tersebut, aktor dengan tingkat kesadaran diskursif adalah karakter aktor yang paling memungkinkan untuk menjadi agen perubahan. Baik perubahan yang mengarah pada struktur institusi media maupun perubahan pada struktur bermedia khalayak.

Aktor-aktor peserta program literasi media yang dijalankan oleh ECCD-RC, Jurnal Celebes, Yayasan KIPPAS, LeSPI, dan Remotivi berada pada ranah yang berbeda-beda. Peserta program ECCD-RC merujuk pada perubahan struktur bermedia khalayak, Jurnal Celebes dan Yayasan KIPPAS menasar perubahan struktur pada institusi media, dan LeSPI dan Remotivi membidik perubahan pada kedua struktur tersebut melalui dua programnya. Beberapa di antaranya berhasil dengan baik, beberapa yang lain masih perlu pembenahan. Ira, seorang peserta program literasi media yang dijalankan oleh KIPPAS, menyatakan pendapatnya sesuai pelatihan, “Kami *kan* dari serikat sendiri-sendiri. Kalau aku dari Sergei, teman yang satunya dari Deliserdang. Jadi, masing-masing sama serikatnya sendiri buat bekal diri sendiri sama serikatnya.”

Hal yang sama juga terjadi pada Jurnal Celebes dan LeSPI. Perubahan ke arah struktur hanya terjadi selama program berjalan. Peserta program tidak mampu membawa literasi media ke arah perubahan struktur, baik pada ranah institusi media maupun khalayak, lebih lanjut. Kedekatan peserta dengan isu media merupakan salah satu faktor penyebabnya. *Concern* aktor-aktor ini dalam isu-isu yang sudah mereka geluti dan tidak adanya persinggungan langsung yang intens dengan media menjadikan literasi media bukan sebagai isu utama.

Aktor-aktor peserta program Remotivi berada pada kondisi yang berbeda. Advokasi kritis bermedia ke publik melalui web menjadi sarana yang relatif efektif untuk menyebarluaskan pandangan kritis terhadap berbagai program televisi kepada publik yang luas. Sementara advokasi ke institusi media pun, seiring dengan waktu, memperoleh hasilnya. Beberapa kritik aktor-aktor Remotivi diterima oleh media yang terpaksa menurunkan programnya. Namun, seluruh konteks ini terletak pada Remotivi sebagai aktor (agen), bukan pada aktor-aktor rekanannya.

Berbeda dengan agen-agen ECCD-RC, yaitu para guru sekolah. Para guru ini dekat dengan dunia anak. Sementara dunia anak dekat dengan media. Oleh karenanya, persoalan-persoalan yang muncul terkait dengan media pada anak menjadi persoalan yang harus dihadapi oleh guru. Hal tersebut menjadikan literasi media sebagai alat yang tepat untuk memberikan solusi kepada guru menghadapi persoalan yang ada, yaitu dengan memasukkannya ke dalam kurikulum sekolah. Meskipun, tentu saja, masih banyak kendala yang harus dihadapi terkait dengan penerapan kurikulum tersebut ke dalam praktik nyatanya. Misalnya, budaya sekolah negeri yang sudah mapan dan sulit untuk ditembus dengan sesuatu yang baru.

F. Sustainability

Keberlanjutan atau *sustanaibility* sebuah program merujuk pada *life cycle* suatu program yang meliputi enam tahap, yakni

inisiasi, pengembangan, implementasi, evaluasi, keberlanjutan atau ketakberlanjutan, dan terakhir persebaran atau diseminasi. Dalam kaitan ini, keberlanjutan program akan dilihat berdasarkan tiga tingkatan, yakni pada level individu atau target sasaran, pada level komunitas, dan pada tingkatan lembaga pelaku.

1. Keberlanjutan pada Tingkat Individu

Pada tingkatan individu, dapat dikatakan bahwa hampir seluruh kegiatan literasi media mempunyai keberlanjutan, dalam arti bahwa target-target sasaran itu mempertahankan pengetahuan mereka dan mempraktikkan pengetahuan mereka. Apa yang terjadi dengan program LeSPI, MPM, Jurnal Celebes, Sahabat Cahaya, ECCD-RC, KIPPAS menunjukkan hal ini. Remotivi untuk program *media watch* juga demikian. Hanya LEAD yang belum bisa dilihat karena ketika penulisan laporan ini dilakukan program masih berjalan. Meski begitu, pada tahap awal-awal program, relatif memberikan pengetahuan kognitif pada target. Sementara program-program MPM dan LeSPI, dengan jelas, menunjukkan bahwa pengetahuan literasi media yang diberikan lembaga ini cukup memberikan pengetahuan untuk diterapkan kepada anak-anak mereka meskipun ada beberapa catatan karena target ternyata mempunyai tingkat akses yang berbeda. Ada ibu-ibu yang akses televisinya—dalam arti menonton—sudah sangat terbatas, demikian juga dengan anak-anak mereka karena kegiatan sekolah dan bermain dengan para tetangga. Temuan-temuan ini jelas bertentangan dengan asumsi dominan sebagian besar pengamat yang menempatkan aktivitas menonton televisi sebagai dominan.⁷⁸

Metode pendidikan literasi media sepertinya mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan program di level individu. Metode mendongeng yang dilakukan oleh Sahabat Cahaya dan bercerita ala komik yang dilakukan LeSPI cukup mampu

78 Mengenai hal ini lihat, misalnya, John Storey. 1996. *Cultural Studies and the Study of Popular Culture: Theory and Methods*. The University of Georgia Press; sebagai pembandingan lihat juga Graeme Burton, 2007. *Membincangkan Televisi: Sebuah Pengantar kepada Studi Televisi*, Yogyakarta: Jalasutra

menanamkan pengetahuan dalam jangka lama. Anak-anak hasil dongengan Sahabat Cahaya bahkan mampu mengingat materi setelah kurang lebih dua tahun kemudian. Pengetahuan mereka mengenai menonton televisi yang sehat mampu bertahan relatif sangat lama. Dengan melihat keberhasilan ini, metode mendongeng sepertinya menjadi yang paling efektif jika target sarannya adalah anak-anak. Sementara itu, untuk kalangan target sasaran dewasa, metode kasus menjadi lebih efektif dalam menanamkan pengetahuan dan skill literasi media. Pengalaman ECCD-RC dan MPM yang menggunakan metode kasus untuk guru-guru PAUD dan ibu-ibu rumah tangga ternyata cukup efektif dalam memberikan pengetahuan dan skill literasi media. Bahkan, dalam konteks ECCD-RC, metode kasus tidak hanya digunakan untuk menjelaskan persoalan-persoalan televisi, tapi juga untuk mengembangkan kurikulum. Bersamaan dengan itu, metode ceramah ataupun kuliah terbukti kurang efektif. Ini karena metode kuliah atau ceramah tidak memberikan pengalaman langsung bagi target sasaran. Akibatnya, menarik tidaknya metode kuliah atau ceramah akan sangat ditentukan oleh si pembicara. Di sisi lain, metode ceramah atau kuliah mempunyai kesan menggurui dan cenderung menggunakan bahasa akademik yang sulit dimengerti. Dalam beberapa kasus, hal semacam ini terjadi di MPM dan LeSPI.

2. Keberlanjutan pada Tingkatan Komunitas

Berbeda dengan level individu, pada tingkatan komunitas, keberlanjutan program sepertinya tidak begitu menuai sukses kecuali Remotivi. Dalam melakukan pemantauan, Remotivi menggandeng banyak pihak yang *concern* terhadap isu yang bersangkutan. Usaha itu ternyata mendorong lembaga partner untuk lebih peduli terhadap media. Namun, kasus sukses semacam ini sangat ditentukan oleh karakteristik lembaga. Kegiatan literasi media dan *media watch* yang dilakukan oleh KIPPAS dan Jurnal Celebes sebenarnya juga mirip yang dilakukan oleh Remotivi, tapi tingkat keberhasilannya pada komunitas ternyata rendah. Di KIPPAS dan Jurnal Celebes,

mereka juga menggandeng lembaga-lembaga masyarakat sipil yang *concern* terhadap suatu isu, tapi ternyata pemantauan media tetap tidak berlanjut begitu program selesai. Ini menunjukkan bahwa program KIPPAS dan Jurnal Celebes tidak cukup memberikan dorongan kepada target untuk lebih peduli terhadap media berkaitan dengan isu-isu yang menjadi *concern* mereka. Remotivi berhasil mendorong hal itu karena lembaga yang menjadi partner telah memiliki perhatian terhadap media sebagaimana ditunjukkan oleh Komnas Perempuan. Namun, meskipun kadar keberhasilannya dalam tingkatan komunitas masih belum maksimal, pengawasan media (*media watch*) dengan menggandeng organisasi masyarakat sipil atau NGO tetap menjadi pilihan yang paling masuk akal dan layak dikembangkan di masa depan. *Pertama*, sebagaimana telah ditunjukkan dalam kasus Remotivi, strategi pengawasan media dengan menggandeng organisasi yang mempunyai *concern* terhadap suatu isu tertentu meningkatkan legitimasi gugatan. Dalam kasus Remotivi, lembaga-lembaga partner seperti AMAN, Komnas Perempuan dan LSM yang bergerak di perlindungan hewan mampu meningkatkan posisi tawar dan ‘nilai berita’ ketika suatu isu diadvokasi. Mereka juga lebih memahami regulasi berkaitan dengan isu yang diangkat. Ini jelas akan memberikan perspektif dan analisis yang lebih kaya mengenai suatu isu media. *Kedua*, sebagaimana ditunjukkan dalam kasus Jurnal Celebes dan KIPPAS, pemantauan berdasarkan isu-isu tertentu lebih menyentuh kebutuhan target sasaran. Namun, sebagaimana ditunjukkan HAPSARI, persoalan yang mereka hadapi bukan bagaimana memantau media, tapi lebih pada apa yang mereka harus lakukan ketika dirugikan oleh media. Dengan kata lain, mereka melihat bahwa kemampuan *media relations* jauh lebih penting dibandingkan dengan melakukan pemantauan media mengenai bagaimana isu-isu yang menjadi *concern* mereka diangkat oleh media. Ini berkaitan dengan cara melihat persoalan. Namun, dengan sosialisasi yang intens, lembaga-lembaga itu akan menyadari bahwa pemantauan media yang konsisten pada akhirnya akan meningkatkan kinerja media itu secara keseluruhan, tidak lagi kasus per kasus.

Untuk program MPM dan LeSPI, keberhasilan pada tingkatan komunitas masih kurang. Para *leader* dan agen-agen yang diharapkan menjadi pioner gerakan literasi di masing-masing komunitas ternyata tidak bergerak sesuai yang diharapkan. Mereka cenderung berhenti begitu program selesai. Para kader itu belum cukup memiliki kesadaran untuk terus-menerus melakukan pendidikan literasi media di komunitasnya.

ECCD-RC sepertinya juga tidak jauh berbeda. Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya, ECCD-RC fokus pada guru, dan diharapkan mereka mampu memasukkan literasi media melalui kurikulum. Beberapa guru memang melakukan hal ini secara terus-menerus. Namun, itu hanya sebatas pada praktik individual saja. Tidak ditemukan adanya kecenderungan di mana mereka menyebarkan pengetahuan yang mereka miliki ke guru-guru lain. Sementara dalam kasus Sahabat Cahaya, ada indikasi di mana anak-anak berusaha menularkan pengetahuan itu ke teman lainnya. Namun, anak-anak itu sendiri memang menjadi target dan tidak dipretensikan sebagai agen perubahan di komunitasnya.

3. Keberlanjutan di Tingkat Lembaga

Keberlanjutan pada level lembaga tampaknya yang paling bermasalah. Ini karena kegiatan-kegiatan literasi media dan *media watch* sangat tergantung pada ada tidaknya *support* dari lembaga donor. Oleh karena itu, dalam hampir semua kasus yang diteliti kecuali yang programnya sedang berjalan, tidak ditemukan indikasi keberlanjutan program tersebut. Dalam arti, program yang sama dengan target berbeda terus dilakukan demi memperluas cakupan kegiatan. ECCD-RC hanya sekali melakukan kegiatan literasi media di kalangan PAUD meskipun agen yang dipilih relatif strategis, pun dengan lembaga-lembaga lain. Beberapa lembaga memang terus melakukan kegiatan literasi media, tapi skalanya jauh lebih kecil dan terbatas dibandingkan dengan ketika program mendapatkan dukungan dana. MPM, misalnya, penggiat-penggiatnya terus

mendorong pendidikan literasi di komunitas, tapi dengan skala yang jauh lebih kecil dan terbatas. Ini mengindikasikan bahwa ketergantungan lembaga-lembaga itu terhadap donor sangat tinggi.

Lembaga-lembaga lain mempunyai kecenderungan yang sama. Jurnal Celebes dan KIPPAS programnya juga berhenti begitu *support* dana dihentikan. Bahkan, ada indikasi di mana program dihentikan, *concern* lembaga terhadap isu yang baru saja mereka kerjakan juga berhenti. Ini terjadi karena lembaga itu memang sejak awal tidak fokus pada aktivitas tertentu, misalnya, *media watch*. Akibatnya, ketika mereka mendapatkan program baru, isu yang lama cenderung ditinggalkan.

Remotivi mungkin bisa menjadi model mengingat lembaga ini telah melakukan aktivitas pemantauan jauh sebelum didanai TIFA. Meskipun demikian, kelangsungannya di masa datang masih harus diuji, terutama konsistensinya dalam melakukan pemantauan dan advokasi mengingat energi yang dibutuhkan sangat besar.

Dari paparan di atas, tampak bahwa keberlanjutan program akan sangat ditentukan pada tiga hal pokok. *Pertama*, ada tidaknya *support* dana dari lembaga donor. Ini hampir berlaku untuk semua lembaga yang menjadi fokus kajian ini. Hampir semua program berhenti begitu dukungan dari lembaga donor berhenti. Lembaga yang melakukan literasi media memang relatif lebih bertahan, tapi skala kegiatan yang dilakukan jauh lebih kecil. *Kedua*, pilihan metode. Keberlanjutan di tingkat individual relatif tidak bermasalah. Ini terjadi karena keberhasilannya lebih banyak ditentukan oleh metode yang digunakan. Jika metodenya tepat, maka materi yang diberikan cenderung bertahan lama. Persoalannya memang pada akhirnya terletak pada apakah masing-masing individu terus mengembangkan pengetahuannya mengenai literasi media ataukah tidak? *Ketiga*, pilihan agen. Ini terutama untuk lembaga-lembaga yang menjadikan target sasaran sebagai 'target antara' seperti dalam kasus LeSPI, MPM, dan juga ECCD-RC. Di antara ketiga lembaga ini hanya ECCD-RC yang reproduksi pengetahuan mereka terus berlangsung. Posisi

target sasaran sebagai guru memungkinkannya terus-menerus mereproduksi pengetahuan literasi media dalam kurikulum mereka. Padahal, setiap tahun, mereka menghadapi anak dan orang tua murid yang berbeda sehingga penyebaran literasi media akan terus semakin luas. Namun, persoalannya bahwa kegiatan itu hanya berlangsung sekali sehingga tidak ada ruang bagi para guru itu untuk menimba pengetahuan lebih lanjut.

BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI MODEL



Gerakan literasi media tak dapat dielakkan lagi di tengah kondisi media di Indonesia yang karut-marut saat ini. Saat televisi tak peduli pada penontonnya—ia hanya peduli pada pengiklan; saat media cetak tak canggung menunjukkan keberpihakannya pada kandidat tertentu; saat internet begitu mudah diakses oleh anak-anak tanpa diiringi kemampuan orang tua untuk mendampingi, kemampuan literasi media menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan untuk membentengi khalayak dari efek buruk media.

Berangkat dari buruknya performa media di Indonesia inilah, beberapa lembaga seperti KIPPAS, Sahabat Cahaya, Remotivi, MPM, ECCD-RC, Centre for LEAD, LeSPI, dan Jurnal Celebes melakukan gerakan literasi media dan/atau pemantauan media. Literasi media sebenarnya tak melulu tentang keburukan media, tetapi juga tentang bagaimana mengambil kebaikan dari media dan memanfaatkannya sesuai dengan kebutuhan khalayak. Seperti telah disebutkan pada bab pendahuluan, literasi media adalah tentang bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media yang mereka konsumsi. Sementara pemantauan media lebih menitikberatkan pada media, bukan khalayak sebagaimana pada literasi media.

Studi ini dilakukan untuk mengidentifikasi model-model gerakan literasi media dan/atau pemantauan media yang dilakukan oleh kedelapan lembaga tersebut. Pada kenyataannya, kedelapan lembaga tersebut memiliki metode, sasaran, dan tujuan yang

berbeda-beda. Mereka juga memiliki pemahaman yang berbeda-beda atas literasi media. Berdasarkan hasil kajian kami, beberapa di antara mereka, seperti ECCD-RC, MPM, Sahabat Cahaya, dan Centre for LEAD melakukan gerakan literasi media secara murni. Sementara Remotivi dan LeSPI menggabungkan antara gerakan literasi media dengan pemantauan media. Lembaga lainnya, seperti Jurnal Celebes, KIPPAS, dan LeSPI (dalam beberapa programnya) menjadikan literasi media sebagai kegiatan antara agar sasaran program mereka dapat melakukan pemantauan media.

Secara umum, kedelapan lembaga tersebut menggunakan metode yang beragam, di antaranya ceramah, seminar, mendongeng, diskusi, dan pelatihan. Namun, mereka masih menggunakan sistem *top-down* dengan menjadikan lembaga mereka sebagai sumber informasi atau pengarah. KIPPAS di Medan menggunakan metode *in-house training* untuk pengelola *newsroom* surat kabar di Sumatera Utara dan *workshop monitoring* media untuk kelompok-kelompok masyarakat. Sahabat Cahaya menggunakan metode mendongeng untuk anak-anak SD di Jakarta. Remotivi menyelenggarakan seminar di berbagai universitas dan memanfaatkan dunia maya untuk gerakan pemantauan media terhadap televisi yang memiliki performa buruk. MPM memberikan pelatihan literasi media untuk ibu-ibu di Yogyakarta. ECCD-RC memberikan pelatihan literasi media untuk guru-guru di Surabaya dan Ponorogo. Centre for LEAD memberikan *workshop* untuk pesantren di beberapa kota di Jawa Timur. LeSPI melakukan diskusi dan pembekalan untuk berbagai kelompok masyarakat di Semarang dan kota-kota di sekitarnya. Jurnal Celebes di Makassar memberikan pelatihan pemantauan media untuk organisasi-organisasi masyarakat sipil di Makassar, Palopo, dan Parepare. Kedelapan lembaga tersebut pada umumnya menasar pada kontrol atas televisi. Hanya KIPPAS dan Jurnal Celebes yang menasar surat kabar.

Literasi media yang dilakukan oleh kedelapan lembaga tersebut terbukti dapat memengaruhi pikiran dan perilaku sasaran mereka. Hal ini terbukti dari hasil wawancara kami terhadap para penerima

manfaat dari kegiatan literasi media yang telah dilakukan oleh lembaga-lembaga tersebut. Namun, perubahan perilaku ini masih sebatas pada individu-individu sasaran. Berbagai program yang telah dilakukan oleh kedelapan lembaga ini belum dapat memengaruhi khalayak atau kelompok yang lebih luas.

Pelatihan literasi media yang dilakukan oleh ECCD-RC pada guru-guru TK dan SD di Surabaya dan Ponorogo bisa dijadikan sebagai contoh model yang efektif untuk lebih memperluas pengaruh literasi media. Pemilihan aktor yang tepat—guru—menjadi alasan keberhasilan program literasi media oleh lembaga ini. Guru-guru TK dan SD yang menjadi sasaran program ini adalah orang-orang yang “dipercaya” oleh masyarakat sebagai sumber pengetahuan dan kebaikan. Literasi media juga menjadi bagian dari kewajibannya mengajar. Oleh karena itu, literasi media bisa terus berjalan selepas intervensi yang dilakukan oleh ECCD-RC.

Memasukkan literasi media dalam kurikulum pelajaran bisa efektif untuk memberikan perangkat pengetahuan kepada anak-anak untuk memiliki kontrol atas media. Namun, apa yang dilakukan oleh ECCD-RC ini pun tak sepenuhnya sempurna. Kesulitan merumuskan kurikulum dengan muatan literasi media menjadi kendala bagi beberapa guru. Kesulitan ini perlu diperbaiki oleh penggiat literasi media yang ingin menysasar pada guru. Di sisi lain, proses persebaran muatan literasi media ini di kalangan guru di luar target sasaran juga minim. Dengan kata lain, kemampuan mengembangkan pendidikan literasi dalam kurikulum pada akhirnya juga terbatas guru-guru yang menjadi target sasaran.

Dari hasil studi kedelapan lembaga penggerak literasi media dan media wachh, beberapa hal bisa disimpulkan sebagai berikut.

Pertama, program yang dilakukan oleh kedelapan lembaga tersebut belum menyentuh pada ranah afeksi. Program-program mereka memang berhasil pada ranah kognisi. Program-program mereka juga dapat memengaruhi secara psikomotor dengan melakukan aksi bersama seperti aksi “Hari Tanpa TV” yang dilakukan oleh ibu-

ibu dampingan MPM atau pemantauan media yang dilakukan oleh sasaran KIPPAS dan Jurnal Celebes bisa dijadikan ilustrasi mengenai hal ini. Namun, aksi mereka masih sebatas bagian dari program yang diberikan oleh lembaga-lembaga penggerak literasi media dan/atau pemantauan media tersebut. Ketika program dihentikan, aksi semacam itu cenderung tidak dilakukan karena berbagai sebab.

Metode yang digunakan oleh lembaga-lembaga ini yang bersifat *top-down* menjadi salah satu penyebab gagalnya program mereka untuk terus berlanjut ke kelompok yang lebih luas, seusai program berjalan. Akibatnya, program kurang mampu membidik kebutuhan-kebutuhan sesungguhnya kelompok sasaran. Sebagai contoh, program MPM ternyata menghadapi situasi sasaran yang sangat berbeda satu dengan lainnya. Ada kelompok sasaran yang sudah melakukan 'diet' media, sedangkan lainnya justru merasa 'diuntungkan' oleh kehadiran televisi karena anak-anak tidak mengganggu pekerjaan mereka. Dalam situasi semacam ini, metode *top down* akan sangat problematis karena setiap kelompok sasaran pada akhirnya memerlukan *treatment* yang berbeda. Di sisi lain, program yang dapat menyentuh ranah afeksi kurang diperhatikan oleh lembaga-lembaga yang ingin melakukan gerakan literasi media selanjutnya.

Kedua, keterbatasan sumber daya manusia. Beberapa lembaga memang menjadikan literasi media hanya sebagai salah satu programnya, di samping program-program yang lain. ECCD-RC adalah sebuah lembaga yang fokus utamanya adalah pendidikan anak usia dini. Personilnya disibukkan dengan kegiatan belajar-mengajar setiap hari sehingga program literasi media tidak bisa dilakukan terus-menerus kecuali di sekolah mereka sendiri. Demikian pula dengan Jurnal Celebes yang memang lebih fokus pada isu-isu lingkungan. LeSPI menjadi contoh lembaga yang memang *concern* pada literasi media sehingga bisa terus menjalankan gerakan ini lebih dari satu kali periode.

Ketiga, ketergantungan pada lembaga donor. Sudah jamak ditemui dalam konteks Indonesia, lembaga-lembaga swadaya

masyarakat seringkali kesulitan menjalankan programnya tanpa dukungan dari lembaga donor. Ketergantungan pada lembaga donor, terutama secara finansial, diungkapkan oleh beberapa lembaga yang dikaji dalam studi ini. Oleh karena itu, ketika lembaga donor tidak lagi memberikan dukungan finansial, lembaga-lembaga ini tidak dapat melanjutkan programnya. Bagaimanapun, tak dapat dimungkiri bahwa gerakan literasi media ini memang membutuhkan biaya yang tak sedikit, apalagi jika kegiatannya melibatkan lebih banyak orang di wilayah yang lebih luas (di luar kota). Beberapa lembaga memutuskan untuk tidak melanjutkan program literasi media karena lembaga donor tak lagi mendukung gerakan ini dan lebih fokus untuk mendukung program lain.

Kendala-kendala tersebut bisa menjadi bahan pemikiran bagi para penggiat literasi media yang lain jika hendak melakukan pendidikan literasi media ke masyarakat. Luputnya penggerak literasi media untuk menyentuh sisi afeksi harus dipecahkan agar literasi media bisa menjadi kebutuhan bersama. Begitupun dengan ketergantungan pada donor yang harus diatasi dengan membuat program-program yang bisa terus berlanjut ketika lembaga donor menghentikan dukungannya.

Mencari Model Ideal

Kajian yang kami lakukan ditujukan untuk membuat model literasi media/pemantauan media yang ideal yang sesuai dengan karakter khalayak dan media di Indonesia. Model tersebut didasarkan pada pengalaman yang sudah dilakukan oleh para penggerak literasi media dan pemantauan media yang kami kaji. Namun, merumuskan sebuah model literasi media/pemantauan media yang ideal bukanlah pekerjaan yang mudah. Terutama karena lembaga-lembaga yang kami kaji memiliki model literasi media/pemantauan media yang berbeda-beda.

Dari hasil kajian kami, terdapat beberapa hal yang bisa digunakan untuk membuat sebuah model yang ideal bagi gerakan

literasi media/pemantauan media di Indonesia. Beberapa catatan yang dapat menghubungkan model-model yang kami kaji tersebut antara lain: *metode, tujuan edukasi, relevansi, kontinuitas, pemilihan aktor, dan keberlanjutan.*

Metode secara *top-down*, seperti seminar, ceramah, pelatihan, dan mendongeng menjadi cara yang paling banyak digunakan oleh lembaga-lembaga yang kami kaji. Untuk pengenalan terhadap literasi media, metode ini memang sesuai karena lebih mudah dan bisa dilakukan untuk banyak kalangan. Namun, metode ini tak bisa diandalkan jika ingin menyentuh ranah afeksi. Sebagaimana telah disebutkan di atas, metode *top-down* tak dapat menyinggung kebutuhan khalayak akan pentingnya mengambil kontrol atas media.

Metode *bottom-up* kiranya bisa diambil untuk membawa khalayak lebih jauh memahami pentingnya literasi media dan pemantauan media. Metode ini bisa dilakukan dengan melakukan pemetaan atas *need-assessment* pada sasaran gerakan ini. Dengan demikian, pendidikan literasi media dan pemantauan media bisa disesuaikan dengan kebutuhan penerima manfaat. Dengan kata lain, penggiat literasi media/pemantauan media harus bisa memberikan konteks bagi program tersebut.

Pemberian konteks tentu berkaitan dengan relevansi literasi media dan pemantauan media dengan sasaran dan relevansi terhadap kondisi media. Memberikan konteks bagi pendidikan literasi media atau pemantauan media menjadi hal yang krusial. Konteks yang dimaksud terkait dengan kebutuhan sasaran penerima. Hal ini terbukti dari keberhasilan program-program yang sesuai dengan kebutuhan atau isu yang digeluti oleh sasaran. Selain itu, pendidikan literasi media/pemantauan media juga harus disesuaikan dengan konteks media yang dikonsumsi oleh sasaran. Jenis media yang berbeda tentu saja membutuhkan strategi yang berbeda untuk literasi media maupun pemantauan media.

Selain berhubungan dengan relevansi, metode juga harus

mempertimbangkan tujuan edukasi. Dalam kajian ini, terdapat tiga tujuan edukasi, yaitu kognisi, afeksi, dan psikomotor. Tujuan edukasi ini harus berjalan linier dari kognisi ke afeksi hingga ke psikomotor. Kontinuitas program harus diperhatikan sehingga tujuan dapat tercapai.

Pemilihan sasaran juga menjadi hal penting untuk diperhatikan. Pemilihan sasaran yang tepat dapat menentukan keberhasilan program. Sasaran yang tepat akan memudahkan pelaksanaan program. Sasaran yang kurang tepat bisa membuat program berjalan lebih lambat. Sebaliknya, sasaran yang tepat bisa membantu akselerasi penyebaran program. Pemilihan sasaran tentu akan berpengaruh terhadap pemilihan metode yang digunakan.

Kami mencoba membuat model literasi media dan pemantauan media yang ideal berdasarkan pengalaman lembaga-lembaga yang telah kami kaji di atas. Berikut kesimpulan kami atas model literasi media dan pemantauan media.

A. Model Literasi Media

Literasi media memang bukanlah hal baru di Indonesia, tapi ia juga belum populer sebagai bagian dari kemampuan audiens ketika mengonsumsi media. Berdasarkan hasil kajian kami, literasi media memang membutuhkan waktu yang relatif lebih lama untuk menanamkan pentingnya literasi media. Literasi media tidak bisa dilakukan secara *instant*. Di sini, terdapat benang merah dari program-program literasi media yang bisa dijadikan sebagai model literasi media. Berikut model literasi media yang kami simpulkan berdasarkan pengalaman lembaga-lembaga yang kami kaji.

Proses *need assessment* 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. *Pertama*, siapa sasaran program dan bagaimana kriterianya. *Kedua*, sejauh mana tingkat literasi media yang sudah dimiliki oleh sasaran. *Ketiga*, 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.

Pasca-*need assessment*, 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 cocok diterapkan untuk menempuh tujuan kognisi. Cara ini cukup baik untuk memberikan pengetahuan kepada sasaran tentang baik dan buruk media massa. Cara ini efektif untuk menjangkau sasaran yang banyak seperti yang dilakukan oleh LeSPI kepada kelompok-kelompok masyarakat di Semarang dan sekitarnya. Cara ini juga cocok dilakukan untuk sasaran yang belum memiliki tingkat literasi yang cukup tinggi.

Untuk mencapai tujuan afeksi, cara-cara seperti yang dilakukan oleh Centre for LEAD dapat dicontoh. Lembaga ini menghadapkan sasaran pada permasalahan yang dihadapi oleh mereka. Dalam kasus Centre for LEAD, sasaran dari kalangan pesantren dihadapkan pada masalah izin radio komunitas yang memang menjadi masalah yang mereka miliki. Dengan demikian, pihak pesantren pun merasakan perlunya literasi media. Menghubungkan dengan permasalahan sasaran dan melibatkan sasaran pada permasalahan bermedia menjadi metode yang bisa digunakan untuk mencapai tujuan afeksi.

Jika tujuan kognisi dan afeksi telah terlampaui, maka tujuan psikomotor akan mengikuti. Penggiat literasi media bisa menjadi pemantik bagi berlangsungnya sebuah aksi yang melibatkan sasaran. Aksi “Sehari Tanpa Televisi” yang digagas oleh MPM bisa menjadi contoh. Aksi ini melibatkan ibu-ibu dampingan mereka. Dengan demikian, untuk mencapai tujuan afeksi dan psikomotor membutuhkan sasaran program yang sudah memiliki tingkat literasi lebih tinggi sehingga memiliki kesadaran untuk melakukan aksi.

Terdapat dua tipe sasaran literasi media dari hasil kajian ini. Pertama, sasaran langsung. Pada tipe ini, lembaga memberikan pendidikan literasi media ke tujuan akhir, misalnya anak-anak seperti yang dilakukan oleh Sahabat Cahaya. Kelebihan pemilihan sasaran ini adalah pendidikan literasi media bisa langsung diterapkan ke sasaran. Metodenya pun lebih mudah karena tidak perlu menyusun strategi penyebaran yang lebih luas. Hanya saja, pemilihan sasaran yang demikian membutuhkan tenaga yang lebih besar karena harus melayani masyarakat yang lebih luas dan lebih banyak.

Tipe kedua adalah sasaran tak langsung. Tipe ini sebagaimana yang dilakukan oleh ECCD-RC dengan melibatkan guru sebagai agen perubahan. Guru diberi pelatihan literasi media dan pembuatan kurikulum berbasis literasi media. Pemilihan sasaran tak langsung ini membutuhkan waktu yang lebih singkat dan tenaga yang lebih sedikit. Pemilihan ini juga efektif untuk keberlanjutan program karena sasaran seperti guru—dan sasaran-sasaran lain yang punya pengaruh dan tanggung jawab—memiliki kemampuan dan kebutuhan untuk melakukan literasi media lebih lanjut. Tantangan dari pemilihan sasaran yang demikian adalah membuat program yang bisa digunakan untuk menyebarkan literasi media, seperti memasukkan literasi media ke dalam kurikulum atau membuat pelatihan untuk pelatih (ToT). Hasil studi ini menunjukkan bahwa memilih aktor atau agen sangatlah penting untuk kelanjutan sebuah program. Pilihan target ibu-ibu rumah tangga cenderung berhenti begitu program tidak lagi dikerjakan, dan pendidikan literasi sebatas berimbas pada keluarga. Sebaliknya, pilihan atas guru sebagai agen ternyata mempunyai tingkat berkelanjutan yang lebih tinggi.

B. Model Pemantauan Media

Berdasarkan hasil kajian kami, terdapat dua model pemantauan media. Pertama adalah model pemantauan media ala Remotivi, sedangkan kedua adalah model yang dikerjakan oleh Jurnal Celebes dan KIPPAS. Berikut penjelasan kedua model tersebut.

Model pemantauan pertama sebagaimana yang sudah dilakukan oleh Remotivi dilakukan oleh lembaga yang bersangkutan. Lembaga ini melakukan pemantauan sendiri maupun melibatkan pihak lain dengan masukan-masukan lewat website dan media sosial yang dikelolanya. Model ini memungkinkan keterlibatan masyarakat yang lebih luas karena sifat media baru yang tak terbatas ruang.

Hasil pantauan mereka atas tayangan yang buruk digunakan untuk menekan pihak media agar bisa mengubah kebijakan mereka atas isi media yang salah. Agar lebih memiliki daya tekan, Remotivi membangun aliansi strategis dengan lembaga-lembaga lain yang sesuai dengan isu yang bersangkutan. Jika media melakukan kesalahan atas isi berita yang berhubungan dengan isu lingkungan, maka Remotivi membangun aliansi dengan kelompok lingkungan. Begitu pula ketika mendapati isi media yang buruk yang berhubungan dengan isu perempuan, maka lembaga ini membangun jaringan dengan LSM-LSM yang *concern* pada isu perempuan dan gender.

Kelebihan dari model ini adalah dapat secara langsung menekan media yang bersangkutan. Membangun jaringan jangka pendek untuk isu-isu tertentu juga menjadi kelebihan model ini karena lembaga-lembaga yang dijadikan aliansi strategis merupakan lembaga-lembaga yang memang memiliki kepentingan yang sama. Namun, model ini juga mempunyai kelemahan, yakni tidak dapat memberikan pelajaran kepada masyarakat yang lebih luas untuk dapat melakukan pemantauan secara mandiri karena pemantauan dilakukan oleh lembaga itu sendiri.

Model selanjutnya adalah model pelatihan yang dilakukan oleh KIPPAS dan Jurnal Celebes. Model ini melibatkan banyak lembaga untuk dididik mengenai teknik-teknik pemantauan media. Jurnal Celebes menggunakan metode analisis isi, sedangkan KIPPAS mengajarkan analisis *framing*. Selain metode, lembaga-lembaga mitra juga diberi pengetahuan dasar tentang media dan jurnalistik. Usai pelatihan, masing-masing lembaga mitra melakukan pemantauan media sesuai dengan kepentingan masing-masing lembaga.

Sasaran yang dibekali metode pemantauan media adalah kelompok-kelompok yang bergerak di banyak sektor, misalnya lingkungan, gender, pendidikan, dan lain-lain. Model ini kemudian mencoba menghubungkan proses pemantauan media dengan isu-isu yang digeluti oleh lembaga mitra. Pemilihan sasaran yang demikian memudahkan proses transfer informasi karena lembaga mitra sudah memiliki bekal yang cukup kuat tentang isu yang digeluti.

Kelebihan model ini adalah teknik pemantauan media bisa tersebar ke lebih banyak lembaga sehingga akan ada lebih banyak lembaga yang bisa melakukan pemantauan sendiri terkait dengan isu-isu yang mereka geluti. Namun, model ini mempunyai kelemahan mendasar menyangkut kelangsungan pemantauan. Biasanya, target sasaran berhenti melakukan pemantauan begitu program selesai. Oleh karena itu, model pemantauan yang dilakukan Remotivi jauh lebih direkomendasikan karena lebih efektif dalam memantau media dan memaksa mereka melakukan perubahan dibandingkan model Jurnal Celebes maupun KIPPAS.

Penutup

Akhirnya, literasi media dan pemantauan media memang bukanlah satu-satunya cara untuk “melawan” kesewenang-wenangan media. Sebagaimana yang telah disebutkan pada bagian awal buku ini, literasi media dan pemantauan tidak dapat berjalan sendiri. Perlu juga adanya perbaikan regulasi media, perubahan keberpihakan regulator media kepada publik, dan kesadaran dari media itu sendiri untuk lebih bertanggung jawab kepada khalayaknya. Meski demikian, literasi media dan pemantauan media harus terus digerakkan oleh lebih banyak orang atau lembaga agar lebih banyak orang pula yang memiliki kesadaran atas kontrol terhadap media sehingga akan ada tindakan yang lebih nyata dari publik untuk mendapatkan kualitas media yang lebih baik.





EPILOG

MENIMBANG KONTRIBUSI LITERASI MEDIA BAGI PENGUATAN DEMOKRASI

Puji Rianto
(Direktur PKMBP)

Pengantar

Hampir satu dekade sejak reformasi, wacana mengenai literasi media cukup kuat hadir dalam ruang publik demokrasi. Setidaknya, dari hasil kajian buku ini, beberapa lembaga swadaya masyarakat telah melakukan aktivitas tersebut dengan berbagai variannya meskipun gerakan literasi media itu sendiri telah dilakukan jauh sebelum reformasi digulirkan.⁷⁹ Sebagaimana dicatat Guntarto, gerakan literasi media telah dilakukan sejak tahun 1991 yang ditandai oleh penyelenggaraan *workshop* di tingkat Asia-Pasifik tentang anak dan televisi yang dilakukan oleh Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI) bekerja sama dengan Children's Centre dan Asian Media, Information and Communication Centre (AMIC) Singapura di Cipanas, Jawa Barat. *Workshop* itu sendiri membahas tentang anak dan televisi yang sudah mulai aktual pada waktu itu. Dalam konteks

79 Studi gerakan literasi di Indonesia pada tahap-tahap awal, jauh sebelum reformasi dan demokratisasi media, dapat dilihat dalam Bobby Guntarto. 2011. "Perkembangan Program Literasi Media di Indonesia". *Kumpulan Makalah Konferensi Nasional Literasi Media Yogyakarta*, 5-6 Januari 2011, UII dan Rumah Sinema; lihat juga Tim Peneliti YPMA, 2011. "Konsep dan Implementasi 'Media Literacy' di Indonesia, Dalam B. Guntarto (ed.), *Kumpulan Makalah Workshop Nasional, Konsep dan Implementasi Media Literacy di Indonesia*, YPMA-Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia

Indonesia, kekhawatiran akan pengaruh buruk televisi terhadap anak sepertinya menjadi yang paling menonjol sejak televisi swasta Jakarta mendominasi siaran Indonesia. Itu dimulai di awal tahun 1990-an. Demokratisasi media pascakejatuhan Orde Baru lantas menjadi momentum yang paling baik bagi munculnya gerakan literasi media yang lebih luas. Sejak reformasi, lebih banyak aktor dan kegiatan.

Di banyak negara, gerakan literasi media menemukan gejala yang beragam karena berangkat dari latar belakang yang berbeda-beda.⁸⁰ Akibatnya, orientasi pendidikan literasi atau sering juga dimaksudkan sebagai pendidikan media (*media education*) menjadi beragam pula. Kanada, misalnya, pendidikan media atau *media literacy*-nya lebih bersifat politis. Kemunculan pendidikan literasi media dilatarbelakangi oleh penyebaran budaya populer Amerika meskipun ada alasan lainnya seperti kebutuhan akan sistem pendidikan nasional yang disesuaikan dengan landasan pendidikan baru dan kebutuhan akan reformasi kurikulum yang diorientasikan untuk menyikapi perkembangan teknologi.⁸¹ Di Indonesia sendiri, gerakan literasi media tidak bisa dilepaskan dari dua hal. *Pertama*, menguatnya peranan media-terutama televisi dalam kehidupan masyarakat. Sejak monopoli *TVRI* berakhir 20 Oktober 1987 dengan diizinkannya televisi swasta berlangganan di Jakarta dan sekitarnya dominasi televisi swasta dalam ruang publik semakin kuat.⁸² Pada Maret 1993, pemerintah mengeluarkan izin televisi siaran nasional, yakni PT Rajawali Citra Televisi Indonesia (*RCTI*), PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia (*TPI*), PT Indosiar Visual Mandiri (*Indosiar*), PT Cakrawal Andalas Televisi (*ANTEVE*), dan PT Surya Citra Televisi (*SCTV*). Jumlah televisi swasta yang mengudara di Indonesia terus bertambah sejak reformasi, dan terutama sejak disahkannya UU No. 32 tahun 2002. Undang-undang tersebut telah membuka jalan bagi semakin banyak lembaga siaran swasta.

80 Tim Peneliti YPMA Jakarta, 2011, *ibid*

81 *Loc.cit.*, hal. 15

82 Philip Kitley, 2001. *Konstruksi Budaya Bangsa di Layar Kaca*. Jakarta: ISAI

Saat ini, terdapat 10 stasiun televisi swasta yang melakukan siaran nasional (sesuai yang tercantum dalam web ATVSI), dan tidak kurang dari 40 stasiun swasta lokal (sesuai yang tercantum dalam web ATVLI). Ini belum termasuk lembaga siaran berlangganan yang mulai banyak di Indonesia (*Berita Satu, TempoTV, Kompas TV, Aora TV*, dan sebagainya). Dari sisi ini, keberadaan televisi telah memberikan alasan yang cukup kuat bagi sebuah gerakan literasi yang jauh lebih terbuka dibandingkan awal tahun 1990-an. Oleh karena itu, menjadi tidak mengherankan jika pelaku atau aktor gerakan literasi media tidak lagi didominasi oleh suatu kelompok tertentu, tapi telah menyebar. Aktor penggerak literasi media tidak lagi monopoli LSM, tapi juga sekolah, perguruan tinggi, dan pihak-pihak lain seperti Dewan Pers, KPI dan KPID, PWI, hingga ibu-ibu PKK.⁸³ Pertanyaannya kemudian, sejauh manakah gerakan literasi media di Indonesia itu memberikan sumbangan bagi penguatan demokrasi? Dengan kata lain, bagaimana pendidikan dan gerakan literasi media di Indonesia berkontribusi bagi usaha membangun demokrasi yang sehat? Untuk menjawab pertanyaan ini, kita harus membahas dua hal, yang satu dan lainnya saling berkaitan. Isu pertama berkaitan dengan peranan media dalam kehidupan politik demokrasi; dan isu kedua berkaitan dengan karakteristik gerakan literasi media di Indonesia. Isu kedua ini berkaitan dengan orientasi, tujuan, target, strategi, dan juga dampaknya—termasuk yang secara khusus dikaji dalam buku ini.

Tulisan ini akan berusaha menjawab pertanyaan pokok di atas. Untuk itu, pada tahap awal, akan dibahas peranan media dalam konteks politik demokrasi. Beberapa *term* pokok akan dibahas. Kemudian, dilanjutkan dengan diskusi mengenai kontribusi literasi media bagi demokrasi. Dalam hal ini, ungkapan literasi media adalah dasar bagi demokrasi akan dielaborasi lebih jauh. Bagian selanjutnya akan membahas gerakan literasi di Indonesia dan kontribusinya bagi penguatan demokrasi. Tulisan akan ditutup kesimpulan dan rekomendasi.

83 Tim Peneliti YPMA Jakarta, 2011, op.cit

Peran Media dalam Ruang Politik Demokrasi

Komunikasi politik dalam sistem demokrasi mempunyai peran yang fundamental. Dalam sistem demokrasi, media melalui informasi yang mereka sampaikan kepada publik, bertindak sebagai penjamin bagi akuntabilitas elite dan kontrol rakyat terhadap jalannya pemerintah. Ini karena masyarakat yang tercerahkan melalui informasi secara luas dan merata akan membuat demokrasi berjalan dengan baik. Suatu demokrasi yang responsif dan bertanggung jawab.⁸⁴ Dalam ungkapan Norberto Bobbio, sosiolog Italia, masyarakat yang terinformasi dengan baik akan mampu menentukan siapa pemimpin yang paling baik, cerdas, jujur, dan bijak.⁸⁵

Dari sudut kebijakan publik, informasi politik dan kebijakan akan menentukan seberapa jauh masyarakat mempunyai pengetahuan dan kesadaran akan berbagai peristiwa politik. Pengetahuan ini akan menjadi dasar bagi keterlibatan mereka dalam banyak proses politik dan kebijakan publik. Di sini, derajat kualitas informasi akan menentukan kualitas partisipasi warga negara. Oleh karena itu, jika informasi yang disiarkan media mengalami banyak distorsi sebagai akibat, misalnya, intervensi pemilik, komersialisasi yang berlebihan atau karena kualitas jurnalis yang buruk maka partisipasi warga menjadi kurang bermakna.

Dalam sistem demokrasi, media itu sendiri juga diharapkan mampu mencerminkan diri sebagai 'ruang publik' demokratis. Sebagai ruang publik, media dituntut untuk mampu merepresentasikan diri sebagai forum diskusi warga di mana berbagai persoalan publik dibahas. Oleh karena itu, media harus memberi ruang yang relatif setara bagi kelompok-kelompok masyarakat yang beragam. Jika ada konflik berkaitan dengan suatu isu tertentu, maka media harus menghadirkan mereka dalam setiap liputannya.⁸⁶ Dalam ruang

84 Lihat Richard Gunther dan Anthony Mughan (eds.), 2000. *Democracy and the Media: A Comparative Perspective*, Cambridge University Press, hal. 4

85 Bryan McNair. 2003. *An Introduction to Political Communication*. third edition. London and New York: Routledge

86 Denis McQuail. 1992. *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publications

media itulah, diharapkan akan terjadi pertukaran gagasan dan ide (*free market of ideas*) sehingga meskipun media merupakan entitas bisnis, tapi ia mendapatkan jaminan yang tidak didapatkan oleh institusi bisnis lain karena dilindungi oleh—dalam konteks Amerika Serikat—*First Amendment* atau Undang-Undang Dasar—dalam konteks Indonesia. Ia menjadi bagian dari Hak Dasar Manusia yang dijamin oleh konstitusi sehingga tidak ada pemberedelan atas pers karena membunuh media berarti membunuh demokrasi.

Media Bukan Entitas yang Netral

Begitu kuatnya peran media, membuatnya menjadi institusi penting dalam sistem demokrasi. Media menjembatani begitu banyak komunikasi berbagai aktor dalam sistem politik demokrasi. Sebagaimana dikemukakan Bennett and Entman, “*mediated communication, from news programs to entertainment fare, serves important functions in contemporary public sphere.*”⁸⁷ Dalam melaksanakan peran mediasinya itu, media dan komunikasi bisa berperan sebagai ‘mediasi’ yang baik, tapi juga buruk.

Dalam komunikasi politik, media ternyata tidak hanya merepresentasikan diri sebagai ‘saluran’ netral yang mengalirkan informasi dari satu titik ke titik lainnya. Sebaliknya, dalam banyak kasus, ia menjadi aktor yang lebih kuat dibandingkan dengan massa rakyat dan parlemen. Kadang kala, media berpihak kepada kepentingan masyarakat, melayani sistem demokrasi dengan sangat baik, tapi tidak jarang ia hanya mengabdikan untuk kepentingan ekonomi ataupun membangun ‘aliansi’ jahat dengan penguasa demi keuntungan mereka sendiri. Dalam kaitan ini, McChesney mengemukakan bahwa perusahaan-perusahaan media dominan telah menjadi semakin besar dan lebih berpengaruh dibandingkan sebelumnya.⁸⁸ Media bukannya menjadi faktor tunggal atau sebab

87 W. Lance Bennet dan Robert M. Entman (eds.), 2001. *Mediated Politics: Communication in the Future Democracy*, Cambridge University Press, 5

88 Robert W. McChesney, 2000. *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. New York: The New York Press, hal. 5

utama menurunnya demokrasi, tapi jelas bahwa ia menjadi bagian dari persoalan yang berkaitan dengan banyak faktor lainnya. Lebih lanjut, McChesney mengungkapkan sebagai berikut.

Behind the lustrous glow of new technologies and electronic jargon, the media system has become increasingly concentrated and conglomerated into a relative handful of corporate hands. This concentration accentuates the core tendencies of a profit-driven, advertising-supported media system: hypercommercialism and denigration of journalism and public service. It is a poison pill for democracy.

Kritik senada juga dilontarkan Doug Underwood (2001). Menurutnya, dominasi paradigma pasar dalam pengelolaan media dan program-program pemasaran, telah menggeser banyak liputan politik diganti oleh liputan-liputan mengenai keuangan, keluarga, dan—dalam konteks Indonesia—kuliner, hobi, selebritas, dan sebagainya. Koran-koran dihinggapi oleh suatu kecenderungan liputan yang diyakini pasar diminati oleh khalayak, yakni kesehatan, diet, obat-obatan, dan keuangan personal. Suatu isu politik tak akan diangkat ke permukaan jika isu tersebut tidak kontroversial atau tidak bisa dibuat sensasional. Maka, hasil akhirnya adalah sebuah tontonan berita (*'News as spectacle'*).⁸⁹ Di Indonesia, paradigma semacam ini jelas telah menghinggapi banyak produser acara televisi. Berita-berita politik dipenuhi dengan skandal, lebih-lebih berita bencana. Program acara dialog juga tak jauh beda. *Indonesia Lawyer Club* menjadi contoh program televisi yang dimaksud. Di sini, media tak lagi berminat mendiskusikan solusi atas begitu banyak persoalan politik, tapi sekadar membicarakannya saja agar tampak ramai hingga menaikkan *rating*.

Hiperkomersialisasi juga membuat liputan media menjadi dangkal dan lebih mengandalkan sumber-sumber resmi. Akibatnya, secara sadar ataupun tidak, media terjebak ke dalam 'kebenaran' versi pejabat, dan memudahkannya untuk dijadikan instrumen kekuatan

⁸⁹ Fallows, 1997: 52; dikutip dari P. Eric Louw, 2005. *The Media and Political Process*, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, hal. 67

politik—baik melalui iklan maupun *public relations* untuk membangun citra politik. Dalam situasi semacam ini, media tak akan pernah menjadi ruang publik demokratis yang mampu merepresentasikan berbagai gagasan dan debat opini. Sebaliknya, keberadaannya hanya menjadi bagian dari aparatus ideologi penguasa. Situasi itu semakin diperburuk oleh kenyataan bahwa media-media itu dikuasai oleh sekelompok elite kekuasaan. Kekuatan ekonomi dan media lantas berjaln dengan kekuasaan politik. Oleh karenanya, tidaklah sulit kiranya mengidentifikasi mengapa dalam setiap liputannya *Metro TV* berbeda dengan *TVOne* ataupun *ANTV* karena memang afiliasi politik kedua pemiliknya berbeda.

Critical Media Literacy untuk Demokrasi

Media bukanlah agen yang netral. Sebaliknya, ia menjadi aktor politik yang membawa misi dan tujuan-tujuannya sendiri. Konstruksi yang dihasilkannya hampir selalu bias tergantung pada kepentingan mana yang hendak didahulukan. Padahal, dalam konteks di mana keseluruhan politik termediasikan, cara kita berpikir, berinteraksi, dan bahkan memberikan pemaknaan atas peristiwa dan proses politik sangat ditentukan oleh media. Dalam konteks inilah, kita benar-benar memerlukan literasi media. Di luar kualitas informasi, literasi media menjadi prasyarat kedua bagi tumbuhnya demokrasi yang sehat dengan asumsi tidak ada masalah dengan faktor-faktor lainnya.

Dalam hampir setiap tulisan mengenai literasi media, para sarjana hampir tidak pernah luput untuk membuat rumusan definisional mengenai apa yang dimaksud dengan literasi media. Ironisnya, masing-masing penulis memberikan penekanan yang berbeda-beda dalam merumuskan literasi media sehingga membuat bidang studi literasi media menjadi tampak sangat luas, tidak fokus, dan bahkan membingungkan.⁹⁰ Ini menunjukkan bahwa literasi

90 Silverblatt, 1995; James W Potter, 2011. *Media Literacy*. 5th edition, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication; James W Potter, 2004. *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. London, Thousand Oaks, New

media masih menunjukkan suatu bidang yang sedang mencari bentuk mengingat keberadaannya baru muncul sekitar tahun 1970-an. Suatu bidang kajian ataupun gerakan yang masih sangat muda. Oleh karena itu, saya tidak hendak memaparkan definisi-definisi yang ada, tapi akan menggunakan satu atau dua definisi demi kepentingan praktis tulisan ini.

Menurut saya, definisi yang relatif sederhana, tapi meliputi adalah yang mendefinisikan literasi media sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan atau memproduksi pesan media.⁹¹ Namun, definisi ini kurang menekankan pada aspek kritis yang sangat diperlukan bagi kesadaran individu dalam menyikapi pesan media yang sangat bias ideologi dan kekuasaan. Oleh karena itu, definisi itu perlu diperluas dengan menekankan pentingnya analisis kritis hubungan-hubungan antara media dengan khalayak, informasi, dan kekuasaan.⁹² Menurut Kellner dan Share, hal ini melibatkan penanaman kemampuan dalam menganalisis konvensi dan kode media, kemampuan untuk melakukan kritik atas *stereotype*, nilai-nilai dominan, ideologi, dan kemampuan mengintepretasikan berbagai makna dan pesan yang dibawa oleh sebuah teks. Untuk mencapai taraf itu, kita lantas memerlukan berbagai instrumen metodologis seperti semiotik.⁹³ Melalui metode semiotik, berbagai makna beserta ideologi yang beroperasi di dalamnya bisa disingkap sehingga pemahaman kita atas sebuah teks menjadi jauh lebih baik dan kritis. Pendekatan ekonomi politik juga penting dipelajari agar jalinan beroperasinya kekuasaan ekonomi dan politik yang menentukan isi media bisa lebih mudah

Delhi: Sage Publications; Tim Peneliti YPMA, 2011; Hendriyani dan B. Guntarto, 2012. "Memetakan Literasi Medi di Indonesia". Dalam Dyna Herlina (ed.) *Gerakan Literasi Media Indonesia*, Yogyakarta: Rumah Sinema

91 dikutip dari Johanna Martinsson, 2009. "The Role of Media Literacy in the Governance Reform Agenda," *Discussion Paper*, The World Bank, 2009: 3

92 Kellner, Douglas & Jeff Share, 2007. "Critical Media Literacy, Democracy, and the Reconstruction of Education. In D. Macedo and S.R. Steinberg (eds.), *Media Literacy: A Reader* (pp. 3-23), New York: Peter Lang Publishing, hal. 4

93 Elliot Gaines, 2010. *Media Literacy and Semiotics*. Palgrave Macmillan; Andrew Burn and James Durran, 2007. *Media Literacy in Schools: Practice, Production and Progression*, Paul Chapman Publishing

dipelajari.⁹⁴ Dengan cara demikian, sebuah masyarakat yang kritis dalam mengonsumsi media benar-benar bisa diciptakan, dan upaya membangun demokrasi yang sehat atas dasar partisipasi warga yang sehat pula bisa dicapai.

Tidak bisa dimungkiri, teknologi media baru mempromosikan partisipasi, pluralitas, keberagaman pendapat, dan sebagainya. Namun, sebagaimana dikemukakan oleh Martinsson, media teknologi baru itu juga membawa tantangan dalam bentuk informasi bebas tanpa saringan, misinformasi, isu-isu hak cipta, dan kebiasaan yang tidak sehat.⁹⁵ Oleh karena itu, menurut Martinsson, “*there is urgency to instill media literacy in citizen to become critical consumers of information and to contribute to public discourse effectively.*” Singkatnya, melalui literasi media, kita akan mampu mengontrol media, baik dalam hal akses maupun pemaknaan.⁹⁶ Kontrol itulah yang paling penting. Melalui kontrol akses, kitalah yang menentukan kapan menggunakan media, jenis media apa yang digunakan, dan jenis-jenis informasi apa yang kita akses. Melalui kontrol makna, kitalah yang menentukan—dengan perangkat yang kita punya—makna atas sebuah pesan sehingga pikiran kita tidak mudah di-*manufacture*. Kita mungkin akan menegosiasikan pesan itu atau bahkan menolak sama sekali makna pesan yang dihadirkan oleh media, tapi jelas bahwa kita tidak ingin berada dalam situasi terhegemoni oleh pesan media.⁹⁷ Kemudian, setelah kita mampu melakukan kontrol atas akses dan makna sebuah pesan media, maka kita harus menjadi warga yang aktif dalam memproduksi dan menggunakan pesan media demi tujuan-tujuan partisipatif. Sebagaimana dikemukakan Martinsson, warga negara yang menyadari apa yang membuat berita dan bagaimana media meliput suatu peristiwa atau isu akan menjadi konsumen informasi yang lebih kritis dan *more incline* demi tuntutan

94 Vincent Mosco, 1996. *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*, London: Sage Publication

95 Op.cit., hal. 4

96 Potter, 2011, op.cit

97 Mengenai hal ini dapat dilihat dalam teori resepsi yang dikemukakan Stuart Hall. Stuart Hall. 1980. “Encoding/Decoding”. Dalam Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Love, dan Paul Willis (eds.), *Culture, Media, Language*, London: Hutchison

akan akurasi dan transparansi.⁹⁸ Dengan demikian, pikiran dan tindakan kita tidak akan mudah dikendalikan oleh industri media, para jurnalis, dan konsultan *public relations* yang semakin kuat perannya dalam politik sekarang.⁹⁹

Bagaimana dengan Indonesia?

Seperti telah dikemukakan sebelumnya, gerakan literasi di Indonesia telah diawali tahun 1991 dan mendapatkan momentumnya ketika demokratisasi media berlangsung. Menurut identifikasi tim peneliti YPMA, aktor yang menyelenggarakan pendidikan literasi media sudah sangat beragam. Namun, pertanyaan kemudian apakah gerakan literasi media di Indonesia itu telah turut serta dalam ‘memperkokoh’ demokrasi, turut serta dalam membangun demokrasi yang sehat di tengah dominasi media—utamanya televisi? Untuk menjawab pertanyaan ini, kita harus melihat bagaimana karakteristik gerakan literasi media—baik yang menjadi fokus kajian dalam buku ini maupun gerakan literasi media lainnya. Karakteristik yang dimaksud mencakup—yang paling utama—tujuan, substansi atau materi yang diajarkan, target atau kelompok sasaran, dan *output* yang diharapkan.

Sebagaimana bisa dibaca dalam buku ini, bisa dikatakan bahwa gerakan literasi media di Indonesia masih berada pada tahap-tahap awal gerakan jikapun bisa dikatakan sebagai sebuah gerakan. Gerakan literasi lebih sebagai respon atas buruknya kualitas media, terutama televisi tanpa menempatkannya dalam bingkai demokrasi. Padahal, substansi di antara keduanya berbeda. Dengan kata lain, literasi media bisa menjadi dasar bagi usaha membangun demokrasi yang sehat jika substansi, metode, dan pendekatan yang digunakan sesuai dengan kebutuhan demokrasi itu sendiri, yakni kapasitas warga negara untuk mampu melakukan kontrol atas pesan media untuk kemudian menggunakan pesan itu demi partisipasi yang lebih luas dalam sistem demokrasi. Pendidikan literasi secara umum memang

98 Martinssons, op.cit., hal. 8

99 Louw, 2005, Op.cit

pada akhirnya akan memperkuat demokrasi, tapi pendidikan literasi media spesifik yang dihubungkan dengan kebutuhan demokrasi akan jauh lebih langsung (*immediate*) dampaknya. Sayangnya, hal ini belum menjadi *concern* lembaga-lembaga yang dikaji dalam buku ini.

Pertama, gerakan literasi media yang dilakukan oleh lembaga-lembaga yang menjadi kajian dilatarbelakangi oleh suatu keprihatinan yang mendalam atas dampak-dampak media terhadap anak. Oleh karena itu, pendidikan literasi media harus ditujukan untuk melindungi anak dari dampak buruk televisi. Orang tua yang menjadi target kegiatan sebatas karena mereka bertanggung jawab terhadap anak. Substansi yang diberikan pun kemudian yang lebih dekat dengan usaha-usaha untuk melindungi anak dengan pendekatan proteksionis. Program literasi media semacam ini bisa dilihat dalam program-program yang dilakukan oleh Sahabat Cahaya, Masyarakat Peduli Media (MPM), ECCD-RC, dan juga LeSPI.

Kedua, lembaga lainnya seperti Remotivi dan KIPPAS meskipun mereka tidak berfokus pada anak, tapi substansi yang diberikan masih jauh dari usaha membangun masyarakat *literate* dalam kerangka membangun demokrasi yang sehat. Dalam konteks Remotivi, isu yang dibawa adalah isu-isu budaya pop dan literasi media karenanya diorientasikan untuk ‘mendidik’ remaja dan mahasiswa untuk kritis atas budaya pop. KIPPAS di sisi lain fokus pada pelanggaran kode etik dan hukum. Oleh karena itu, literasi media yang dikerjakannya lebih pada usaha bagaimana agar kelompok masyarakat yang dirugikan oleh pemberitaan pers mengetahui apa yang harus mereka lakukan. Kegiatan ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan yang pernah dilakukan Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP) dengan memberikan program literasi media ke profesional—dalam hal ini humas. Namun, yang dilakukan oleh PKMBP jauh lebih fokus ke isu demokrasi karena mendorong agar para pegawai humas menggunakan hak jawab. Namun, *workshop* dua hari itu juga sulit ditindaklanjuti karena komunikasi yang dibangun di antara peserta tak selancar yang dibayangkan. Jurnal Celebes barangkali—dari apa yang dilakukan—akan lebih memberikan dampak signifikan bagi

usaha memperkuat demokrasi. Namun, orientasinya yang sangat kuat terhadap *media watch* menjadikan program literasi media-nya agak bias.

Program literasi media yang dilakukan oleh kedelapan lembaga ini sebenarnya tidak terlepas dari karakteristik gerakan literasi media di Indonesia pada umumnya. Konferensi literasi media yang dilakukan di Universitas Islam Indonesia (5-6 Januari 2011) dan *Workshop Literasi Media* di Universitas Indonesia sebagai kelanjutan konferensi di UII memberikan gambaran gerakan literasi media di Indonesia. Buku yang dipublikasikan Rumah Sinema, *Gerakan Literasi Media di Indonesia* (2012), juga memberikan gambaran mengenai praktik-praktik gerakan literasi media di Indonesia. Namun, keseluruhan publikasi itu, dalam hal orientasi, tujuan, metode, ataupun target sasaran, tidak jauh berbeda dengan tujuh lembaga yang dikaji dalam buku ini. Pendidikan literasi media meletakkan fokus pada individu dengan beragam pendekatan. Materi yang diberikan juga beragam, tapi lebih diorientasikan untuk melindungi anak sehingga orang tua menjadi ‘agen perantara’. Literasi media juga mengarah atau fokus pada individu agar mereka kritis atas budaya pop. Namun, tidak ada satupun—sepanjang pembacaan saya—program literasi media yang memang disiapkan untuk memperkuat demokrasi atau setidaknya menyiapkan khalayak yang kritis terhadap media dalam konteks warga negara (*citizen*). Sebaliknya, program-program itu sebatas menyiapkan khalayak yang harus berdaya ketika berhadapan dengan media, terutama ketika berhadapan dengan isi media yang buruk. Dasar filosofi Remotivi sebenarnya sudah mengarah ke sana, tapi implementasi—termasuk dalam program *Media Watch*—belum keluar dari *trend* program televisi yang ada. Memang, dalam jangka panjang, apapun literasi media yang dikerjakan dengan materi dasar yang sudah dibakukan akan memberikan kontribusi bagi demokrasi, yang meminjam istilah B. Guntarto berada pada tahap *advance*. Kiranya, saya sepakat dengan hal ini. Namun, beberapa pengalaman juga menunjukkan bahwa sebuah gerakan literasi bisa langsung diorientasikan demi tujuan-tujuan demokrasi. Saya menyebutnya

sebagai *political media literacy*. Perbedaannya dengan literasi media secara umum adalah pada penekanan yang berbeda di antara tujuan, target sasaran, dan substansi.

Penutup: Urgensi *Political Media Literacy*

Demokrasi memerlukan masyarakat yang terinformasi dengan baik. Saya tidak akan membantah argumen ini. Meskipun informasi bukan satu-satunya faktor yang menentukan kualitas demokrasi, tapi dalam politik termediasi sekarang ini kualitas informasi sama pentingnya dengan kualitas parlemen. Oleh karena itu, usaha membangun demokrasi harus melibatkan demokratisasi media dan penguatan kapasitas media melalui profesionalisme. Namun, itu saja tidak cukup. *Well-informed* mengandung makna bahwa masyarakat sebagai warga negara tidak saja mendapatkan informasi yang berkualitas, tapi juga kemampuan mengolah informasi, memaknainya secara kritis, hingga mencari dan memanfaatkan informasi tersebut. Dengan cara demikian, pikiran dan tindakan mereka tidak mudah dikendalikan oleh media ataupun para konsultan politik yang terus-menerus membangun citra demi sebuah dukungan.

Literasi media politik (*political media literacy*) mungkin merupakan konsep yang masih awal dan perlu elaborasi lebih lanjut. Namun, dalam konteks Indonesia, ia menjadi sebuah kebutuhan di tengah ketimpangan masyarakat yang masih sangat tajam, menguatnya kapitalisasi politik, dominasi televisi swasta Jakarta yang sangat sentralistik beserta afiliasi politiknya serta hiperkomersialisasi. *Political media literacy*, dalam kaitan ini, bisa menggunakan beragam pendekatan tergantung pada target sasaran. Namun, substansi yang dibahas hendaklah mencakup sifat unik bisnis media, peran para konsultan *public relations*, sistem kerja media, ekonomi politik, bahasa, dan kerangka metodologis analisis teks media (terutama semiotik dan analisis *frame*). Ini merupakan tema-tema berat dalam studi media sehingga yang perlu dipikirkan adalah bagaimana yang berat itu menjadi ringan. Untuk itu, pendekatan

dan metode akan sangat menentukan keberhasilan program. Hanya dengan cara demikian, tampaknya, literasi media akan membuat demokrasi akan lebih bermakna.

Dalam konteks ini, kemudian, lembaga-lembaga donor seperti TIFA akan sangat membantu dalam membangun warga negara yang kritis terhadap pesan-pesan media dalam kerangka komunikasi politik mengingat negara sepertinya lebih banyak berpihak kepada kepentingan elite, baik politik maupun pemodal, dibandingkan dengan publik. Oleh karena itu, masyarakat sipil harus memberdayakan dirinya sendiri, dan lembaga seperti TIFA bisa membantu proses pemberdayaan itu. Hanya saja, satu persoalan yang senantiasa mengganggu pikiran adalah bagaimana hal itu tidak menciptakan ketergantungan. Kiranya, hal itu akan menjadi pekerjaan bersama segenap masyarakat sipil yang mencintai kemerdekaan dan demokrasi.*****

LAMPIRAN RESUME LOKAKARYA



Lokakarya yang dilaksanakan oleh PKMBP ini memiliki dua tujuan yaitu: (1) Merumuskan gerakan literasi media di Indonesia yang sesuai dengan masyarakat Indonesia dalam hal substansi, strategi, serta aktor dan (2) Membangun jejaring gerakan literasi media di Indonesia. Gerakan literasi media di Indonesia sebenarnya telah dimulai sejak beberapa tahun lalu namun hingga saat ini belum ada jejaring yang memadai untuk mengakomodasi berbagai modus gerakan.

Sesi jejaring gerakan literasi media berhasil memetakan akar masalah pentingnya kegiatan literasi media, tujuan dan aktor, bentuk dan ranah gerakan yang dapat dikerjakan.

Kegiatan media literasi di Indonesia harus dijalankan karena ada beberapa masalah yang berujung pada kekuatan masyarakat dan media tidak seimbang. Sehingga penonton hanya mengikuti sajian media tanpa dapat memberikan masukan. Penyebab dari ketimpangan kuasa tersebut adalah sebagai berikut.

1. Media tidak memiliki panduan yang akurat mengenai selera penonton, media hanya mengandalkan data dari AC Nielsen. Padahal secara metodologis data tersebut patut dipertanyakan akurasi untuk merekam keinginan/selera/pendapat penonton.
2. Selain itu lembaga regulator yang seharusnya “membela” hak konsumen yaitu Komisi Penyiaran Indonesia memiliki kewenangan hukum yang sangat terbatas sehingga tidak

memiliki kekuatan yang cukup kuat untuk memberikan sanksi operasional kepada media.

3. Media terpopuler saat ini yaitu televisi tidak menyediakan ruang hak jawab bagi penonton yang merasa keberatan dengan tayangan televisi. Padahal media cetak memberikan ruang untuk itu, artinya hak jawab yang seharusnya menjadi hak penonton televisi terabaikan.

Jika melihat kecenderungan gerakan literasi media di Indonesia saat ini, peserta lokakarya berpendapat ada tiga model gerakan. Pertama, model advokasi hak penonton untuk memengaruhi kebijakan media. Para aktivis di bidang ini berupaya keras melakukan tindakan hukum dan tekanan politik untuk memengaruhi kebijakan tayangan media sehingga konten tersebut tidak berdampak negatif terhadap masyarakat.

Kedua, model proteksi terhadap penonton dan peningkatan kreativitas penonton. Unit sasaran dalam model ini adalah individu. Gerakan ini berupaya mendorong masyarakat agar kritis terhadap tayangan media sehingga dapat menghindarkan diri dari manipulasi media. Bentuk kegiatannya dengan pelatihan literasi media.

Ketiga, *social movement* yaitu suatu upaya menempatkan penonton sebagai kesatuan kelompok dalam masyarakat. Unit sasaran dalam gerakan ini adalah masyarakat. Model gerakan ini bertujuan membangun kesadaran kritis terhadap media secara kolektif. Bentuk kegiatan yang dilakukan seperti demonstrasi, kampanye Hari Tanpa TV, dan sosialisasi dampak buruk media.

Menilik soal ini, peserta lokakarya merekomendasikan gerakan literasi media diarahkan pada tiga hal tersebut di atas agar ada perubahan mendasar/struktural untuk memperbaiki daya tawar penonton terhadap media. Harapannya terbentuk suatu masyarakat media yang terdiri dari penonton yang cerdas dan pemilik (pekerja) media yang beretika dalam masyarakat yang terpadu harmonis.

Media literasi adalah topik yang sangat menarik bagi penggiat dan akademisi di bidang media. Mereka menjadi insiator dari berbagai

model gerakan media. Namun ternyata isu ini tidak terlalu populer di masyarakat umum. Tidak banyak masyarakat awam yang terlibat dalam gerakan literasi media. Selain itu pemerintah dan donor asing tidak memandang masalah ini menjadi isu yang serius.

Oleh karena itu, para peserta lokakarya memberikan rekomendasi agar gerakan literasi media dipopulerkan dengan melibatkan aktivis dan akademisi di berbagai bidang keilmuan. Popularitas isu ini penting untuk meningkatkan ekskalasi isu dan memperbanyak aktor yang terlibat. Salah satu cara yang ditempuh adalah menggabungkan literasi media dengan gerakan sosial lain, misal, *gender mainstreaming*, lingkungan hidup, perlindungan anak. Jadi intinya bagaimana pengetahuan para penggerak gerakan literasi media ini bisa diketahui oleh publik yang lebih luas. Supaya pekerja sektor lain juga menganggap apa yang kita lakukan itu penting.

Gerakan literasi media seharusnya dilakukan oleh 3 aktor penting yaitu: (1) NGO atau CSO yang ada dua, yaitu NGO yang literasi media dan NGO yang non-literasi media atau yang bergerak di isu-isu yang lain, (2) perguruan tinggi dan (3) regulator itu sendiri. Masing-masing pihak dapat berperan sesuai dengan kapasitasnya. Perguruan tinggi dapat mengembangkan penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat melalui KKN mengenai literasi media. NGO diharapkan selain mendidik individu juga mampu mengorganisir masyarakat secara kolektif memberikan tekanan kepada regulator dan media. Sedangkan regulator seperti KPI seharusnya memperkuat dirinya agar diberikan otoritas yang lebih besar untuk mengawasi media.

Agar semua tujuan tersebut dapat berjalan efisien, dapat dibentuk Forum Komunikasi Literasi Media. Entitas tersebut tidak harus menjalankan kegiatan baru tetapi tetap mengerjakan kegiatannya masing-masing dengan terus saling berkoordinasi. Agar efektif, gerakan dilakukan di dunia maya dan di dunia nyata.

Di dunia maya, meski Remotivi memiliki pengalaman keberhasilan namun ada beberapa kemungkinan kendala yang harus diwaspadai. Pertama, kekurangan penulis yang berkompeten di

bidang literasi media. Kedua, media saat ini sangat banyak sehingga sulit mengarahkan atensi orang pada satu masalah yang hendak diselesaikan. Ketiga, isu literasi media kurang populer jadi banyak orang tidak peduli. Popularitas literasi media jauh di bawah isu korupsi misalnya. Oleh karena itu tidak perlu membuat website baru tetapi mendukung Remotivi sebagai motor dari gerakan di dunia maya ini.

Gerakan di dunia nyata dapat dilakukan melalui berbagai cara. Pertama, membuat pertemuan dengan NGO/CSO literasi media dengan organisasi sosial yang lain. Pada pertemuan tersebut kelompok literasi media mempresentasikan konsepsi dasar, tujuan, metode, alat yang mungkin bisa digunakan oleh NGO-NGO yang lain atau institusi yang lain untuk menyebarkan ide atau gagasan mereka. Kedua, forum komunikasi ini membantu koalisi revisi UU Penyiaran. Supaya hak-hak penonton lebih terjamin dan kendala struktural seperti posisi KPI yang tidak cukup kuat untuk mewakili suara penonton itu bisa diperbaiki. Ketiga, Forum Komunikasi Literasi Media membangun perlawanan terhadap media terkait kasus tertentu. Dalam waktu dekat “serangan” diarahkan pada tayangan anak yang tidak baik. Isu anak dapat melibatkan publik yang luas seperti aktivis anak, psikolog, dan lain sebagainya. Keempat, Forkom ini seharusnya mendorong perguruan tinggi menjadi lokomotif gerakan proteksionisme dan kreativitas penonton untuk mendukung *social movement*.



REKOMENDASI MODEL LITERASI MEDIA OLEH PESERTA LOKAKARYA

Tujuan kegiatan literasi media, sebagaimana disepakati oleh peserta lokakarya adalah sebagai berikut:

1. Tujuan proteksionis

Media dianggap berpotensi merugikan dan dapat menimbulkan dampak negatif sehingga khalayak pengguna media perlu diberi pengetahuan dan keterampilan literasi media. Pemahaman khalayak tentang literasi media diharapkan dapat melindungi mereka dari dampak negatif media.

2. Tujuan pemberdayaan

Media memiliki fungsi positif sebagai salah satu sumber belajar. Kegiatan literasi media dilakukan untuk memberi pengetahuan dan keterampilan pada khalayak agar dapat mengoptimalkan isi media untuk kepentingannya.

3. Tujuan studi media

Literasi media dilakukan dengan titik berat pada mempelajari struktur isi pesan media berdasarkan media yang berbeda, mempelajari teknik produksi, pengemasan isi pesan, dan lain-lain. Lebih dimaksudkan sebagai upaya untuk mempelajari mediana, dalam konteks kegiatan belajar mengajar di kelas.

4. Tujuan aksi

Mengajak masyarakat untuk melakukan aksi tertentu yang dapat menimbulkan dampak yang luas. Misalnya, membuat pengaduan isi tayangan TV, menulis surat pembaca, gerakan

masyarakat seperti “Hari Tanpa TV”, dll. Tujuan ini bukan merupakan inti dari kegiatan literasi media, tapi lebih merupakan pengembangan kegiatan literasi media.

Ada pemahaman yang bervariasi tentang literasi media itu di kalangan pegiat literasi media. Hal itu menjadi masalah tersendiri. Pemahaman tentang konsep literasi media yang berbeda ternyata memiliki konsekuensi dalam menentukan apakah suatu kegiatan termasuk dalam literasi media. Untuk menghindari kerancuan pemahaman tersebut, peserta lokakarya menyepakati standar kompetensi literasi media, yaitu:

1. Memiliki pemahaman tentang media dan praktik bermedia yang sehat.
2. Mampu memahami dan menilai/mengevaluasi isi media secara kritis.
3. Dapat memanfaatkan konten media sebagai sumber informasi dan sumber belajar.
4. Dapat menggunakan media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, mengekspresikan ide, pendapat, dan pemikiran secara efektif.

Berikut matriks metode literasi media yang disepakati dalam lokakarya.

NO.	SASARAN	EVALUASI KONTEN MEDIA	PENGETAHUAN TENTANG MEDIA	EVALUASI KONTEN MEDIA	MEMANFAATKAN ISI MEDIA	MEMPRODUKSI MEDIA	METODE
I	PAUD	proteksi & pembiasaan bermedia yang sehat	mengakses; memilih;	membedakan program; mengenali adegan kekerasan	hiburan	menggambar	mendongeng, mendampingi, menggambar; permainan; ceramah; role play
II	SD		mengakses; memilih; membedakan program	membedakan prososial dan anti sosial;	informasi tentang flora fauna	mengarang; puisi; lagu; pantun; dll	dialog
III	SMP		mengakses; memilih; membedakan program;	menilai kualitas isi media	referensi	majalah dinding; video	diskusi
IV	SMA	pemanfaatan media sebagai sumber belajar	mengakses; memilih; membedakan program;	gender; marginalisasi; anak; lingkungan; korupsi; memahami komodifikasi	aktualisasi diri	program radio & tv; video; komik; majalah; pengaduan	debat; pelatihan

V	MAHASISWA	menyampaikan kreativitas (gagasan); perubahan	mengakses; memilih; membedakan program;	menilai kebenaran isi pesan; regulasi media; framing; mengenali ideologi;	pengembangan diri	video; artikel; jurnal; blog	seminar; workshop
VI	DEWASA		mengakses; memilih; membedakan program;	...berbasis keluarga	materi pendampingan	surat pembaca; opini	pendampingan



DAFTAR PUSTAKA

- Asian Development Bank. 2011. *Guidelines for Knowledge Partnerships*. Mandaluyong City: Asian Development Bank.
- Bagus, Lorens. 2005. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Baran, Stanley J. 1999. *Introduction to Mass Communication and Culture*. London: Mayfield Publishing Company..
- Bennet, Lance W and Robert M. Entman (eds.), *Mediated Politics: Communication in the Future Democracy*, Cambridge University Press
- Buckingham, David. *The Media Literacy of Children and Young People*. London: Centre for the Study of Children, Youth, and Media Institute of Education, University of London.
- Burn, Andrew and James Durran, 2007. *Media Literacy in Schools: Practice, Production and Progression*, Paul Chapman Publishing
- Darmanto (ed.), 2012. *Ibu Rumah Tangga Melawan Televisi: Berbagai Pengalaman untuk Literasi Media*, Yogyakarta: MPM
- Darmanto & Danarka Sasangka (ed). 2010. *Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi*. Yogyakarta: MPM & Yayasan TIFA.
- Downing, John. 2001. *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. London: Sage.
- Gaines, Elliot, 2010. *Media Literacy and Semiotics*. Palgrave Macmillan
- Guntarto, B (ed.), 2011. *Konsep dan Implementasi Media Literacy di Indonesia*, Kumpulan Makalah Worskhop Nasional, Jakarta:

Yayasan Pengembangan Media Anak dan Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia

- Gunther, Richards and Anthony Mughan (eds.), *Democracy and the Media: A Comparative Perspective*, Cambridge University Press
- Hall, Stuart. 1981. "The determination of news photographs", dalam S.Cohen & J. Young (eds), *The manufacture of news: Social Problems, deviance and the mass media*. Revised Edition. London: Constable.
- Hall, Stuart. 1980. "Encoding/Decoding". Dalam Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Love, dan Paul Willis (eds.), *Culture, Media, Language*, London: Hutchison
- Herlina, Dyna, 2012. *Gerakan Literasi Media Indonesia*. Yogyakarta: Rumah Sinema
- Iriawati, Irene, Liliek B. Wiratmo dan Wisnu T. Hanggoro. 2011. *Seri Panduan Literasi Media: Televisi*. Jakarta: Pustaka LÉSPI & Yayasan TIFA.
- Jamieson, Kathleen Hall & Karlyn Kohrs Campbell. 1992. *The Interplay of Influence: News, Advertising, Politics, and the Mass Media*. Third Edition. California: Wadsworth.
- Kellner, Douglas & Jeff Share, 2007. "Critical Media Literacy, Democracy, and the Reconstruction of Education. In D. Macedo and S.R. Steinberg (eds.), *Media Literacy: A Reader* (pp. 3-23), New York: Peter Lang Publishing
- Kitlye, Philip, 2001. *Konstruksi Budaya Bangsa di Layar Kaca*. Jakarta: ISAI
- Louw, Eric P, 2005. *The Media and Political Process*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications
- Martinsson, Johanna, 2009. "The Role of Media Literacy in the Governance Reform Agenda," *Discussion Paper*, The World Bank
- McChesney, Robert W, 2000. *Rich Media, Poor Democracy*:

- Communication Politics in Dubious Times*, New York: The New York Press
- Nazaruddin, Muzayin dan Budhi Hermanto (ed.). 2009. *Televisi Komunitas: Pemberdayaan dan Media Literasi*. Yogyakarta: Combine Resource Institution dan Program Studi Ilmu Komunikasi UII.
- Oepen, Manfred (ed.). 1988. *Media Rakyat: Komunikasi Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Perhimpunan Pengembangan Pesantren dan Masyarakat.
- Potter, James W, 2004. *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications
- Potter, James W, 2011. *Media Literacy*. 5th edition, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication
- Prabowo, Anto, dkk. (ed.). 2009. *10 Tahun LÉSPI: Untuk Kebebasan Pers dan Informasi*. Semarang: Pustaka LÉSPI.
- Rahayu. 2006. *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*. Yogyakarta: Pusat Kajian Media dan Budaya Populer, Dewan Pers, dan Departemen Komunikasi dan Informasi.
- Rianto, Puji (ed.). 2009. *Modul Literasi Media untuk Pendidik Usia Dini dan Dasar*. Yogyakarta: ECCD-RC dan Yayasan Tifa.
- Rianto, Puji 2007. "Mengembangkan Literasi Media Berbasis Sekolah", *Jurnal IPTEK-KOM*, Vol. 9, No. 1 Juni 2007
- Rosenbaum, J. E., J. W. J. Beentjes, R. P. Konig. 2008. Mapping Media Literacy: Key Concept and Future Directions, dalam C. S. Beck (ed.) *Communication Yearbook 32*. New York: Routledge.
- Shoemaker, Pamela J. dan Stephen D. Reese. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. USA: Longmann
- Silverblatt, Art, 1995. *Media Literacy: Keys to Intepreting Media Message*, Wesport, Connecticut, London: Praeger

Swan, Neil D.. "Who's Watching The Watchdog." Dalam Ray E. Hiebert and Carol Reuss (eds). 1985. *Impact of Mass Media: Current Issues*. New York: Longman Inc.

Swantoro, P. 2001. *Humanisme dan Kebebasan Pers*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Underwood, Dough, 2001. "Reporting and Push for Market-Oriented Journalism: Media Organization as Business". Dalam Bennet, Lance W and Roberrrt M. Enmant (eds.), *Mediated Politics: Communication in the Future Democracy*, Cambridge University Press

Situs

Dewan Pers. 2010. *Data Pers Nasional 2010*. Diunduh dari <http://www.dewanpers.or.id/page/publikasi/buku/?id=1608> tanggal 29 Oktober 2012.

"Bloom's Taxonomy of Learning Domains: The Three Types of Learning", diunduh di situs <http://www.nwlink.com/~donclark/hrd/bloom.html> pada tanggal 28 September 2012, pukul 20:09

<http://namle.net/publications/media-literacy-definitions/> diunduh tanggal 29 Oktober 2012.

"Who Are Mediawatch UK". 2010. *Media Watch UK*. Tersimpan dalam www.mediawatchuk.org.uk diakses pada 27 September 2012.

<http://www.businessdictionary.com/definition/method.html> diunduh tanggal 1 November 2012.

<http://galihga.blog.fisip.uns.ac.id/2011/12/> diunduh tanggal 28 September 2012.

<http://satrioarismunandar6.blogspot.com/2008/11/perubahan-struktur-menurut-teori.html> diunduh tanggal 28 September 2012.

<http://www.womenshealth.gov/publications/federal-reports/sustainabilityReview-060109.pdf>

Surat Kabar dan Majalah:

“Demo di Kantor SIB Berakhir Rusuh.” *Metro Pos*. Edisi Selasa, 10 Februari 2009. Hal. 8

“Kesimpulan Rapat DPRD SUMUT: Tangkap GM Panggabean dan Bubarkan SIB.” *Metro Pos*. Edisi Selasa, 10 Februari 2009. Hal 8

Medan Bisnis, 6 Agustus 2009

Buletin MataMedia, MPM, edisi 2010 – 2012.

Laporan Kegiatan MPM 2009 – 2011.

Wawancara

Janto, Direktur KIPPAS, Medan, wawancara tanggal 4 September 2012

Trully Okto Purba, redaktur Tribun Medan, wawancara tanggal 6 September 2012

Ira Wardani, Hapsari Medan, wawancara tanggal 5 September 2012

Warsa Tarsono, Direktur Program Sahabat Cahaya, Jakarta, wawancara tanggal 5 September 2012

Rudi Darmawan, Ketua Yayasan Sahabat Cahaya, Jakarta, wawancara tanggal 5 September 2012

Arif, Guru SD Paseban Jakarta, wawancara tanggal 5 September 2012

Anak-anak SD Paseban Jakarta, wawancara tanggal 5 September 2012

Darmanto, MPM, Yogyakarta, wawancara tanggal 3 September 2012

Widodo Iman, MPM, Yogyakarta, wawancara tanggal 3 September 2012

Sulistyaningsih, MPM, Yogyakarta, wawancara tanggal 3 September

2012

Siti Muthmainnah, Yogyakarta wawancara tanggal 11 September 2012

Maryani, Yogyakarta, wawancara tanggal 17 September 2012

Mustam Arif, Direktur Jurnal Celebes Makassar, wawancara tanggal 3 September 2012 dan 6 September 2012

Sardi Razak, AMAN Makassar, wawancara tanggal 3 September 2012

Sri Endang Sukarsih, Makassar, wawancara tanggal 4 September 2012

Wahyu Chandra, Makassar, wawancara tanggal 4 September 2012

Mulyadi Mau, dosen UNHAS Makassar, wawancara tanggal 4 September 2012

Hasanah Safriyani, Direktur ECCD-RC Yogyakarta, wawancara tanggal 20 September 2012

Endang Retna Widuri Soekrisna, Koordinator Divisi Training dan Media Kampanye ECCD-RC Yogyakarta, wawancara tanggal 20 September 2012

Holifah Rusmiwaty, Guru SD IT Hidayatullah Surabaya, wawancara tanggal 24 September 2012

Tia, Guru SDN Kapasari 8 Surabaya, wawancara tanggal 23 September 2012

Atik, Guru SDN Kapasari 8 Surabaya, wawancara tanggal 23 September 2012

Widi, Guru TK ECCD-RC Surabaya, wawancara tanggal 24 September 2012

Suharto, Ketua ECCD-RC Surabaya, wawancara tanggal 23 September 2012

Dyas, Guru PAUD ECCD-RC Surabaya, wawancara tanggal 23 September 2012

- Charis Ma'ahadi, Guru SD Immersion Ponorogo, wawancara tanggal 22 September 2012
- Imam, Guru SD Muhammadiyah Terpadu Ponorogo, wawancara tanggal 22 September 2012
- Maria, Guru TK ECCD-RC Ponorogo, wawancara tanggal 22 September 2012
- Liliek B. Wiratmo, LeSPI Semarang, wawancara tanggal 13 September 2012
- Maksimianus D. Prabowo, LeSPI Semarang, wawancara tanggal 13 September 2012
- Humaini Adi, LeSPI Semarang, wawancara tanggal 14 September 2012
- Ibu Bambang, peserta program LeSPI Semarang, wawancara tanggal 15 September 2012
- Ibu Haryono, peserta program LeSPI Semarang, wawancara tanggal 15 September 2012
- Ibu Pre, peserta program LeSPI Semarang, wawancara tanggal 15 September 2012
- Fatih Gama Abisono, Centre for LEAD, Yogyakarta, wawancara tanggal 3 September 2012
- Ahmad Musyaddad, Centre for LEAD, Yogyakarta, wawancara tanggal 3 September 2012
- Azzam Haeruman, Ketua FP2M (Forum Pesantren Pemerhati Media) Jombang, wawancara tanggal 8 November 2012
- Roy Thaniago, Remotivi, wawancara tanggal 4 September 2012
- Irene, Remotivi, wawancara tanggal 4 September 2012
- Siti Maisaroh, Komnas Perempuan, Wawancara via email 28 September 2012

