

BUDAYA LITERASI MEDIA TELEVISI

CULTURE OF TELEVISION MEDIA LITERACY

Oos M. Anwas

Pustekkom Kemdikbud

Jln. RE Martadinata, Ciputat Km 15,5 Tangsel Banten

(oos.anwas@kemdikbud.go.id)

Abstraksi: Pesatnya kemajuan industri televisi menuntut masyarakat memiliki budaya literasi. Tulisan ini bertujuan mengkaji: 1) hakekat literasi media televisi, 2) rasionalisasi perlunya memiliki budaya literasi, dan 3) langkah-langkah membudayakan literasi media televisi. Literasi media televisi adalah kemampuan dalam berperilaku terhadap siaran televisi mulai dari memilih, menganalisis, menyikapi, dan merespon siaran televisi secara sehat dan benar. Budaya literasi bermanfaat untuk menangkal dampak negatif dan mengambil manfaat positif siaran televisi sebagai media pendidikan dan informasi. Budaya literasi media televisi diperlukan karena siaran televisi adalah bukan peristiwa sebenarnya, akan tetapi hasil produksi dan rekayasa industri media. Budaya literasi perlu diarahkan sebagai gerakan masyarakat secara nasional dengan mengoptimalkan semua potensi dan partisipasi masyarakat yang dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan. Adapun bentuknya dapat dilakukan melalui: membangun kesadaran terhadap siaran televisi, menanamkan pendidikan literasi di sekolah, menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan literasi, membangun keluarga peduli siaran televisi, pemberdayaan lembaga kemasyarakatan, membentuk komunitas literasi melalui jejaring sosial, menyelenggarakan lomba kreativitas literasi media, dan memberikan reward kepada masyarakat yang dinilai berhasil dalam membudayakan literasi media televisi.

Kata kunci: literasi media televisi, budaya literasi media televisi, gerakan masyarakat

Abstract: The rapid progress television industry has demanded the cultural literacy. This paper aimed to examine: 1) the nature of television media literacy, 2) the rationalization of the cultural literacy necessity, and 3) the steps in developing television media literacy. Television media literacy is the ability to act on television program ranging from selecting, analyzing, addressing and responding television broadcast correctly. Cultural literacy is beneficial to counteract the negative effects and to take benefit of television broadcast television as a medium of education and information. Cultural literacy is necessary because television broadcast is not the real occasion, but it is a result of the production and engineering of media industry. Cultural literacy needs to be addressed as a national public movement by optimizing all potential and participation of society gradually and continuously. The implementation can be done through: building awareness of broadcast television, imparting literacy education in schools, training and development of literacy, building television-caring family, empowering social institution, building literacy community through social networking, organizing media literacy creativity contest, and rewarding the people considered successful in civilizing the television media literacy.

Keywords: television media literacy, television media cultural literacy, social movement

Pendahuluan

Televisi sudah menjadi media yang paling digemari hampir semua lapisan masyarakat. Populeritas media televisi ini tidak terlepas dari karakteristiknya yang dapat menyajikan pesan audio visual dan unsur gerak sehingga sangat menarik untuk ditonton. Di sisi lain televisi hadir langsung dan bisa ditonton di rumah, ruang keluarga, kamar, dalam kendaraan, tempat privacy, dan tempat-tempat lainnya. Kepraktisan dalam menonton inilah yang menambah daya tarik media televisi untuk dinikmati berbagai golongan dan lapisan masyarakat. Menyadari media televisi sebagai media yang paling digemari tersebut, menarik dunia usaha untuk mempromosikan produk dan jasanya. Akibatnya acara media televisi dibanjiri oleh bentuk dan kemasan iklan produk tertentu. Tujuannya adalah agar pemirsa tertarik dan mau menggunakan produk dan jasanya. Keampuhan media televisi juga tidak hanya dimanfaatkan oleh kaum pebisnis. Media televisi sudah digunakan oleh pihak-pihak tertentu agar menjadi orang yang dikenal masyarakat, membangun citra dan menarik simpatik masyarakat. Realitas ini sangat mudah dijumpai dalam televisi, terutama menghadapi pemilihan umum, pemilihan anggota legislatif, pemilihan kepala daerah (provinsi, kabupaten/kota), pemilihan pimpinan partai atau lembaga-lembaga tertentu.

Keampuhan media televisi juga menarik berbagai pihak untuk membangun stasiun televisi baru. Dalam sejarahnya di Indonesia, televisi dimulai dengan stasiun TVRI. Kemudian lahir beberapa televisi swasta yang mengudara secara nasional. Seiring era reformasi, stasiun televisi swasta tumbuh makin pesat. Berdasarkan data Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), sejak tahun 2010 KPI dan KPID telah memberikan ijin penyiaran kepada 652 stasiun televisi (KPI, 2011). Dengan semakin banyaknya stasiun televisi tersebut, berakibat pada semakin ketatnya persaingan. Semua stasiun televisi berebut perhatian pemirsa dengan cara menyajikan berbagai acara televisi yang menarik. Acara menarik tentu saja akan menyedot peminat untuk memasang iklan, dan menguntungkan pihak stasiun tersebut. Dengan persaingan tersebut seringkali pihak stasiun televisi kurang memperhatikan dampak substansi siaran. Yang lebih dipentingkan adalah bagaimana acara bisa menarik dan banyak ditonton

pemirsa. Ukuran kualitas acara ditentukan oleh *rating*. Semakin banyak ditonton berarti *rating* akan meningkat dan kue iklan pun akan datang dan menguntungkan stasiun televisi. Yang lebih menarik lagi bahwa *rating* tersebut di Indonesia dimonopoli oleh satu perusahaan asing yaitu AGB Nielsen.

Media televisi berfungsi sebagai media pendidikan, media komunikasi, dan media hiburan. Namun dalam realitasnya media televisi lebih dominan pada media hiburan. Menurut Anwas (2009) yang melakukan penelitian terhadap penyuluh pertanian di Jawa Barat, bahwa media massa yang paling tinggi diakses adalah media televisi, sedangkan substansi yang ditonton sebagian besar adalah aspek hiburan, sedangkan aspek penyuluhan termasuk pendidikan masih kurang. Kenyataannya lembaga penyiaran swasta mendominasi tayangan dengan gosip di infotainment, sinetron kualitas rendah, dan *reality show* (yang direkayasa). Bahkan berita yang semestinya diharapkan menjadi tuntunan agar dapat berpartisipasi dalam membuat kebijakan publik kenyataannya jauh dari yang diharapkan. Menurut Mulyana (2008) dibandingkan dengan acara-acara televisi Amerika, Australia, Belanda, Jerman, dan Inggris, televisi di Indonesia dalam beberapa acara lebih hedonistik dan lebih liberal. Amerika misalnya negara yang masyarakatnya gila hiburan, tetapi mereka tidak menyiarkan acara musik nyaris setiap hari seperti yang dilakukan televisi kita. Kondisi tersebut menurut Gerbner (Syahputra, 2011), dampak negatif maraknya tayangan televisi yang cenderung pornografi, kekerasan dan mistik di Indonesia yaitu terjadinya penumpukan kepekaan (desentralisasi), paranoid dan pola pikir yang kurang rasional, mendorong perilaku malas dan kurang kreatif, kurang bersosialisasi dengan lingkungan, kematangan seksual sebelum waktunya, dan lain-lain.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media televisi yang semestinya tidak sekedar media hiburan saja tetapi menjadi media komunikasi dan pendidikan semakin jauh dari kenyataan. Saat ini masyarakat cenderung resah dengan tayangan media televisi yang seringkali menyajikan acara glamour, konsumeristik, kekerasan, berbau sex, serta perilaku mimpi yang jauh dari realitas mayoritas masyarakat Indonesia. Kondisi ini sulit rasanya apabila mengandalkan pada kesadaran pihak stasiun televisi untuk menyajikan acara yang

berkualitas. Dengan dalih kebebasan, demokrasi, serta kepentingan bisnis seolah pihak stasiun televisi menjustifikasi berbagai tayangan untuk menarik pemirsa sebanyak-banyaknya.

Menangkal realitas siaran televisi dan dampak negatif terhadap masyarakat, kunci utamanya adalah terletak sikap dan perilaku khalayak. Dalam era demokrasi, keterbukaan, dan era informasi sekarang ini, masyarakat dituntut memiliki kesadaran dan kritis terhadap substansi siaran televisi. Masyarakat dituntut memiliki kemampuan memilih tayangan yang baik dan kurang baik untuk ditonton. Dengan kata lain masyarakat dituntut memiliki budaya literasi terhadap tayangan media televisi. Permasalahannya adalah apa yang dimaksud dengan literasi media televisi? Mengapa masyarakat perlu memiliki budaya literasi media televisi? Bagaimana membudayakan literasi media televisi?. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tulisan ini bertujuan untuk: 1) menjelaskan literasi media televisi, 2) mengkaji rasionalisasi perlunya masyarakat memiliki budaya literasi media televisi, dan 3) menjelaskan bagaimana membudayakan literasi media televisi dalam masyarakat.

Kajian Literatur dan Pembahasan

Hakekat Literasi Media Televisi

Literasi diartikan sebagai kemampuan membaca dan menulis (Hornby, 2000). Kemampuan baca tulis tersebut di Indonesia dikenal dengan istilah "Melek huruf". Literasi media berarti kemampuan individu dalam membaca atau memahami substansi media secara benar. Menurut Hidayat (2011) literasi media dapat diartikan sebagai salah satu cara dalam mendidik masyarakat agar lebih cerdas dalam memilih tayangan sebagai tontonan yang sehat. Secara lebih rinci Rubin (Syahputra, 2011) menguraikan bahwa literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan. Dengan demikian literasi media televisi dapat diartikan sebagai kemampuan masyarakat dalam berperilaku terhadap acara televisi mulai dari memilih, menganalisis, menyikapi, dan merespon pesan secara benar.

Literasi terhadap media muncul pertama kali sejak tahun 1930 di Inggris. Tahun 1960, Kanada memulai pendidikan media sebagai akibat merasa terancam

dengan budaya pop dari Amerika Serikat (Guntarto, 2008). Di Indonesia, literasi media televisi diperlukan sejak mulai tumbuhnya siaran televisi swasta, apalagi saat ini jumlahnya sudah relatif sangat banyak

Untuk mampu menjadi literasi media televisi, diperlukan kemampuan yang terkait dengan media tersebut. Menurut Centre for Media Literacy (Syahputra, 2011) bahwa upaya agar khalayak mampu mengevaluasi dan berpikir secara kritis terhadap konten media massa, mencakup: 1) kemampuan mengkritisi media, 2) kemampuan memproduksi media, 3) kemampuan mengajarkan tentang media, 4) kemampuan mengeksplorasi sistem pembuatan media, 5) kemampuan mengeksplorasi berbagai posisi, dan 6) kemampuan berpikir kritis atas isi media.

Literasi media sesungguhnya dapat dijelaskan oleh teori komunikasi massa *Uses and Gratifications* (Suresh, 2003). Masyarakat atau khalayak sesungguhnya dapat mempengaruhi isi media massa. Khalayak dapat memilih media massa yang sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapinya. Dengan kata lain masyarakat memiliki kekuasaan untuk memilih dan mempengaruhi media massa yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya. Media massa yang tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan ditinggalkan. Dengan demikian media massa dituntut mengikuti kebutuhan masyarakat. Masalahnya adalah penerapan teori ini perlu adanya kesadaran dan kemampuan masyarakat untuk memilih dan mempengaruhi media tersebut. Di sisi lain diperlukan adanya berbagai alternatif media massa sehingga masyarakat bisa memilih dan mempengaruhinya.

Literasi media telah dikuatkan dalam Undang-Undang Penyiaran No 32 tahun 2002. Dalam pasal 52 secara tegas memberikan ruang pada masyarakat untuk mengajukan keberatan dan melakukan pemantauan terhadap isi siaran maupun sajian informasi yang dianggap merugikan. Dengan demikian jika ada tayangan televisi yang tidak mendidik atau merugikan, maka masyarakat dapat menolaknya dengan berbagai cara, mulai dengan tidak menonton acara tersebut, melakukan protes terhadap stasiun televisi, bahkan melaporkan kepada pihak-pihak yang berwajib, misalnya Komisi Penyiaran Indonesia.

Perkembangan yang terjadi sekarang adalah adanya hegemoni media, dimana media massa dikuasai oleh satu atau beberapa konglomerasi tertentu. Adanya penguasaan terhadap berbagai media oleh satu konglomerasi atau satu kepemilikan ini tentu saja akan memberikan pengaruh terhadap substansi dari media massa tersebut. Komunikasi dan informasi cenderung dikuasai oleh kelompok tertentu yang menguasai media tersebut. Akibatnya alternatif pilihan media dalam masyarakat menjadi terbatas. Kemampuan literasi media menjadi sangat penting ditengah-tengah munculnya hegemoni kepemilikan media. Masyarakat dituntut untuk cerdas dalam memilih dan mengkonsumsi media massa khususnya media televisi.

Dengan literasi media televisi, masyarakat dapat memahami acara televisi secara proporsional. Mana acara yang memang fakta, fiktif atau acara yang sudah didramatisasi. Masyarakat juga dapat memberikan sikap terhadap acara yang ditonton secara benar. Begitu pula masyarakat dapat merespon dengan perilaku tertentu terhadap acara tersebut. Pada akhirnya masyarakat dapat memilih acara-acara yang memang bermanfaat bagi peningkatan kualitas kehidupannya ke arah yang lebih baik.

Televisi sebagai Media Powerfull

Televisi merupakan salah satu jenis media massa. Komunikasi massa seringkali identik dengan audien yang relatif besar dan heterogen (Severin dan Tankard, 2001). Media massa di era informasi sekarang ini sudah menjadi kekauatan ke-empat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Kekuatan media terhadap khalayak, menurut McQuil (1987) memiliki tipologi yang terdiri dari empat bagian. Pertama, efek media merupakan efek yang direncanakan atau diharapkan terjadi oleh media massa atau khalayak, misalnya untuk menyebarluaskan informasi. Kedua, efek media massa yang tidak direncanakan atau diluar kontrol media atau khalayak. Ketiga, efek media massa yang terjadi dalam jangka waktu pendek dan cepat hilang. Keempat, efek media massa yang berlangsung dalam waktu yang relatif lama sehingga mempengaruhi sikap dan perilaku individu dan masyarakat. Secara umum efek komunikasi massa dalam kajian komunikasi dapat

digolongkan ke dalam tiga aspek, yaitu pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), dan perilaku tertentu (konatif). Banyak kajian dan pengalaman empirik yang meyakini kemampuan media massa dalam mempengaruhi masyarakat. Media massa seringkali dijadikan wahana promosi produk barang atau jasa dalam mempengaruhi konsumen untuk tertarik dan membeli produk tertentu. Media massa juga diyakini mampu meningkatkan popularitas dan citra individu menjadi dikenal masyarakat. Pertanyaan mendasar adalah karakteristik media seperti apa yang bisa mempengaruhi masyarakat tersebut. Anwas (2009) melakukan penelitian eksploratif pengaruh media massa terhadap peningkatan kompetensi penyuluh pertanian di Jawa Barat. Media massa yang diteliti adalah koran, majalah, buku, radio, televisi, dan internet. Hasil penelitian Anwas tersebut dapat disimpulkan bahwa karakteristik media massa yang dimungkinkan dapat mempengaruhi perilaku masyarakat adalah media massa yang: 1) mudah diakses atau dijangkau oleh sasaran, 2) substansi atau konten dari media massa tersebut sesuai dengan kebutuhan sasaran, serta 3) dilakukan secara bertahap dan terus menerus (kontinyu).

Televisi berbeda dengan media massa lainnya. Media ini dapat menyajikan unsur audio visual dan gerak. Media televisi juga dapat menghadirkan pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas (*broadcast*) dalam waktu yang bersamaan. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Infomasi/ kejadian di belahan bumi utara bisa diterima langsung di rumah yang mungkin berada di belahan bumi selatan. Televisi juga akrab dengan suasana rumah dan kegiatan penonton sehari-hari. Televisi bisa ditonton sambil duduk santai, makan, bahkan mungkin sambil tiduran di rumah. Televisi juga bisa dinikmati dalam kendaraan, tempat-tempat umum, tempat kerja, dan tempat lainnya. Dari segi penontonya, sangat beragam. Mulai anak-anak sampai orang tua, pejabat tinggi sampai petani/nelayan yang ada di desa bisa menyaksikan acara-acara yang sama melalui tabung ajaib itu. Melalui beberapa stasiun mereka juga bebas memilih acara-acara yang disukai dan dibutuhkannya.

Dengan karakteristik yang dimiliki tersebut, televisi diyakini memiliki kemampuan (*powerfull*) dalam mempengaruhi perilaku khalayak sesuai tujuan yang dikehendaki. Menurut Perin (1977) televisi memberikan pengaruh yang besar dalam kehidupan sehari-hari dibandingkan dengan media lainnya. Ia memerankan peran utama dalam kehidupan, ia juga merupakan sumber informasi dan sumber belajar dalam kehidupan manusia. Bahkan Perin menegaskan bahwa dalam kehidupan manusia, televisi merupakan sumber informasi yang utama (*a prime source of news*).

Keampuhan media televisi dijelaskan oleh McQuail dan Windahl (1996) dengan Model komunikasi Comstock. Menurut model ini televisi hendaknya dianggap sederajat dengan setiap pengalaman, tindakan atau observasi personel yang dapat menimbulkan konsekuensi terhadap pemahaman (*learning*) maupun tindakan (*acting*). Televisi tidak hanya mengajarkan tingkah laku, tetapi juga bertindak sebagai stimulus untuk membangkitkan tingkah laku yang dipelajari dari sumber-sumber lain. Ini menunjukkan bahwa media televisi menjadi sebuah media yang ampuh (*powerful*) dalam mempengaruhi penontonnya. Menurut Littlejohn (1991) makna suatu peristiwa yang diproduksi dan disebarluaskan media massa sebenarnya adalah suatu konstruksi yang temporer, rentan, dan terkadang muskil. Secara teknis produksi televisi bisa memberikan penekanan terhadap pesan-pesan khusus pada peserta didik, misalnya melalui teknik *close up*, penggunaan grafis/animasi, teknik pencahayaan, sudut pengambilan gambar (kamera), teknik editing, serta trik-trik lainnya yang menimbulkan kesan tertentu pada sasaran sesuai dengan tujuan yang dikehendaki.

Rekayasa siaran televisi tidak hanya dalam acara dramatisasi, tetapi juga dalam sajian berita televisi. Menurut Mulyana (2008), peristiwa yang dilaporkan televisi, berita sekalipun bukan peristiwa sebenarnya. Proses persepsi seleksi yang dilakukan wartawan (kameraman) dan editor, disadari atau tidak, berperan dalam menghasilkan judul tayangan, sudut pengambilan gambar (adegan), yang mempengaruhi khalayak untuk mempersepsi status orang yang ditayangkan. Dengan kata lain, siaran media televisi adalah hasil rekayasa. Mulyana lebih tegas

mengatakan bahwa berita di televisi merupakan suatu cara untuk menciptakan realitas yang diinginkan mengenai peristiwa atau (kelompok) orang yang dilaporkan, karena telah melewati proses seleksi dan produksi, berita televisi sebenarnya merupakan laporan peristiwa yang artifisial, tetapi dapat diklaim sebagai objektif oleh televisi itu untuk mencapai tujuan-tujuan ideologis dan bisnis televisi tersebut. Kondisi inilah yang perlu dipahami oleh masyarakat. Masyarakat perlu memiliki kemampuan atau literasi media khususnya media televisi yang memang begitu ampuh dalam mempengaruhi khalayak.

Membudayakan Literasi Media Televisi

Dalam era informasi, setiap individu sulit untuk bisa terhindar dari exposure media televisi. Televisi sudah merasuk kepada hampir semua aspek kehidupan manusia. Media televisi juga sudah dapat dinikmati di hampir seluruh pelosok dengan berbagai bentuk sajian. Media televisi disamping memiliki dampak negatif, juga diakui berpotensi untuk memberikan manfaat positif. Sesuai dengan fungsinya, televisi selain sebagai media hiburan, juga sebagai media pendidikan dan informasi. Fungsi pendidikan dan informasi ini merupakan sisi positif dari media televisi. Untuk menjadikan siaran televisi memberikan manfaat bagi masyarakat, maka setiap individu perlu melek (literasi) terhadap siaran televisi.

Industri media televisi dikuasai oleh raksasa pemilik modal atau kaum kapitalis. Untuk melawan kepentingan bisnis mereka adalah perlunya literasi media televisi oleh semua masyarakat. Jika sebagian besar masyarakat sudah memiliki literasi media televisi, maka industri televisi akan mengikuti kebutuhan dan selera masyarakat. Sajian acara televisi adalah selera masyarakat yang berkualitas, yaitu meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan. Literasi media berperan melawan kuasa *rating* (Muzayyad, 2011). Kualitas acara televisi bukan ditentukan oleh tingginya *rating*, tetapi didasarkan atas penilaian masyarakat yang objektif dan bermanfaat bagi mereka. Dengan kata lain, pembudayaan literasi media televisi sangat penting bagi semua lapisan masyarakat sehingga perlu menjadi sebuah gerakan nasional.

Budaya, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2012), diartikan sebagai: 1) pikiran; akal budi, 2) adat istiadat, 3) sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab, maju), dan 4) sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar diubah. Secara lebih rinci dalam KBBI dijelaskan istilah-istilah yang terkait dengan budaya. Berbudaya artinya mempunyai budaya; mempunyai pikiran dan akal yang sudah maju. Membudaya berarti menjadi kebudayaan atau menjadi kebiasaan yang dianggap wajar; mendarah daging. Membudayakan berarti: 1) mengajar supaya mempunyai budaya; mendidik supaya beradab (berbudaya), 2) membiasakan suatu perbuatan yang baik sehingga dianggap sebagai berbudaya. Sedangkan pembudayaan berarti: 1) proses, cara, perbuatan membudayakan, dan 2) proses dari segala sosial budaya menjadi suatu adat atau pranata yang mantap.

Pembudayaan literasi media televisi berarti proses mengubah perilaku masyarakat yang semula belum terbiasa selektif dan kritis terhadap siaran televisi diubah secara bertahap. Masyarakat dibangun kesadarannya supaya mengetahui tentang pengaruh dan dampak siaran televisi termasuk potensi yang dimilikinya untuk memilih dan kritis terhadap siaran televisi. Dengan kesadaran tersebut, selanjutnya diharapkan mereka akan mau dan mampu untuk mengaplikasikan dalam aktivitas kesehariannya terutama di saat menonton televisi serta menyaring dampaknya dalam kehidupan keseharian.

Pembudayaan hakekatnya merupakan proses mengubah perilaku lama menjadi perilaku baru yang diharapkan. Pembudayaan literasi siaran televisi berarti upaya mengubah perilaku masyarakat dalam menonton siaran televisi secara cerdas dan bertanggungjawab, sehingga siaran tersebut memiliki manfaat untuk meningkatkan kualitas kehidupannya ke arah yang lebih baik. Perubahan perilaku ini sifatnya harus menetap. Pembudayaan literasi media televisi dapat dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan. Pembudayaan ini dapat dilakukan secara bertahap mulai dari keluarga, lingkungan tetangga, sekolah, dan masyarakat untuk melek siaran televisi.

Dalam teori difusi inovasi (Rogers, 1995), komunikasi inovasi atau proses keputusan inovasi

dilakukan secara bertahap yaitu dan memiliki lima tahapan dari mulai pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. *The innovation-decision process* adalah proses mental yang dilalui oleh individu atau organisasi, mulai dari tahap (1) kesadaran adanya inovasi dan manfaatnya (pengetahuan), (2) persuasi atau proses pembentukan sikap yang mana individu memiliki suka atau tidak suka terhadap inovasi, (3) keputusan, individu memilih penerimaan atau penolakan inovasi, (4) mengimplemetasikan atau tahapan penggunaan inovasi, dan (5) tahap mengkonfirmasi untuk mencari penguatan atas keputusan yang dibuatnya. Teori ini menunjukkan bahwa pembudayaan literasi media televisi perlu dilakukan secara bertahap dan kontinyu dimulai dari yang sederhana menuju kepada yang kompleks.

Di sisi lain komunikasi inovasi perlu dibangun dari bawah (*top down*), dengan cara membangun kesadaran akan potensi dan kebutuhan yang dimiliki oleh setiap individu dalam masyarakat. Membangun kesadaran setiap khalayak akan dirinya yang memiliki potensi untuk mempengaruhi dan menentukan isi media adalah sangat penting. Menurut teori penyadaran (Freire, 1984), semua individu memiliki potensi untuk berkembang. Oleh karena itu diperlukan penyadaran diri, mengenal dan memahami kemampuan dan potensi dirinya untuk maju, berubah ke arah kehidupan yang lebih baik. Menurut teori ini dalam mengubah perilaku diperlukan penyadaran diri, mengenal dan memahami kemampuan dan potensi dirinya untuk maju, berubah ke arah kehidupan yang lebih baik. Penyadaran (*conscientization*) menurut Freire adalah suatu proses yang berkesinambungan dimana orang bergerak menuju kesadaran kritisnya.

Pembudayaan hakekatnya merupakan proses perubahan perilaku. Pembudayaan literasi media televisi adalah mengubah perilaku masyarakat untuk melek siaran televisi agar siaran tersebut dapat bermanfaat untuk diri dan keluarganya. Menurut Suyono (2009) strategi pembudayaan dapat dilakukan dalam empat tahapan yaitu tahapan awal atau tahap membangun kesadaran, tahap pembinaan, tahap pelembagaan, dan tahap reward atau pemberian hadiah atau pengakuan kepada masyarakat yang dinilai menonjol dibandingkan dengan lainnya. Keempat

tahapan ini dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak terkait sesuai perannya masing-masing. Oleh karena itu pembudayaan literasi media televisi yang dilakukan secara bertahap dan melibatkan berbagai pihak ditujukan sebagai gerakan masyarakat nonton televisi sehat secara nasional. Sebagai gerakan masyarakat, maka seluruh potensi yang ada dalam masyarakat perlu dilibatkan.

Membangun Kesadaran Siaran Televisi

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa siaran televisi adalah hasil dramatisasi atau hasil rekayasa berbagai pihak, termasuk acara berita. Menyadari hal tersebut maka semua penonton televisi dituntut memiliki kemampuan literasi media televisi. Menurut Syahputra (2011) alasan lain pentingnya literasi media televisi di Indonesia adalah: 1) jumlah penonton televisi di Indonesia lebih banyak dibandingkan dengan akses media massa lainnya, 2) bisnis media televisi merupakan lahan empuk bagi para pemilik modal, 3) kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak seimbang dengan tersedianya SDM yang memenuhi syarat, 4) cukup tingginya angka kemiskinan menjadikan masyarakat Indonesia lebih tertarik untuk mendapatkan hiburan dari televisi dari pada hiburan lainnya seperti rekreasi, 5) tingkat pendidikan dan kesehatan masyarakat Indonesia tergolong rendah sehingga kurang kritis terhadap siaran televisi, 6) persaingan stasiun televisi sangat tinggi, 7) pemusatan kepemilikan televisi menjadi keberpihakan isi siaran kepada kepentingan publik tidak utuh, 8) lemahnya pemahaman pekerja televisi terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran, 9) industri televisi mengacu pada satu ukuran yaitu rating, 10) Anak Indonesia menjadi penonton terlama disusul Amerika, Australia dan paling terendah Kanada, sedangkan jumlah waktu menonton televisi pada anak yang berlebihan dapat menurunkan daya imajinasi anak-anak, 11) KPI belum mampu mengawasi semua siaran televisi yang mengudara di Indonesia.

Kondisi tersebut perlu dipahami oleh masyarakat Indonesia sehingga siaran televisi perlu disaring, dicerna sebelum dipercaya apalagi ditiru dalam perilaku sehari-hari. Membangun kesadaran merupakan tahapan awal dalam pembudayaan literasi media televisi. Dalam

tahapan membangun kesadaran ini perlu dipilih materi dan cara yang sederhana, dimulai dari hal-hal yang sederhana, mudah, menarik, menyenangkan serta semua lapisan masyarakat dapat melakukan dan menikmatinya. Dalam tahapan ini komunikasi lebih banyak dilakukan melalui media massa. Bentuknya dapat berupa iklan layanan masyarakat di media massa cetak dan elektronik.

Untuk menanamkan kesadaran terhadap siaran televisi perlu dilakukan gerakan masyarakat "Menonton Televisi Sehat". Gerakan ini harus dilakukan secara nasional dengan melibatkan berbagai pihak terkait. Mewujudkan gerakan nasional dapat berkaca dari keberhasilan BKKBN dalam mengubah budaya masyarakat untuk ber-KB. Program Keluarga Berencana telah berhasil mengubah budaya masyarakat Indonesia dari "Banyak anak banyak rezeki menjadi dua anak cukup laki perempuan sama saja". Pengalaman tersebut dapat menjadi teladan dalam membudayakan literasi televisi. Menonton televisi secara sehat merupakan kebutuhan dan keharusan bagi semua lapisan masyarakat. Menonton televisi tidak sekedar hiburan atau membunuh waktu saja. Menonton televisi harus memberikan manfaat positif bagi peningkatan kualitas kehidupan. Acara televisi yang baik juga tidak boleh bertentangan dengan nilai, norma, dan kearifan-kearifan lokal yang tumbuh lestari dalam masyarakat. Bentuk kesadaran tersebut yang perlu dimiliki oleh semua penonton televisi di Indonesia sebagai gerakan masyarakat.

Pendidikan Literasi di Sekolah

Pendidikan literasi di sekolah merupakan salah satu tahapan pembinaan dalam membudayakan literasi media televisi. Sekolah merupakan tempat untuk mendidik dalam membentuk pribadi yang utuh. Pembentukan kepribadian ini dalam era informasi perlu ditumbuhkan kesadaran, sikap, perilaku peserta didik terhadap tayangan televisi (literasi media televisi). Pendidikan literasi bukan diberikan dalam mata pelajaran tersendiri. Literasi media dapat ditanamkan terintegrasi dalam setiap mata pelajaran. Literasi media televisi bukan sekedar kumpulan pengetahuan atau cara-cara menonton televisi. Literasi media televisi merupakan topik bahasan di setiap mata pelajaran. Pembahasan

disesuaikan dengan mata pelajaran tersebut. Dengan cara seperti ini pembahasan literasi media televisi akan dibahas secara holistik, sehingga menjadi sebuah aspek pembentukan perilaku anak didik yang utuh.

Literasi media televisi juga merupakan sikap dan perilaku utuh setiap individu terhadap tayangan media televisi. Dengan sikap dan perilaku ini setiap individu bisa menyaring tayangan televisi serta dapat mengambil manfaat positif. Bagi anak didik misalnya, bagaimana menambah pengetahuan yang terkait dengan mata pelajar di sekolah. Peserta didik dapat mencari dan menyeleksi siaran televisi yang dapat menunjang pemahaman materi pelajaran, menambah wawasan dan pengetahuannya.

Untuk membudayakan literasi media televisi di sekolah, guru dapat berperan menjadikan siaran televisi sebagai media pembelajaran. Acara-acara televisi yang memiliki substansi pendidikan dan pembelajaran dapat diintegrasikan dalam materi pembelajaran di kelas. Guru juga dapat menugaskan pada siswa menonton acara-acara tertentu yang terkait dengan pelajaran sebagai bahan pengayaan. Dalam hal ini guru perlu memiliki pemahaman acara-acara yang disiarkan berbagai stasiun televisi, terutama yang memiliki muatan pendidikan/pembelajaran.

Banyak stasiun televisi yang mengklaim acaranya memiliki muatan pendidikan. Namun hasil penelitian Hasil penelitian PR2 Media (2011) bahwa tayangan televisi swasta di Indonesia miskin edukasi. Kenyataannya lembaga penyiaran swasta mendominasi tayangan dengan gosip di infotainment, sinetron kualitas rendah, dan *reality show* (yang direkayasa). Untuk mendapatkan siaran televisi yang mendidik diperlukan kejelian terutama para guru dan orangtua. Indikator acara yang memiliki muatan edukasi adalah acara yang menanamkan nilai-nilai kebaikan dan menambah wawasan/pemahaman penonton. Acara seperti Si Bolang dan Surat untuk Sahabat yang disiarkan TransTV merupakan contoh acara yang memiliki nilai-nilai edukasi.

Siaran Televisi Edukasi (TV Edukasi) yang disiarkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan merupakan televisi yang menyiarkan acara-acara *by design* memiliki muatan pendidikan dan pembelajaran. Substansi TV Edukasi meliputi:

pendidikan formal, non formal, informal, dan informasi pendidikan (Pustekkom, 2012). Sistem penyiaran TV Edukasi dilakukan melalui berbagai alternatif, yaitu: 1) dipancarkan melalui satelit Telkom sehingga bisa diterima diseluruh pelosok tanah air dengan bantuan antena parabola selama 24 jam; 2) direlay oleh lebih dari 100 stasiun TV lokal/kabel di berbagai pelosok tanah air; 3) relay satu jam oleh TVRI Nasional; 4) dapat diakses melalui internet baik *live streaming* maupun *Video on Demand* (VOD); serta 5) melalui channel khusus TVRI siaran televisi digital (Pustekkom, 2012). Dengan berbagai alternatif penyiaran ini siaran Televisi Edukasi dapat diterima di seluruh wilayah Indonesia, bahkan melalui internet dapat diterima secara global selama 24 jam. Oleh karena itu guru, siswa, orangtua, dan masyarakat dapat memanfaatkan siaran Televisi Edukasi sesuai dengan situasi, kondisi, dan kesempatan yang dimilikinya.

Pelatihan dan Pembinaan Literasi

Untuk mempercepat terbentuknya literasi media televisi sebagai gerakan masyarakat, perlu dilakukan pelatihan dan pembinaan literasi media televisi. Pelatihan dan pembinaan dilakukan kepada kelompok masyarakat tertentu. Dalam tahapan ini, segmentasi sasaran sudah mulai dibentuk, misalnya pada kelompok masyarakat yang sudah sadar terhadap perlunya menyaring tayangan televisi.

Pelatihan ini bentuknya berupa TOT terhadap para calon-calon pelatih literasi media televisi. Calon pelatih ini dapat berasal dari: tokoh masyarakat, guru, pimpinan orsos dan ormas, wartawan, penyuluh, relawan, dan siapapun anggota masyarakat yang peduli dengan siaran televisi. Materi pelatihan dimulai dari: hakekat televisi sebagai media massa, wawasan tentang industri media televisi, bentuk dan format acara televisi, serta yang lebih penting upaya-upaya yang dapat dilakukan dalam mengkritisi siaran televisi.

Bentuk pelatihan dan pendampingan dapat dilakukan secara tatap muka. Pelatihan dan pembinaan juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan cara seperti ini pelatihan dapat dilakukan secara jarak jauh dan diikuti oleh berbagai peserta di seluruh pelosok tanah air.

Untuk mempercepat pembudayaan literasi televisi, perlu dibentuk relawan-relawan sosial. Relawan ini adalah mereka yang memiliki kepedulian tentang bahaya dampak negatif siaran televisi bagi masyarakat. Di sisi lain, relawan juga perlu memberikan pemahaman tentang potensi positif siaran televisi sebagai media pendidikan dan informasi yang dapat meningkatkan kualitas dan kehidupan yang lebih baik. Pembentukan relawan sosial literasi media televisi ini dapat bekerjasama dengan Ikatan relawan Sosial Indonesia (IRSI) yang dipimpin oleh Bapak Parni Hadi.

Keluarga Peduli Siaran Televisi

Literasi media televisi khususnya bagi anak dan remaja berhubungan dengan keharmonisan keluarga. Hasil studi pakar psikiatri Universitas Harvard, Robert Coles (Supriadi, 1997) menunjukkan bahwa pengaruh negatif tayangan televisi, justru terdapat pada keharmonisan di keluarga. Dalam temuannya, anak-anak yang mutu kehidupannya rendah sangat rawan terhadap pengaruh buruk televisi. Sebaliknya keluarga yang memegang teguh nilai, etika, dan moral serta orang tua benar-benar menjadi panutan anaknya tidak rawan terhadap pengaruh tayangan negatif televisi. Lebih lanjut Cole menunjukkan bahwa mempermasalahkan kualitas tayangan televisi tidak cukup tanpa mempertimbangkan kualitas kehidupan keluarga. Ini berarti menciptakan keluarga yang harmonis jauh lebih penting ketimbang menuduh tayangan televisi sebagai penyebab meningkatnya perilaku negatif di kalangan anak dan remaja.

Keharminisan komunikasi ini perlu diciptakan. Jangan sampai anak merasa segan untuk menyampaikan sesuatu/masalah yang dihadapinya. Anak tidak percaya pada orang tua sendiri dan lebih suka mencurahkan masalah dan perasaannya kepada temannya atau orang lain. Kecanggihan alat komunikasi saat ini sangat membantu menjaga komunikasi antara anak dengan orang tua (Anwas, 2009). Dengan adanya hubungan yang harmonis ini bathin anak merasa dekat dengan orang tuanya, walaupun secara fisik jauh. Jika keharmonisan komunikasi ini sudah tercipta dengan baik, anak senang berkomunikasi dengan orang tuanya. Segala masalah atau hal-hal yang menjadi pertanyaan anak

akan dikomunikasikan dengan orang tuanya. Orang tuanya menjelma sebagai panutan. Bentuk menciptakan keharmonisan komunikasi dalam kaitannya dengan tayangan siaran televisi antara lain anak diajak untuk berdiskusi mengenai tayangan dalam televisi.

Bagi anak yang berasal dari keluarganya harmonis, tayangan di layar televisi dapat disaringnya melalui nilai-nilai dan norma keluarga. Komunikasi dan contoh orang tua dalam perilaku sehari-hari membuat benteng yang kokoh dalam membendung semua pengaruh buruk di layar televisi. Sebaliknya, anak yang berasal dari keluarga yang mutu kehidupan keluarganya rendah, tayangan di televisi sulit disaring, karena mereka belum bisa membedakan mana perilaku yang baik/buruk. Begitu pula dalam lingkungan keseharian di keluarganya tidak ditemukan sikap dan perilaku normatif yang dapat dijadikan filter tayangan televisi. Akibatnya anak akan mudah meniru sikap dan perilaku yang disajikan dalam tayangan tersebut.

Anak-anak cenderung meniru perilaku orang tuanya. Oleh karena itu sebagai orang tua perlu memberikan contoh cara menonton televisi yang baik. Tak cukup dengan sikap duduk dan jarak antara mata dengan layar televisi. Orangtua perlu memberikan contoh memperlakukan televisi sebagai media massa. Tayangan televisi yang dilarang untuk anak, sebaiknya orang tua juga menghindarinya. Ada kalanya orang tua melarang anaknya menonton televisi dan disuruhnya masuk ke kamar untuk belajar, sementara dirinya dengan santai menonton televisi tersebut.

Menonton televisi sudah layaknya diperlakukan seperti membaca buku (Anwas, 2000). Kita sudah biasa menyimpan buku di rak atau tempat khusus. Buku itu diambil ketika hendak dibaca. Setelah selesai dibaca kemudian buku tersebut di simpan kembali di tempatnya. Begitupun sebelum membaca kita akan memilih buku yang sesuai dengan keinginan kita. Di rak buku kita bisa memilih buku apa yang hendak dibaca, sesuai dengan keinginan. Dengan cara ini kita bisa fokus membaca isi buku yang diinginkan. Buku tersebut juga tidak dibaca sembarangan orang, sehingga isi buku dan bentuk bukunya bisa terawat dengan baik. Bagaimana jika memperlakukan televisi juga layaknya seperti membaca buku. Pesawat televisi

ditempatkan dalam ruang yang wajar dan cukup penerangan. Kita nonton acara televisi yang sesuai keinginan. Jika sudah cukup tentu televisi kita matikan dan simpan kembali di tempatnya. Dengan cara ini kita bisa membiasakan kepada anak untuk menonton televisi secara disiplin. Semua ini perlu pembiasaan dan kedisiplinan antara orang tua dan anak.

Pemberdayaan Lembaga Kemasyarakatan

Untuk mewujudkan budaya literasi media televisi sebagai gerakan masyarakat, lembaga orsos dan ormas sangat penting untuk terlibat secara aktif. Segala potensi dan kemampuan yang ada dalam organisasi kemasyarakatan perlu dioptimalkan dalam mendukung gerakan nonton televisi sehat. Organisasi ini merupakan wahana pemberdayaan dan komunikasi bagi masyarakat di tingkat akar rumput. Perubahan perilaku masyarakat seringkali dimulai dari hasil diskusi atau bertukar pikiran dalam lembaga kemasyarakatan. Lembaga-lembaga kemasyarakatan yang ada di tingkat akar rumput seperti Posyandu, Posdaya, PKK, arisan, koperasi, RT/RW, pedukuhan, tempat pengajian, masjid dan tempat ibadah lainnya dapat menjadi wahana pembudayaan literasi media televisi.

Dalam lembaga tersebut, masyarakat dapat berdiskusi tentang acara televisi sebagai hasil produksi dan dramatisasi industri televisi. Menurut Straubhaar dan LaRose (2002) bahwa media memiliki fungsi sosial. Masyarakat dapat membicarakan acara-acara televisi serta kemungkinan dampaknya khususnya bagi anak-anak dan kehidupan mereka. Di sini masyarakat dapat bertukar pikiran tentang acara-acara televisi yang baik dan acara yang kurang cocok untuk ditonton terutama oleh anak-anak. Mereka dapat berdiskusi, untuk mengambil sikap terhadap tayangan televisi yang kurang mendidik bahkan cenderung merusak moral. Hasil diskusi ini merupakan referensi bagi keluarga mereka di rumahnya masing-masing.

Untuk menumbuhkan literasi media televisi sebagai salah satu topik pembicaraan dalam lembaga kemasyarakatan tersebut, peran pimpinan atau tokoh masyarakat sangat diperlukan. Untuk itu perlu dilakukan advokasi kepada para pimpinan lembaga kemasyarakatan dan tokoh masyarakat secara kontinyu. Lembaga seperti Komisi Penyiaran

Indonesia (KPI dan KPID), dan pemerintah perlu menjadi pionir dalam mengembangkan gerakan ini.

Komunitas Literasi melalui Jejaring Sosial

Dalam pembudayaan, diperlukan tahapan pelembagaan. Tahap ini merupakan penguatan bagi masyarakat yang telah memiliki kemampuan dan kebiasaan menyaring dan menyikapi siaran televisi secara dewasa sehingga dapat melembaga atau membudaya. Dalam tahapan ini perlu diciptakan sumber informasi dari anggota atau kelompok sasaran, komunikasi juga dilakukan secara variatif dan *homofily* atau komunikasi antar komunitas yang telah memiliki kesamaan di antara mereka. Bentuk pelembagaan di antaranya memunculkan berbagai komunikasi atau kegiatan sadar tayangan televisi, kelompok yang mengkritisi tayangan televisi yang kurang baik, melaporkan pada yang berwenang acara televisi yang kurang baik, atau kegiatan lainnya. dan lain-lain. Salah satu bentuk pelembagaan adalah membangun jejaring sosial peduli siaran televisi.

Jejaring sosial merupakan salah satu wahana komunikasi maya yang ampuh dalam menggalang kekuatan masyarakat. Contoh kasus Prita Laura vs. Rumah Sakit Omni, Putusan bagi Pencuri Sandal Jepit, dan kasus-kasus lainnya telah mampu menggalang kekuatan opini publik untuk mempengaruhi para pengambil keputusan. Kemampuan jejaring sosial ini dapat dimanfaatkan untuk kegiatan pembudayaan literasi media televisi.

Melalui jejaring sosial dapat didiskusikan acara-acara televisi yang mendidik dan memberikan wawasan ilmu pengetahuan. Melalui wahana ini juga masyarakat bisa berdiskusi bebas tentang acara-acara yang kurang sesuai. Mencari solusi atau sikap terhadap acara-acara yang negatif. Bahkan melalui media ini juga dapat menggalang kekuatan untuk memboikot atau menyerang stasiun televisi yang menyiarkan acara-acara yang tidak mendidik atau merusak moral bangsa. Potensi media jejaring sosial ini perlu dioptimalkan. Yang menjadi moderator tidak harus pemerintah atau lembaga resmi. Jejaring sosial dapat dimulai oleh siapapun yang peduli dengan siaran televisi yang sehat.

Lomba Kreativitas Literasi Media

Bagi masyarakat kelompok tertentu yang sudah mulai sadar dan paham terhadap literasi media televisi, selanjutnya dapat ditingkatkan melalui berbagai cara. Salah satunya adalah dilakukan lomba Kreativitas Literasi Media televisi. Tujuan lomba ini adalah untuk lebih mendalami dan memahami perlunya literasi media televisi dalam aplikasi kehidupan sehari-hari di masyarakat. Bentuk lomba ini misalnya menulis artikel bagi wartawan, pelajar, orangtua, lembaga kemasyarakatan, dan masyarakat umum. Tingkatan lomba juga dapat dilakukan secara bertahap dari lingkungan RT/RW, lembaga kemasyarakatan, sekolah, kabupaten/kota, provinsi, nasional, bahkan melalui media massa. Materi lomba antara lain: bentuk-bentuk atau cara dalam mengkritisi media televisi, memberikan masukan format dan jenis acara yang mendidik dan mencerdaskan, membuat format dan bentuk acara televisi yang mendidik dan meningkatkan ilmu pengetahuan. Hasil lomba diberikan apresiasi terutama kepada yang dinilai kreatif.

Reward Literasi Media

Dalam pembudayaan atau gerakan masyarakat, *reward (recognition)* perlu diberikan kepada masyarakat yang dinilai berprestasi atau menonjol dalam kepedulian terhadap siaran televisi. Prestasi tersebut walaupun dalam tahap awal masih sederhana, tetapi perlu diberikan reward. Penghargaan akan mendorong individu untuk mengulang perilaku yang sama, penghargaan juga memberikan dorongan kepada orang lain yang ada di sekitarnya untuk meniru perbuatan serupa (Anwas, 2009). Penghargaan ini hendaknya diberikan oleh lembaga-lembaga, misalnya Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Komisi Penyiaran Indonesia daerah (KPID), pemerintah (pusat dan daerah), kementerian terkait, dunia usaha, bahkan organisasi kemasyarakatan di tingkat akar rumput (Posyandu, Posdaya, PKK, masjid, RT/RW, dan lainnya) yang peduli terhadap siaran televisi. Setiap tahun atau event-event tertentu lembaga-lembaga tersebut memberikan apresiasi terhadap individu atau lembaga yang memiliki kepedulian terhadap tayangan siaran televisi. Begitu pula *reward* perlu diberikan kepada stasiun televisi yang banyak menyajikan acara bermuatan pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Literasi media televisi adalah kemampuan masyarakat dalam berperilaku terhadap acara televisi mulai dari memilih, menganalisis, menyikapi, dan merespon siaran televisi secara sehat dan benar. Budaya literasi ini dimaksudkan untuk menangkal bahaya negatif siaran televisi serta mengambil manfaat positif bagi peningkatan kualitas kehidupan, serta tidak bertentangan dengan nilai, norma, dan kearifan-kearifan lokal masyarakat.

Masyarakat perlu memiliki budaya literasi media televisi, karena siaran televisi adalah bukan peristiwa sebenarnya akan tetapi merupakan hasil produksi dan rekayasa industri media, yang mempengaruhi khalayak untuk mempersepsi acara tersebut. Produksi dan rekayasa ini dilakukan melalui teknik tata cahaya, pengambilan gambar, animasi, editing, pemilihan substansi acara, pemilihan nara sumber, priming, serta acuan ideologi dari stasiun media televisi tersebut.

Pembudayaan literasi media televisi dilakukan sebagai gerakan masyarakat secara nasional yang dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan. Adapun bentuk pembudayaan literasi media televisi dapat dilakukan melalui: membangun kesadaran terhadap siaran televisi, menanamkan pendidikan literasi di sekolah, menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan literasi, membangun keluarga peduli siaran televisi, pemberdayaan lembaga kemasyarakatan, membentuk komunitas literasi melalui jejaring sosial, menyelenggarakan lomba kreativitas literasi media, dan memberikan reward literasi kepada masyarakat yang dinilai berhasil dalam membudayakan literasi media televisi.

Saran

Dalam era reformasi dan gencernya berbagai siaran televisi, budaya literasi media televisi perlu ditanamkan kepada semua lapisan masyarakat. Budaya ini dapat dimulai dari lingkungan keluarga, sekolah, tempat kerja, lingkungan lokal, dan masyarakat. Membangun budaya literasi media televisi ini perlu dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan sesuai dengan potensi dan kebutuhan masyarakat, sehingga dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Membangun budaya literasi perlu diarahkan sebagai gerakan masyarakat secara nasional. Semua potensi dan partisipasi yang ada dalam masyarakat perlu dioptimalkan. Komponen yang ada di masyarakat juga perlu dilibatkan sesuai perannya masing-masing. Oleh karena itu gerakan masyarakat ini perlu didukung dan melibatkan semua pihak, mulai dari: pemerintah (pusat

dan daerah), Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), stasiun televisi, lembaga pendidikan, dunia usaha, lembaga kemasyarakatan yang ada di tingkat akar rumput, guru dan siswa, dosen dan mahasiswa, penyuluh, tokoh masyarakat, orangtua, dunia usaha, wartawan, relawan, dan juga masyarakat luas.

Pustaka Acuan

- Anwas, Oos M. 2000. *Menjadikan Televisi sebagai Sahabat Buku dalam Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan*. Artikel Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. Depdiknas.
- Anwas, Oos M. 2009. *Pemanfaatan Media dalam Pengembangan Kompetensi Penyuluh Pertanian*. Disertasi: *Program Studi Ilmu Penyuluhan Pembangunan*, Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Pascasarjana IPB Bogor.
- Dedi Supriadi. 1997. *Kontraversial tentang Dampak Kekerasan Siaran Televisi terhadap Perilaku pemirsanya; Bercinta dengan Televisi*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Freire, Paulo. 1984. *Pendidikan Pembebasan, Perubahan Sosial*. Penerjemah Mien Joebhar. Jakarta: PT Sangkar Pulsar.
- Guntarto, B. 2008. *Konsep dan Implementasi Media Literasi*. Makalah Workshop Pembentukan Duta KPI di Yogyakarta. 27-28 Agustus 2008.
- Hidayat, Dadang Rahmat. 2011. *Iklan di Media Penyiaran, makalah dalam buku Panduan Sosialisasi Literasi Media Televisi; Pegangan untuk Narasumber*. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).
- Hornby, AS. 2000. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. UK: Oxford University Press.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2011. Jakarta: Pusat Bahasa: Kemdiknas. <http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php> (25 Juni 2012)
- Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). 2011. *Panduan Sosialisasi Literasi Media Televisi; Pegangan untuk Narasumber*. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia Pusat.
- Littlejohn, SW. 1996. *Theories of Human Communication*. Wadsworth, Publishing Company. An International Thomson Publishing Company.
- Muzayyad, Idy. 2011. *Literasi Media Mulai dari Kita*. Artikel dalam buku *Panduan Sosialisasi Literasi Media Televisi; Pegangan untuk Narasumber* Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia Pusat.
- McQuel, Denis. 1987. *Mass Communications Theory, Edisi Indonesia*, Jakarta: Erlangga.
- McQuel, Denis and Sven Windahl. 1996. *Communication Model for the Study of Mass Communications*. Second edition. New York: Longman.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Komunikasi Massa; Kontroversi, Teori, dan Aplikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Hornby, AS. 2000. *Oxford Advanced Learning's Dictionary of Current English*, UK Oxford University Press.
- Perin, Donald G. 1977. *Instructional Television : Synopsis of Television in Education*, New Jersey : Educational Technology Publication.
- PR2 Media. 2011. *Ironi Eksistensi Regulator Media di Era Demokrasi*. PR2 Media dan yayasan Tifa.
- Pustekom Kemdikbud. 2012. *Brosur Televisi Edukasi (TV Edukasi)*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Rogers, Everett M, 1995. *Diffusion of Innovations. Fourth Edition*. New York: The Free Press.
- Straubhaar, Joseph dan Rober LaRose. 2002. *Media Now: Communications Media in the Information Age*. Third Edition. Belmon. CA: Wadsworth.

- Severin, J Werner dan James W. Tankard. 2001. *Communication Theory: Origin, Methods, and Uses in The Mass Media*. Eddison Wesley Lngman, Inc.
- Suyono, Haryono. 2009. *Mengubah Loyang Menjadi Emas: Autobiografi Haryono Suyono*. Jakarta: Citra Kharisma Bunda.
- Suresh, Kalyani. 2003. *Journalism and Mass Communication; Theories of Communication*. <http://www.peoi.org/Courses/Coursesen/mass/mass2.html> (17 September 2012)
- Syahputra, Iswandi. 2011. *Literasi Media di Indonesia; Keragaman Pemahaman dan Kegiatan*. Artikel dalam buku *Panduan Sosialisasi Literasi Media Televisi; Pegangan untuk Narasumber* Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia Pusat.
- Undang-Undang No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Komisi Penyiaran Indonesia.
