



Urgensi Literasi Media bagi Pengembangan Pola Pikir Kehidupan Sosial Masyarakat

Dian Risdiawati
IAIN Tulungagung
dnriski9@gmail.com

Abstract

This discussion is focused on two main things, namely related to media literacy and community mindset. In this context, the media is a means that has the potential to produce and disseminate social meaning, or in other words, the media plays a major role in determining the meaning of events that occur in the world for a particular culture, society, or social group. However, often the public quickly condemns media performance or identifies impropriety and declares detrimental effects. It is rare for people to question their role in mass communication. Thus, media literacy is important to be developed in society to increase the ability of media literacy. Understanding media literacy is very important to be understood by the community because with an adequate understanding of it will create a society that can think critically and have a healthy mindset. The public is expected to be able to control the impact of media shows, no longer be controlled from the impressions presented by the media so that it can give birth to a generation of media literacy. Society can determine the direction of its mind and is no longer influenced by one perspective formed by the media.

Keywords: media literacy, community mindset

Abstrak

Pembahasan ini difokuskan pada dua hal utama, yaitu terkait literasi media dan pola pikir masyarakat dalam kehidupan sosial. Dalam konteks ini, media merupakan sarana yang berpotensi untuk memproduksi dan menyebarkan makna sosial, atau dengan kata lain, media berperan besar menentukan makna peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia untuk budaya, masyarakat, atau kelompok sosial tertentu. Namun, sering kali masyarakat secara cepat mengutuk kinerja media atau mengidentifikasi ketidaklayakan dan menyatakan efek merugikan. Jarang bagi masyarakat untuk mempertanyakan perannya dalam komunikasi massa. Dengan demikian, literasi media penting dikembangkan dalam masyarakat untuk meningkatkan kemampuan melek media. Pemahaman literasi media sangat penting dimiliki masyarakat karena dengan adanya pemahaman yang memadai tentang hal tersebut akan menciptakan masyarakat yang mampu berpikir kritis dan berpola pikir sehat. Masyarakat diharapkan mampu mengendalikan dampak dari tayangan media, bukan lagi dikendalikan dari tayangan yang disajikan media sehingga dapat melahirkan generasi yang melek media. Masyarakat dapat menentukan arah pikirannya sendiri dan tidak lagi dipengaruhi oleh satu sudut pandang yang dibentuk oleh media.

Kata Kunci: literasi media, pola pikir masyarakat

Received : 15 April 2020; Revised: 16 Oktober 2020; Accepted: 15 Desember 2020



Pendahuluan

Pada umumnya, fungsi bahasa adalah sebagai alat komunikasi dan sebagai alat penyampai pesan/gagasan. Dengan fungsi bahasa tersebut, berarti bahasa dapat digunakan untuk menyampaikan sebuah opini publik terhadap suatu permasalahan. Hal ini juga berarti bahasa digunakan untuk mengemban misi tertentu untuk mempengaruhi masyarakat. Penyampaian opini/ misi tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik. Jika melihat perkembangan teknologi informasi terkini, sudah pasti masyarakat akrab dengan media massa elektronik. Masyarakat akan dengan mudah mengakses media sosial maupun portal-portal berita nasional dengan sekali klik pada ponsel pintarnya masing-masing untuk membaca opini ataupun beropini sesuai dengan nalarnya/pola pikirnya masing-masing.

Dalam media massa, tentu akan banyak tulisan informasi yang membangun interaksi sosial dan memancing perubahan sosial. Hal ini berarti informasi atau opini yang berkembang di media massa akan sangat mempengaruhi mentalitas dan tingkah laku masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan sosial masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Thomas (2007:78—79) yang menyatakan bahwa, media merupakan sarana yang berpotensi untuk memproduksi dan menyebarkan makna sosial, atau dengan kata lain media berperan besar menentukan makna peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia untuk budaya, masyarakat, atau kelompok sosial tertentu.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dampak positif dan negatif tentu melekat dalam perkembangan teknologi informasi media massa di masyarakat. Positifnya, media massa dapat digunakan untuk memberikan informasi, mendidik, dan menghibur. Selain itu, media massa dapat dijadikan wadah untuk menyampaikan aspirasi atau propaganda tertentu. Informasi dari berbagai bagian dunia akan mudah diakses melalui media massa kapanpun juga. Di Indonesia saja, jutaan warganya setiap pagi menggunakan media massa untuk mengakses informasi, baik melalui televisi maupun internet. Para politisi juga menggunakan media massa untuk berkampanye dan mengumpulkan pendukungnya. Para milenialnya pun juga memanfaatkan media massa untuk memperoleh popularitas dan *income*.

Namun demikian, jika keleluasaan masyarakat menggunakan media massa tidak diiringi dengan sikap bijak dalam mengolah informasi, maka dampak negatif akan mempengaruhi masyarakat. Ragam informasi yang disampaikan oleh media massa tentu tidak bisa terlepas dari cara penyajian dan interpretasi media terhadap suatu masalah. Bahasa yang dilebih-lebihkan/hiperbola dan juga permainan kata pada judul sebuah

informasi biasa digunakan dalam media massa. Sehingga, sebuah informasi bisa memiliki berbagai penafsiran. Bisa jadi informasi pada media massa tersebut juga terkontaminasi dengan subjektivitas penulisnya terhadap suatu permasalahan tertentu. Menurut Sudjadi dkk. (2014) selalu ada kepentingan yang melatarbelakangi cara manusia mengungkapkan suatu fakta ke dalam berita. Hal ini berarti media massa bisa mengelabui masyarakat demi kepentingan tertentu. Sehingga sering kali, masyarakat secara cepat mengutuk kinerja media atau mengidentifikasi ketidaklayakan dan menyatakan efek merugikan. Namun, jarang bagi masyarakat untuk mempertanyakan perannya dalam komunikasi massa.

Dengan demikian, peran literasi media dalam kehidupan sosial masyarakat sangatlah penting. Masyarakat harus sadar betul untuk tidak menelan mentah-mentah informasi yang di sajikan di media massa. Jika tidak demikian, maka pola pikir dan sikap masyarakat akan mengikuti arus media tanpa tahu betul kevalidan informasinya.

Literasi media merupakan kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media (Rahmi, 2013:261). Kemampuan untuk melakukan tersebut ditujukan agar pemirsa atau masyarakat menjadi sadar akan cara media dikonstruksi atau dibuat dan diakses. Literasi media penting dikembangkan dalam masyarakat untuk meningkatkan kemampuan melek media. Dengan kata lain, literasi media merupakan tameng bagi masyarakat untuk menghalau arus media yang persuasif.

Menurut Holilah (2016), masyarakat merupakan merupakan faktor utama dalam melakukan penyaringan informasi media. Dengan demikian, literasi media masyarakat merupakan pengontrol informasi yang akan diserap, sehingga bisa meningkatkan kekritisan masyarakat terhadap sebuah informasi dan dapat mengembangkan pola pikir masyarakat yang sehat.

Pembahasan

Media dan Masyarakat

Perkembangan teknologi dan penyebaran arus informasi saat ini berjalan sangat pesat, baik pada media massa maupun media elektronik. Sebenarnya, subjek yang paling diuntungkan dalam perkembangan teknologi informasi ini adalah masyarakat atau publik. Misalnya saja, adanya perkembangan teknologi media televisi, membuat masyarakat menjadi lebih mudah, murah, dan dekat dengan segala informasi yang mereka inginkan.

Pada dasarnya, media berfungsi sesuai dengan kepentingan penggunaannya. Media dapat berfungsi sebagai sarana pendidikan, sarana memperoleh informasi, dan sarana

hiburan. Sejauh ini, media yang ramah masyarakat dan mencakup ketiga fungsi tersebut adalah televisi. Dikatakan ramah masyarakat karena televisi merupakan media yang terjangkau dan mudah digunakan. Bahkan, survei *Nielsen Audience Measurement* di tahun 2012 saja, menunjukkan bahwa 94% masyarakat Indonesia mencari informasi dan hiburan melalui media televisi (Hendriwinaya, 2015:42). Hal ini berarti bahwa hampir seluruh masyarakat Indonesia telah bersinggungan dengan televisi dan memanfaatkannya sebagai media utama dalam memperoleh informasi, hiburan, bahkan pendidikan.

Program-program yang ditayangkan pada media televisi kebanyakan sudah memfasilitasi ketiga fungsi tersebut. Fungsi media untuk memperoleh informasi terdapat dalam tayangan program berita. Hampir semua stasiun televisi khususnya stasiun televisi terkemuka memiliki program acara berita, seperti *Liputan 6*, *Seputar Indonesia*, dan lainnya. Sedangkan fungsi media sebagai sarana pendidikan diwujudkan dengan adanya program-program edukasi seperti program yang menampilkan info-info keajaiban dunia, menampilkan tata cara memasak, dan lain sebagainya. Kemudian, fungsi media sebagai sarana hiburan dapat diwujudkan dengan adanya tayangan program musik, sinetron, dan lain sebagainya. Kebanyakan tayangan program pada media televisi adalah berupa program hiburan. Hal ini nampak dengan sedikitnya tayangan program edukasi seperti kuis yang mengasah pengetahuan ataupun program belajar di televisi.

Di samping itu, setiap stasiun televisi mendesain khusus program-programnya untuk memenuhi fungsi media sebagai sarana informasi sekaligus hiburan, misalnya program *Ini Talk Show*, *Hitam Putih*, *Mata Najwa*, dan lain-lain. Sering kali batasan-batasan antara fungsi informasi dan hiburan menjadi buram, sehingga diciptakan sebuah tayangan program seperti *infotainment* (informasi dan *entertainment*). Dalam tayangan *infotainment*, sebuah informasi dikemas dalam cara penyampaian yang menghibur. Biasanya, informasi tersebut bukanlah informasi yang masyarakat butuhkan, namun informasi yang dianggap bisa menghibur masyarakat.

Tayangan program *infotainment* yang menjamur di media televisi, secara tidak langsung juga memberikan dampak pada audien/masyarakat yang menontonnya. Dengan adanya *infotainment*, masyarakat akan lebih digiring untuk terbiasa melihat kesalahan-kesalahan orang lain dan menghakimi objek yang diinformasikan daripada digiring untuk mawas diri. Begitu pula dengan tayangan program sinetron yang membawa dampak pada masyarakat. Salah satunya adalah timbulnya sinisme atau pandangan/pernyataan sikap ke arah negatif terhadap objek tertentu. Hal ini sesuai dengan pendapat Hendriwinaya (2015:48) yang menyatakan bahwa tayangan televisi berupa *infotainment* dan sinetron

memengaruhi sikap dan persepsi ibu rumah tangga. Di mana ketika informasi yang didapat adalah negatif (salah satunya gosip), maka akan membentuk sikap sinis pada ibu rumah tangga.

Di sisi lain, tidak sedikit perusahaan media yang memanfaatkan program-program penyedia informasinya sebagai bisnis. Fenomena-fenomena tersebut dapat dikatakan sebagai industri media. Pada prinsipnya, industri media lebih diarahkan pada cara mendapatkan uang atau keuntungan bagi perusahaan maupun pihak tertentu, yang terkadang tidak mempertimbangkan kepentingan publik. Akibatnya, media tersebut menjadi tidak independen, objektif, akurat, dan tidak ramah publik. Misalnya saja media televisi yang seharusnya mencakup tiga fungsi utama, yaitu pendidikan, informasi, dan hiburan menjadi tidak berimbang. Tayangan cenderung lebih banyak pada fungsi hiburan belaka.

Selain itu, media sangat erat kaitannya dengan kekuasaan atau politik. Media dapat digunakan sebagai sarana memperoleh kekuasaan. Menurut Aminah (2003:3) kajian mengenai media di negara berkembang cenderung lebih menekankan dominasi atau hegemoni kekuasaan negara, di mana media digunakan sebagai alat propaganda negara atau menjadi alat kepentingan untuk melestarikan ideologi penguasa (hegemoni). Pihak yang memiliki kekuasaan dapat menggunakan media sebagai alat propaganda dan sebagai alat politik untuk dapat mencapai tujuan para politikus. Melalui media, kekuasaan dapat diraih dan sekaligus memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk mendapatkan kepentingannya.

Dampak yang terjadi dalam masyarakat adalah terjadinya ketidakberimbangan informasi dan pendidikan mengenai kemanusiaan. Selain itu, media-media tersebut sangat berpengaruh terhadap terbentuknya pola pikir masyarakat. Kemudian, dari pola pikir tersebut akan juga mempengaruhi tingkah laku dan gaya hidup masyarakat. Dengan media, masyarakat dapat membentuk dunia semanya sendiri. Menurut Lippmann dalam Rivers dkk (2003: 29), dunia objektif yang dihadapi manusia itu 'tak terjangkau, tak terlihat, dan terbayangkan'. Oleh karena itu, manusia berusaha menciptakan sendiri dunia di pikirannya dalam upayanya memahami dunia objektif tersebut. Karena itu pula, perilaku manusia tidak didasarkan pada kenyataan yang sesungguhnya, melainkan kenyataan ciptanya sendiri. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Taufiqurrohim (2017:259) yang menyatakan bahwa *media basically has the power, power to mobilize community and influence doctrinally of people's belief*. Dengan demikian, media mempunyai peranan penting dalam menggerakkan masyarakat luas karena secara tidak langsung media

membawa doktrin yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat pada objek/informasi tertentu. Media merupakan kekuatan penggerak pikiran publik.

Media massa maupun media elektronik telah mempercepat, memperkuat, dan meletakkan peran tradisional komunikasi, sehingga bisa diartikan bahwa media menebalkan dunia semu, sehingga menambah jarak antara manusia modern dengan dunia nyata. Hal ini disebabkan manusia modern memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi untuk memperoleh segala informasi melalui dunia maya, sehingga mengurangi interaksi sosial pada dunia nyata. Mengurangi pula pengakuan kenyataan di dunia nyata dan cenderung mengikuti arus informasi pada dunia maya.

Di samping ketiga fungsi media yang telah dipaparkan di atas, fungsi lain dari media adalah sebagai kontrol sosial. Hal tersebut dimaksudkan bahwa media dapat membuat pola pikir masyarakat berubah atau tetap, sikap/perilaku masyarakat terpengaruh atau tidak. Media sebagai kontrol sosial tentu saja dituntut menjadi media yang netral. Artinya, media bergerak secara independen, kredibel, dan mandiri dalam menjalankan fungsi-fungsi jurnalistiknya, sehingga masyarakat tidak terkecoh oleh fakta/informasi yang disajikan. Dengan begitu, pola pikir masyarakat akan terkontrol dan berkembang tanpa meninggalkan norma-norma sosial yang ada.

Media dan Pencitraan terhadap Masyarakat

Media massa maupun media elektronik sekarang ini telah banyak menyisipkan iklan/*endorse*. Media dan iklan menjadi satu kesatuan yang mengandalkan teknologi pencitraan. Dua hal tersebut mempunyai pengaruh besar dalam proses konstruksi identitas individu dalam kehidupan sosial masyarakat. Menurut Zamzamy dan K. Netty (2011:213), iklan merupakan salah satu bentuk tayangan televisi yang menjadi sumber atau rujukan bagi individu untuk melakukan kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial (*social identity theory*) dalam proses konstruksi identitas. Konstruksi identitas yang dimaksud, dibangun melalui citra-citra yang dimunculkan dalam setiap iklan atau tayangan. Dengan citra tersebut, masyarakat menciptakan gaya hidup dan pemikiran-pemikiran baru.

Selain iklan, hal yang erat kaitannya dengan teknologi pencitraan adalah media dan politik. Para elit politik yang memiliki kepentingan dan tujuan tertentu, pasti akan memanfaatkan simbol-simbol bahasa dan media massa/media elektronik sebagai alat untuk mencapainya. Dalam hal ini, akan ada istilah politik pencitraan. Politik pencitraan ini merupakan politik yang diciptakan untuk memberi *image*/kesan/citra kepada seseorang, pejabat, partai, ormas, dan lain sebagainya dengan memanfaatkan media. Politik

pencitraan ke arah positif digunakan untuk meningkatkan elektabilitas, sedangkan politik pencitraan ke arah negatif digunakan untuk menjatuhkan oposisinya.

Selanjutnya, menurut Pawito (2005:2), ungkapan simbolik menunjuk pada pesan bersifat verbal ataupun non verbal dengan makna-makna tertentu yang sangat lekat dengan nilai-nilai kultural serta filosofis. Tulisan yang dimaksud lebih menitikberatkan pada ungkapan simbolik yang berupa bahasa verbal, yakni pernyataan-pernyataan dengan menggunakan kosakata tertentu, misalnya kosakata yang dikemukakan oleh para elit politik Indonesia di berbagai kesempatan, terutama dalam kampanye dan wawancara dengan media massa.

Peccei & Jones (2004:39) berpendapat bahwa bahasa dapat digunakan untuk mengubah dan mengontrol suatu wacana sehingga dapat membentuk pola pikir. Pendapat tersebut dapat dihubungkan dengan kepentingan politik bahwa seorang politikus dapat menggunakan bahasa dan media dengan memanfaatkan wacana untuk memengaruhi pikiran masyarakat. Ungkapan simbolik sangat banyak digunakan dalam politik. Contohnya, penggunaan ungkapan *blusukan*. Ungkapan tersebut saat ini identik menggambarkan seorang tokoh politikus dan sekaligus menjadi Presiden Republik Indonesia yang ke 7 yaitu Bapak Joko Widodo atau sering dikenal dengan Jokowi. Dimasa-masa Jokowi sebagai gubernur sebelum menjabat menjadi presiden hingga awal menjadi presiden sering sekali melakukan aktivitas *blusukan* yang pada intinya merupakan kunjungan kerja.

Pemaparan di atas, mencitrakan sosok Jokowi yang berusaha untuk selalu dekat dengan masyarakat, pemimpin yang sigap, dan tanggap terhadap kondisi yang dialami rakyatnya. Melalui media berita televisi, *blusukan* Jokowi berpotensi melahirkan citra positif bahwa Jokowi adalah pemimpin yang peduli dengan kondisi rakyatnya.

Contoh lain dari politik pencitraan dengan memanfaatkan media adalah dengan munculnya ungkapan *Partainya Wong Cilik* yang sering muncul di media dan ditayangkan di pada beberapa stasiun televisi. Ungkapan tersebut dapat melahirkan loyalitas yang dahsyat di kalangan para pendukung salah satu partai politik dan menimbulkan citra dekat dan peduli dengan rakyat kecil seperti petani, nelayan, dan lain sebagainya.

Dengan demikian, pencitraan melalui pemberitaan di media massa/media elektronik mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi atau menggerakkan pemikiran/kognisi seseorang. Pemikiran/kognisi tersebut selanjutnya akan mengarah pada emosi seseorang. Kemudian, emosi tersebut akan mempengaruhi seseorang atau masyarakat untuk melakukan suatu tindakan. Tindakan-tindakan akibat pencitraan media ini bisa

terungkap baik melalui media pula maupun tidak melalui media. Oleh karena itu, media mempunyai peranan penting dalam penyampaian citra yang dapat mempengaruhi tindakan masyarakat dalam kehidupan sosial budayanya.

Media dan Gaya Hidup Masyarakat

Masyarakat bisa menciptakan simbol-simbol bahasa. Oleh karena itu, masyarakat juga akan mampu mengomunikasikan suatu niat makna keinginan atau maksud yang kompleks. Dengan demikian, masyarakat dapat mengubah bentuk kehidupan sosialnya. Dalam hal ini, media massa merupakan pendorong proses sosial yang ditentukan oleh akumulasi pertukaran dan penyebaran pengetahuan tanpa komunikasi (dalam media massa) manusia akan tetap pada pola hidup primitif tanpa organisasi sosial. Tanpa komunikasi, masyarakat akan statis, terjebak dalam perilaku instingtif dan tidak banyak berbeda dari hewan (Rivers, dkk, 2003:33).

Masyarakat dapat bertahan dan terus berkembang berkat adanya komunikasi dan media massa. Melalui hal tersebut masyarakat dapat mempertahankan institusi-institusi sosial berikut segenap nilai dan norma perilaku. Misalnya, pengaruh dari tayangan Drama Korea atau tayangan dengan muatan sama yang mencitrakan sosok manusia cantik atau tampan dan sempurna kehidupannya, secara tidak langsung membentuk opini masyarakat bahwa manusia yang sempurna adalah tokoh yang ada dalam drama tersebut. Para wanita akan mengharapkan calon pendamping hidup yang sama dengan tokoh drama tersebut. Begitu pula para lelaki. Padahal semua hal tersebut merupakan pikiran semu yang dilahirkan oleh mereka sendiri dan jauh dari realitas kehidupan yang sebenarnya.

Ukuran kecantikan dan ketampanan yang berkembang di kalangan masyarakat berpedoman pada informasi dari tayangan media yang mereka konsumsi. Hadirnya produk-produk kosmetik dan alat-alat kecantikan yang menawarkan janji akan membuat kulit putih dan badan yang indah seperti artis, juga memberikan dampak disikapi dengan bijak oleh masyarakat. Bisa jadi, dengan pengaruh dari informasi tayangan yang dikonsumsi akan menciptakan gaya hidup yang konsumtif di kalangan masyarakat. Hal yang perlu disadari masyarakat adalah tayangan di televisi termasuk iklan, film, drama Korea, dan drama-drama impor yang lain dibuat atas dasar kepentingan tertentu dan bersifat semu.

Fenomena lain yang menunjukkan media bisa mempengaruhi gaya hidup masyarakat khususnya di kalangan generasi muda adalah munculnya tren berwisata dan berpetualang yang menjadi sebuah keharusan demi mendapatkan konten untuk diunggah

pada media sosial. Hadirnya film yang berjudul *5 cm* dan juga tayangan di televisi yang menayangkan acara *travelling* juga turut mendongkrak minat generasi muda untuk melakukan hal yang sama seperti isi tayangan tersebut. *Trend* mendaki gunung dan istilah MTMA (*My Trip My Adventure*) menjadi sangat populer di kalangan anak muda masa kini apalagi ditambah dengan adanya media sosial yang semakin mendukung eksistensi anak muda di antara rekan-rekan sejawatnya.

Media dan Budaya

Menurut Innis (dalam Rivers, dkk. 2003:36), teknologi komunikasi memainkan peran utama dalam memengaruhi organisasi sosial dan kebudayaan. Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa media juga merupakan elemen penting dalam memengaruhi kebudayaan suatu masyarakat atau bangsa. Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan bahasanya. Bahasa Indonesia merupakan salah satu produk budaya Indonesia yang dijadikan suatu identitas bangsa.

Dalam salah satu program stasiun televisi nasional, ditayangkan film animasi impor seperti *Upin dan Ipin* dan *Bobo Boy*. Sasaran pemirsa dari tayangan tersebut adalah kalangan anak-anak. Diketahui bahwa anak-anak merupakan usia-usia yang gampang sekali mengimitasi isi atau konten sebuah tayangan atau media. Jika media tersebut menayangkan hal-hal yang positif, mendidik, meningkatkan kepedulian sosial, meningkatkan akhlak mulia, maka anak-anak akan menirunya dan menimbulkan respon positif bagi perkembangan kepribadian, sosial, dan juga keagamaan para generasi bangsa tersebut. Sebaliknya, jika yang ditayangkan adalah hal-hal yang berbau kekerasan, pergaulan bebas, atau budaya-budaya barat yang tidak sesuai dengan adab hidup masyarakat Indonesia, maka akan menimbulkan dampak negatif bagi perkembangan anak.

Pengaruh buruk televisi secara umum ada tiga, yaitu 1) memengaruhi secara kesehatan fisik, 2) memengaruhi kesehatan psikis, dan 3) memengaruhi kesehatan sosial budaya (Rahmi, 2003:271). Film kartun *Upin dan Ipin* yang menggunakan latar budaya bahasa Melayu, akan cenderung ditirukan oleh anak-anak dalam percakapannya sehari-hari, baik dengan teman sejawatnya maupun dengan orang tuanya. Hal tersebut menimbulkan kegagalan komunikasi antara orang tua dan anak. Selain itu, dapat menimbulkan degradasi bahasa Indonesia.

Literasi Media bagi Masyarakat

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa media massa sangat memengaruhi kehidupan masyarakat dengan cara yang tidak terhitung banyaknya. Banyak sekali dampak positif dan negatif yang diakibatkan olehnya. Untuk menghindari dampak yang berlebihan dari media massa, maka perlu adanya pemahaman mengenai literasi media. Literasi media merupakan kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media (Rahmi, 2013:261). Literasi media berarti berperan penting dalam mempertimbangkan pentingnya media massa dalam menciptakan dan mempertahankan budaya yang akan membantu kehidupan masyarakat.

Menurut Baran (2011:32—35), ada tujuh elemen mendasar dari literasi media. Elemen-elemen tersebut dijelaskan sebagai berikut.

a. Sebuah keterampilan berpikir kritis untuk mengembangkan penilaian terhadap konten media.

Berpikir secara kritis tentang isi media yang dikonsumsi adalah inti dari pengetahuan media. Sebagai pemirsa masyarakat harus tahu mengenai apa yang ditonton dan mengapa memilih tayangan yang disajikan media. Jika individu tidak dapat memahami isi tayangan maka individu tersebut tidak bertanggung jawab atas tayangan yang ditonton.

b. Pemahaman tentang proses komunikasi massa.

Jika masyarakat mengetahui komponen dari proses komunikasi massa dan bagaimana mereka berhubungan satu sama lain, masyarakat dapat membentuk ekspektasi tentang bagaimana media dapat menyajikan tayangan kepada masyarakat.

c. Kesadaran akan dampak media pada individu atau masyarakat.

Menulis dan percetakan membantu mengubah dunia dan orang-orang di dalamnya. Media massa melakukan hal yang sama. Jika masyarakat mengabaikan dampak media terhadap kehidupan, maka masyarakat akan menanggung risiko terperangkap dan terbawa oleh arus perubahan daripada mengendalikan dan memimpinya.

d. Strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media.

Masyarakat seharusnya memikirkan secara matang untuk mengonsumsi pesan media. Untuk itu masyarakat memerlukan pedoman yang menjadi dasar pemikiran dan refleksi. Pedoman tersebut bisa dari pengetahuan dunia, adat-istiadat, maupun budaya setempat.

e. Memahami isi media sebagai teks yang memberikan wawasan tentang budaya dan hidup.

Diketahui bahwa komunikasi bermanfaat untuk mengetahui kebudayaan, nilai, sikap, bahkan mitos. Dengan begitu, komunikasi dimaksudkan untuk membentuk pemahaman dan wawasan budaya masyarakat.

f. Kemampuan untuk menikmati, memahami, dan menghargai isi media.

Literasi media bukan berarti hidup tanpa bersentuhan dengan media atau selalu curiga pada efek bahanya. Literasi media dan budaya dapat digunakan untuk sarana menikmati, memahami, dan menghargai isi media yang mencakup kemampuan untuk melihat dari berbagai titik akses. Jadi, masyarakat boleh memilih tayangan yang menjadi kesenangan sendiri, namun juga harus tetap menggunakan aspek-aspek literasi media.

g. Pembangunan dari keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab.

Tradisi literasi mengasumsikan bahwa orang-orang yang dapat membaca juga dapat menulis. Literasi media juga membuat asumsi yang sama. Literasi tidak hanya mengarah pada keefektifan dan efisiensi pemahaman konten, namun juga penggunaannya secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, pengetahuan media secara individu harus mengembangkan keterampilan produksi yang memungkinkan masyarakat untuk membuat media dengan pesan-pesan yang berguna.

h. Pemahaman tentang kewajiban etika dan moral praktisi media.

Untuk membuat informasi penilaian mengenai kinerja media, masyarakat juga harus menyadari tekanan persaingan pada para praktisi media. Masyarakat harus memahami peraturan resmi dan tidak resmi pada operasi sebuah media. Dengan kata lain, masyarakat harus mengetahui kewajiban hukum dan etika para praktisi media.

Secara umum, tujuan dari literasi media atau melek media adalah 1) membantu masyarakat mengembangkan pemahaman yang lebih baik, 2) membantu masyarakat untuk dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari, dan 3) masyarakat mampu mengetahui perbedaan antara pesan media yang dapat meningkatkan kualitas hidup seseorang dengan pesan media yang merusak.

Kontrol media sangatlah dibutuhkan, mengingat media merupakan cara efektif untuk menyampaikan pesan dan pembentukan pola pikir masyarakat. Oleh karena itu, perlu adanya penyeimbang yang juga dapat memanfaatkan media. Misalnya saja, mengajarkan literasi media dalam keluarga dan lembaga pendidikan.

Dalam keluarga, literasi media dapat diterapkan dengan melakukan pendampingan ketika menonton acara televisi, mengomunikasikan isi tayangan dengan cara dialog dua

arah dengan anak, membatasi waktu menonton televisi, menumbuhkan minat baca, dan lain sebagainya. Dalam lembaga pendidikan, literasi media dapat diterapkan melalui pembatasan bahan tayangan televisi yang misalnya akan digunakan sebagai media pembelajaran khususnya dalam pelajaran Bahasa Indonesia, mendiskusikan isi tayangan televisi satu dengan yang lain, dan lain sebagainya.

Simpulan

Literasi media merupakan kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media. Pemahaman literasi media sangat penting dipahami masyarakat karena dengan adanya pemahaman yang memadai tentang hal tersebut akan menciptakan masyarakat yang mampu berpikir kritis dan berpola pikir sehat. Masyarakat diharapkan mampu mengendalikan dampak dari tayangan media, bukan lagi dikendalikan dari tayangan yang disajikan media. Dengan demikian, masyarakat dapat melahirkan generasi yang melek media. Masyarakat dapat menentukan arah pikirannya sendiri dan tidak lagi dipengaruhi oleh satu sudut pandang yang dibentuk oleh media.

Dalam artikel ini terbatas pada pembahasan literasi media terhadap pola pikir masyarakat. Tahap selanjutnya akan dilakukan penelitian untuk mengetahui pola pikir masyarakat tentang dampak tayangan media yang berimplikasi pada pola pikir dan perilaku generasi muda dengan berdasar pada konsep yang sudah dibuat sebelumnya.

Daftar Rujukan

- Aminah, Siti. (2006). Politik Media, Demokrasi, dan Media Politik. *Jurnal Unair*, 19 (03), Hal. 35—46.
- Baran, J. S. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hendrawinaya, Vigor Wirayodha. (2015). Infotainment, Sinetron, dan Sinisme Ibu Rumah Tangga “Mengapa ibu Rumah Tangga Menggemarnya?”: Analisis Berdasarkan Cultivation Theori. *Buletin Psikologi*, 23 (1), Hal. 42—50.
- Holilah, Ilah. (2016). Dampak Media terhadap Perilaku Masyarakat. *Jurnal Studi Gender dan Anak*, 3 (1), Hal. 104—114.
- Pawito. (2005). *Bahasa dan Politik: Ungkapan Simbolik Elit Politik di Indonesia Periode Pemilu 2004*. <http://lib4.blogspot.com/2011/02/bahasa-dan-politik-ungkapan-simbolik.html>
- Rahmi, Arnelia. (2013). Pengenalan Literasi Media pada Anak Usia Sekolah Dasar. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 8 (2), Hal. 261—275.

- Rivers, W. Jensen, J. W. Peterson, T. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern* (Ed. 2). Jakarta: Kencana.
- Sudjadi, Ferieda Angellya, Julia T. Pantow, dan Ferry V. I. A. Koaguow. (2014). Peranan Televisi dalam Pembentukan Opini pada Masyarakat Lingkungan I Kelurahan Tosuraya Selatan Kecamatan Ratahan: Studi tentang opini Masyarakat terhadap Calon Presiden Joko Widodo. *Jurnal Acta Diurna*, 3 (3), Hal. 1—6.
- Taufiqurrohin. (2017). Religion in Television: Mediated Religious “Kuliah Subuh” Program. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan*, 5 (2), Hal. 247—262.
- Thomas, L., Wareing, S., Singh, I., Peccei, J, S., Thornborrow, J. & Jones J. (Eds). (2004). *Language, Society and Power an Introduction Second Edition*. Roudledge: London & New York.
- Thomas, Linda & Wareing, Shan. (2007). *Bahasa, Masyarakat, dan Kekuasaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Zamzamy, A. dan Netty Dyak K. (2011). Media Massa, Pencitraan, dan Politik Identitas: Analisis Tekstual Iklan Axe Versi Asmirandah. *Jurnal Pamator*, 4 (2), Hal. 204—213.

