

Turnomo Rahardjo, Mario Antonius Birowo, Rini Darmastuti,
Dewi Kartika Sari, M. Najib Husain, Sunarto, Sri Hastjarjo, Tomi Febriyanto,
Herfriady, Fajar Junaedi, Setio Budi HH

Literasi & Media Kearifan Lokal

'Konsep dan Aplikasi'

Kata Pengantar :

Prof. Pdt. John A. Titaley, Th.D.

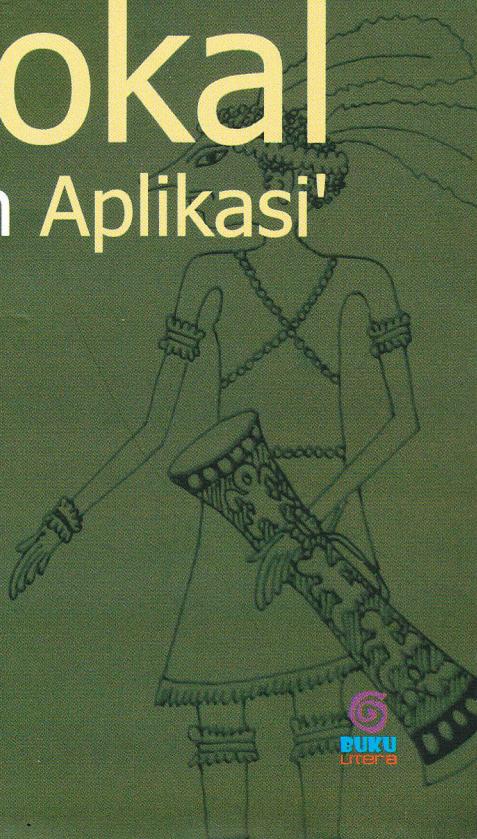
(Rektor Universitas Kristen Satya Wacana)

Dra. Nina M. Armando, Msi

(Anggota KPI Pusat)

Editor :

Rini Darmastuti dan Fajar Junaedi



DAFTAR ISI

Kata Pengantar

Prof. Pdt. John A. Titaley, Th.D. v

Dra. Nina Mutmainnah Armando, M.Si ix

Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si. xii

Daftar Isi xvii

Daftar Gambar dan Tabel xix

Memahami Literasi Media (Perspektif Teoritis)

Turnomo Rahardjo 1

Perspektif Budaya dalam Literasi Media

Mario Antonius Birowo 25

Kearifan Lokal Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Terpaan Media

Rini Darmastuti 50

Literasi Media Cetak : Memotret Sensasionalisme Koran dengan Segmentasi Menengah ke Bawah

Dewi Kartika Sari 85

Literasi Media Radio dalam Perspektif Lokal

M. Najib Husain 107

Literasi Media dan Dominasi Maskulin di Televisi

Sunarto 126

Literasi Media Baru Berbasis *Lokal Wisdom* Jawa

Sri Hastjarjo 142

Kesenjangan Digital dan Literasi Media Baru

Tomii Febriyanto 166

Literasi Media Film, “Lokalitas Film Indonesia: Mengintip Indonesia dari Pelosok” <i>Herfriady</i>	182
Literasi Media dalam <i>Video Game</i> <i>Fajar Junaedi</i>	207
Literasi Iklan: Mengembalikan Kesadaran dan Kecerdasan Khalayak <i>Setio Budi HH</i>	233
Glosarium	255
Indeks	263
Daftar Pustaka	267
Daftar Penulis	281

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

A. Daftar Gambar

Gambar 1.	Bijaksana dalam menggunakan Media Massa	2
Gambar 2.	Budaya sebagai Filter untuk mengkonsumsi Media.....	26
Gambar 3.	Kearifan Lokal dalam menggunakan Media	65
Gambar 4.	Sensasionalisme lewat aspek Visual	97
Gambar 5.	Kearifan Lokal dalam menggunakan Media Radio	109
Gambar 6.	Kearifan Lokal dalam Menggunakan Media Televisi	128
Gambar 7.	Konvergensi Media (Flew 2002:10)	143
Gambar 8.	Bijaksana dalam menggunakan Media Baru	152
Gambar 9.	Analog vs Digital	176
Gambar 10.	Kearifan Lokal dalam mengkonsumsi Film	196
Gambar 11.	Pendidikan Media	203
Gambar 12.	Game dan kekerasan	211
Gambar 13.	<i>Video game online</i> dari <i>www.games.co.id</i>	229
Gambar 14.	Bijaksana dalam mengkonsumsi iklan	237

B. Daftar Tabel

Tabel 1.	Dimensi Kompetensi Komunikator	163
Tabel 2.	Pangsa Pasar Film Nasional	189
Tabel 3.	Sistem Aturan dalam Video Game	219
Tabel 4.	Fungsi Periklanan	235
Tabel 5.	Model Dimensi Literasi Iklan	248
Tabel 6.	Tingkat Literasi	250

Memahami Literasi Media (Perspektif Teoritis)

Turnomo Rahardjo

A. Pendahuluan

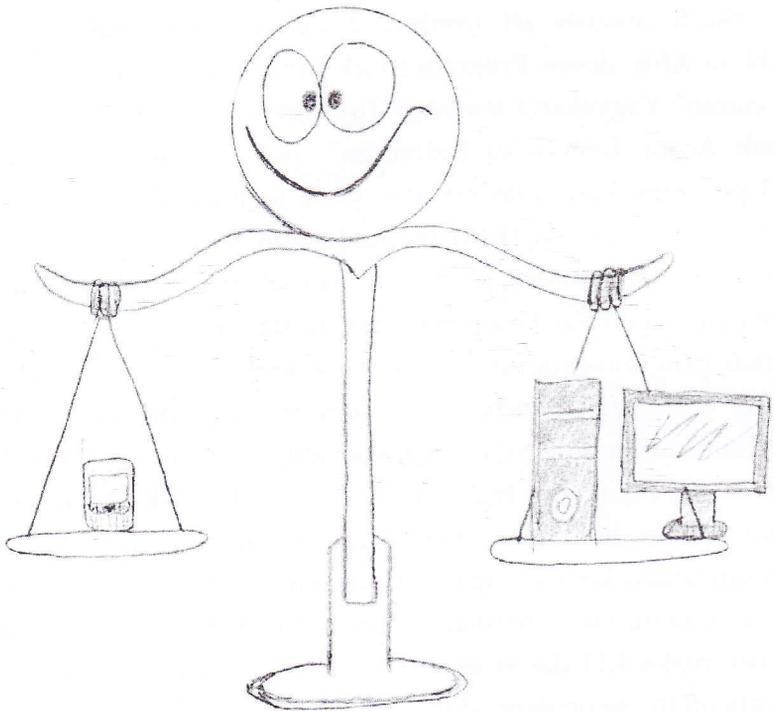
Studi analisis isi (*content analysis*) yang dilakukan oleh Subhan Afifi, dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta tentang "Tayangan Bermasalah dalam Program Acara Televisi di Indonesia" menyimpulkan bahwa dari 123 program televisi bermasalah yang mendapat teguran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menunjukkan kecenderungan bahwa kekerasan dan sadisme, pornografi dan seksualitas, serta pelecehan terhadap nilai-nilai kesopanan dan moralitas banyak ditemukan dalam program-program hiburan, seperti sinetron, *infotainment*, *reality show*, dan *variety show*. Dari program-program hiburan tersebut, sinetron merupakan acara yang paling banyak mendapat teguran KPI dan jenis teguran yang paling banyak adalah berupa teguran dan himbauan. Himbauan merupakan nasihat untuk mengingatkan kembali agar stasiun televisi mematuhi peraturan. Teguran merupakan peringatan keras. Jika berbagai teguran tidak ditaati, maka KPI dapat memberikan sanksi administratif berupa penghentian sementara dan penghentian (dalam Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta, Volume 8, Nomor 3, September-Desember 2010, hal. 246-262).

Berapa lama anak-anak menonton televisi? Program-program apa yang mereka tonton? Penelitian yang dilakukan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro (Undip) terhadap anak-anak kelas VI sekolah dasar menemukan bahwa mereka rata-rata menggunakan waktu sekitar 4 jam pada hari biasa dan

6 jam pada hari libur untuk menonton televisi. Program televisi yang mereka tonton kebanyakan adalah sinetron, seperti misalnya sinetron *Putri yang Ditukar*, *Islam KTP*, *Nada Cinta*, dan *Pesantren Rock n Roll*. Penelitian dengan metoda survei ini dilakukan di Laboratorium Sosial FISIP Undip di Desa Curug Sewu, Kecamatan Patean, Kabupaten Kendal pada pertengahan tahun 2011.

Gambar 1.

Bijaksana dalam menggunakan Media Massa



Apa makna dari temuan-temuan penelitian tersebut? *Pertama*, masih banyaknya program televisi yang bermasalah ingin menunjukkan bahwa tayangan yang sehat dan layak dikonsumsi publik belum bisa sepenuhnya hadir dalam televisi Indonesia. *Kedua*, kebiasaan menonton televisi yang lebih dari dua jam dan

program televisi yang ditonton oleh anak-anak usia sekolah dasar mengindikasikan adanya kebiasaan yang “tidak sehat” dari anak-anak dalam menggunakan media.

Kebiasaan menonton televisi yang lebih dari dua jam bisa menyebabkan mereka kehilangan kreatifitas, karena menonton televisi merupakan perilaku yang cenderung pasif. Waktu menonton televisi bagi anak-anak seharusnya tidak lebih dari dua jam dalam sehari. Sisa waktu yang mereka miliki bisa dimanfaatkan untuk membaca atau bermain. Kegiatan membaca dan bermain bermanfaat untuk merangsang munculnya kreatifitas anak.

Hal lain yang menjadi persoalan dalam kebiasaan menonton televisi adalah kemampuan untuk memilih program-program yang ditonton. Anak-anak seharusnya menonton program-program televisi yang memang sesuai dengan umur dan kemampuan mereka dalam melakukan pemrosesan informasi atau pesan. Kemampuan untuk melakukan seleksi terhadap program-program yang disajikan media (televisi) merupakan tindakan yang strategis. Jika anak-anak menonton program televisi yang tidak sesuai dengan usia mereka seperti misalnya sinetron remaja dan dewasa yang banyak ditayangkan pada waktu siar utama (*prime time*), maka mereka berpotensi menjadi “cepat dewasa” dari usia mereka yang sebenarnya. Jika kondisi ini dibiarkan tanpa ada penanganan yang memadai, maka akan membahayakan perjalanan masa depan anak-anak.

Menumbuhkan kecakapan untuk memilih dan menonton secara kritis program-program yang disajikan oleh media (televisi) merupakan langkah strategis untuk mendorong orang dapat melakukan kontrol terhadap pengaruh media dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Temuan-temuan penelitian tersebut merupakan ilustrasi yang ingin menegaskan bahwa pendidikan media atau dalam lingkup yang lebih khusus literasi media merupakan kegiatan yang dapat membantu orang untuk memiliki kompetensi atau kecakapan yang

dibutuhkan agar tidak reaktif, namun proaktif dalam memahami pesan-pesan yang disampaikan media.

Artikel ini berusaha untuk mendiskusikan literasi media dalam cara pandang teoritik yang antara lain mencakup konsep dasar tentang literasi media, isu-isu yang melingkupinya, tema-tema dan tujuan literasi media, serta kemungkinan mendiskusikan kearifan lokal (*lokal wisdom*) yang terkait dengan kegiatan literasi media.

B. Konsep Dasar Literasi Media

Dalam catatan Baran (2010:23), televisi mempengaruhi budaya kita dalam beragam cara. Salah satu efek dari televisi adalah mendorong munculnya kekerasan dalam masyarakat. Para pemirsa televisi di AS menilai bahwa televisi terlalu banyak menyajikan kekerasan dalam program-programnya, tidak terkecuali program berita. Semuanya itu dilakukan semata-mata demi *rating*. Program berita masing-masing stasiun televisi di AS berkompetisi untuk mencapai *rating* yang dikehendaki dengan menerapkan moto "*if it bleeds, it leads*". Baran juga mengatakan bahwa kita sering terlalu cepat menyalahkan kinerja media yang tidak sesuai, namun kita jarang mempertanyakan peran kita sendiri dalam proses komunikasi massa. Kita seharusnya bisa berpartisipasi dalam proses komunikasi massa secara alamiah. Melalui interaksi dengan media, kita akan bisa "*membaca teks-teks media*".

Literasi media merupakan sebuah topik yang populer, tidak saja di antara para akademisi, tetapi juga masyarakat pada umumnya, termasuk orang tua, guru, penggiat sosial, dan pembuat kebijakan. Para akademisi memunculkan beragam pemikiran tentang literasi media. Mereka menegaskan bahwa literasi media seharusnya diperlakukan sebagai isu kebijakan publik, isu budaya kritikal, seperangkat alat pedagogis untuk guru sekolah dasar, saran untuk orang tua atau sebuah topik kajian ilmiah. Namun, apa yang sebenarnya dapat dipahami dari literasi media?

Kegiatan literasi media (Potter dalam Eadie, 2009:561-564)

akan terkait dengan tiga isu yang melingkupinya, yaitu apa yang dimaksudkan dengan media (*what are media?*), apa yang dimaksudkan dengan literasi (*what do we mean by literacy?*), dan apa tujuan dari literasi media (*what should be the purpose of media literacy?*). Ada beragam cara pandang yang terkait dengan isu pertama (*what are media?*). Beberapa perspektif menekankan pada satu medium saja (misalnya televisi atau komputer), pandangan yang lain memberi perhatian pada satu tipe medium (misal cetak atau gambar), dan perspektif lainnya lagi memfokuskan pada semua bentuk dari aktivitas berbagi informasi. Pandangan yang beragam juga tercermin dalam isu yang kedua (*what do we mean by literacy?*). Beberapa pemikiran memahami literasi media dalam konteks peningkatan kecakapan. Cara pandang yang lain menekankan pada upaya untuk membangun pengetahuan, dan perspektif lainnya lagi menempatkan pada upaya mengintegrasikan pengembangan kecakapan dan membangun pengetahuan. Dalam isu yang ketiga (*what should be the purpose of media literacy?*), sebagian besar penulis mengarahkan pertanyaan ini dengan mengatakan bahwa tujuan literasi media adalah memperbaiki kehidupan individu-individu, biasanya dengan menegaskan perlunya kontrol atau pengendalian terhadap bagaimana pesan-pesan media akan mempengaruhi mereka. Sejumlah penulis lain menegaskan bahwa literasi media perlu dimasukkan ke dalam kurikulum pendidikan, sedangkan penulis lainnya lagi mengatakan bahwa literasi media perlu diwujudkan dalam aktivisme atau gerakan sosial.

Dalam catatan Potter (dalam Eadie, 2009: 559), ada lebih dari 20 definisi tentang literasi media. Menurut pendapat penulis, batasan tentang literasi media yang dikemukakan oleh para pemikir secara individual maupun kelompok menunjukkan adanya pernyataan-pernyataan penting tentang literasi media. *Pertama*, literasi media mendorong munculnya pemikiran kritis dari masyarakat terhadap program-program yang disajikan media. *Kedua*, literasi media memungkinkan terciptanya kemampuan untuk berkomunikasi

secara kompeten dalam semua bentuk media, lebih bersikap proaktif daripada reaktif dalam memahami program-program media. Definisi yang dirumuskan oleh *Alliance for a Media Literate America* mengatakan bahwa literasi media berurusan dengan lebih mempertanyakan secara kritis, belajar, dan mengembangkan kecakapan daripada sekadar menyalahkan media (www.aamlainfo.org). Batasan lain yang dirumuskan *Children Now* menyatakan bahwa literasi media merupakan sebuah cara untuk mendorong kecakapan-kecakapan menonton secara kritis kepada pemirsa muda (www.childrennow.org). Istilah literasi media digunakan sebagai sinonim dengan/atau menjadi bagian dari pendidikan media.

Baran (2010:24) mendefinisikan literasi media sebagai sebuah kecakapan yang melekat dalam diri kita sebagai sesuatu yang terberi (*given, taken for granted*). Namun, seperti kecakapan yang lain, kecakapan tentang literasi media dapat diperbaiki. Jika kita menilai pentingnya media massa dalam menciptakan dan memelihara budaya yang dapat mendefinisikan kita dan kehidupan kita, maka kecakapan literasi media *harus* selalu diperbaiki.

Devito (2008:4) memberikan batasan literasi media sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan memproduksi pesan-pesan komunikasi massa (televisi, film, musik, radio, *billboards*, periklanan, *public relations*, surat kabar dan majalah, buku, *websites* dan *blogs*, *newsgroup* dan *chatrooms*). Dalam catatan Devito, literasi media merupakan sebuah bentuk pemberdayaan (*empowerment*), karena bisa membantu kita untuk menggunakan media dengan lebih cerdas; kita bisa memahami, menganalisis, dan mengevaluasi pesan-pesan media lebih efektif; kita bisa mempengaruhi pesan-pesan yang akan disampaikan oleh media; dan kita bisa menciptakan pesan-pesan yang dimediasi oleh kita sendiri.

C. Memahami Media

Sebelum mendiskusikan lebih mendalam tentang literasi media, ada baiknya untuk membahas terlebih dahulu apa yang perlu

dipahami dari keberadaan media, khususnya yang terkait dengan isi media (*media content*). Isi media merupakan informasi verbal dan visual yang didistribusikan melalui media (massa). Isi media sering dipahami mampu merefleksikan realitas secara objektif. Media bukanlah cermin 'dunia' (realitas) yang ada di sekitar kita, karena isi media telah dibentuk oleh beragam faktor yang menghasilkan bermacam-macam realitas. Isi media tidak dipahami dalam konteks yang bebas nilai (*value-free*), namun realitas yang dikonstruksikan media sebenarnya sarat dengan berbagai kepentingan (*value-laden*).

Gans & Gitlin (dalam Shoemaker & Reese, 1996:6-7) mengelompokkan pendekatan tentang isi media ke dalam beberapa kategori, yaitu:

1. *Content reflects social reality with little or no distortion. The Mirror Approach* terhadap penelitian isi media mengasumsikan bahwa apa yang disampaikan oleh media massa kepada khalayak merupakan refleksi yang akurat tentang realitas sosial. Sedangkan *The Null Effects Approach* menegaskan bahwa isi media merefleksikan realitas, namun realitas tersebut merupakan hasil dari kompromi antara pihak-pihak yang menjual informasi kepada media dengan pihak-pihak yang membelinya. Kekuatan-kekuatan tersebut saling mempengaruhi dan menghasilkan sebuah gambaran objektif tentang peristiwa-peristiwa.
2. *Content is influenced by media worker's socialization and attitudes. The Communicator-Centered Approach* menegaskan bahwa faktor-faktor psikologis melekat pada pekerja komunikasi seperti misalnya profesionalitas, kepribadian, sikap politik, dan pelatihan profesional, akan mengarahkan mereka untuk memproduksi realitas sosial yang menjadi kesepakatan di antara kelompok-kelompok sosial dan gagasan-gagasan baru atau perilaku yang diperlakukan sebagai keanehan atau keganjilan yang tidak diharapkan.
3. *Content is influenced by media routines. The Organizational Routines Approach* menegaskan bahwa isi media dipengaruhi

oleh cara-cara pekerja komunikasi dan institusi mereka dalam mengorganisasikan pekerjaan. Wartawan berita diajarkan untuk menulis peristiwa dalam piramida terbalik.

4. *Content is influenced by other social institutions and forces.* Pendekatan ini menegaskan bahwa faktor-faktor eksternal dari komunikator dan organisasi: kekuatan-kekuatan ekonomi dan budaya serta khalayak, akan menentukan isi media. *The Market Approach*, misalnya, menempatkan pengaruh pada keinginan profesional media untuk memberikan khalayak apa yang mereka inginkan guna menjamin khalayak yang besar untuk produk-produk sponsor. *The Social Responsibility Approach* menempatkan pengaruh pada keinginan profesional media untuk memberikan khalayak apa yang mereka butuhkan daripada apa yang mereka inginkan.
5. *Content is a function of ideological positions and maintains the status quo.* Hegemoni merupakan pendekatan teoritik yang menegaskan bahwa isi media dipengaruhi oleh ideologi dari pihak-pihak yang berkuasa dalam masyarakat. Media menjadi bagian penting dari sistem ekonomi yang dikendalikan oleh pihak-pihak yang memiliki kekuasaan ekonomi, media massa membawa sebuah ideologi yang konsisten dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan.

Pesan-pesan yang diproduksi dan disampaikan oleh media dapat juga dicermati dalam hubungannya dengan pihak-pihak yang mendanai (*funding sources*). Altschull (dalam Shoemaker & Reese, 1996:231) mengajukan sebuah kerangka pemikiran untuk mempelajari variasi-variasi dalam kontrol pemilik media. Seperti halnya pemikir ekonomi-politik, Altschull mengawali gagasannya dengan asumsi bahwa media merefleksikan ideologi dari pihak-pihak yang mendanai atau *pay the piper*.

Ia menyebutkan empat sumber dukungan kepada media, yaitu 1) dalam pola *official*, media dikendalikan oleh negara, seperti

yang banyak terjadi di negara-negara komunis; 2) dalam pola *commercial*, media mencerminkan ideologi dari pihak pengiklan dan mitra yang memiliki media; 3) dalam pola *interest*, isi media merefleksikan ideologi dari kelompok yang membiayai, seperti misalnya partai politik atau kelompok agama; dan 4) dalam pola *informal*, isi media merefleksikan tujuan-tujuan dari kontributor individual yang berkeinginan untuk mempromosikan pandangan-pandangan mereka.

D. Media dan Kepentingan Publik

Media, dalam keberadaannya, dipahami lebih dari sekadar mekanisme sederhana dalam diseminasi informasi (Littlejohn & Foss, 2005: 292). Media adalah sebuah organisasi yang kompleks, sebuah institusi sosial yang penting dalam masyarakat. Jelasnya, media adalah pemain utama (*major player*) dalam perjuangan ideologi. Jika dikelola secara benar, terbuka, dan bebas, maka media akan bisa menjadi ruang publik (*public sphere*), ruang yang memungkinkan warga dapat melaksanakan dialog dalam kesetaraan.

Dialog (Littlejohn & Foss, 2009: 301) berasal dari kata Yunani: *dialogos* di mana *logos* berarti makna dan *dia* yang berarti melalui (*through*) atau melintasi (*across*). Dengan demikian, makna akan muncul melalui interaksi, bukan sesuatu yang sudah ada, namun menunggu untuk ditemukan. Makna disusun bersama melalui komunikasi, merefleksikan bentuk pertukaran pesan dan hubungan antar individu. Dialog terjadi melalui sikap di mana para partisipan berusaha untuk dekat, cara-cara mereka berbicara dan berperilaku, dan konteks di mana mereka bertemu. Dialog tidak akan menghentikan ketidaksepakatan, dialog sesungguhnya memungkinkan para partisipan melakukan eksplorasi terhadap kompleksitas dari cara pandang mereka sendiri.

Dalam perspektif komunikasi, dialog merepresentasikan sebuah bentuk wacana yang menekankan pada kemampuan untuk mendengarkan dan menelaah dengan tujuan untuk menumbuhkan

saling menghormati dan memahami. Dialog dipahami sebagai sebuah proses transaksional yang dinamis dengan fokus khusus pada kualitas hubungan antarpartisipan.

Eksistensi media selalu akan berhubungan dengan kepentingan publik (*public interest*). Kepentingan publik bermakna bahwa media membawa tugas-tugas penting dalam masyarakat kontemporer yang meliputi 1) pluralitas dalam kepemilikan media; 2) kebebasan menyampaikan informasi; 3) keragaman informasi yang tersedia untuk publik; 4) keragaman ekspresi pendapat; 5) pencapaian yang ekstensif; 6) kualitas informasi dan budaya yang tersedia untuk publik; 7) dukungan yang memadai bagi sistem politik yang demokratis; 8) menghormati sistem yudisial; dan 9) menghormati hak-hak individu dan hak orang pada umumnya (McQuail, 2000: 144).

McQuail (2010: 165) memilah kriteria kepentingan publik untuk media ke dalam dua kategori, yaitu struktur dan isi. Struktur mencakup kebebasan publikasi, pluralitas kepemilikan, pencapaian yang ekstensif, dan keragaman saluran dan bentuk. Sedangkan kategori isi meliputi keragaman informasi, opini dan budaya, mendukung tatanan publik dan hukum, kualitas informasi dan budaya yang tinggi, menghormati kewajiban-kewajiban internasional dan Hak Asasi Manusia (HAM), serta menghindari untuk menyakiti masyarakat dan individu-individu.

Usaha yang dilakukan oleh media untuk mengekspresikan kepentingan publik bukanlah persoalan yang sederhana, karena kebanyakan media memang “tidak dipersiapkan” untuk melayani kepentingan publik. Dalam praktiknya, media mengikuti pilihan-pilihannya sendiri. Pilihan-pilihan tersebut didefinisikan dalam lingkup budaya, profesional atau politik, namun lebih sering bertujuan untuk *profit making* dalam konteks ekonomi.

Classical Marxism, salah satu cabang dari Teori Media Kritis (Littlejohn & Foss, 2005: 292) menjelaskan bahwa media dipahami sebagai alat atau instrumen dari kelas dominan dan sarana di mana para kapitalis mempromosikan kepentingan-kepentingan mereka.

Media menyebarkan ideologi dari kelas yang berkuasa dalam masyarakat dan karenanya menindas kelompok-kelompok yang terpinggirkan. Pemikiran teoritis media kritikal yang lain adalah *Political-Economic Media Theory*. Seperti *Classical Marxism*, pemikiran teoritik ini menyalahkan kepemilikan media terhadap sakitnya masyarakat. Isi media adalah komoditas atau barang dagangan yang dijual di "pasar", dan informasi yang disampaikan dikendalikan oleh apa yang diinginkan pasar. Sistem seperti ini mengarah pada tindakan yang konservatif, sebuah tindakan tanpa resiko. Akibatnya, jenis-jenis program media tertentu menjadi dominan, sedangkan program-program media lainnya termarginalkan.

Salah satu pernyataan penting yang terkait dengan literasi media adalah kemampuan untuk berkomunikasi secara kompeten dalam semua bentuk media. Dalam menggunakan media, individu-individu seharusnya tidak reaktif, namun lebih bersikap proaktif. Gagasan teoritik yang menjelaskan tentang perlunya bersikap proaktif adalah *Active Audience Versus Passive Audience* (Littlejohn, 1999:337-338). Pandangan khalayak pasif menegaskan bahwa orang secara mudah dipengaruhi oleh media dalam sebuah cara yang langsung; sedangkan pandangan khalayak aktif menegaskan bahwa orang membuat keputusan-keputusan yang lebih aktif tentang bagaimana menggunakan media. Dalam banyak hal, teori-teori tentang masyarakat massa (*mass society*) cenderung memberi kontribusi terhadap konsep khalayak pasif, meskipun tidak semua teori khalayak pasif dapat secara sah disebut sebagai teori-teori masyarakat massa. Dalam cara yang sama, banyak teori tentang komunitas (*community*) yang memberi kontribusi terhadap pemahaman khalayak aktif. Dalam pemahaman yang lain, teori-teori tentang *powerful effects* cenderung didasarkan pada khalayak pasif, sedangkan teori-teori *minimal effects* didasarkan pada khalayak aktif.

Frank Biocca membahas lima karakteristik dari khalayak aktif, yaitu 1) *Selectivity*. Khalayak aktif dipertimbangkan selektif terhadap

media yang mereka pilih untuk digunakan; 2) *Utilitarianism*. Khalayak aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan partikular (khusus) dan tujuan-tujuan mereka; 3) *Intentionality* yang menegaskan tentang penggunaan media yang telah ditetapkan; 4) *Involvement* atau *effort*. Khalayak secara aktif terlibat dan berpikir tentang bagaimana menggunakan media; 5) *Impervious to influence*. Khalayak aktif tidak dengan sangat mudah dipersuasi oleh media.

Banyak pemikir tentang media meyakini bahwa dikotomi masyarakat massa dan khalayak aktif terlalu sederhana. Dikotomi tersebut tidak menangkap kompleksitas khalayak yang sebenarnya. Pada dasarnya khalayak mempunyai beberapa elemen masyarakat massa dan beberapa elemen lainnya dari komunitas. Khalayak menjadi aktif dalam beberapa cara dan menjadi pasif dalam beberapa cara yang lain atau aktif dalam beberapa situasi dan pasif dalam beberapa situasi yang lain. Para pemikir tentang media juga menegaskan akan lebih baik mempertanyakan kapan dan dalam kondisi apa khalayak dipengaruhi oleh media daripada mempertanyakan apakah khalayak secara mudah dipengaruhi oleh media atau tidak.

E. Makna Literasi

Dalam catatan awal dari artikel ini telah dikemukakan bahwa kegiatan literasi akan terkait dengan upaya pengembangan kecakapan, peningkatan pengetahuan, dan perpaduan antara pengembangan kecakapan dengan peningkatan pengetahuan. Dalam lingkup pengembangan kecakapan, Adams & Hamm (Potter dalam Eadie, 2009:561) mengatakan bahwa literasi dipahami sebagai kemampuan untuk membaca, menulis, berbicara, berpikir, dan menonton. Sedangkan Alvermann, Moon, dan Hagood mengatakan bahwa literasi media kritis (*critical media literacy*) adalah memberikan individu-individu akses untuk memahami bagaimana teks-teks cetak dan bukan cetak yang merupakan bagian dari

kehidupan sehari-hari bisa membantu untuk mengkonstruksikan pengetahuan mereka tentang "dunia" (realitas) dan beragam posisi sosial, ekonomi, dan politik di mana individu-individu ada di dalamnya.

Dalam konteks peningkatan pengetahuan, Silverblatt (Potter dalam Eadie, 2009: 561-562) mengatakan bahwa ada empat hal utama yang dibutuhkan orang untuk menginterpretasikan pesan-pesan media, yaitu pemahaman terhadap proses, konteks, struktur, dan nilai-nilai produksi. Sedangkan Messaris menjelaskan bahwa literasi media dapat didefinisikan sebagai pengetahuan tentang bagaimana media massa menjalankan fungsinya dalam masyarakat. Idealnya, pengetahuan tersebut seharusnya mencakup semua aspek pekerjaan media, yaitu landasan ekonomi, struktur organisasi, efek psikologis, konsekuensi sosial, dan di atas semuanya adalah 'bahasa' media, yaitu konvensi-konvensi representasional dan strategi-strategi retorik dari iklan, program-program televisi, dan bentuk-bentuk lain dari isi media massa.

Dalam lingkup perpaduan antara kecakapan dengan pengetahuan, *The National Leadership Conference on Media Literacy* (Potter dalam Eadie, 2009:562) mengatakan bahwa seseorang yang melek media (*a media literate person*) dapat menginterpretasikan, mengevaluasi, menganalisis, dan memproduksi pesan-pesan baik media cetak maupun penyiaran. Orang juga butuh untuk mengetahui lima hal, yaitu 1) pesan-pesan media dikonstruksikan; 2) pesan-pesan media diproduksi dalam konteks ekonomi, sosial, politik, historis, dan estetis; 3) interpretasi terhadap proses penciptaan makna yang ada dalam penerimaan pesan yang berisi interaksi antara pembaca, teks, dan budaya; 4) media memiliki bahasa yang unik, sebuah karakteristik yang merepresentasikan beragam bentuk, *genre*, dan sistem lambang komunikasi; dan 5) representasi media memainkan peranan dalam pemahaman orang tentang realitas sosial. Sedangkan Hobbs mengatakan bahwa kecakapan yang dibutuhkan oleh orang yang melek media

adalah kemampuan-kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan. Mereka membutuhkan kecakapan-kecakapan produksi. Pengetahuan juga penting dengan "konsep-konsep analitik utama" sebagai berikut: 1) semua pesan adalah konstruksi; 2) pesan-pesan merepresentasikan pemahaman pembuatnya tentang realitas sosial; 3) individu-individu menegosiasikan makna melalui interaksi dengan pesan-pesan; 4) pesan mempunyai tujuan-tujuan ekonomi, politik, sosial, dan estetika; dan 5) setiap bentuk komunikasi memiliki karakteristik yang unik.

F. Tujuan Literasi Media

Secara umum, literasi media memiliki tiga tujuan, yaitu perbaikan dan peningkatan kehidupan individu-individu, pengajaran (literasi media perlu dimasukkan dalam kurikulum pendidikan), dan literasi media sebagai aktivisme atau gerakan sosial. Dalam lingkup perbaikan dan peningkatan kehidupan individu-individu, Buckingham (Poter dalam Eadie, 2009: 562) menegaskan bahwa televisi, khususnya di AS, telah dinilai memiliki pengaruh negatif yang sangat besar terhadap anak-anak, seperti misalnya menjadi ketagihan, merusak kesehatan mental dan hubungan pribadi, dan menjadi penyebab terjadinya konflik sosial dan disintegrasi. Tujuan dari literasi adalah untuk menghilangkan efek negatif dari televisi. Sedangkan *The National Leadership Conference on Media Literacy* mengatakan bahwa tujuan mendasar dari literasi media adalah otonomi kritis dalam berhubungan dengan semua media yang meliputi tanggung jawab sosial, apresiasi dan ekspresi estetika, advokasi sosial, harga diri, dan kompetensi pengguna.

Dalam konteks pengajaran, *The Council of Europe Resolution in Media and New Technologies* (dalam Potter, 2009: 563-563) mengatakan bahwa para siswa seharusnya diberikan sebuah pemahaman tentang struktur, mekanisme dan pesan-pesan dari media massa. Dalam

lingkup khusus, para siswa seharusnya mengembangkan kapasitas independen untuk menerapkan penilaian kritis terhadap isi media. Institusi yang sama menegaskan bahwa pendidikan teknologi dan media baru seharusnya memainkan peran pemberdayaan dan pembebasan, membantu mempersiapkan para siswa untuk menciptakan kesadaran kewargaan yang demokratis. Sedangkan Masierman mengatakan bahwa tujuan dari literasi media adalah untuk menghasilkan warga masyarakat yang *well-informed* yang dapat membuat penilaian mereka sendiri berdasarkan bukti-bukti yang tersedia. Pendidikan media tidak berusaha mendesakkan gagasan tentang program-program televisi, surat kabar atau film yang 'baik' atau 'buruk'.

Dalam konteks literasi media sebagai aktivisme atau gerakan sosial, Anderson (Potter dalam Eadie, 2009: 564) menggunakan istilah *impact mediation* untuk merujuk pada pikiran atau perilaku yang distimulasi oleh isu-isu social yang pada gilirannya dipengaruhi oleh isi media. Isu-isu tersebut misalnya kekerasan, materialisme, distorsi dalam pemberitaan dan stereotip melalui ras, kelas, gender dan orientasi seksual. Sedangkan Buckingham menyatakan bahwa komunitas-komunitas orang yang berinteraksi dalam konteks sosial dan kultural seharusnya diciptakan dan kesadaran ini seharusnya digunakan untuk memutuskan posisi-posisi tekstual apa yang akan diterima.

G. Elemen-elemen Literasi Media

Art Silverblatt (dalam Baran, 2010: 24-26) mengidentifikasi elemen-elemen dasar dari literasi media, yaitu:

1. *Kecakapan berpikir kritis yang memungkinkan khalayak mampu mengembangkan penilaian yang independen tentang isi media.* Berpikir secara kritis tentang isi yang kita konsumsi merupakan hal yang esensial dalam literasi media. Mengapa kita menonton apa yang kita tonton, membaca apa yang kita baca, mendengarkan apa yang kita dengarkan? Jika kita tidak mampu menjawab

pertanyaan-pertanyaan tersebut, maka kita tidak mempunyai tanggung jawab terhadap diri kita sendiri atau pilihan-pilihan kita. Kita tidak bertanggung jawab terhadap hasil dari pilihan-pilihan kita.

2. *Pemahaman tentang proses komunikasi massa.* Jika kita mengetahui komponen-komponen dari proses komunikasi massa dan bagaimana setiap komponen tersebut berhubungan satu sama lain, maka kita dapat menciptakan harapan-harapan tentang bagaimana media dapat melayani kita. Bagaimana beragam industri media beroperasi? Apa kewajiban media kepada kita? Apa kewajiban khalayak? Bagaimana media yang berbeda membatasi atau meningkatkan jumlah pesan-pesannya? Bentuk-bentuk umpan balik seperti apa yang paling efektif dan mengapa?
3. *Kesadaran tentang dampak media terhadap individu dan masyarakat.* Tulisan dan cetakan telah merubah dunia dan orang di dalamnya. Media massa juga melakukan hal yang sama. Jika kita mengabaikan dampak media terhadap kehidupan kita, maka kita tidak cukup memiliki kemampuan untuk mengendalikan dampak yang terjadi.
4. *Strategi-strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media.* Untuk mengkonsumsi pesan-pesan media secara bijak, maka kita membutuhkan sebuah landasan yang berbasis pada keyakinan dan refleksi. Jika kita akan menciptakan makna, maka kita harus mempunyai peralatan yang dibutuhkan (misalnya pemahaman tentang maksud dan dampak dari film dan konvensi-konvensi video, seperti sudut bidik kamera dan tata lampu).
5. *Pemahaman tentang isi media sebagai sebuah teks yang memberikan pandangan ke dalam budaya dan kehidupan kita.* Bagaimana kita mengetahui sebuah budaya dan orangnya, sikap-sikapnya, nilai-nilainya, dan mitos-mitosnya? Kita mengetahuinya melalui komunikasi. Dalam budaya modern seperti yang kita miliki,

pesan-pesan media telah mendominasi aktifitas komunikasi, membentuk pemahaman dan pandangan ke dalam budaya kita.

6. *Kemampuan untuk menikmati, memahami, dan memberi apresiasi terhadap isi media.* Literasi media tidak bermakna berada dalam kehidupan yang tidak kompromistik atau menjadi selalu tidak percaya terhadap efek yang merusak dan degradasi budaya. Belajar untuk menikmati, memahami, dan mengapresiasi isi media mencakup kemampuan untuk menggunakan beragam titik akses guna mendekati isi media dari bermacam-macam arah.
7. *Pengembangan kecakapan-kecakapan produksi yang efektif dan bertanggung jawab.* Literasi tradisional mengasumsikan orang yang dapat membaca juga bisa menulis. Literasi media juga menyusun asumsi yang sama. Definisi tentang literasi tidak hanya terkait dengan pemahaman tentang isi media yang efektif dan efisien, tetapi juga *penggunaan* yang efektif dan efisien pula. Karenanya, individu-individu yang melek media seharusnya mengembangkan kecakapan-kecakapan produksi yang memungkinkan mereka menciptakan pesan-pesan media yang bermanfaat.
8. *Pemahaman tentang kewajiban etis dan moral dari para praktisi media.* Untuk membuat penilaian yang memadai tentang kinerja media, maka kita harus menyadari tekanan-tekanan terhadap para praktisi media ketika mereka menjalankan pekerjaannya. Kita harus memahami aturan-aturan yang resmi dan tidak resmi tentang pekerjaan media. Dengan kata lain, kita harus mengerti kewajiban-kewajiban legal dan etis dari praktisi media. Misalnya, kekerasan yang ada dalam program televisi. Kekerasan yang ditampilkan dalam program televisi kemungkinan legal, tetapi etis atau tidak. Jika tidak etis, kekuatan apa yang kita miliki untuk meminta stasiun televisi menghilangkan kekerasan dari layar televisi kita?

H. Karakteristik Literasi Media

Potter (dalam Eadie, 2009:564-566) mencatat sembilan karakteristik dari literasi media atau deskripsi tentang apa yang dibutuhkan seseorang untuk berpikir dan bertindak agar dinilai melek media.

1. *Kecakapan dan informasi merupakan hal yang penting.* Jika kita memiliki banyak informasi, namun tidak mempunyai kecakapan, maka kita tidak dapat memahami informasi dengan baik. Informasi akan disimpan dalam memori, namun tidak dievaluasi dan diintegrasikan ke dalam struktur-struktur pengetahuan yang berguna. Kecakapan dibutuhkan untuk mengelompokkan informasi dan mengorganisasikannya. Kecakapan yang dimaksud adalah kemampuan untuk menganalisis, mengevaluasi, membuat sintesis, dan ekspresi persuasif. Pada sisi yang lain, jika kita memiliki kecakapan namun tidak merepresentasikan diri kita ke dalam pesan-pesan media atau pengalaman dunia nyata, maka struktur-struktur pengetahuan kita menjadi sangat terbatas dan tidak seimbang. Kawasan utama dari pengetahuan adalah industri media, isi media, efek media, dan informasi tentang dunia nyata.
2. *Literasi media merupakan seperangkat perspektif di mana kita mengekspose diri kita sendiri terhadap media dan menginterpretasikan makna dari pesan-pesan yang kita temukan.* Kita membangun perspektif dari struktur-struktur pengetahuan. Struktur pengetahuan akan membentuk landasan di mana kita bisa melihat fenomena media yang multi aspek: organisasi, isi, dan efeknya terhadap individu dan institusi. Semakin banyak struktur pengetahuan yang kita miliki, maka akan semakin banyak fenomena media yang dapat kita "lihat". Semakin berkembang struktur pengetahuan kita, maka akan semakin banyak konteks yang kita miliki untuk membantu memahami apa yang kita lihat.
3. *Literasi media harus dikembangkan. No one is born media literate.* Literasi media harus dikembangkan dan pengembangan tersebut

mempersyaratkan usaha dari setiap individu. Pengembangan juga merupakan proses jangka panjang yang tidak pernah berhenti, yaitu tidak seorang pun akan mencapai tahapan literasi media yang lengkap. Kecakapan dapat selalu dikembangkan dalam tingkatan yang lebih tinggi. Jika kecakapan tidak secara berkelanjutan diperbaiki, maka kecakapan yang dimiliki akan menurun (*atrophy*). Disamping itu, struktur-struktur pengetahuan tidak akan pernah berakhir, karena media dan dunia nyata secara konstan mengalami perubahan.

4. *Literasi media bersifat multi dimensi.* Informasi dalam struktur-struktur pengetahuan tidak terbatas pada elemen-elemen kognitif saja, tetapi juga berisi elemen-elemen emosional, estetika, dan moral. Empat tipe elemen tersebut bekerja bersama-sama. Struktur-struktur pengetahuan yang kuat akan berisi informasi dari empat ranah tersebut. Jika satu tipe informasi hilang, maka struktur pengetahuan menjadi kurang terelaborasi.
5. *Literasi media tidak dibatasi pada satu medium.* Gagasan lama tentang literasi media hanya dibatasi pada kegiatan membaca dan lambang-lambang komunikasi yang diakui saja. Literasi media merupakan hal yang luas, yaitu mengkonstruksikan makna dari pengalaman dan konteks ekonomi, politik, budaya, dan lain-lain. Media berbeda dalam konteks lambang-lambang yang digunakan, bagaimana media memahami khalayak, dan motif untuk menjalankan bisnis. Semakin orang mengetahui perbedaan-perbedaan tersebut lintas media, maka mereka dapat mengapresiasi tujuan-tujuan dari setiap media dan semakin dapat memahami pesan-pesan yang disampaikannya.
6. *Orang yang melek media bisa memahami bahwa maksud dari literasi media adalah kemampuan mengendalikan pesan-pesan yang menerpanya dan menciptakan makna.* Menjadi melek media adalah kemampuan melakukan kontrol terhadap terpaan media dan mengkonstruksikan makna dari pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Ketika orang melakukannya, maka mereka

mengendalikan dengan menentukan apa yang penting dalam hidup mereka dan menata harapan untuk memperoleh pengalaman dari hal-hal yang penting. Jika orang tidak melakukannya, maka pesan-pesan media akan melimpah dalam kondisi yang tidak menguntungkan.

7. *Literasi media harus terkait dengan nilai-nilai.* Masterman menegaskan bahwa pendidikan media tidak berusaha untuk memaksakan nilai-nilai budaya yang spesifik, tidak pula berusaha untuk memaksakan gagasan-gagasan tentang apa yang "baik" atau "buruk". Posisi ini sendiri sarat nilai. Pendidik media (*media educator*) tidak mendefinisikan pesan-pesan yang baik dan buruk, tetapi menegaskan bahwa terpaan yang reaktif (*mindless*) terhadap pesan merupakan hal yang buruk, dan bahwa menginterpretasikan pesan secara aktif merupakan hal yang baik.
8. *Orang yang melek media meningkat terpaan mindfulnya.* Seseorang yang memiliki perspektif kuat tentang fenomena media sangat berpotensi untuk bertindak dalam persoalan melek media. Seperangkat struktur pengetahuan tidak akan mengindikasikan melek media, namun orang harus secara aktif dan *mindful* (proaktif) dalam menggunakan informasi. Dengan demikian, orang yang melek media hanya akan menggunakan sedikit waktu terpaan untuk melakukan pemrosesan informasi. Mereka menjadi semakin sadar terhadap tujuan menggunakan media dan membuat keputusan tentang bagaimana menyaring dan memaknai konstruksi media.
9. *Orang yang melek media mampu memahami bahwa literasi media merupakan sebuah kontinum, bukan kategori.* Literasi media bukanlah sebuah kategori di mana seseorang dikatakan melek media atau tidak melek media. Literasi media paling baik dipahami sebagai sebuah *kontinum*, seperti termometer di mana ada tingkatan atau derajat. Kita berada dalam beberapa posisi terhadap kontinum literasi media. Tidak ada titik di bawah, di mana kita dapat

mengatakan bahwa seseorang tidak melek media, dan tidak ada pula titik di puncak tertinggi di mana kita dapat mengatakan bahwa seseorang sangat melek media. Namun, selalu ada ruang untuk perbaikan. Orang diposisikan di sekitar *kontinum* yang didasarkan pada kekuatan perspektif mereka tentang media. Kekuatan perspektif seseorang didasarkan pada jumlah dan kualitas struktur-struktur pengetahuan, dan mutu struktur-struktur pengetahuan didasarkan pada tingkat kecakapan dan pengalaman seseorang. Karena orang akan berubah jumlah dan kualitas struktur-struktur pengetahuan mereka secara substansial, maka akan berubah pula jumlah dan struktur-struktur pengetahuan mereka. Karenanya, akan ada variasi yang sangat beragam dalam literasi media.

I. Kecakapan Literasi Media

Mengkonsumsi isi media merupakan hal yang mudah, namun ketika mengkonsumsinya perlu kecakapan-kecakapan yang khusus (Baran, 2010: 26-29).

1. *Kemampuan dan keinginan untuk menciptakan upaya memahami isi, memberi perhatian, dan menyaring noise.* Sesuatu yang mengganggu keberhasilan komunikasi adalah *noise*, dan banyak *noise* dalam proses komunikasi massa yang dihasilkan dari perilaku konsumsi kita sendiri. Misalnya, ketika kita menonton televisi, kita sering juga melakukan aktivitas yang lain. Juga, mengendarai mobil sambil mendengarkan siaran radio. Jelasnya, kualitas penciptaan makna kita akan berhubungan dengan upaya yang kita berikan dalam penciptaan makna tersebut.
2. *Pemahaman tentang kekuatan isi media.* Media massa ada di sekitar kita. Pesan-pesan yang disampaikan media “gratis” atau relatif tidak mahal. Banyak isi media yang dapat diprediksi (banal) dan tanpa makna (*silly*), sehingga mudah untuk memberikan catatan bahwa isi media terlalu sederhana untuk bisa memengaruhi.
3. *Kemampuan untuk membedakan reaksi emosional dari reaksi logis*

ketika merespon isi media dan bertindak di dalamnya. Isi media sering dirancang untuk menyentuh aspek emosional kita. Kita menikmati kehilangan diri kita sendiri ketika merespon isi media. Bereaksi secara emosional merupakan sesuatu yang layak dan pantas. Kita dapat menggunakan perasaan kita sebagai titik pijak untuk menciptakan makna. Kita dapat menanyakan "mengapa isi media bisa membuat perasaan saya seperti ini?"

Dalam pandangan yang lain, Devito (2008:4) menawarkan cara-cara untuk meningkatkan kemampuan literasi media. Hal yang perlu dilakukan adalah meningkatkan kepekaan kita terhadap media dengan mengkaji bagaimana kita menggunakan media. Jika memungkinkan, kita perlu melakukan pencatatan terhadap waktu yang kita gunakan dalam mengkonsumsi pesan-pesan media dalam sehari, media yang paling sering kita gunakan, maksud atau tujuan kita menggunakan media, dan imbalan yang kita peroleh dalam penggunaan media. Selain itu, kita juga perlu meningkatkan kepekaan dengan mengunjungi beberapa situs web yang relevan dengan kegiatan literasi media. Situs web yang dicontohkan Devito, yaitu *Citizens for Media Literacy* di www.main.nc.us/cml/ dan *the Media Education Foundation* di www.mediaed.org.

J. Kearifan Lokal tentang Literasi Media

Pemikiran teoritik tentang literasi media merupakan produk dari sejarah intelektual Barat (*Western*). Dalam pemikiran tersebut terkandung paling tidak dua pernyataan penting tentang literasi media, yaitu 1) literasi media mendorong munculnya pemikiran kritis dari masyarakat terhadap program-program yang disajikan media, dan 2) literasi media memungkinkan terciptanya kemampuan untuk berkomunikasi secara kompeten dalam semua bentuk media, lebih bersikap proaktif daripada reaktif dalam memberi makna terhadap program-program yang disajikan media. Dalam konteks keilmuan dan filsafat, dominasi pemikiran Barat masih sangat dominan.

Gagasan yang berasal dari Timur belum bisa dipahami sebagai filsafat bila tidak sesuai dengan kriteria-kriteria yang ditetapkan Barat. Foucault (dalam Takwin, 2001: 25-26) mengajukan tesis tentang hubungan antara pengetahuan dengan kekuasaan. Ia melihat bahwa patokan keilmuan atau filosofi tertentu sangat dipengaruhi ("ditentukan") oleh kekuasaan yang dimiliki oleh pihak-pihak penyampai patokan-patokan tersebut. Menurut pendapat penulis, secara jujur dan terbuka harus diakui bahwa selama ini kita masih sebatas melakukan verifikasi (pengujian) terhadap pemikiran teoritik (komunikasi), termasuk di dalamnya gagasan konseptual tentang literasi media berdasarkan cara pandang Barat. Pemikiran konseptual dari perspektif Timur perlu distimulasi kehadirannya, karena gagasan-gagasan yang muncul dari kearifan lokal merupakan sumber-sumber pengetahuan yang sangat bernilai bagi kehidupan manusia.

Dalam konteks pemikiran Timur, ada kearifan lokal dalam budaya Jawa yang kemungkinan dapat disepadankan dengan pemikiran Barat tentang salah satu tujuan dari media literasi, yaitu terciptanya kemampuan berkomunikasi secara kompeten, lebih bersikap proaktif (*mindful*) daripada reaktif. Kearifan lokal tersebut tercermin dalam ajaran moral "*Aja tumindak grusa-grusu, nanging tumindak kanthi landesan pikiran kang wening*". Ajaran tersebut bermakna bila kita sedang menghadapi masalah, jangan bertindak reaktif untuk mengatasi persoalan tersebut secara emosional, namun perlu menghadapinya secara proaktif, menangani persoalan yang ada secara bijaksana dengan pikiran yang jernih. Dalam cara berpikir Barat, *tumindak kanthi landesan pikiran kang wening* (bertindak dengan pikiran yang jernih) merupakan ekspresi komunikasi yang *mindful*, kompetensi komunikasi yang seharusnya dimiliki oleh setiap orang. Pesan-pesan yang disajikan oleh media yang merupakan hasil konstruksi seharusnya disikapi dengan cara-cara yang proaktif (*mindful*). Jika setiap orang mempunyai kemampuan untuk bersikap proaktif, tidak bertindak berlebihan (*ora grusa-*

grusu), maka ia akan memiliki kecakapan untuk mengendalikan pesan-pesan yang disampaikan media sekaligus mampu untuk berpikir kritis terhadap isi media.

Eksplorasi terhadap kearifan lokal yang terkait dengan literasi media hanyalah sebuah langkah kecil untuk menumbuhkan kesadaran keilmuan kita yang selama ini masih sangat dipengaruhi oleh cara berpikir Barat. Pemikiran Timur sangat mungkin untuk dikembangkan guna “membumikan” pemikiran tersebut sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakatnya. Semua itu akan terjadi bila kita bersedia untuk menggali kearifan lokal yang ada di sekitar kita.

K. Penutup

Isi media yang disampaikan kepada publik merupakan hasil konstruksi yang didalamnya tercakup kepentingan-kepentingan tertentu yang dibawa oleh media. Kepentingan-kepentingan tersebut dapat berupa kepentingan politik, kultural, dan sosial, namun lebih pada kepentingan untuk mendapatkan keuntungan secara ekonomi. Singkat kata, isi media tidak dipahami dalam lingkup yang bebas nilai (*value-free*), tetapi pesan-pesan yang dikonstruksikan sebenarnya sarat dengan berbagai kepentingan (*value-laden*).

Tujuan dari literasi media adalah membantu orang mengembangkan pemahaman yang lebih baik, sehingga mereka memiliki kemampuan mengendalikan pengaruh media dalam kehidupan mereka sehari-hari. Kontrol terhadap pengaruh media tidak dipahami dengan membatasi terpaan media, tetapi lebih menekankan pada kemampuan untuk mengetahui perbedaan antara pesan-pesan media yang dapat meningkatkan kualitas hidup seseorang dengan pesan-pesan media yang mungkin “merusak” diri seseorang.