

## Aplikasi Komunikasi Berbasis Media Literacy bagi Siswa se-Kota Bandung

<sup>1</sup> Santi Indra Astuti; <sup>2</sup> Maya Amalia Oesman; dan <sup>3</sup> Riza Hernawati

<sup>1,2</sup> Fakultas Komunikasi, Jl. Tamansari No.1 Bandung,  
e-mail: dyaning2001@yahoo.com

**Abstrak.** *Televisi adalah media yang potensial, tidak saja untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membentuk perilaku seseorang. Terpaan televisi menimbulkan serangkaian pengaruh, baik yang positif maupun negatif, disengaja ataupun tidak. Saat ini, televisi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan keluarga. Dalam kelompok masyarakat tertentu, televisi mutlak harus ada. Adalah sulit membayangkan hidup tanpa televisi. Televisi mengatur ritme dan kegiatan dalam hidup banyak orang.*

*Berdasarkan data viewership yang dikeluarkan oleh lembaga rating televisi, remaja merupakan market terbesar dari media. Hal ini dapat dilihat dari berbagai tayangan bertema remaja. Seperti serial drama (sinetron), reality show, film, hingga sajian musik. Namun, pada kenyataannya, tayangan bertema remaja banyak memuat unsur-unsur negatif yang tidak sesuai dengan realitas kehidupan remaja Indonesia. Selain itu, nilai yang dikandung tidak edukatif, mengandung banyak kekerasan, seks, dan unsur mistik (YPMA, 2008).*

*Guna mengatasi dan mengantisipasi tantangan yang bersumber dari dominasi media massa, khususnya televisi, saat ini berkembang gagasan media literacy di tengah masyarakat. Konsep dasar media literacy adalah "...the ability to access, analyse, evaluate and create messages across a variety of contexts (kecakapan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan menciptakan pesan-pesan media dalam beragam konteks) (Livingstone, 1993 dalam Astuti, 2005)." Konsep ini, pada intinya, membekali publik dengan kemampuan untuk memanfaatkan informasi media secara bijak dan cerdas. Melalui konsep ini, dominasi media massa berikut efek negatifnya yang mengancam sektor pendidikan dapat dikurangi.*

*Selaras dengan tujuan program kegiatan, dan sesuai dengan misi dan visi Unisba, maka khalayak sasaran yang dianggap strategis untuk dibina dalam pelatihan ini adalah siswa-siswa SMA. Mereka adalah target yang dibidik TV lewat program-programnya. Kemampuan atau skill media literacy mutlak diperlukan agar siswa-siswi SMA memiliki kesiapan mental untuk berhadapan dengan media massa, khususnya TV. Sasaran khalayak remaja SMA juga dipandang strategis karena di sisi lain, pelatihan ini dapat dijadikan ajang untuk sekaligus mempromosikan Unisba. Metode kegiatan yang digunakan tim pengabdian meliputi kuliah/ceramah dan tanya jawab, Case Study, Brainstorming, Diskusi kelompok dan Simulasi/Role Playing. Porsi terbesar diberikan pada praktik (70%), dengan maksud agar pemahaman media literacy tidak hanya dikuasai sebatas wacana teori.*

*Evaluasi kuantitatif dan kualitatif digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian. Evaluasi kuantitatif melibatkan pre-test dan post-test berdasarkan materi pelatihan. Sedangkan evaluasi kualitatif, dalam bentuk penilaian portofolio, dilakukan berdasarkan evidence atau produk. Walaupun perbedaan nilai pre-test dan post-test tidak signifikan, namun hasil portofolio berupa poster dan analisis program televisi memperlihatkan bahwa peserta sudah mampu memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip media literacy dengan baik.*

**Key Words:** *Media Literacy, Komunikasi*

## 1. Pendahuluan

Pengaruh televisi terhadap gaya hidup remaja saat ini banyak mendapat sorotan publik. Apalagi hal ini ditengarai dengan tingginya kasus aborsi remaja di Indonesia yang salah satunya akibat tontonan televisi, DVD dan internet yang mudah mengakses situs porno. Perilaku kekerasan yang berbuntut pembunuhan pun acap menjadi santapan remaja dari kegemarannya meniru setiap adegan pemberitaan di layar kaca. Pengaruh televisi tidak hanya menimpa remaja, tetapi juga orang dewasa pada umumnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sri Fatmawati dari Fakultas Psikologi UI, tayangan televisi di siang hari yang sebagian besar disaksikan oleh para ibu rumah tangga sebesar 50 % mempengaruhi sikap mereka terhadap memperlakukan anak-anaknya. Acara seperti Buser, Sergap, TKP membuat para ibu cenderung terpengaruh dan bersikap galak saat menghadapi anak-anaknya .

Dalam situasi di mana khalayak dikepeng oleh media massa, adalah penting untuk menumbuhkan kesadaran terhadap media. Remaja dan anak-anak menjadi sasaran utama *media literacy*, karena sebagai penonton belia, mereka masih berada dalam tahap transisi, belum matang secara psikologis, punya kecenderungan besar untuk mengimitasi, dan tengah mencari model untuk identifikasi diri (Risman, 2007). Bimbingan tentang bagaimana berhadapan dengan media massa perlu diberikan kepada remaja. Tujuannya agar mereka tidak keliru menyalurkan rasa ingin tahunya yang besar, tidak keliru dalam menetapkan *role model* yang akan dijadikan panutan, dan dalam jangka panjang diharapkan punya daya kritis menghadapi media massa yang harus diakui sangat dominan dalam kehidupan remaja masa kini.

Pelatihan ini bermaksud mengajarkan dasar-dasar *media literacy* untuk diaplikasikan oleh sasaran pelatihan, yaitu siswa-siswi SMA. Melalui pelatihan ini diharapkan tidak hanya kesadaran yang akan timbul tapi juga solusi untuk mencegah pengaruh media massa dalam kehidupan remaja terutama untuk siswa SMA yang masih berada dalam rentang usia labil. Sengaja dipilih perwakilan dari setiap SMA (bukan yang berasal dari SMA yang sama). Diharapkan, setelah mengikuti pelatihan, tumbuhnya kesadaran *media literacy* akan menjadikan para peserta sebagai agen *media literacy* di lingkungannya masing-masing. Sehingga, gerakan *media literacy* bisa semakin meluas dan didukung oleh banyak pihak.

## 2. Penerapan *Media literacy* terhadap siswa-siswa SMA

Dominasi media yang terjadi sekarang ini menuntut para orang tua dan sekolah untuk dapat lebih waspada terhadap berbagai pengaruh negatif yang dapat mengubah pola pikir sehingga berujung pada perubahan perilaku yang tidak hanya merugikan dirinya bahkan juga lingkungannya.

Remaja merupakan market terbesar dari media, hal ini dapat dilihat dari berbagai tayangan yang bertema remaja namun pada kenyataannya tayangan yang bertema remaja masih memuat unsur-unsur negatif yang tidak sesuai dengan realitas kehidupan remaja yang sebenarnya, untuk mengatasi dan mengantisipasi tantangan yang bersumber dari dominasi media massa dalam kehidupan masyarakat saat ini, perlu dimulai dan diperkuat gerakan *media literacy*, salah satunya melalui pelatihan ini dimana tim pengabdian berusaha untuk menumbuhkan kesadaran akan media baik dari sisi positif maupun sisi negatifnya sehingga mereka mempunyai bekal untuk menggunakan media dengan bijak.

Guna mengatasi dampak negatif media, kini berkembang gerakan *media literacy* yang bertujuan membekali masyarakat dengan keterampilan berinteraksi media secara

sehat. Istilah *media literacy* atau literasi media diciptakan di pertengahan 2004 untuk menggabungkan literasi lainnya dengan visual (Ofcom, 2004). Ofcom mengatakan, literasi adalah keterampilan untuk mengakses, menganalisa, mengevaluasi, dan sekaligus mengomunikasikannya dalam berbagai macam format. Lebih dari itu, *media literacy* adalah kemampuan mengenali dan memahami informasi secara komprehensif untuk mewujudkan cara berpikir kritis, seperti tanya-jawab, menganalisa dan mengevaluasi informasi itu.

Konsep dasar *media literacy* adalah “...*the ability to access, analyse, evaluate and create messages across a variety of contexts* (kecakapan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan menciptakan pesan-pesan media dalam beragam konteks) (Livingstone, 1993 dalam Astuti, 2005).” Konsep ini pada intinya membekali publik dengan kemampuan untuk memanfaatkan informasi media secara bijak dan cerdas. Melalui konsep ini, dominasi media massa berikut efek negatifnya yang mengancam sektor pendidikan dapat dikurangi.

Selaras dengan program kegiatan dan sesuai dengan misi dan visi Unisba maka khalayak sasaran yang dianggap strategis untuk dibina dalam pelatihan ini adalah siswa-siswa SMA. Mereka adalah target yang dibidik TV lewat program-programnya. Kemampuan atau skill *media literacy* mutlak diperlukan agar siswa-siswi SMA memiliki kesiapan mental untuk berhadapan dengan media massa, khususnya TV. Sasaran khalayak remaja SMA juga dipandang strategis karena di sisi lain, pelatihan ini dapat dijadikan ajang untuk sekaligus mempromosikan Unisba.

Sesuai dengan tema dan tujuan penyelenggaraan kegiatan, materi yang dibahas dalam pelatihan ini mengenai pengenalan televisi, televisi dan permasalahannya dan *media literacy*, disertai dengan contoh-contoh iklan, games, berita dan sinetron yang mengandung muatan negatif, sehingga peserta selain mendapatkan materi secara teoritis juga mendapatkan materi secara praktis. Dasar pertimbangan materi pelatihan tersebut adalah kondisi dimana para peserta adalah siswa SMA yang diterpa media massa (khususnya televisi) secara intensif, memiliki pola perilaku konsumsi media yang tinggi (rata-rata menonton televisi lebih dari 2 jam sehari, bahkan ada yang mengaku menonton 12 jam sehari), namun masih belum mengenal konsep *media literacy*, sehingga pengenalan materi harus dimulai dengan pemantapan konsep mengenai bagaimana komunikasi massa berlangsung, khususnya berkenaan dengan media TV dan pengaruhnya.

Indikator keberhasilan dari pelatihan ini adalah sebagai berikut: Pre-Test dan Post-Test dan Portofolio. Dalam proses pembelajaran dan evaluasi khususnya, gambar dapat mengungkapkan sejuta kata. Gambar, kumpulan gambar, album, video, tape, disket dan draft merupakan dokumen yang dimiliki peserta didik sebagai bahan mendasar untuk penilaian otentik (*authentic asesment*) atau penilaian penampilan (*performance asesment*). Menurut Barton & Collins dalam Surapranata & Hatta, 2004: 25) semua objek portofolio atau *evidence* dibedakan menjadi 4 macam yaitu :

1. Hasil karya peserta didik (*artifacts*), yaitu hasil kerja peserta didik yang dihasilkan di kelas.
2. Reproduksi (*reproduction*) yaitu hasil kerja peserta didik yang dikerjakan di luar kelas.
3. Pengesahan (*attestations*) yaitu pernyataan dan hasil pengamatan yang dilakukan oleh guru atau pihak lainnya tentang peserta didik.
4. produksi (*productions*) yaitu hasil kerja peserta didik yang dipersiapkan khusus untuk portofolio.

Melalui *evidence* peserta didik dapat demonstrasikan sesuatu kepada orang lain sebagai manifestasi yang mereka miliki tentang pengetahuan, keterampilan, dan sikap sesuai dengan tujuan pembelajaran (Cole, Ryan, Kick, dalam Surapranata & Hatta, 2004: 26). Dalam penilaian otentik, *evidence* dikumpulkan dari berbagai sumber dengan berbagai cara dalam berbagai tenggang waktu (Shaklee, Barbour, Ambrose & Hansford dalam Surapranata & Hatta, 2004: 26)

### 3. Hasil Kegiatan

Penilaian dibagi menjadi dua tahap, yang pertama secara kuantitatif. Fakta yang terungkap dari hasil post-test dan pre-test tidak memperlihatkan adanya perubahan signifikan dalam kapasitas kognitif berkenaan dengan konsep-konsep *media literacy*. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor:

- a. Disain pre-test dan post-test kurang tepat.
- b. Keterbatasan waktu dalam mengerjakan pre-test maupun post-test.
- c. Keterbatasan waktu pelatihan sendiri, sehingga kurang mengeksplorasi pemahaman peserta berkenaan dengan topik yang dikaji.

Penilaian berdasarkan hasil kuantitatif ini bersifat sesaat dan tidak bisa dijadikan pijakan untuk menyimpulkan apakah pelatihan ini bermanfaat atau tidak. Dalam pelatihan, dilakukan pula simulasi dan role playing yang out-putnya dijadikan bahan analisis untuk mengetahui ada tidaknya perubahan.

Penilaian yang selanjutnya adalah Penilaian Portofolio (kualitatif). Siswa SMA dibagi menjadi 4 kelompok untuk merinci program yang aman (kode rating hijau), hati-hati (kode rating kuning), dan bahaya (kode rating merah), masing-masing 3 program. Kemudian, peserta diminta untuk mempresentasikan program pilihannya, berikut merinci alasan mengapa mengategorikan program yang dimaksud seperti itu.

Kebanyakan peserta telah mampu menyeleksi acara-acara atau program TV sesuai dengan klasifikasinya. Peserta tidak membatasi identifikasinya pada genre yang ditujukan bagi golongan mereka, peserta juga membahas acara-acara di luar acara remaja/anak-anak. Misalnya, acara Tukul Arwana menyebutkan “Bukan Empat Mata”. Selain mengidentifikasi acara, peserta juga diminta menjelaskan alasannya (perhatikan lampiran). Alasan yang disampaikan mencakup faktor positif dan negatifnya program yang dimaksud.

Penilaian yang diberikan oleh peserta terhadap program televisi, baik yang ‘bermasalah’ maupun yang aman, memperlihatkan tumbuhnya daya kritis terhadap isi program. Tiga kelompok memperlihatkan jawaban yang nyaris sama. Namun, satu kelompok memperlihatkan indikasi daya kritis yang lebih tinggi. Kelompok yang dipimpin oleh Tia, asal SMAN 1 Bandung, secara sensitif berhasil mengidentifikasi poin-poin positif maupun negatif dalam sebuah program. Sebagai misal, ketika serial Si Bolang direkomendasikan di mana-mana karena dinilai sebagai program edukatif yang ‘sehat’, ternyata kelompok ini menemukan norma keluarga yang dilanggar oleh Si Bolang. Yaitu, anak-anak yang ditampilkan sering bepergian, tapi tidak terlihat berpamitan dengan orang tuanya. Jadi, walaupun serial Si Bolang itu bagus, namun ternyata masih mengandung kelemahan yang berpotensi diimitasi atau ditiru oleh para penonton ciliknya.

Selanjutnya peserta diminta untuk merancang program *media literacy* di sekolah atau lingkungannya melalui pembuatan poster yang mengekspresikan pemahaman, kemampuan dan keterampilan mereka mengenai *media literacy*. Dengan adanya simulasi ini diharapkan peserta dapat menjadi agen-agen media literasi di

sekolah maupun lingkungan sekitarnya dengan mengampanyekan prinsip-prinsip *media literacy* sekaligus mensosialisasikan pesan-pesan *media literacy* dimana salah satu aplikasinya melalui pembuatan poster ini. Peserta disediakan kertas spotlight, kertas plano, gunting, lem dan kertas untuk menyampaikan pesan-pesan mengenai *media literacy* dengan cara yang kreatif.

Mendapat tugas semacam ini, peserta tampak bersemangat. Ini merupakan tugas yang dimaksudkan sebagai penyeimbang dari simulasi pertama, yang lebih banyak memeras otak. Tugas membuat poster ini melibatkan seluruh indera peserta. Berdiskusi menentukan tema, memilih warna, merumuskan kalimat yang pas, sambil menghias poster—seluruhnya mengekspresikan kreativitas peserta. Hasilnya adalah poster-poster dengan lay out dan hiasan yang menarik, ditambah dengan pesan-pesan yang merefleksikan pemahaman tentang prinsip-prinsip *media literacy*, seperti *Turn off your TV, Always smile without TV, Turn off your TV, Read a Newspaper, When it is red so turn off. When It is yellow so change it green !* dan Pilihlah tontonan yang sesuai dengan umur. TV seperti narkoba yang akan membuat kita kecanduan. *Don't waste your time with TV. Nonton TV max 2 jam.*

Pesan-pesan *media literacy* yang tampak dalam tugas peserta sebagian besar berfokus pada TV. Anjuran mematikan televisi dikaitkan dengan aktivitas yang diandaikan 'produktif', seperti 'membaca koran'. Menonton TV terus-terusan divonis 'buang-buang waktu', 'merugikan', karena bikin 'kecanduan'. Berdasarkan praktik membuat poster ini, maka bisa disimpulkan bahwa para peserta telah memahami prinsip-prinsip dan pesan-pesan *media literacy*. Selain itu, peserta bisa memberikan alternatif kegiatan lain yang lebih produktif daripada terus-terusan berdiam di depan televisi.

#### 4. Penutup

Menumbuhkan kesadaran *media literacy* di kalangan remaja harus dilakukan melalui penanaman prinsip-prinsip *media literacy* yang disosialisasikan melalui serangkaian pelatihan. Melalui pelatihan yang bermuatan mengenai media dan permasalahannya, remaja khususnya siswa SMA dapat mengadopsi nilai-nilai dan prinsip-prinsip *media literacy*. Selain itu, melalui pembekalan yang diberikan lewat metode simulasi dan *role playing*, peserta dapat menginternalisasikan asas-asas *media literacy* dalam kehidupan sehari-hari.

### DAFTAR PUSTAKA

- Berger, Arthur Asa. (1998). *Media Research Techniques* (2nd edition). London: SAGE Publications.
- Fiddler, Roger (2003). *Mediamorphosis*. Jakarta: Aksara.
- Potter, James W. (2002). *Media Literacy*. New York: SAGE Publication.
- Bryant, Jennings and Daniel R. Anderson (Ed) (1983), *Children's Under-standing of Television, Research on Attention and Comprehension*, San Diego: Academic Press, Inc.,
- Brown, Francis J, (1969). *Educational Psychology*, New York : Greenwood Press, Publishers.,
- Supranata, Sumarna dan Hatta, Muhammad. (2004). *Penilaian Portofolio*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Chu, Godwin C, and Wilbur Schramm (1979), *Learning from Television : What Research Says*, Washington DC, NAEB.
- Cross, Donna Woolfolk. (1983). *Media-speak, How Television Makes Up Your Mind*, New York, New American Library.
- Goonasekera dkk.(2000). *Growing Up With TV*, Singapore
- Littlejohn, Stephen W. (2002). *Theories of Human Communication*, Wadsworth Group, USA
- McQuail, Denis and Windahl, Sven (1981). *Communication Models*, Longman Inc, New York
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana*, Lkis Yogyakarta
- Lazerson, Arlyne (ed) (1975), *Psychology Today, An Introduction*, New York : random House, Inc.,
- McConnel, James V (1977), *Understanding Human Behavior*, New York : Holt, Rinehart and Winston,.
- Unesco .(1994). *Non-Violence, Tolerance and Television Report to The Chairman*, New Delhi,
- Anonymous. [www.unesco.org/education/tlsf/theme\\_c/mod13/www.worldbank.org/depweb/english/modules/glossary.htm](http://www.unesco.org/education/tlsf/theme_c/mod13/www.worldbank.org/depweb/english/modules/glossary.htm),
- Astuti, Santi Indra. "Mendidik masyarakat cerdas di era informasi".  
<http://literasimedia.wordpress.com/2007/07/20/mendidik-masyarakat-cerdas-di-era-informasi/>,
- Bukhori, Ahmad. „Menciptakan generasi literat”.  
<http://pribadi.or.id/diary/2005/06/22/menciptakan-generasi-literat/>,
- Cel – admin. “Informasi menjadi komoditas utama”. [www.depkominfo.go.id](http://www.depkominfo.go.id),
- Edmon Makarim. “Krisis media dalam perspektif konvergensi telematika : wacana media untuk penyempurnaan UU pers“.  
<http://www.ristek.go.id/index.php?mod=News&conf=v&id=21>
- Hartini. ”Pengantar sistem informasi”.  
[http://www.ilkom.unsri.ac.id/dosen/hartini/materi/I\\_PengantarSI.pdf](http://www.ilkom.unsri.ac.id/dosen/hartini/materi/I_PengantarSI.pdf)
- Isnaini. “Minat baca dan persepsi terhadap informasi”.  
[http://imamisnaini.multiply.com/journal/item/89?&item\\_id=89&view:replies=threaded](http://imamisnaini.multiply.com/journal/item/89?&item_id=89&view:replies=threaded)
- Riyanto, Yatim. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya : SIC, 2001.
- Wardiana, Wawan, “Perkembangan teknologi informasi di Indonesia”, disampaikan pada Seminar dan Pameran Teknologi Informasi 2002 Fakultas Teknik UNIKOM, Jakarta : 2002.