

## Konten Media dan Kepentingan Literasi

M.Tazri <sup>1</sup>, Fitria Mayasari <sup>2</sup>  
Universitas Muhammadiyah Riau <sup>1,2</sup>  
[tazri@umri.ac.id](mailto:tazri@umri.ac.id)

### Abstract

*This study discusses the phenomenon of electronic media content, both mass media and social media which shows a decrease in quality. In addition, the ease of access with various mobile devices is a major potential trigger for negative impacts on vulnerable children. This paper departs from anxiety about media content which is only oriented towards increasing the number of views/viewers without considering the impact. The thing that is very possible to do to block the speed of the negative impact is literacy. Media literacy basically has a role to neutralize the audience from all of these worries, so this paper is made to emphasize the role of media literacy in dealing with media content, both television and social media in Indonesia. This study uses a critical paradigm with a qualitative descriptive method with a literature study approach, data is collected from various references related to the subject. The results of this study say that media literacy is one of the best and ideal solutions in society with the current media market conditions.*

**Keyword :** *Media Literacy, Broadcast Content, Television*

### Abstrak

Penelitian ini membahas fenomena konten-konten media elektronik baik itu media massa maupun media social yang menunjukkan penurunan kualitas. Ditambah lagi, kemudahan mengakses dengan berbagai perangkat seluler menjadi pemicu potensi besar terhadap dampak negatif pada anak usia rentan. Tulisan ini berangkat dari kegelisahan akan konten-konten media yang hanya berorientasi pada peningkatan jumlah view/penonton tanpa mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan. Hal yang sangat mungkin dilakukan untuk menghadang lajunya dampak negatif tersebut adalah dengan literasi. Literasi media pada dasarnya mempunyai peran untuk menetralkan penonton dari kekhawatiran itu semua, sehingga tulisan ini dibuat untuk mempertegas peran literasi media dalam menghadapi konten-konten media baik itu televisi maupun media social di Indonesia. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur, data dikumpulkan dari berbagai referensi terkait pokok bahasan. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa literasi media merupakan salah satu solusi yang baik dan ideal ditengah masyarakat dengan kondisi pasar media saat ini.

**Kata kunci :** *Literasi Media, Konten Siaran, Televisi*

## Pendahuluan

Perkembangan dunia ilmu komunikasi semakin menunjukkan kemajuan yang begitu baik, kemajuan tersebut berada pada berbagai aspek baik itu teori, metode, praktik hingga pada teknologi komunikasi yang betul-betul dirasakan oleh masyarakat luas. Berbagai media komunikasi hadir dan digunakan oleh masyarakat secara massal, salah satu media yang dikonsumsi masyarakat tersebut adalah media televisi dan media sosial. Televisi sebagai salah satu media komunikasi massa memiliki daya tarik bagi pemirsanya, karena televisi mampu memenuhi kebutuhan pemirsa akan informasi, edukasi dan hiburan. Ditambah lagi seluruh konten siaran dihadirkan dengan berbagai model, konsep, editing dan berbagai kreatifitas lainnya secara audio dan visual, hal inilah kemudian yang menjadikan televisi diminati mayoritas masyarakat di Indonesia. Proses penyiaran di Indonesia menempatkan publik sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran, oleh karena frekuensi adalah milik publik dan sifatnya terbatas, maka penggunaannya harus sebesar-besarnya bagi kepentingan publik. Kepentingan publik disini artinya adalah media penyiaran harus menjalankan fungsi pelayanan publik yang sehat. Penyiaran berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, kebudayaan, hiburan, kontrol sosial, perekat sosial, ekonomi dan pemberdayaan masyarakat (UU 32/2002 Pasal 4).

Seperti yang kita saksikan bahwa televisi di tanah air berusaha keras untuk memberikan tayangan sesuai dengan fungsinya sebagai media komunikasi, berbagai jenis tayangan dikemas sedemikian rupa agar kebutuhan pemirsa terpenuhi. Disatu sisi kita melihat bahwa kebutuhan kita sudah dipenuhi, tapi jika ditelaah lebih jauh, nyaris kebutuhan kita sebagai penonton yang memiliki hak mendapatkan tayangan yang berkualitas terabaikan. Dengan berbagai program dan mata acara, kita “*penonton*” dijadikan objek penentu rating yang kemudian akan bermuara kepada kepentingan bisnis (iklan). Hal-hal yang kemudian berupa *diversity of content* yang menjadi semangat demokratisasi media penyiaran hanya sebagai kamufase kepentingan bisnis. Ketika satu stasiun televisi membuat satu program dan mendapatkan pemirsa dengan jumlah banyak, televisi lain akan dengan cepat meniru dengan hanya merubah sedikit konsep dan anggel berbeda.

Kemudian dari pada itu, maraknya sinetron-sinetron yang menghiasi layar kaca dirumah kita juga menjadi penyakit bagi perkembangan moral dan mental penontonnya (khususnya penonton remaja). Banyak muatan nilai-nilai yang sangat tidak mendidik, bahkan jauh dari karakter budaya Indonesia yang katanya budaya timur. Anak-anak pada usia belajar (SMP & SMA) diparodikan dengan berbagai cerita yang keluar dari statusnya sebagai pelajar, yang lebih parahnya seragam yang mereka gunakan hanyalah sebagai *wardrobe* syuting belaka. Tidak berhenti sampai disitu, jam tayang nya pun mereka letakkan pada jam-jam prime time, dimana jam tersebut merupakan jam belajar. Tayangan variety show, talk show, reality show dan berbagai program televisi lain yang entah apapun namanya terkesan hanya sekedar sensasional. Mereka tidak peduli apakah tayangan itu dibutuhkan masyarakat atau tidak, apakah tayangan itu bermanfaat atau tidak, bagi mereka selama tayangan itu mampu membuat penonton tertawa dan terbelalak (melotot), tayangan itu menjadi layak dihadirkan.

## **Metode penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Moleong (2017) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sedangkan tipe penelitian ini adalah deskriptif. Dengan metode ini peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan (Creswell, 2009). Paradigam penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan studi literatur, data dikumpulkan dari berbagai referensi terkait pokok bahasan baik itu buku, hasil penelitian, dan lain-lain. Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan ulang akan pentingnya literasi media dikalangan masyarakat dalam menghadapi konten-konten media di Indonesia.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Realitas Konten Media**

Saat ini, kekuatan kapitalisme dalam iklim industri media penyiaran bisa dikatakan sebatas kekayaan media, tetapi kontrol terhadap isi medianya tidak akan bisa sempurna. Secara empiris para pekerja media senantiasa mempertimbangkan kepentingan pasar, kehendak khalayak, baik dalam pemberitaan maupun program. Dalam konteks ini peran *rating* amat tinggi, ia menjadi ukuran keberhasilan penetrasi media, sekaligus pedoman isi untuk melangsungkan hidupnya. Tanpa memperhitungkan *rating* atau keinginan khalayak, industri media tidak akan hidup, dan kalangan profesional-nya akan dianggap gagal.

Disini secara teoritis peran *rating* memiliki makna yang juga bersifat positif dalam konteks sistem penyiaran yang demokratis. *Rating* bukan hanya menjadi barometer, melainkan juga "*filter*" bagi "*ownership control*". Keinginan pemilik yang berseberangan dengan kehendak orang banyak, kebutuhan dan rasa ingin tahu orang banyak, bisa menyebabkan medianya ditinggalkan *audience*. Hal semacam ini tentu menjadi perhitungan yang penting bagi pengelola media. Adiputra, Aryati dan Stania (2006:35) menilai televisi juga berkontribusi dalam memberikan efek negatif kepada kelompok audiens rentan, yaitu anak-anak dan remaja. Hal ini dikarenakan banyak program televisi yang ditujukan untuk anak-anak dan remaja yang cenderung berbahaya bagi mereka (Wisnu, 2006)

Fenomena ini menunjukkan bahwa kebebasan ide berkespresi yang dijamin undang-undang mengenyampingkan nilai-nilai edukasi demi kepentingan masyarakat luas, hak-hak

publik pun dirampas dengan berbagai macam tayangan tak bermutu dengan durasi yang tidak sebentar. Parahnya, rating dan share yang mereka dapatkan dari tayangan ini cukup tinggi sehingga mereka berusaha mempertahankan produk siaran seperti demikian. Ketika rating dan share yang mereka dapatkan tinggi tentu iklan banyak masuk dengan varian harga yang tidak murah, hal ini juga menjadi pegangan kaum bisnis, bagi mereka penghasilan dari iklan adalah penentu dalam perjalanan bisnis mereka, mereka tidak munafik jika keuntungan yang besar menjadi tujuan mereka. Hal inilah yang kemudian mempengaruhi performa media kita saat ini.

Kesalahpahaman para pengelola televisi dalam menafsir aturan dalam mengemas tayangan bukan tidak beralasan, angka rating yang dijadikan tolak ukur merupakan sebagai alasan ekonomi politik media tersebut. Tidak bisa dipungkiri bahwa televisi membutuhkan rupiah yang cukup besar untuk menghidupi bisnisnya, satu hari saja, stasiun televisi membutuhkan uang milyaran rupiah untuk membiayai produksinya (bayar artis, gaji karyawan, biaya peralatan syuting, transportasi, dan operasional lain). Dalam kaca mata bisnis, tentu modal yang besar tersebut harus kembali bahkan harus lebih (untung) dan itu merupakan hal yang biasa saja. Program yang sekiranya menarik yang mampu menaikkan rating menjadi gadis cantik dalam mencuri perhatian peng-iklan. Ketika rating sebuah tayangan tinggi, pengiklan akan banyak yang masuk, disitulah angin segar bagi stasiun televisi. Walau bagaimanapun, kekuatan ekonomi politik pada industri media televisi di Indonesia menjadi sangat luar biasa. Bahkan pemerintah sekalipun tidak bisa berbuat banyak, hanya sekedar memberikan teguran dan pemberhentian sementara tayangan.

### **Perspektif regulasi**

Dalam pemikiran awam, sepertinya tidak ada yang salah dengan kehidupan media massa di Indonesia. Perspektif awam merasa bahwa media massa sudah merasakan kebebasan dan bisa melaporkan apa yang mereka mau. Ungkapan anekdot semacam “kebebasan media sudah kebablasan” dari mereka yang memiliki keresahan terhadap media sering kita dengar. Pertumbuhan jumlah media juga meningkat signifikan setelah UU Pers No.40/1999 dan UU No.32/2002 disahkan. Singkatnya, media massa kita berhasil lepas dari kungkungan hegemoni negara dan mampu menampilkan diri sebagaimana seharusnya media massa bekerja. Akan tetapi pada sisi yang lain, keluhan publik terhadap kinerja media massa tetap saja muncul. Masyarakat tidak puas dengan kinerja profesional media dan kebijakan program yang dilakukan media. Kebebasan media ternyata tidak serta-merta menaikkan kepuasan rakyat pada kinerja media. Pada tahun 2012, KPI menerima 39.000 aduan masyarakat terkait isi program televisi (Kristiawan, 2013).

Mewujudkan penyiaran yang demokratis merupakan target utama bagi pengembangan sistem penyiaran di Indonesia. Sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang No.32 tahun 2002 tentang penyiaran, target ini ditetapkan karena berbagai pertimbangan : *Pertama*, kemerdekaan menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi melalui penyiaran diakui

sebagai perwujudan hak azasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bertanah air. *Kedua*, spektrum frekuensi radio merupakan sumber daya alam terbatas dan merupakan kekayaan nasional yang harus dijaga dan dilindungi oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. *Ketiga*, untuk menjaga integrasi nasional, kemajemukan masyarakat Indonesia dan terlaksananya otonomi daerah maka perlu dibentuk sistem penyiaran nasional yang menjamin terciptanya tatanan informasi nasional yang adil, merata dan seimbang guna mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. *Keempat*, lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik dan ekonomi, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan serta kontrol dan perekat sosial. *Kelima*, siaran yang dipancarkan dan diterima secara bersamaan, serentak dan bebas memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap dan perilaku khalayak, maka penyelenggara penyiaran wajib bertanggung jawab dalam menjaga nilai moral, tata susila, budaya, kepribadian dan kesatuan bangsa (Rahayu, 2014)

Perlunya pengaturan melalui regulasi sistem penyiaran televisi di Indonesia juga bukan tanpa alasan. Pengaturan ini berangkat dari kompleksitas yang terjadi pada sistem penyiaran televisi kita. Bayangkan saja, dari semua sistem penyiaran televisi yang ada, sistem penyiaran berbasis komersial (swasta) tampak paling mendominasi. Perhitungan ekonomi (profit) jelas menjadi pertimbangan utama dalam menentukan isi siaran. Produksi program siaran tidak lagi ditentukan oleh apa yang dibutuhkan masyarakat, namun lebih pada apa yang disukai, terlepas dari apakah program siaran tersebut akhirnya dibutuhkan atau tidak oleh masyarakat. Belum lagi dalam rangka memperbesar profit, jangkauan siaran dari stasiun-stasiun televisi swasta ini diperluas hingga berskala nasional, dari Sabang sampai Merauke. Artinya sebagian besar masyarakat Indonesia yang tersebar di pelosok-pelosok tanah air dapat menikmati siaran televisi tersebut, lepas dari apakah siaran tersebut cocok atau tidak dengan kultur maupun adat istiadat setempat. Singkat kata, tidak dapat diingkari kepentingan ekonomi mendominasi dan diyakini akan mempengaruhi isi siaran (Rahayu, 2014).

Undang-undang ini membatasi peran negara yang selama ini terlalu besar terhadap media penyiaran. Atas nama demokrasi, masyarakat harus diberi peran lebih besar untuk mengatur dan menggerakkan ranah penyiaran. Untuk itu UU Penyiaran No.32/2002 tersebut mengamanahkan adanya sebuah *independent state regulatory body* bernama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang berlaku sebagai lembaga pengawas penyiaran. Lembaga ini adalah lembaga non pemerintah, yang dibentuk berdasarkan undang-undang dan bertanggung jawab pada DPR. Dengan kata lain, KPI berfungsi melakukan *check and balances* terhadap kekuasaan eksekutif. Sejarah menunjukkan betapa tidak idealnya jika fungsi regulator penyiaran diserahkan kepada pemerintah. Maka, undang-undang penyiaran mencoba melembagakan KPI memegang fungsi regulator tersebut.

Dalam rangka menjalankan fungsi regulator penyiaran, KPI memiliki wewenang (otoritas) dalam menyusun dan mengawasi berbagai peraturan penyiaran yang menghubungkan antara lembaga penyiaran, pemerintah dan masyarakat. Pengaturan ini mencakup semua proses kegiatan penyiaran, mulai dari tahap pendirian, operasionalisasi, pertanggungjawaban, dan evaluasi. Dalam melakukan semua hal tersebut, KPI berkoordinasi dengan pemerintah dan lembaga negara lainnya karena pengaturan spektrum saling berkaitan. Selain itu, KPI juga berhubungan dengan masyarakat dalam menampung dan menindaklanjuti segenap bentuk apresiasi masyarakat terhadap lembaga penyiaran ataupun terhadap dunia penyiaran pada umumnya (Rahayu, 2014).

Undang-Undang penyiaran menegaskan bahwa KPI mempunyai sejumlah kewenangan yaitu: menetapkan standar program siaran, menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran, mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; dan melakukan koordinasi dan/atau kerja sama dengan pemerintah, lembaga penyiaran dan masyarakat. Sementara itu, KPI mempunyai tugas dan kewajiban, yaitu: menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi; ikut membantu iklim persaingan yang sehat antar lembaga penyiaran dan infrastruktur terkait; memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata dan seimbang; menampung, meneliti dan menindaklanjuti aduan, sanggahanserta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran; dan menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas dibidang penyiaran (UU 32/2002 Pasal 8).

Keberadaan KPI sebagai regulator penyiaran sangat diharapkan. Sebagai representasi dari masyarakat, ia yang akan menjamin hak-hak rakyat mendapatkan informasi secara bebas dan adil serta menjamin kemandirian dan keterlibatan masyarakat dalam mengelola lembaga-lembaga penyiaran. Sekali lagi sejarah menunjukkan, masyarakat selama ini tidak dilibatkan dalam penyelenggaraan penyiaran dan hal ini merupakan permasalahan besar dalam sistem media massa kita. Padahal keterlibatan masyarakat adalah unsur utama potensi demokratis penyiaran.

### **Peran Penting Literasi Media**

Usaha perusahaan media dalam mendapatkan penonton sudah mencapai kata gila-gilaan, *rating* dan *share* menjadi titik balik sebuah tayangan, lembaga survey AC Nielsen menjadi satu-satunya kiblat penentu rating, pengiklan pun hanya akan tertarik dengan angka rating ini. Sehingga yang kemudian terjadi adalah merebut pasar, tayangan dengan rating tinggi akan ramai diminati iklan, dan tayangan dengan rating rendah akan segera dihentikan, tidak ada pertimbangan sosial apapun meskipun tayangan tersebut berada dalam kategori mendidik dan bermanfaat, semua terjadi demi kepentingan bisnis belaka. Hal demikian tak dapat dipungkiri, mengingat iklan merupakan salah satu sumber penghasilan industri media, hidup mati dan

berkembang atau tidaknya lembaga penyiaran swasta dipengaruhi oleh pendapatan iklan, hal inilah kemudian menjadikan industri televisi membabi buta.

Televisi dalam hal ini telah menjadi komoditas baru ditengah masyarakat, lebih dari pada itu televisi telah memposisikan sebagai agama baru masyarakat modern. Televisi menjadi pendidik yang lebih handal dibanding guru disekolah dan televisi memegang peran yang sangat dominan dan sangat krusial ditengah keluarga dan masyarakat (Nurudin, 1997). Untuk itu, kita tahu bahwa media massa merupakan bagian dari komunikasi massa. Severin dan Tankard (Apriadi Tamburaka, 2012) melihat bahwa salah satu fokus utama teori dan riset komunikasi adalah mencoba menilai dampak komunikasi massa. Setiap orang yang terlibat memiliki kewajiban yang sama untuk bertanggung jawab, dengan demikian konsep Literasi Media muncul.

Tayangan televisi saat ini sangat bervariasi, penonton bisa memilih beragam program tayangan, hanya saja ragam tersebut masih dalam konteks yang sama. Membuat penonton terbelalak dan ketawa adalah tujuannya, tidak diperhitungkan lagi berefek baik atau tidaknya, segmentasi pemirsa tidak menjadi perhitungan yang kuat lagi. Tentu sebagai penonton hendaknya kita bijak dalam mengkonsumsi televisi, tidak ada kompromi dalam menyikapi efeknya, ketika televisi menghadirkan tayangan buruk maka pilihannya adalah ganti chanel televisi atau matikan televisi anda.

Namun, kondisi ini tidak sepenuhnya dipahami oleh pemirsa televisi secara menyeluruh. Masyarakat seperti terperangkap dalam lingkaran setan, selama mereka bahagia, televisi akan tetap menyala. Tidak ada lagi batasan antara anak-anak dan orangtua seolah tayangan di televisi bisa dikonsumsi bersama. Hal inilah yang kemudian menjadi poros dari Literasi Media. Masyarakat dirasa penting untuk memiliki kemampuan mengkritisi, menyeleksi dan mengendalikan televisi mereka. Ada banyak hal yang berbentuk konstruksi yang masyarakat harus tahu dibalik layar televisi mereka, ada berbagai macam motif yang perlu dipahami bersama agar anak-anak, remaja dan keluarga di masyarakat terlindungi dari pengaruh jahat televisi di Indonesia. Hal ini kemudian sejalan dengan apa yang disampaikan Potter (2013:15) bahwa terdapat 3 kategori guna mendukung perspektif Literasi Media : pertama, pengetahuan tentang isi siaran (konten media), kedua, pengetahuan tentang industri media, dan ketiga, pengetahuan tentang efek yang ditimbulkan media.

## **Kesimpulan**

Kebebasan media dalam memproduksi tayangan siaran sudah mencapai kata kebablasan, kepentingan ekonomi politik media sangat mendominasi dibalik layar televisi swasta di Indonesia. Selain itu, Konten siaran televisi swasta di Indonesia masih rentan dengan muatan negatif yang menjadi ancaman tersendiri bagi perkembangan psikis dan mental pemirsa, khususnya penonton remaja dan anak-anak. Sehingga peran Literasi Media dalam hal ini masih

sangat dibutuhkan kehadirannya ditengah-tengah masyarakat. Kepedulian para pemerhati media dalam memberikan pendidikan bermedia masih sangat diharapkan di Indonesia.

## Referensi

- Adiputra, Wisnu Martha, Retno Aryati dan Rahmadian Martha Stania. 2006. *Menggagas Pendidikan Literasi Media di Indonesia*. Yogyakarta : Lembaga Penelitian dan Pengembangan kepada Masyarakat Universitas gadjah Mada
- Kristiyawan, R. 2013. *Model-model gerakan literasi media dan pemantauan media di Indonesia*. Yogyakarta : PKMBP dan Yayasan TIFA
- Labib, Muh. 2002. *Potret Sinetron Indonesia*. Jakarta : MU3Book
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa (edisi terjemahan)*. Jakarta : Salemba Humanika
- Nurudin. 1997. *Televisi (agaman baru masyarakat modern)*. Malang : UMM Press
- Potter, James. 2013. *Media Literacy (edition 6)*. London : Sage Publication
- Rahayu, dkk. 2014. *Kinerja Regulator Penyiaran Indonesia*. Yogyakarta : pr2media dan Yayasan TIFA
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media*. Jakarta : RajaGrafito
- Undang-Undang No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran