

# **LITERASI MEDIA KHALAYAK DI ERA KEBERLIMPAHAN INFOMASI DI MEDIA MASSA**

**Robeet Thadi, S.Sos., M.Si**

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu  
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Kecamatan Selabar Kota Bengkulu, Bengkulu  
HP.085267034449

Email: [robeet@iainbengkulu.ac.id](mailto:robeet@iainbengkulu.ac.id)

## **Abstrak**

*Era keberlimpaan informasi persoalan telah bergeser, dari sulitnya mencari informasi menjadi sulitnya menyaring informasi. Tulisan ini bertujuan menjelaskan urgensi literasi media khalayak di tengah keberlimpaan informasi yang disuguhkan media massa. Literasi media merupakan sebuah konsep tentang cara-cara masyarakat mempertanyakan apa yang ditonton, dicermati, dibaca dan diproduksi dari media. Literasi media diperlukan agar masyarakat sebagai khalayak media memiliki otoritas untuk secara aktif memilih dan memilih tayangan media, sehingga apabila terdapat sajian yang hanya menonjolkan sensasi, maka khalayak bisa menolaknya. Lebih dari itu, khalayak yang 'melek media' bisa memberikan punishment kepada media yang bersangkutan dengan tidak menontonnya atau beralih ke tayangan lain. Khalayak dapat melakukan kontrol terhadap isi media secara kritis dan cerdas sehingga dapat mendeteksi adanya propaganda, kepentingan tertentu atau bias dalam tampilan media.*

**Kata Kunci:** literasi media, khalayak, informasi

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi komunikasi terjadi begitu cepat, hal ini menjadi tantangan berat bagi khalayak untuk dapat menghadapi 'banjir informasi' yang dibawa oleh media digital melalui beraneka ragam bentuk dan format. Era keberlimpaan informasi persoalan telah bergeser, dari sulitnya mencari informasi menjadi sulitnya menyaring informasi. Ditambah dengan munculnya media sosial membuat hampir dua pertiga kehidupan manusia berada di dunia maya. Khalayak berkomunikasi secara digital dan membagikan informasi secara masif, tanpa menyadari bahwa media sosial juga memiliki ruang gelap. Ruang yang kemudian membawa penggunaannya ke era *post truth*, dimana opini khalayak dan politik lebih didasarkan pada kepercayaan daripada fakta. Sehingga kajian mengenai literasi media menjadi hal yang sangat signifikan.

Secara konseptual literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan isi pesan media. Masyarakat sebagai konsumen media, cenderung kehilangan sikap kritis saat mengonsumsi media karena membaca koran, menonton televisi, mendengar radio, atau mengakses internet adalah rutinitas harian.<sup>1</sup> Padahal, sebagai konsumen media, masyarakat berhak memilih dan memilih sajian media. Bagi masyarakat selaku konsumen media, memahami konteks, waktu, dan cara bagaimana sajian media itu dikemas lalu disuguhkan adalah bagian penting untuk kritis terhadap sajian media. Ironisnya, masyarakat selaku konsumen media belum cukup cerdas dalam melakukan pemilihan dan pemilihan konten media yang

benar. Pada posisi inilah tulisan ini menjadi penting untuk menjelaskan urgensi literasi media khalayak di tengah keberlimpahan informasi yang disuguhkan media massa.

## **Kerangka Teoritik**

### **Konsep Literasi Media**

Literasi media berasal dari bahasa Inggris yaitu '*media literacy*' terdiri dari dua suku kata '*media*' berarti media tempat pertukaran pesan dan '*literacy*' berarti melek, kemudian dikenal dalam istilah literasi media. Dalam hal ini literasi media merujuk kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa.<sup>2</sup>

Literasi media merupakan sebuah konsep tentang cara-cara masyarakat mempertanyakan apa yang ditonton, dicermati, dibaca dan diproduksi dari media. Dengan demikian masyarakat dapat melakukan kontrol terhadap isi media secara kritis dan cerdas sehingga dapat mendeteksi adanya propaganda, kepentingan tertentu atau bias dalam sebuah tayangan.

Potter dalam bukunya '*Media Literacy*' mendefinisikan literasi media sebagai perspektif di mana individu secara aktif dapat merespon media dan menafsirkan makna pesan yang diterima. Keaktifan individu dalam bermedia dipengaruhi oleh pengetahuan masing-masing individu yang diperoleh baik melalui media maupun lingkungannya. Yang dimaksud dengan penggunaan aktif bermedia di sini adalah adanya kesadaran individu terhadap pesan yang disampaikan oleh media dan interaksi yang seharusnya dibangun dengan media.<sup>3</sup>

Dalam membangun kemampuan literasi media, Potter membagi struktur pengetahuan ke dalam tiga kategori guna mendukung perspektif literasi media. *Pertama*, pengetahuan tentang isi atau konten media. *Kedua*, pengetahuan tentang industri media. *Ketiga*, pengetahuan tentang efek media. Dari ketiga struktur pengetahuan yang ditawarkan Potter, dapat diambil sebuah konklusi konkret bahwa kemampuan literasi media dibangun dari pemikiran kritis atas setiap konten yang disajikan media.<sup>4</sup>

Ketika khalayak berhadapan dengan pesan media, maka khalayak akan membandingkan informasi yang berada dalam pesan tersebut dengan informasi yang ada dalam struktur pengetahuannya. Baran,<sup>5</sup> mengemukakan struktur pengetahuan literasi media yaitu:

*Pertama*, semua media merupakan hasil konstruksi. Media tidak menampilkan *reflex* sederhana dari realitas eksternal. Ini adalah konsep dasar yang perlu ditekankan, bahwa apa yang disampaikan media tidak berdasarkan realitas yang sebenarnya. Pemberitaan media merupakan hasil konstruksi, dan literasi media berupaya untuk membangun kembali konstruksi tersebut.

*Kedua*, media membangun realitas. Pemahaman kita mengenai apa yang sedang terjadi di sekitar kita merupakan hasil dari konstruksi media. Media berusaha membangun pemikiran kita berdasarkan apa yang diberitakan. Pandangan kita terkait satu peristiwa akan sangat dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan oleh media.

*Ketiga*, audiens dapat menyesuaikan makna terhadap apa yang ditampilkan oleh media. Media banyak menyuguhkan berbagai macam informasi

namun masyarakat juga dapat menyesuaikan makna dari pesan di media berdasarkan pada faktor individu, seperti kebutuhan personal, latar belakang keluarga dan kebudayaan, pendirian moral, dan sebagainya. Pemaknaan sangat tergantung pada faktor individu dan bersifat personal.

*Keempat*, pesan dalam media memiliki implikasi komersial. Hampir semua produk media merupakan bisnis dan berorientasi pada keuntungan. Media di masa kini masih sering dikuasai oleh kepentingan pihak lain baik media itu sendiri atau pun informasi di dalamnya. Masing-masing media memiliki pemegang yang mengatur serta mengendalikan jalannya media tersebut. Oleh karena itu kita harus sadar bahwa media bias dikontrol oleh segelintir orang. Dalam hal ini literasi media mencoba membangun kesadaran terkait hal itu sehingga tercipta sebuah kontrol atas apa yang ditonton, dibaca, dan didengar melalui media.

*Kelima*, pesan dalam media mengandung unsur-unsur ideologi dan nilai-nilai tertentu. Misalnya melalui iklan, media berusaha mengkonstruksikan bahwa cantik itu tinggi, putih dan langsing. Media selalu menghadirkan pesan-pesan ideologis yang berbalut isu seperti pencitraan sosok ideal seorang wanita, gaya hidup yang baik, kebaikan dalam konsumerisme, dan sebagainya.

*Keenam*, pesan dalam media memiliki implikasi terhadap aspek sosial dan politik. Media memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap proses politik dan membentuk perubahan sosial. Media juga punya kekuatan yang bisa mengarahkan opini pada isu-isu tertentu.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan di atas kita dapat memahami pengertian literasi media dan arti pentingnya dalam membantu membangun kesadaran bahwa media tidak bersifat netral, selalu ada unsur kepemilikan, ideologi institusi, komersialisasi dan kepentingan di dalam sebuah produk media. Kesadaran seperti ini juga menunjukkan bahwa audiens memiliki otonominya sendiri dan memiliki power yang lebih besar dari media. Dan masyarakat harus memiliki sikap terhadap media sebelum media berbalik menyeter kehidupan masyarakat.

Beragam definisi tentang literasi media dirangkum oleh Ardiyanto,<sup>6</sup> kedalam tujuh definisi, yaitu: a) kemampuan untuk membaca televisi dan media massa lainnya. Literasi media mengajarkan orang untuk dapat mengakses, menganalisis dan memproduksi media, b) literasi media merupakan proses analisis dan pembelajaran atas pesan-pesan yang disampaikan melalui media, baik cetak, video ataupun multimedia, c) kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan-pesan dalam berbagai bentuknya; ekspansi konseptualisasi tradisional yang bersifat literer yang meliputi berbagai bentuk simboliknya, d) kemampuan untuk dapat memisah-misahkan dan menganalisis pesan-pesan yang disampaikan, serta hiburan yang dijual kepada masyarakat setiap harinya, e) kemampuan untuk berpikir secara kritis dalam menghadapi berbagai jenis media dari video music dan web, hingga penempatan produk pada sebuah film, f) literasi media berarti mampu mengartikan, mengerti, mengevaluasi dan menulis hal-hal yang disampaikan oleh berbagai bentuk media, g) literasi media mampu membaca, mengevaluasi dan membuat teks, citra/gambar, serta suara atau kombinasi dari berbagai elemen.

## **Perspektif Teori Konstruksi Sosial Media**

Dalam perspektif efek komunikasi, media memiliki kuasa dan pengaruh kuat untuk mempengaruhi kepribadian dan pengalaman setiap individu. Pada perspektif teori konstruksi sosial media massa, sikap positif dan negatif individu selaku konsumen media dipengaruhi oleh media yang menerpa mereka. Substansi dasar dalam teori ini adalah sirkulasi informasi yang cepat dan luas, sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.<sup>7</sup>

Menurut perspektif ini tahapan-tahapan dalam proses konstruksi sosial media massa itu terjadi melalui beberapa tahap:<sup>8</sup>

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi: Ada tiga hal penting dalam tahapan ini yakni: keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semu kepada masyarakat, keberpihakan kepada kepentingan umum.
2. Tahap sebaran konstruksi: prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat berdasarkan agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.
3. Tahap pembentukan konstruksi realitas. Pembentukan konstruksi berlangsung melalui: (1) konstruksi realitas pembenaran; (2) kedua kesediaan dikonstruksi oleh media massa; (3) sebagai pilihan konsumtif.
4. Tahap konfirmasi. Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

Teori ini memberikan ilustrasi bagaimana terpaan media memberikan kontribusi besar dalam penentuan sikap khalayak. Media memiliki kekuatan untuk membentuk ulang sebuah makna yang sebenarnya sesuai dengan kepentingan yang diharapkan. Sebuah kebenaran yang disajikan secara terus menerus sebagai sebuah kesalahan, lambat laun akan diyakini sebagai sebuah kesalahan, demikian juga sebaliknya.

Claire Belisle mengajukan gagasan mengenai pentingnya literasi yang memungkinkan berbagai kemampuan untuk ditempatkan dalam konteks makna dan aksi sosial. Claire mengidentifikasi evolusi konsep literasi ini dalam tiga model:

*Pertama*, model fungsional yang melihat literasi sebagai penguasaan keterampilan kognitif, praktis sederhana, dan berkisar dari pandangan sederhana literasi sebagai keterampilan mekanik membaca dan menulis ke pendekatan yang lebih maju tentang literasi sebagai keterampilan yang diperlukan untuk berfungsi secara efektif dalam masyarakat.

*Kedua*, model praktek sosial-budaya yang mengambil sebagai dasar bahwa konsep literasi hanya bermakna dalam konteks sosial, dan bahwa untuk menjadi literate adalah memiliki akses ke struktur budaya, ekonomi dan politik masyarakat.

*Ketiga*, model pemberdayaan intelektual berpendapat bahwa literasi tidak hanya keterampilan untuk menangani teks dan angka dalam konteks budaya dan ideologi tertentu, tetapi membawa pengayaan yang mendalam dan akhirnya

memerlukan transformasi dari kapasitas pemikiran manusia. Pemberdayaan intelektual ini terjadi setiap kali manusia memperkaya dirinya dengan perangkat kognitif baru, misalnya menulis dengan perangkat teknis baru, yang telah dipermudah dengan adanya teknologi digital.

Pemahaman tentang literasi tak hanya ditakar pada kemampuan membaca dan menulis saja, melainkan juga memaknai dan memahami setiap informasi yang dikonsumsi dan menerapkannya dalam kehidupan. Oleh beberapa tokoh komunikasi seperti Allan Martin menilai bahwa literasi adalah kesadaran, sikap, dan kemampuan untuk mengidentifikasi, mengolah, serta membangun pengetahuan baru melalui media.

### **Metode Penelitian**

Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang hampir merupakan *antithesis* dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif karena data yang diteliti berupa gambar, kata-kata dan bukan angka-angka dalam sebuah wacana tentang urgensi literasi media khalayak di tengah keberlimpahan informasi yang disuguhkan media massa.

Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk memperoleh *external validity*, melainkan lebih bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai suatu realitas dalam konteksnya yang spesifik. Hal ini memberi keluasaan dan keluwesan peneliti memberi tafsir dan analisis terhadap data yang diperoleh.

Data dikumpulkan melalui studi dokumentasi dan literatur. Penggunaan dokumentasi semata-mata untuk mendukung perolehan data yang berada dan tersebar dalam realitas yang ada. Data-data tersebut selanjutnya diproses dalam sejumlah kategori yang mengarah pada upaya generalisasi untuk kemudian disajikan secara *interpretative* dan *descriptive*. Data yang terkumpul dikompilasi secara tematik berdasarkan informasi yang diperoleh. Kompilasi data dilakukan melalui pemilihan yang relevan dengan masalah penelitian. Pada tahap ini, peneliti akan melakukan pendalaman dengan cara masuk ke alam kesadaran subyek (*contemplating the content of mind*) berupa mengingat (*remembering*), meresapi (*perceiving*), dan mengingini (*desiring*).

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **Urgensi Literasi Media Di Era Keberlimpahan Informasi**

Menurut David Croteau and Hoynes, setidaknya ada dua pertanyaan mendasar yang harus dijawab masyarakat saat berhadapan dengan sajian media. Pertama 'siapa pemilik media?' Dengan demikian masyarakat menjadi paham kepentingan dibalik pemberitaan yang disajikan. Ideologi pemilik media akan mempengaruhi isi sajian media. Pertanyaan kedua yang harus dijawab adalah 'bagaimana sajian media tersebut diproduksi?' Bagi masyarakat selaku konsumen media, memahami konteks, waktu, dan cara bagaimana sajian media itu dikemas lalu disuguhkan adalah bagian penting untuk kritis terhadap sajian media.<sup>9</sup>

Muncul pandangan apakah media literasi ini akan menjadi tanggung jawab **media** atau **masyarakat** selaku konsumen media. Pandangan pertama beranggapan bahwa literasi media adalah tanggung jawab konsumen. Apabila sajian media berdampak negatif kepada konsumen, maka hal itu lebih dikarenakan karena pemahaman konsumen media yang terbatas. Karena media hanya bertanggung jawab pada isi, bukan pada dampak.<sup>10</sup>

Proses menuju literasi media tak bisa hanya dibebankan pada industri media saja. Masyarakat selaku konsumen media juga memiliki andil yang sama untuk menumbuhkan sikap kritis terhadap sajian media. Dari sisi konsumen, Potter mengatakan bahwa aspek kognisi berperan penting dalam menumbuhkan sikap kritis terhadap media. Pengetahuan konsumen media terhadap isi, dampak, dan proses produksi media akan menentukan bagaimana cara mereka menyikapi sajian media. Pemahaman ini juga membantu konsumen media dalam memilah sajian media yang memberikan unsur manfaat dan kebenaran.<sup>11</sup>

Secara praktis, sikap kritis konsumen terhadap media juga ditentukan faktor lain. Austin dan Meili,<sup>12</sup> menambahkan bahwa unsur afeksi juga berperan dalam literasi media. Unsur afeksi akan membantu konsumen media dalam memilih dan membandingkan sajian media yang satu dengan yang lain. Hasil perbandingan tersebut akan menentukan apakah sajian media tersebut diterima karena kebenarannya, atau ditolak karena tidak sesuai dengan 'rasa' yang dimiliki konsumen media. Dengan demikian, aspek kognisi dan afeksi merupakan variabel penentu dalam proses literasi media.

Pandangan bahwa literasi media sepenuhnya menjadi tanggung jawab konsumen tidaklah benar. Media selaku produsen memiliki beban tanggung jawab yang sama. Saat melakukan produksi sajian media, pekerja media yang terlibat sebetulnya memiliki ekspektasi atas kemungkinan dampak yang dimunculkan.<sup>13</sup>

Dalam konteks sajian tentang berbagai informasi, pekerja media memiliki tanggung jawab dalam hal pemilihan topik liputan, penulisan naskah berita, bahkan potret yang akan ditampilkan. Pekerja media juga harus lebih bijaksana, jangan hanya mengejar kepopuleran sebuah liputan sehingga mengesampingkan efek atau dampak yang ditimbulkan oleh liputannya.

Berdasar alasan di atas, maka literasi media ini penting dalam rangka mereduksi informasi melalui beragam saluran media yang dikonsumsi masyarakat. Menurut teori klasik Kurt Lewin, bahwa perilaku manusia (behaviour) merupakan fungsi dari kepribadian (personality) dan pengalamannya (experience). Atau jika dituliskan dalam rumus:  $B \text{ (behaviour)} = P \text{ (personality)} + E \text{ (experience)}$ .<sup>14</sup>

### **Indikator Kemampuan Literasi Media Khalayak tentang Media**

Literasi media sangat penting bagi khalayak dalam menambah pengetahuan tentang media. Menurut Intania Poerwaningtias, dkk.,<sup>15</sup> literasi media hadir sebagai benteng bagi khalayak agar kritis terhadap isi media, sekaligus menentukan informasi yang dibutuhkan dari media. Lebih lanjut dijelaskan bahwa 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. Hal ini berarti khalayak akan mempunyai peta yang lebih jelas untuk membantu menentukan arah dalam dunia media secara lebih baik.

Literasi media diperlukan agar masyarakat sebagai khalayak media memiliki otoritas untuk secara aktif memilih dan memilih tayangan media, sehingga apabila terdapat sajian yang hanya menonjolkan sensasi, maka khalayak bisa menolaknya. Lebih dari itu, khalayak yang melek media bisa memberikan *punishment* kepada media yang bersangkutan dengan tidak menontonnya atau beralih ke tayangan lain.

Berikut akan dipaparkan tentang tingkatan keterampilan literasi media yang dikemukakan Baran,<sup>16</sup> yaitu: a) kemampuan dan keinginan untuk berusaha memahami dan mengerti content media, memperhatikannya, dan menyaring hal-hal yang tidak layak, b) pemahaman terhadap kekuatan pesan dalam media, c) kemampuan untuk membedakan antara reaksi emosional ketika mengkonsumsi pesan media dan dalam bertindak dengan menyesuaikan apa yang ada di media, d) terus berkembang dan bertambahnya ekspektasi terhadap *content media*. e) memiliki pengetahuan tentang genre-genre tayangan yang sudah ada dan kemampuan untuk mengenalinya ketika beberapa genre digabung menjadi satu program tayangan, f) kemampuan untuk berpikir kritis atas pesan dalam media. g) memiliki pengetahuan tentang karakter bahasa yang digunakan tiap-tiap media yang berbeda.

Pendapat di atas didukung oleh pendapat Elizabeth Thoman dalam Intan Poerwaningtias, dkk.,<sup>17</sup> bahwa ada tiga fase menuju tercapainya kemampuan kritis yaitu: *pertama*, memiliki kemampuan untuk mengatur jumlah waktu yang dihabiskan guna mengakses media (diet media) dan kemampuan membuat pilihan media yang akan diaksesnya. Dalam hal ini, tidak hanya mengurangi jam menonton televisi saja tetapi masyarakat juga harus selektif terhadap media yang diakses dengan nilai kebermanfaatan yang positif bagi dirinya. *Kedua*, memiliki kemampuan menonton secara kritis dengan selalu berusaha ingin tahu kerangka atau bingkai kepentingan apa sebuah tontonan diproduksi. Dalam hal ini, masyarakat diharapkan dapat menilai adanya kepentingan apa media yang ditayangkan seperti kepentingan politik, sosial atau lainnya. *Ketiga*, 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 ekonom politik sosial yang mengendalikan proses produksi isi media.

Literasi media tidak hanya membantu khalayak mempelajari segi-segi produksi, tetapi juga mempelajari kemungkinan apa saja yang bisa muncul akibat kekuatan media. Bartelsmann dan AOL Time Warner dalam Apriadi Tambaruka,<sup>18</sup> menyatakan bahwa kontribusi literasi media pada pengetahuan khalayak tentang media adalah sebagai berikut:

*Pertama*, Literasi teknologi: kemampuan memanfaatkan media baru seperti internet agar bisa memiliki akses dan mengkomunikasikan informasi secara efektif. *Kedua*, literasi informasi, kemampuan mengumpulkan, mengorganisasikan, menyaring, mengevaluasi dan membentuk opini berdasarkan hal-hal tadi. *Ketiga*, kreativitas media; kemampuan yang terus meningkat pada

individu dimanapun berada untuk membuat dan mendistribusikan isi kepada khalayak berapapun ukuran khalayak. *Keempat*, tanggung jawab dan kompetensi sosial, kompetensi untuk memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi khalayakasi secara online dan bertanggung jawab atas khalayakasi tersebut khususnya pada anak-anak.

Potter,<sup>19</sup> juga mengungkapkan bahwa terdapat empat kemampuan untuk melakukan interpretasi makna pesan yang dapat berkontribusi pada pengetahuan khalayak tentang media yakni: *pertama*, analisis berkenaan dengan kemampuan untuk melakukan *break down* pesan ke dalam elemen-elemen yang mempunyai makna. Semakin baik misalnya pengetahuan tentang bentuk-bentuk narasi, motif-motif industri, dan konvensi pesan akan membuat audiens lebih mempunyai kemampuan untuk melakukan analisis secara lebih mendalam.

*Kedua*, memperbandingkan atau memperlawankan adalah kemampuan untuk membandingkan elemen-elemen yang telah di break down dengan elemen-elemen yang ada dalam struktur pengetahuan. Elemen-elemen yang sesuai dengan struktur pengetahuan akan dibandingkan, sedangkan elemen-elemen yang berbeda akan dikontraskan. Jika banyak elemen yang berbeda, dapat menambahkan beberapa elemen ke dalam struktur pengetahuan, sedangkan jika banyak pesan yang ternyata sesuai dengan struktur pengetahuan, maka tidak ada sesuatu yang baru ditambahkan dalam struktur pengetahuan. Hal ini berarti struktur pengetahuan tidak mengalami perubahan.

*Ketiga*, evaluasi, yakni pembuatan penilaian terhadap elemen-elemen yang berharga (*making assessment of the worth of an element*). Sebagai contoh pada informasi kognitif, audiens mengidentifikasi fakta dalam pesan media dan membandingkannya dengan fakta dengan berada dalam struktur pengetahuan. Jika fakta dalam pesan sesuai dengan fakta yang berada dalam pesan tersebut akurat. Dalam hal ini kriteria yang digunakan adalah akurasi. *Keempat*, abstraksi, yakni kemampuan meringkas, deskripsi yang akurat tentang suatu hal. Kemampuan abstraksi ini memerlukan analisis pesan sebagai langkah awal melakukan identifikasi terhadap bagian-bagian komponen tersebut.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa literasi media urgen bagi khalayak dalam menambah pengetahuan tentang media. Dengan literasi media, khalayak akan memiliki kontrol dan kemampuan kritis terhadap konten media.

### **Praktik Literasi Media dalam Kehidupan Sehari-hari**

Literasi media atau yang lebih dikenal dengan istilah “melek media” merupakan kemampuan untuk memilah, mengakses, dan menganalisis isi media. Literasi media dianggap sebagai kemampuan yang sudah semestinya dimiliki oleh setiap individu konsumen media massa, sehubungan dengan banyaknya media massa yang ada di tengah masyarakat. Individu perlu memiliki pengetahuan efek media, isi media, industri media. Dengan kemampuan literasi media individu akan memiliki perspektif yang jauh lebih jelas untuk melihat dan membedakan dunia nyata dan dunia yang diproduksi oleh media. Ketika seseorang dibekali kemampuan literasi media, ia tidak dapat “disetir” oleh keinginan media yang berdampak pada praktik kehidupan sehari-hari.



Dengan adanya perkembangan media massa menjadikan khalayak memiliki kecenderungan yang tinggi dalam mengakses media seperti TV khususnya anak-anak. Sebagaimana disebutkan dalam laporan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat tahun 2011 bahwa dalam seminggu anak-anak di Indonesia menyaksikan tayangan televisi rata-rata 35 sampai 45 jam, atau 1.560 sampai 1.820 jam setahun. Anak-anak belum bisa untuk menangkap berbagai pesan yang disampaikan oleh TV. Anak belum cukup pengalaman untuk mengevaluasi dan menilai informasi yang anak lihat pada TV, sehingga anak menganggap semua yang mereka saksikan adalah sesuatu yang benar-benar terjadi dalam kehidupan nyata. Hal ini dapat berdampak negatif pada perilaku anak.

Pemahaman yang baik oleh orang tua dalam penggunaan media akan dapat membantu melindungi pemikiran anak dari dampak negatif yang ditimbulkan oleh media yang mereka gunakan. Orang tua dapat memberikan pengertian pada anak bahwa semua informasi yang mereka butuhkan terdapat di media, tinggal bagaimana mereka menyaring mana yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif.

Praktik literasi media di level keluarga tidak lain merupakan cara untuk mengontrol penggunaan media pada anak di lingkungan rumah. Perlunya kontrol dalam penggunaan media pada anak didasarkan pada beberapa alasan, yakni: banyak tayangan yang dalam media terdapat unsur kekerasan, banyak tayangan yang dalam media terdapat unsur seks, anak-anak mudah terpengaruh oleh tayangan media. Dengan adanya berbagai hal tersebut, maka anak perlu diberikan pengertian akan dampak negatif penggunaan media.

Rahayu,<sup>20</sup> dalam artikel jurnal "*Muslim Families Mediating Children's Television and Internet Use in Indonesia*" menyebutkan bahwa literasi media dipraktikkan dalam keluarga dengan beragam gaya meliputi mediasi aktif, mediasi *restrictive* dan mediasi *coviewing*. Mediasi aktif yaitu percakapan yang dilakukan antara orang tua dengan anak mengenai televisi yang diidentifikasi menjadi tiga jenis yaitu a) aktif negatif yaitu percakapan secara umum antara orang tua dengan anak dalam konteks negatif, b) aktif positif yaitu orang tua memberikan komentar-komentar positif mengenai apa yang ditonton anak di televisi, c) aktif netral yaitu jenis mediasi aktif yang melibatkan penyediaan informasi tambahan bagi anak mengenai isi televisi. Kemudian mediasi *restrictive* merupakan peraturan yang ditentukan orang tua mengenai pola anak menonton TV, sedangkan mediasi *coviewing* yaitu orang tua yang menyaksikan TV bersama dengan anaknya.

Berkaitan dengan praktik literasi media juga dikemukakan oleh Intan Poerwaningtias, dkk<sup>21</sup> yaitu membiasakan keluarga dengan diet TV terutama dimaksudkan untuk membantu kita dan keluarga, terutama anak-anak mengurangi kandungan kalori TV dan melatih untuk menonton yang bermanfaat atau melakukan kegiatan yang lain. Tayangan televisi saat ini bermacam-macam, bahkan banyak sekali acara TV yang kurang penting dan tidak cocok untuk ditonton, terutama pada anak-anak. Maka dari itu penting bagi orang tua untuk mendampingi anak-anaknya menonton acara televisi. Alasannya *pertama*, karena dampak pengaruh dari acara televisi yang ditonton; *kedua*, pentingnya kedekatan orang tua dan anak; *ketiga*, dapat mengatur pembagian waktu secara

efektif agar anak tidak lupa untuk belajar. Untuk mengatur diet TV dapat juga dilakukan dengan kegiatan alternatif. Banyak kegiatan alternatif yang dapat dilakukan untuk mengurangi intensitas menonton TV.

Berdasarkan paparan di atas dapat diketahui bahwa praktik-praktik literasi media dalam kehidupan sehari-hari khususnya di lingkungan keluarga sangat beragam seperti membatasi waktu pada anak dalam menonton televisi (diet TV), memberikan pondasi agama yang kuat sesuai dengan keyakinan agar tidak mudah terpengaruh dengan hal-hal negatif penggunaan media, dan memanfaatkan waktu dengan kegiatan alternatif selain menonton televisi misalnya jalan-jalan dan bercerita.

Dalam menunjang praktik literasi media banyak faktor yang mempengaruhinya diantaranya tingkat pendidikan, karir, status sosial dan tingkat religiusitas. Dalam konsep literasi media perlu dibangun *skill* dan struktur pengetahuan yang baik, oleh karena itu tingkat pendidikan akan berpengaruh pada struktur pengetahuan audiens terhadap media.

Semakin baik tingkat pendidikan, maka semakin baik pula *skill* dan struktur pengetahuan terhadap media. Demikian pula dengan faktor karir. Ibu rumah tangga yang hanya fokus dalam mengurus anak akan lebih baik dalam menerapkan praktik literasi media karena memiliki waktu yang lebih banyak dalam mendampingi anak dibandingkan ibu yang bekerja. Tingkat status sosial dikaitkan dengan ketersediaan media akan berpengaruh anak. Semakin banyak media yang tersedia di tempat tinggal, maka semakin banyak peluang anak mengakses informasi. Informasi tersebut berkontribusi pada kemampuan menganalisa, menilai objek dan mengambil keputusan termasuk tayangan TV.

## Penutup

Literasi media atau yang lebih dikenal dengan istilah “melek media” merupakan kemampuan untuk memilah, mengakses, dan menganalisis isi media. Literasi media sebuah konsep tentang cara-cara masyarakat mempertanyakan apa yang ditonton, dicermati, dibaca dan diproduksi dari media. Literasi media dianggap sebagai kemampuan yang sudah semestinya dimiliki oleh setiap individu konsumen media massa, sehubungan dengan banyaknya media massa yang ada di tengah masyarakat. Individu perlu memiliki pengetahuan efek media, isi media, industri media. Dengan kemampuan literasi media individu akan memiliki perspektif yang jauh lebih jelas untuk melihat dan membedakan dunia nyata dan dunia yang diproduksi oleh media. Ketika seseorang dibekali kemampuan literasi media, ia tidak dapat “disetir” oleh keinginan media yang berdampak pada praktik kehidupan sehari-hari.

## ENDNOTE

---

<sup>1</sup>M. Griffin, Picturing America’s “war on terrorism” in Afghanistan and Iraq: Photographic motifs as news frames. *Journalism*, (2004), 5(4), 381–402. <https://doi.org/10.1177/1464884904044201>.

<sup>2</sup>Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hlm. 7

- 
- <sup>3</sup>J.W Potter, *Media Literasi*, (New York: Sage, 2013), hlm. 4
- <sup>4</sup>J.W Potter, hlm. 38
- <sup>5</sup>Stanly J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 32
- <sup>6</sup>Elvinaro Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 215
- <sup>7</sup>Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 25
- <sup>8</sup>Burhan Bungin, hlm. 27
- <sup>9</sup>David, C., & Hoynes, W.. *Media society* (3rd ed.), (London: Pine Forge Press, 2003), hlm, 102
- <sup>10</sup>Buckingham, D.. Media education in the UK: Moving beyond protectionism. *Journal of Communication*, 48(1), (1998) hlm. 33–43. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02735.x>
- <sup>11</sup>Potter, J.W., *Theory of media literacy: A cognitive approach*, (London and New York: SAGE Publications, 2004).
- <sup>12</sup>Austin, E.W., & Meili, H.K., Effects of interpretations of televised alcohol portrayals on children's alcohol beliefs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, (1994), 38(4), 417–435. <https://doi.org/10.1080/08838159409364276>.
- <sup>13</sup>Severin, W.J., & Tankard, J.W., *Communication theories*, (Priscilla McGeehon, Ed.) (5th ed.), (New York: Addison Wesley Longman, 2010).
- <sup>14</sup>S. Wirawan, *Psikologi Prasangka*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2006).
- <sup>15</sup>Intania Purwaningtias, *Model-model Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*, (Yogyakarta: UII, 2013), hlm. 16
- <sup>16</sup>Stanly J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 56-58
- <sup>17</sup>Intania Purwaningtias, *Model-model Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*, (Yogyakarta: UII, 2013), hlm. 80
- <sup>18</sup>Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hlm. 17
- <sup>19</sup>Potter, W.J., *Media Literacy*. (Upper Sadler River NJ: Prentice Hall, 2005), hlm. 44-49
- <sup>20</sup>Rahayu. Muslim Families Mediating Children's Television and Internet Use in Indonesia. *Global Science and Technology Forum (GSTF) Journal on Media and Communication*, (2013), hlm. 40
- <sup>21</sup>Intania Purwaningtias, dkk., *Model-model Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*, (Yogyakarta: UII, 2013), hlm. 84