

PROCEEDING

International Seminar 2016

"Gender Perspective of Multiliterate Development in the Era of ASEAN Economic Community"
Jakarta, 27 - 28 April 2016



Center for the Study of Gender and Child Protection
University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
(PSGPA UHAMKA)

Collaborating with :

Ministry of Women Empowerment and Child Protection of the Republic of Indonesia
Universiti Sains Malaysia
Indonesia University of Education
The Asian Education of Human Resources (AED) Thailand
USAID PRIORITAS

EDITOR

1. Yoce Aliah Darma
2. Tatat Hartati
3. Gunawan Suryoputro



Pusat Studi Gender
dan Perlindungan Anak
(PSGPA) UHAMKA



Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA (UHAMKA)



Kementerian Pemberdayaan
Perempuan dan
Perlindungan Anak
Republik Indonesia



UNIVERSITI SAINS MALAYSIA



LINIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA



USAID PRIORITAS :
Mengutamakan Pembaharuan, Inovasi, dan Kesempatan
bagi Guru, Tenaga Kependidikan, dan Siswa

KETERAMPILAN LITERASI MEDIA BAGI PEREMPUAN SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN ANAK

Dini Wahdiyati & Farida Hariyati

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta

Abstract

Media literacy tells about how media has its functions in society. Media literacy movements have been designed to streamline the control of the audience as television viewers in the message exchange process. Media literacy movement underlines the efforts to protect the audience from the harmful effect of media messages. Women became the most potential ones since they have their most significant role, as a mother. Through the media literacy movement, the harmful content of media for the children can be addressed in a critical, smart and wise attitudes without having to dismiss or isolate them from the era of information and globalization of the world.

Keywords: *media literacy, media, women and children protection.*

PENDAHULUAN

Media dan Masyarakat Media

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini berpengaruh sangat signifikan pada tiap aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi bahkan memberi andil pada perubahan kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Duduk bersama keluarga, sahabat, atau kolega kini belum tentu saling mengobrol melainkan masing-masing sibuk memandangi dan menyentuh ponsel pintar hingga berjam-jam. Ingin bertemu tidak harus berada dalam satu tempat, masing-masing berada di tempat berbeda namun dapat saling bicara berpandangan. Teknologi komunikasi kini semakin intim. Sadar ataupun tidak segala aspek kehidupan masyarakat era kini telah nyata-nyata dituntun oleh media. Media kemudian menjadi sarana penentu dari sebagian besar masyarakat untuk belajar dan mendalami pengalaman yang dijalaninya. Dalam satu dekade terakhir ini, kita terbiasa hidup dalam budaya media, atau masyarakat media; berbagai peristiwa yang terjadi sehari-hari sebagian besar kita saksikan dan ketahui dari media (Ibrahim & Akhmad, 2014:3).

Media berkembang sangat pesat. Perkembangan media telah mampu mengurita berbagai teknologi untuk digabungkan atau yang dikenal dengan media konvergen. Meskipun demikian media massa khususnya televisi tidak bisa ditampik masih menjadi primadona. Televisi sangat populer, diminati, dan sangat mudah diakses berbagai kalangan masyarakat.

Sifat televisi yang audio visual menjadikannya mudah dinikmati tanpa harus berpikir keras. Dari televisi masyarakat mendapatkan informasi, berita terkini, maupun hiburan. Hasil survey Nielsen (2014), menemukan secara keseluruhan, konsumsi media di kota-kota baik di Jawa maupun luar Jawa menunjukkan bahwa televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi

masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh Internet (33%), Radio (20%), Surat kabar (12%), Tabloid (6%) dan Majalah (5%). Lebih lanjut, menurut data Badan Pusat Statistik melalui Indikator Sosial Budaya yaitu "Prosentase Penduduk Berumur 10 tahun ke atas yang menonton televisi" menunjukkan bahwa dalam rentang tahun 2003, 2006, 2009, dan 2012, masyarakat Indonesia semakin meningkat dalam hal akses ke media televisi, tahun 2003 sebanyak 84,94%; tahun 2006 sebanyak 85,86%, tahun 2009 sebanyak 90,27%, dan tahun 2012 sebanyak 91,68%.¹

Program-program yang ditayangkan media televisi dapat diterima dalam waktu bersamaan, serentak, dan bebas sehingga menimbulkan pengaruh yang besar dalam membentuk pendapat, sikap, dan perilaku khalayak. Berbagai stasiun televisi di Indonesia berlomba-lomba menawarkan program-program memikat dengan tepat membidik khalayak. Masyarakat secara tidak sadar dengan 'suka rela' terintimidasi oleh televisi.

George Gerbner (dalam Morissan, 2014:518) menyatakan "*televisi adalah sistem penceritaan yang terpusat. Televisi telah menjadi bagian dari kehidupan keseharian kita. Drama, iklan, berita, dan program lainnya menyajikan dunia gambar dan dunia pesan yang sama yang relatif menyatu [koheren] ke dalam setiap rumah. Televisi sejak awal menanamkan kecenderungan dan preferensi yang diperolehnya dari sumber utama lainnya. Pola mengulang-ulang pesan dan gambar produksi massal televisi membentuk arus utama dari lingkungan simbolis*". Gerbner menyebut efek televisi ini sebagai kultivasi (*cultivation*) yang berarti 'menanam'. Televisi dengan segala pesan dan gambar yang disajikannya merupakan proses atau upaya untuk 'menanamkan' cara pandang yang sama terhadap realitas dunia kepada khalayak. Televisi dipercaya sebagai instrumen atau agen yang mampu menjadikan masyarakat dan budaya bersifat homogen (*homogenizing agent*).

Masyarakat meniru dari televisi, masyarakat memahami sesuatu melalui televisi bahkan masyarakat juga mencari suatu jawaban atas pertanyaan dari televisi. Televisi bergitu menyatu dalam kehidupan masyarakat era modern. Satu sisi televisi dapat memberi informasi tentang banyak hal kepada masyarakat. Setia menemani seperti sahabat sejati namun sayang pengaruh buruknya juga dapat meracuni, datang tanpa permisi, menyelinap sangat sunyi ke ruang-ruang keluarga masyarakat kita.

Era globalisasi yang serba modern kini, memandang televisi bukan lagi menjadi benda eksklusif yang hanya dimiliki kelompok masyarakat tertentu. Televisi dimiliki hampir tiap keluarga dalam berbagai tingkatan sosial dan ekonomi masyarakat. Kemampuan memiliki dan kemudahan mengakses inilah yang kemudian menjadi dilema dalam kehidupan masyarakat. Televisi hanya mampu dimiliki oleh masyarakat di berbagai lapisannya tetapi pengaruh buruk yang ditimbulkan tidak mampu dibendung pada tiap lapisannya.

Fungsi Televisi sebagai Media Massa

Televisi merupakan salah satu media massa, sehingga terkait dengan fungsi media televisi maka tidak terlepas dari fungsi media massa secara

umum. Menurut Laswell dan Wright (dalam Severin & Tankard, 2005: 386-388) terdapat 4 fungsi media massa, yaitu:

1. Pengawasan (*surveillance*)
Pengawasan terkait dengan media sebagai pemberi informasi dan penyedia berita mengenai lingkungan sosial, baik terkait bidang pendidikan, sosial, ekonomi, keamanan, cuaca, dan bidang-bidang lainnya. Dalam fungsi ini, media menyampaikan peringatan-peringatan tentang segala hal yang
2. Korelasi (*correlation*)
Korelasi terkait dengan media berfungsi sebagai penyeleksi dan penginterpretasi informasi tentang lingkungan sosial. Fungsi korelasi bertujuan untuk menjalankan norma sosial dan konsensus-konsensus yang diyakini masyarakat.
3. Penyampaian warisan sosial (*transmission of the social heritage*)
Merupakan suatu fungsi dimana media menyampaikan informasi, nilai, dan norma dari satu generasi ke generasi berikutnya, atau dari anggota masyarakat kepada kaum pendatang, sehingga mampu meningkatkan homogenitas masyarakat dengan cara memperluas dasar pengalaman umum mereka. Oleh karenanya, ketika televisi ataupun media lain lebih banyak menyampaikan tayangan kekerasan, misteri/horor, musik yang bernuansa erotisme, infotainment yang cenderung menyudutkan kehidupan pribadi seseorang, ataupun sinetron yang kurang mendidik justru menempati segmen terbanyak dalam media kita, maka hal itulah yang akan kita wariskan kepada generasi selanjutnya dalam hal ini utamanya anak-anak sebagai kader penerus bangsa.
4. Hiburan (*entertainment*)
Sebagian besar media massa menginginkan untuk menghibur khalayaknya. Hiburan sejatinya memang diperlukan oleh masyarakat sebagai bagian dari dinamika aktivitas keseharian, memberi ruang untuk mengisi waktu istirahat, relaksasi dari rutinitas yang menguras energy dan pikiran. Kebutuhan akan hiburan inilah yang kemudian diolah oleh media untuk menawarkan beragam bentuk dan *genre* tayangan hiburan, baik musik, sinetron, *talkshow*, *reality show*, maupun film yang kemudian membidik waktu tayang yang dianggap sesuai.

Realitas Televisi sebagai Media Massa

Kajian komunikasi massa memahami televisi sebagai salah satu bentuk media massa yang memiliki kemampuan untuk mendominasi komunikasi massa karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi kerap dijuluki '*magic box*' artinya mampu menyuguhkan tayangan-tayangan yang menarik perhatian khalayak. Dengan demikian, televisi memiliki peran yang kuat dalam membentuk dan mempengaruhi mental maupun pola pikir khalayak. Televisi menjadi media paling efektif dalam menyebarkan nilai-nilai yang bersifat konsumtif, permisif, dan persuasif.

Menurut Gerbner, televisi merupakan kekuatan dominan dalam membentuk masyarakat modern (dalam Griffin, 2004: 380). Hal penting yang digaris bawahi Gerbner adalah *mean world syndrom*. Gerbner meyakini bahwa kekuatan televisi muncul dari konten simbolik dan drama kehidupan riil (*real-life*

drama) yang ditunjukkan dari jam ke jam, hingga pekan ke pekan. Secara mendasar, televisi merupakan penyampai cerita (*storyteller*) yang terlembaga dalam masyarakat. Cerita-cerita yang diberikan kepada masyarakat merupakan sebuah gambaran koheren tentang apa yang ada, apa yang menjadi penting, apa yang terkait, dan apa yang benar menurut media. Televisi muncul sebagai petunjuk arah.

Selain menjadi petunjuk arah, televisi juga menjadi lahan potensial bisnis media. Banyaknya pengiklan yang memasang iklan menjadi salah satu indikator suatu program di televisi diminati khalayak. Hal lain yang juga menjadi indikator adalah konten televisi itu sendiri. Tren konten menentukan seberapa tinggi *rating* dan *share* yang diperoleh sebuah stasiun televisi dalam sebuah program. Ini menjadi alasan mengapa hal-hal yang tengah tren menjadi magnet keuntungan televisi. Televisi dapat meraup keuntungan berlipat-lipat dari tayangannya. Tren televisi didominasi oleh hal terkait *genre* dan penampil pada program televisi.

Dalam perkembangannya sebagai media massa televisi kini memiliki kecenderungan melakukan hiperrealitas yang mengorbankan masyarakat sebagai khalayaknya. Masih segar dalam ingatan kita betapa suksesnya serial Tukang Bubur Naik Haji (TBNH) di salah satu televisi swasta. Episode TBNH menembus angka ribuan episode dan tayang tiap hari dengan durasi hampir 3-4 jam sekali tayang, bahkan masih tayang hingga sekarang meski durasinya tidak sepanjang beberapa waktu yang lalu. Genre program religi yang tengah tren nyatanya bukanlah gambaran dari meningkatnya kesalehan muslim di masyarakat kita, namun hanya merupakan upaya media untuk mengikuti keinginan pasar demi keuntungan semata.

Selain itu praktik lain yang dilakukan televisi sebagai media massa yang mengorbankan khalayak adalah terkait liputan pernikahan artis tenar Anang Hermansyah dan Ashanti, Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, juga liputan Ashanti melahirkan. Program yang diada-ada itu jelas hanya memanfaatkan peminat-peminat berat artis tersebut karena sedang naik daun dan memiliki banyak sekali penggemar. Syahwat kapitalisme media televisi nyata-nyata telah memperkosa hak-hak publik dalam hal ini. Realitas tersebut menggambarkan kecurangan media terhadap hak-hak khalayak sebagai pemilik frekuensi yang digunakan media massa televisi.

Hal lain yang juga muncul dalam peran televisi sebagai media massa adalah keberpihakan media televisi secara politis. Jika kita mundur sejenak mengingat masa pemilihan umum presiden beberapa tahun lalu, agaknya lucu ketika hasil perolehan hitung cepat yang ditayangkan televisi menghasilkan pemenang yang mengikuti kecenderungan sikapnya terhadap calon tertentu. Bukan hanya itu media televisi kala itu juga memiliki pespektif dalam pemberitaan mengikuti kecenderungan keberpihakan terhadap calon tertentu. Agaknya tidak berlebihan jika hal ini dianggap sebagai salah satu dosa media televisi. Pasalnya masyarakat awam pun dapat mengidentifikasi adanya kecenderungan tertentu stasiun televisi terhadap calon tertentu dalam tiap pemberitaannya. Dari ulasan tersebut juga jelas tergambar bahwa kekuasaan dan modal memegang peranan penting dalam menentukan konten media.

Kondisi Televisi Kini:

Rendahnya Kualitas Tayangan dan Tayangan Tak Ramah Anak

Rendahnya kualitas tayangan televisi dapat dengan mudah terdeteksi dari banyaknya aduan yang dilayangkan ke KPI serta hasil survey kualitas program siaran tv. Berdasarkan hasil survey Indeks Kualitas program Siaran TV periode Maret-April 2015 yang dilakukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), bekerjasama dengan 9 perguruan tinggi di Indonesia, dari 9000-an program siaran televisi selama 2 bulan, diambil sampel program sebanyak 45 program siaran televisi. Program siaran diklasifikasikan terlebih dahulu berdasarkan kategori 9 program siaran, yaitu: berita, sinetron/FTV/film, *variety show*, *talkshow*, religi, budaya/wisata, *infotainment*, komedi, dan anak-anak; dan masing-masing kategori program acara diambil sampel 5 program acara. KPI menetapkan standar kualitas adalah 4,0 (berkualitas), dengan skala 1 hingga 5. Survey periode ini memperlihatkan, nilai indeks kualitas program acara secara keseluruhan adalah 3,25. Angka ini menunjukkan bahwa secara umum kualitas program acara televisi masih di bawah standar kualitas dari KPI.²

Sebagaimana dilansir Kompas pada, 10 Februari 2016; mulai Oktober 2015 – 31 Januari 2016, KPI membuka kesempatan kepada masyarakat untuk memberikan masukan dan kritikan terhadap program siaran televisi. Masukan tersebut menjadi salah satu bahan pertimbangan perpanjangan izin penyelenggaraan penyiaran (IPP) 10 stasiun televisi. Hasil jajak pendapat mengungkap sebanyak (88,1%) responden setuju jika masukan dari masyarakat dalam uji publik KPI dijadikan bahan pertimbangan proses perpanjangan izin siaran televisi. Menarik jika dicermati bahwa separuh lebih yakni mencapai (61,6%) responden menyatakan bahwa secara umum tayangan televisi saat ini tidak mendidik. Tayangan sinetron dan drama muatan isinya tidak memberikan nilai edukasi dan tidak logis. Rendahnya kualitas program televisi memunculkan persoalan berupa ketidakselarasan antara harapan dan idealisme masyarakat yang membutuhkan media dengan pemilik media yang menjadi *decision maker* termasuk juga di dalamnya pengelola media televisi dalam menentukan konten media televisi serta target ekonomis dan politis perusahaan media.

Masyarakat Indonesia sayangnya masih cenderung pragmatis dalam menanggapi dan menalar berbagai persoalan terkait literasi, baik literasi informasi, terlebih media televisi. Beragam cara dilakukan untuk mengisi waktu-waktu luang dengan aktivitas yang kurang produktif seperti mengobrol, atau malah memilih menonton televisi sebagai sarana untuk memenuhi berbagai kebutuhan terhadap media tanpa mengkaji isinya.

Jika dicermati secara mendalam, tayangan-tayangan televisi banyak yang tidak logis, dan realistis, irasional, bahkan hiperbolis. Tayangan-tayang televisi seperti sinetron mencatikan nilai-nilai moral, etika, agama dan kultur kebangsaan. Muatan-muatan hasutan, fitnah, kebohongan, horor, mistis, pornografi, kekerasan, konsumtif dan hedonisme banyak mewarnai tayangan sinetron, film, *infotainment*, dan acara pentas musik di televisi bahkan ditemui

di berbagai stasiun televisi menayangkan genre serupa sesuai tren yang berlaku. (lihat bahasan sebelumnya tentang Realitas Televisi sebagai Media Massa).

Muatan-muatan tidak mendidik sangat potensial merusak tumbuh kembang anak ke arah yang tidak baik karena salah satu karakter anak yang menonjol adalah sebagai peniru ulung. Paparan komunitas Remote TV pada momen diskusi publik tentang penyiaran di PP Muhammadiyah pada 4 Februari 2016 yang lalu mendapati hasil; Komposisi tayangan anak pada semua stasiun televisi swasta di Indonesia memperoleh angka tertinggi 38,63% (MNC TV) dan terendah 0,83% (SCTV).

Namun rupanya tidak hanya selesai sampai di situ, secara kuantitatif angka 38,63% mungkin cukup representatif tetapi perlu ditilik lebih dalam terkait muatan konten di tiap program anak yang ditayangkan tersebut. Benar saja beberapa konten ditemukan bermuatan perilaku tidak ramah anak. Seharusnya konten tayangan anak harus mencerminkan pengajaran terhadap perilaku ideal dan juga harus sesuai dengan konteks keanakan itu sendiri.

Beberapa program anak penulis temukan mengandung muatan tidak ramah anak berikut antaranya; pertama, terkait bias identitas gender. Ada pemunculan tokoh banci dalam tayangan yang sangat akrab ditonton anak sehari-hari. Bias identitas dapat memunculkan kesalahan anak dalam memahami aspek kodrati manusia sebagai laki-laki atau sebagai perempuan berikut perannya dalam masyarakat, juga pewajaran dalam identitas gender yang tidak normal.

Kedua, munculnya upaya pendewasaan anak secara prematur. Salah satu animasi anak memperlihatkan penggambaran seorang laki-laki dewasa berada di dalam situasi mengkhayalkan perempuan dewasa pujaan hatinya dalam lamunan sedang menyanyi dan menari ala India. Penggambaran gestur wajah yang berbunga-bunga dan tersipu karena sedang jatuh cinta serta berharap perempuan idamannya menjadi kekasihnya adalah tidak cocok dengan konteks keanakan mengingat perilaku tersebut tidak berada di fase anak-anak.

Ketiga, adanya contoh stimulasi perilaku komunikasi yang buruk dan tidak sesuai konteks keanakan. Hal yang penulis temukan adalah; upaya memasukkan anak ke dalam konteks dinamika hubungan suami dan istri. Pada tayangan animasi anak terdapat *setting scene* yang sedang bercakap-cakap ketika tengah berbelanja di tukang sayur keliling. Di sana Ibu-Ibu digambarkan sedang bergosip dan sindir menyindir tentang siapa si tukang penghutang saat berbelanja. Ada juga yang mengeluhkan kurangnya jatah uang belanja dari yang diberikan suami-suami mereka. Atau pula sindiran istri kepada suaminya di rumah terkait permasalahan uang belanja bulanan.

Dari yang penulis paparkan hanya baru contoh-contoh yang dengan mudah teramati melainkan belum masuk pada aspek analitis yang lebih dalam. Dengan demikian sangat memungkinkan ditemukan banyak hal serupa dalam tayangan anak yang justru cenderung tidak ramah anak. Hal tersebut menjadi masalah tersendiri mengingat proses pendampiangn terhadap anak menjadi mutlak sangat penting. Sayangnya kemampuan menelaah muatan dalam konten media televisi belum tentu dapat dilakukan dengan baik oleh setiap orangtua terutama perempuan yang notabene adalah sebagai Ibu.

Literasi Media

Menurut pakar komunikasi Paul Messaris (dalam Tamburaka, 2013:7) literasi media yaitu pengetahuan mengenai bagaimana media berfungsi dalam masyarakat. Sedangkan Baran dan Dennis (dalam Tamburaka, 2013:8) memandang literasi media sebagai suatu gerakan melek media, yaitu gerakan yang dirancang untuk meningkatkan kontrol individu terhadap media yang mereka gunakan untuk mengirim dan menerima pesan.

Tentang literasi media (melek media), Alan Rubin menawarkan tiga definisi (dalam Baran & Davis, 2010:420):

- (1) National Leadership Conference mengenai melek media – kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan;
- (2) Ahli media Paul Messaris – pengetahuan mengenai bagaimana media berfungsi dalam masyarakat; dan
- (3) Peneliti komunikasi massa Justin Lewis dan Sut Jhally – memahami kemampuan budaya, ekonomi, politik, dan teknologi terhadap pembuatan, produksi, dan penyiaran pesan. Rubin menambahkan bahwa semua definisi yang menekankan pengetahuan, kesadaran, dan rasionalitas tertentu, yaitu pengolahan kognitif dari informasi. Sebagian besar berfokus pada evaluasi kritis dari pesan, sementara yang lain meliputi komunikasi pesan. Melek media adalah mengenai pemahaman sumber dan teknologi dari komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang diproduksi, dan pemilihan, penafsiran, serta dampak dari pesan tersebut.

Aspek penting Literasi Media adalah upaya pengajaran terkait media. Namun perlu dibedakan *Media Education* dengan *Literacy Media*. Culver Hoobs dan Jensen (dalam Tamburaka, 2013: 9) menegaskan;

However, media literacy education is distinct from simply using media and technology in classroom, a distinction that is exemplified by the different between "teaching with media" and "teaching about media"

(Bagaimana pun pendidikan literasi media adalah terpisah, jelas dari hanya menggunakan media dan teknologi di dalam kelas suatu pemberdayaan yang memberikan contoh dari perbedaan antara mengajar dengan media dan mengajar tentang media)

Sumber yang sama juga menyebut melengkapi argument sebelumnya, Aspen *Media Literacy Leadership Institute* mengemukakan bahwa; *Media literacy is the ability to access, analyze, evaluate, and create media in a variety of forms.*

Makna istilah literasi media sangat potensial terdistorsi dengan istilah *Media Education* yang telah dibahas pada alinea sebelumnya. Namun untuk dapat ditegaskan kembali bahwa literasi media bukanlah pendidikan media. Meski begitu pengetahuan tentang media tetap masih diperlukan. Perbedaannya adalah pendidikan media memandang fungsi media massa yang senantiasa positif, yaitu *a site of pleasure* dalam berbagai bentuk sedangkan literasi media yang memakai pendekatan *innoculations* yang berupaya melindungi khalayak dari dampak buruk pesan media (Tamburaka, 2013:11).

Literasi media atau yang lebih populer disebut dengan melek media merupakan upaya yang dilakukan untuk membentuk pengguna media supaya bersikap lebih selektif dan kritis terhadap nilai-nilai yang ataupun muatan-muatan yang ditampilkan oleh media, termasuk televisi. Secara jangka panjang, sikap kritis khalayak ini akan mampu mempengaruhi media dalam memberikan pandangan dan nilai-nilai terkait dengan kualitas program, sehingga akan menghasilkan perubahan dalam merepresentasikan realitas sosial melalui tayangan-tayangan televisi. Art Silverbart (dalam Baran, 2012:34-38), mengidentifikasi adanya 7 (tujuh) dan Baran menambahkan 1 (satu) elemen terakhir sehingga menjadi 8 elemen dasar melek media:

1. *Keterampilan berpikir kritis memungkinkan anggota khalayak untuk mengembangkan penilaian yang independen terhadap isi media.* Berpikir kritis terhadap isi media yang kita serap adalah esensi dasar melek media. Berpikir tentang apa yang kita tonton adalah salah satu hal yang menunjukkan kemampuan berpikir kritis ini. Ketika kita tidak mampu menjawab apa yang kita tonton dan untuk apa kita menonton sebuah tayangan, maka kita tidak mampu bertanggung jawab terhadap pilihan kita untuk menonton sesuatu.
2. *Pemahaman terhadap proses komunikasi massa.* Jika kita mengetahui komponen-komponen proses komunikasi massa dan keterkaitan komponen-komponen tersebut kita dapat membentuk suatu ekspektasi bagaimana media akan memberikan pelayanan kepada kita, baik tentang bagaimana industri media beroperasi, kewajiban industri media terhadap khalayak, bagaimana media membatasi dan mengembangkan pesan-pesannya, ataupun umpan balik seperti apa yang paling efektif.
3. *Kesadaran akan dampak media terhadap individu dan masyarakat.* Dalam beberapa aspek, media memberikan kontribusi dalam perubahan dunia dan manusia. Akan tetapi jika kita mengabaikan dampak media dalam hidup kita, kita akan menghadapi resiko terjebak dan terbawa arus perubahan, bukan mengendalikan dan mengarahkan perubahan tersebut.
4. *Strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media.* Untuk menyerap media massa dengan penuh pemikiran, kita membutuhkan fondasi, yakni semacam 'tool' yang dapat membantu untuk menciptakan makna dan sekaligus menjadi dasar pemikiran dan refleksi kita. Misalnya kita ingin menciptakan makna tentang pencahayaan, strategi pengambilan gambar, atau karakter pemain. Jika kita tidak memahami fondasi dan tool tersebut, maka kita tidak mampu mennginterpretasikan isi media.
5. *Sebuah kesadaran akan isi media sebagai suatu teks yang menyediakan wawasan bagi budaya dan kehidupan kita.* Kita dapat mengetahui suatu budaya dan masyarakatnya, sikap, nilai-nilai, maupun mitos yang muncul jika ada melalui komunikasi. Dalam budaya modern seperti sekarang ini, pesan media terus mendominasi komunikasi tersebut, membentuk pemahaman dan wawasan terhadap budaya.
6. *Kemampuan untuk menikmati, memahami, dan menghargai isi media.* Melek media bukan berarti menjalani kehidupan dengan pragmatisme, tidak menyukai apapun yang ada dalam media, atau justru mencurigai

dampak-dampak yang berbahaya dan munculnya degradasi budaya. Ketika kita belajar sesuatu melalui lembaga pendidikan, maka kita melakukan hal yang sama terhadap teks media. Belajar untuk menikmati, memahami, dan menghargai isi media berarti termasuk kemampuan untuk menggunakan *multiple points of access* – untuk mendekati isi media dari berbagai arah yang beragam dan menghasilkan berbagai tingkatan makna didalamnya. Dengan demikian kita dapat mengendalikan pembentukan makna untuk mengontrol tingkat kesenangan terhadap sebuah tayangan dan sekaligus merupakan bagian dari menghargai diri dan masyarakat.

7. *Pengembangan keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab.* Kemampuan literasi secara tradisional mengasumsikan bahwa orang yang dapat membaca berarti dapat menulis. Pendidikan melek media juga membuat asumsi serupa. Terkait dengan literasi atau ke-melek-an terhadap media, maka tidak hanya kemampuan memahami konten yang efektif dan efisien, namun juga *menggunakan* secara efektif dan efisien. Dengan demikian, individu yang melek media harus mengembangkan keterampilan memproduksi yang membuat mereka mampu menciptakan pesan media yang bermanfaat. Elemen ini mungkin terlihat tidak menjadi penting atau tidak mudah dilakukan, ketika orang tidak memilih untuk menjalani pekerjaan dalam dunia produksi media. Namun dengan adanya mekanisme pemahaman dan edukasi literasi media melalui pelatihan, masyarakat dalam berbagai profesinya kini dituntut dapat memiliki keterampilan untuk menyebarkan informasi berbasis media.
8. *Pemahaman akan kewajiban etis dan moral para praktisi media.* Elemen ini merupakan pelengkap dari ketujuh elemen yang disampaikan oleh Silverbart, dimana untuk membuat penilaian informatif tentang kinerja media, kita juga harus memahami tekanan persaingan yang dialami oleh para praktisi media. Kita perlu memahami regulasi dalam operasionalisasi media, dengan kata lain kita harus mengetahui, masing-masing, kewajiban hukum dan etis praktisi media. Misalnya menyiarkan tentang berita kekerasan merupakan hal yang diizinkan dalam pertelevisian, namun ketika dibenturkan kepada aspek etika, maka etis kah tayangan kekerasan tersebut bagi masyarakat? Dalam konteks regulasi penyiaran di Indonesia, sebenarnya telah diatur dalam UU Penyiaran no 32 tahun 2002 pasal 36 bahwa isi siaran wajib mengandung unsur informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, persatuan dan kesatuan serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya bangsa. Selain itu bahwa siaran harus dijaga netralitasnya dan tidak mengutamakan golongan tertentu. Selanjutnya isi siaran dilarang : a) bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan, dan/atau bohong; b) menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkoba dan obat terlarang; atau c) mempertentangkan suku, agama, ras, dan antar golongan.

Menurut Stanley J. Baran (2012:38), menyerap isi media adalah suatu hal yang sederhana. Hanya dengan menekan tombol, kita dapat melihat gambar pada televisi atau mendengar radio. Namun, selanjutnya menurut Stanley J. Baran (2012: 38 – 41), penyerapan media yang melek (*literate*) membutuhkan beberapa keterampilan spesifik :

1. Kemampuan dan kemauan melakukan suatu usaha untuk memahami isi media, memberi perhatian, dan menyaring berbagai gangguan. Segala hal yang menghambat tercapainya suatu komunikasi yang berhasil disebut gangguan (*noise*), dan sebagian besar gangguan dalam proses komunikasi massa merupakan hasil tindakan penyerapan kita. Ketika kita menonton televisi, seringkali kita juga melakukan aktivitas lain, seperti makan, membaca, atau berbincang, sehingga kualitas pembentukan makna yang kita miliki tergantung pada usaha yang diberikan.
2. Pemahaman dan penghargaan pada kekuatan pesan-pesan media. Media massa sudah muncul selama lebih dari satu abad dan hampir semua orang dapat menikmatinya. Banyak isi media yang bersifat dangkal dan membodohi, menjadi sangat mudah untuk mendepak isi media tanpa memerlukan pertimbangan yang serius. Namun, kita juga mengabaikan kekuatan media melalui **efek-orang ketiga** – sikap umum yang menganggap bahwa orang lain terkena dampak media, namun kita tidak. Oleh karena itu, kita cukup melek untuk memahami dampak media massa pada sikap, tingkap laku, dan nilai-nilai orang lain, namun tidak sadar diri atau tidak cukup jujur untuk melihat dampaknya dalam kehidupan kita.
3. Kemampuan untuk membedakan reaksi emosional dan rasional ketika merespons isi media atau bertindak sesuai isi media. Isi media sering dirancang untuk menyentuh dalam tingkatan emosional. Kita menikmati menghanyutkan diri dalam acara televisi yang dikemas dengan baik. Namun karena kita bereaksi secara emosional terhadap pesan-pesan ini, tidak berarti pesan-pesan ini tidak memiliki makna dan implikasi yang serius dalam hidup kita. Pada akhirnya kita dapat menggunakan perasaan sebagai titik awal pembentukan makna.
4. Pengembangan ekspektasi yang lebih tinggi terhadap isu media. Kita semua menggunakan media untuk menghilangkan ataupun menghabiskan waktu. Ketika kita memutuskan untuk menonton televisi, maka kita memilih saluran televisi dan program yang memang sesuai dengan standar keinginan kita. Dengan pemilihan saluran dan program ini maka akan muncul ekspektasi dan usaha untuk pembentukan makna dan perhatian terhadap apa yang kita lihat.
5. Pengetahuan terhadap kesepakatan akan aliran (*genre*) dan kemampuan untuk mengenali ketika *genre* dan kemampuan digabungkan dengan yang lain. Istilah *genre* disini mengacu pada kategorisasi program tayangan, dan setiap *genre* memiliki karakteristik dengan perbedaan tertentu. Kita dapat membedakan program film documenter dengan film hiburan dari nada suara, penggambaran orang-orang, ataupun pemilihan nuansa suasana dan warna yang muncul. Namun, kecenderungan media saat ini bahwa dalam upaya untuk

memaksimalkan jumlah khalayak (terkait keuntungan/rating) atau untuk alasan-alasan kreatif, pembuat isi media menggabungkan beberapa aturan genre yang ada.

6. Kemampuan untuk berpikir kritis tentang isi media, seberapapun tingkat kredibilitas sumbernya. Penting bagi media untuk menjadi kredibel dalam proses demokrasi, sehingga dalam wacana negara demokrasi, media dianggap sebagai pilar keempat demokrasi. Akan tetapi hal ini tidak berarti bahwa kita harus mempercayai semua yang disampaikan media. Perlu memiliki sikap seimbang dalam hal mempercayai dan menerima isi media dengan sikap mempertanyakan ataupun mengkritisnya.
7. Pengetahuan tentang bahasa yang dipakai di kalangan berbagai media dan kemampuan untuk memahami pengaruhnya, bagaimanapun kompleksnya bahasa tersebut. Seperti halnya setiap genre media yang memiliki gaya dan aturan yang bervariasi, setiap media juga memiliki bahasa yang sangat spesifik. Bahasa ini diekspresikan dalam nilai-nilai produksi seperti pencahayaan, penyuntingan, efek khusus, musik, sudut pengambilan gambar, lokasi, serta ukuran dan penempatan judul acara. Untuk dapat membaca sebuah teks media, kita harus memahami bahasa yang digunakan. Contoh umum yang sering kita lihat misalnya, ketika ditayangkan gambar yang berputar-putar, maka berarti tokoh sedang bermimpi.

Perempuan dan Keterampilan Literasi Media (Studi Pada Televisi)

Penelitian tentang Literasi Media dilakukan oleh Rachmat Kriyantono (2007), yang memfokuskan penelitiannya pada bagaimana regulasi penyiaran mampu menopang dan mengontrol siaran pertelevisian di Indonesia; dimana dalam hasil penelitiannya disebutkan bahwa sejak memasuki era reformasi, masyarakat Indonesia tinggal dalam industry media. Sebagai konsekuensinya adalah munculnya berbagai stasiun televisi yang menyajikan berbagai pilihan program siaran. Namun demikian, dengan banyaknya stasiun televisi, yang menjadi penting adalah bagaimana regulasi bidang penyiaran mampu berfungsi dengan baik dan memberikan edukasi tentang literasi media, mengingat banyaknya tayangan-tayangan televisi yang tidak mengandung muatan nilai dan moralitas bagi khalayak.

Dalam realita kehidupan masyarakat kita sehari-hari, anak-anak dan ibu rumah tangga menjadi kelompok paling rentan menjadi korban televisi melalui tayangan infotainment, sinetron, dan film animasi/kartun. Dijumpai dalam banyak kasus anak-anak yang lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton televisi daripada melakukan hal-hal lain yang lebih produktif, sementara itu orang tua, terutama ibu justru jarang melakukan pandampingan dan mengawasi anak pada saat menonton televisi. Parahnya lagi banyak orangtua menganggap televisi menjadi senjata ampuh agar anak 'anteng', tidak bermain keluar rumah karena ibunya harus menyelesaikan pekerjaan rumah. Sayangnya anak-anak memiliki kecenderungan untuk meniru apapun yang mereka lihat dari lingkungannya tanpa memikirkan atau mempertimbangkan baik-buruk, manfaat atau kerugian yang ditimbulkan dari sebuah tayangan.

Anak-anak belum memiliki daya pikir yang mapan dan kritis sehingga akan sangat mudah terpengaruh.

Intensitas paparan tayangan televisi terhadap anak-anak tentunya akan menjadikan anak menjadi jauh dari nilai-nilai kehidupan yang penting dalam kehidupannya, seperti bagaimana mereka belajar berinteraksi dengan teman-teman sebaya, membangun kerjasama, menghargai pendapat orang lain, dan sikap kepedulian terhadap sesama. Hal ini tentunya mutlak membutuhkan peran dan keterlibatan orang tua, khususnya ibu sebagai orang yang dekat dengan anak-anak.

Sebagian ibu mungkin memiliki waktu luang lebih banyak untuk berkomunikasi secara langsung dengan anak-anak. Di sinilah peran sinergi antara orang tua, guru, dan tokoh masyarakat secara keseluruhan menjadi penting untuk dapat mengajak berpikir secara kritis maupun berdiskusi tentang sebuah muatan tertentu dalam konten tayangan televisi. Selanjutnya, informasi yang diterima anak melalui televisi tidak lantas ditelan mentah-mentah oleh anak karena telah dianalisis, diolah kembali, atau mungkin diperbandingkan dengan tayangan lain sehingga pada gilirannya tayangan tersebut benar-benar menjadi sumber pengetahuan yang berguna bagi anak.

Dengan gerakan literasi media diharapkan dapat memberikan kesadaran kritis bagi khalayak ketika berhadapan dengan media yakni terkait cara menyikapi berbagai informasi secara benar. Selain itu secara kritis dan lebih sadar akan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai organisasi dan lembaga perempuan dan anak, seperti Yayasan Peduli Media, Aisyiyah, Nasyyatul Aisyiyah, maupun KPAI fokus terhadap persoalan literasi media, hal ini merupakan bukti konkret bahwa masyarakat kini mulai mengkhawatirkan tentang dampak negatif media khususnya bagi anak sebagai upaya perlindungan anak.

Berondongan media dan arus globalisasi mungkin telah memasuki fase yang sulit untuk dicegah masuk ke dalam ruang publik maupun ruang privat masyarakat kita namun upaya mendalami literasi media sangat substantif bagi para orangtua khususnya perempuan sebagai orang yang berpengaruh paling besar dalam menyiapkan kualitas generasi. Perempuan sebagai ibu diharapkan dapat menerapkan *self regulation* di rumah masing-masing demi melindungi anak-anak dan keluarga dari konten berbahaya media khususnya dari televisi.

Gerakan literasi media melalui pengefektivan peran perempuan sebagai ibu melek media diproyeksi dapat membendung kekhawatiran para orangtua terhadap konten berbahaya atau konten yang mungkin terdistorsi dari pemahaman anak. Dengan demikian dampak buruk dari konten yang berpotensi berbahaya pada anak dapat teratasi tanpa mengasingkan diri dari era keterbukaan informasi dan tetap ikut siap dan sigap menyikapi arus globalisasi.

SIMPULAN

Literasi media tidak sekadar dimaknai sebagai kemampuan seseorang menggunakan dan mengakses berbagai media. Keterampilan literasi media televisi diwujudkan dengan bentuk sikap kritis dalam memahami, menganalisis, dan mengevaluasi tayangan media televisi. Perempuan adalah pihak yang paling potensial menjadi pembuka jalan bagi pemahaman konten-konten media

yang tidak layak tonton. Tidak semua tayangan memiliki nilai-nilai yang dibutuhkan oleh masyarakat, namun juga ada tayangan-tayangan media televisi yang memberikan edukasi bagi masyarakat. Sikap bijak dan cerdas dalam bermedia menjadi titik awal yang mampu memberikan dorongan kuat bagi terciptanya kualitas tayangan yang lebih menghargai nilai-nilai kemanusiaan daripada sekedar kepentingan kelompok kapitalisme para pemilik media. Lebih jauh, diharap bahwa masyarakat di Indonesia khususnya perempuan yang notabene sebagai Ibu akan lebih cerdas dalam menyikapi tayangan televisi sehingga mampu menyikapi tayangan-tayangan yang memiliki potensi merusak karakter anak-anak bangsa.

Di beberapa negara maju, yang notabene menjadi tempat yang sangat leluasa dan permisif dalam perkembangan program – program berbagai media massa, justru telah melangkah maju dan merespon akan dampak negatif media dengan memasukkan literasi media menjadi bagian dari kurikulum sekolah. Bahkan PBB melalui badan UNESCO telah menyusun dan menerbitkan kurikulum *Media and information Literacy (MIL)* yang seharusnya diimplementasikan dalam bidang pendidikan di negara-negara di seluruh dunia. Persoalan pendidikan di negara Indonesia belum terlihat menyentuh masalah literasi media, padahal berbagai kejadian tindak kejahatan yang dilakukan oleh anak banyak dipengaruhi oleh media. Maka paling tidak inilah alasan mengapa gerakan literasi media harus segera dimulai di tiap rumah bersama para orangtua.

DAFTAR RUJUKAN

- Baran, S. J. (2012), *Pengantar Komunikasi Massa : Melek Media & Budaya*, Jilid 1 Edisi 5, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- , (2012), *Pengantar Komunikasi Massa : Melek Media & Budaya*, Jilid 2 Edisi 5, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Baran, dkk. (2010), *Teori Komunikasi Massa; Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Griffin, EM, (2004), *A First Look at Communication Theory*, Fifth Edition, McGraw Hill, New York.
- Ibrahim, dkk. (2014), *Komunikasi & Komodifikasi; Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.
- Kriyantono, R, (2007). *Pemberdayaan Konsumen Televisi melalui Ketrampilan Media Literacy dan Penegakan Regulasi Penyiaran*, Jurnal Penelitian Komunikasi, Media Massa dan Teknologi Informasi, Volume 10 No. 21, ISSN 1978-5518.
- Morissan, (2014), *Teori Komunikasi, Individu Hingga Massa*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Severin, dkk. (2007). *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Raja Grafindo, Jakarta.
- Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
Sumber Elektronik:
www.bps.go.id
www.kpi.go.id