

## **BAB II**

### **PROFIL OBYEK PENELITIAN**

#### **A. Literasi Media di Indonesia**

Media tak hanya menyajikan hal-hal positif yang mencerdaskan dan mencerahkan, namun juga dampak negatif akibat pemanfaatan informasi secara keliru. Persoalannya masih sangat sedikit warga masyarakat yang sadar bahwa mereka mempunyai hak dan kewajiban untuk menjaga agar sajian media tak membawa dampak buruk bagi kehidupannya. Oleh karenanya diperlukan langkah strategis untuk menyiapkan masyarakat sebagai pengguna informasi melalui gerakan literasi media. Literasi media merupakan langkah strategis untuk meng-optimalkan akses informasi yang membawa manfaat bagi diri, lingkungan dan kehidupan bersama dalam lingkup yang lebih luas.

Pada periode antara tahun 1990an hingga tahun 2000an dapat dikatakan merupakan periode kegiatan literasi media yang banyak memberi tekanan pada aspek perlindungan anak dari dampak media, terutama televisi. Kegiatan utamanya adalah memberi pemahaman terhadap orang tua dan guru mengenai dampak negatif menonton televisi, dan bagaimana menonton televisi yang benar agar terhindar dari dampak tersebut (Guntarto, 2011). Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, mengundang perhatian aktivis literasi media di Indonesia yang datang dari beragam latar belakang, dengan

harapan mampu mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap isi media. Media yang paling sering disorot adalah televisi, diikuti oleh permainan elektronik dan internet. Ada yang melihat isi media yang penuh kekerasan serta eksplisit seksual sebagai sumber keprihatinan, termasuk dalam tayangan kartun yang sangat identik bagi anak. Aktivis lain melihat kesenjangan pengetahuan serta keterampilan menggunakan media baru seperti internet (termasuk Facebook dan Twitter) antara anak-anak dan orangtua menjadi sumber keprihatinan, terutama karena memunculkan kesenjangan budaya (digital) antara kedua generasi tersebut.

Pada bulan September 1991, Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI) menyelenggarakan sebuah workshop di tingkat regional Asia-Pacific, tentang anak dan televisi di Cipanas Jawa Barat (Guntarto, 2011). Dalam Workshop Nasional Media Literacy 2011 terdapat kesepakatan bahwa definisi literasi media seharusnya dapat menjawab masalah di atas namun juga mudah dipahami oleh masyarakat umum. Definisi literasi media sementara yang disepakati adalah kemampuan memanfaatkan media secara kritis; mencakup pengetahuan tentang media, kemampuan untuk memilih dan mencari isi media, serta memproduksi isi media untuk kepentingan tertentu. Definisi ini masih tentatif dan terbuka untuk diubah bila perlu oleh para aktivis literasi media (Hendriyani dan Guntarto, 2018: 6).

Di tahun 2007, LeSPI melakukan program literasi media dengan menjadikan siswa SD-SMP sebagai sasarannya dengan mengenalkan mereka

pada acara kerja atau produksi program televisi dengan mengajak sasaran ke stasiun televisi. Kemudian LeSPI juga memiliki acara *talkshow* di dua stasiun televisi lokal Semarang dan Solo bertajuk “Menonton Televisi Secara Sehat”. Pada tahun-tahun selanjutnya, LeSPI bekerja sama dengan TIFA dalam mengembangkan gerakan literasi media secara kontinu sejak 2009 hingga 2012 melalui program sosialisasi di beberapa komunitas, penguatan komunitas melalui pelatihan *leader* komunitas dengan ToT, hingga pengembangan *media watch* (Tim Peneliti PKMBP, 2013: 64).

Adapun bentuk lain literasi yang dilakukan untuk orang tua adalah kegiatan kampanye yang dilakukan oleh LSM maupun organisasi mahasiswa dan institusi lainnya. Kegiatan tersebut dilakukan melalui seminar, road show, dan kampanye-kampanye mengenai melek media. Seperti yang dilakukan oleh Komunitas Mata Air tahun 2004 yang melakukan roadshow ke beberapa Sekolah Dasar di DKI Jakarta, Yayasan Jurnal Perempuan yang datang melakukan seminar di beberapa SMA di Jakarta pada tahun 2005 dan 2008, Komisi Penyiaran Indonesia tahun 2005 hingga saat ini, kemudian roadshow oleh Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UI ke beberapa SLTP di DKI Jakarta dan Depok tahun 2005-2008, roadshow Perhimpunan Masyarakat Tolak Pornografi tahun 2006 dan beberapa organisasi pemerhati media lainnya (Guntarto,2011).

Kelompok-kelompok lain yang peduli terhadap pentingnya literasi media adalah LSM dan yayasan, seperti Masyarakat Peduli Media, Rumah

Sinema, Bandung School of Communication Studies (BaSCom), Habibie Center, Lembaga Studi Pers dan Informasi (LeSPI), Yayasan Jurnal Perempuan (YJP), dan Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA). Kegiatan yang mereka lakukan biasanya merupakan program “intervensi” atau pemberdayaan masyarakat dalam bentuk pelatihan, seminar, atau pendampingan (Hendriyani dan Guntarto, 2018: 9).

Salah satu kelompok LSM yang melakukan literasi media adalah Masyarakat Peduli Media (MPM) Yogyakarta. Visi MPM secara utuh adalah memandang perlu hubungan sejajar, adil dan harmoni antara media pada satu sisi dan masyarakat serta institusi-institusi lainnya pada sisi lain. Pada tahun 2009, dengan pendanaan oleh Yayasan Tifa, MPM menjadikan ibu-ibu rumah tangga sebagai subjek potensial penerima program literasi media. Dalam pelaksanaan pendidikan literasi media pada ibu-ibu rumah tangga, program yang dilaksanakan oleh MPM terbagi menjadi dua tahap. Tahap pertama dilaksanakan di tahun 2009 dan tahap kedua dilaksanakan pada tahun 2011. Pada tahap pertama, MPM melakukan pendidikan literasi media bagi ibu-ibu yang tinggal di sekitar lima kampus di Yogyakarta, yaitu Kampung Babarsari yang berdekatan dengan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, kemudian Kelurahan Terbanyang merupakan kelompok dampingan dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran, lalu Kelurahan Muja Muju untuk Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa, adapun Desa Umbulhartani dan Wukirsari di Sleman menjadi wilayah dampinagn Prodi Ilmu

Komunikasi Universitas Islam Indonesia dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mendampingi ibu-ibu Desa Tamantirto, Kasihan, Bantul. Sementara pada tahap kedua lokasi program hanya berada di Wirobrajan dan Gadingsari Bantul. Selama proses pelatihan peserta diperkenalkan mengenai teknik produksi acara televisi dengan maksud agar ibu-ibu yang menjadi peserta lebih memahami perbedaan antara realitas media dan realitas sosial sehingga semakin kritis terhadap tayangan program televisi (Tim Peneliti PKMBP, 2013: 87).

Selain itu, sejak tahun 2008 Rumah Sinema telah melakukan empat kali pelatihan literasi media menggunakan metode kreatif untuk remaja di sekolah menengah atas di Yogyakarta, yaitu di sekolah khusus putri pada suatu pondok pesantren, sekolah berstandar internasional, sekolah negeri, dan di suatu pelatihan yang diikuti oleh remaja dari berbagai sekolah. Metode kreatif menawarkan cara lain dalam praktik pelatihan literasi media dengan mengutamakan kegiatan pembuatan karya. Metode ini memungkinkan peserta untuk melatih kemampuan mereka dalam mengakses dan memahami pesan media, melakukan analisa terhadap media, dan mampu memanfaatkan media untuk memproduksi gagasan sebagai bentuk ekspresi sosial. Pada setiap pelatihan tersebut peserta diajak untuk membuat gambar yang berisi pesan dari mereka sesuai dengan tema pelatihan.

Tema yang berdasarkan kebiasaan bermedia remaja akan memudahkan dalam pembahasan, karena pokok bahasan dekat dengan keseharian peserta

sekaligus langsung menuju pokok permasalahan yang dihadapi oleh remaja. Peserta belajar secara teknis bagaimana suatu gambar dibuat untuk membangun pesan tertentu. Peserta juga belajar membaca pesan-pesan tersirat media. Ada beberapa metode kreatif yang digunakan Rumah Sinema dalam melakukan literasi media, diantaranya metode fotografi dalam pelatihan ini digunakan sebagai alat bercerita, dilakukan pada tahun 2008 di sebuah sekolah khusus santri putri, diikuti oleh 15 peserta. Kolase foto, metode ini diterapkan di sekolah berstandar internasional pada tahun 2008, diikuti oleh 15 siswa. Peserta diajak untuk mengenali foto-foto yang muncul di media massa dan membandingkannya dengan foto-foto pribadi peserta. Kolase foto di sekolah menengah atas negeri pada tahun 2010, diikuti oleh 23 siswa. Kolase menggunakan gambar dalam film dokumenter pada tahun 2009, dilakukan pada suatu pelatihan yang diikuti oleh 12 siswa dari beberapa SMA di Yogyakarta. Metode kreatif dengan menggunakan medium digital di sekolah menengah atas swasta pada tahun 2011, diikuti oleh 20 siswa (Suprati, 20: 79).

Kelompok kedua adalah sekolah, seperti Lentera Insan Child Development and Education Center (CDEC), Rumah Belajar Semi Palar, dan Early Childhood Care & Development Resource Center (ECCD-RC) (Hendriyani dan Guntarto, 2013: 9). Salah satu kegiatan literasi media yang dilakukan oleh ECCD-RC (*Early Childhood Care and Development-Resource Center* Yogyakarta) bernama *Pendidikan Literasi Media untuk Pendidik Usia Dini dan Dasar*. Rangkaian program tersebut dilaksanakan pada 1 Agustus

sampai dengan 30 November 2009. Adapun tujuan dari program tersebut yaitu mengembangkan pendidikan literasi media di kalangan pendidik (*educator*) anak usia dini (TK dan sekolah dasar) dalam hal ini guru, membangun kemampuan pendidik yang kritis terhadap media, mengurangi dampak negatif tayangan media terhadap perkembangan anak. Kegiatan literasi media tersebut terdiri dari tiga program.

Pertama, pelatihan literasi media. Adapun peserta dari pelatihan ini adalah para guru Taman Kanak-Kanak dan Sekolah Dasar. Kedua, pengayaan materi kurikulum dengan peserta yang sama. Ketiga, *workshop* penyusunan modul sebagai pedoman Pendidikan literasi media, peserta dari program ini adalah panel pakar dan tim dari *Resource Center*. ECCD-RC juga membuat modul literasi media sebagai bagian dari penyebarluasan wacana literasi media, selain melalui pelatihan. Dengan adanya modul ini guru-guru yang tidak mengikuti pelatihan juga bisa mendapatkan manfaat dari program yang sudah dikembangkan oleh ECCD-RC (Tim Peneliti PKMBP, 2013: 93).

Kelompok ketiga terdiri dari perguruan tinggi, terutama dari bidang Ilmu Komunikasi, seperti di Universitas Indonesia, Universitas Islam Bandung, Universitas Diponegoro, Universitas Padjajaran, Universitas Paramadina, dan sebagainya. Bentuk kegiatan yang dilakukan kelompok ini biasanya berupa seminar, pelatihan, atau sebagai materi perkuliahan. Kelompok keempat adalah masyarakat umum yang aktif meningkatkan literasi media di lingkungan mereka sendiri. Beberapa desa di Sleman dan Solo (Jawa Tengah) memiliki

“jam belajar”: saat televisi di setiap rumah dimatikan untuk periode jam tertentu untuk memberi waktu bagi anak mengerjakan pekerjaan rumah atau belajar. Kelompok kelima berisi lembaga-lembaga yang tidak masuk dalam keempat kategori sebelumnya: pemerintah (seperti Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Anak), Dewan Pers, Komisi Penyiaran Indonesia, Unicef, dan Unesco (Hendriyani dan Guntarto, 2018: 9).

Literasi media yang dilakukan oleh KPID DIY merupakan sebuah kewajiban KPI/KPID yaitu menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia. Literasi media yang dilakukan oleh KPID DIY bertujuan tidak hanya membuat masyarakat menjadi melek media, namun lebih jauh lagi yaitu membangun daya kritis masyarakat agar turut berperan serta dalam mengembangkan kegiatan literasi. Pada tahun 2007 awalnya KPID DIY melakukan literasi media di sekolah-sekolah dan lembaga-lembaga pendidikan, sasarannya adalah anak dan remaja. Setahun kemudian, sasaran media literasi diperluas. KPID DIY mulai menjalin kerjasama dengan beberapa universitas terutama dengan bagian Lembaga Pengembangan Masyarakat untuk dapat memberikan literasi media kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN).

Remotivi melakukan program literasi media pada dasarnya dibedakan menjadi dua jalur, yaitu literasi media berbasis media baru (internet) dan literasi media berbasis dunia nyata (sekolah dan kampus). Literasi yang dilakukan melalui *website* atau media baru dilakukan melalui berbagai tulisan kritis yang

dipublikasikan melalui *website* [remotivi.or.id](http://remotivi.or.id), di mana tulisan tersebut diharapkan dapat akan memberikan suatu perspektif bagi pembacanya. Adapun jalur kedua yang dilakukan oleh *remotivi* adalah dengan menyelenggarakan diskusi di kampus. Pada jalur ini *Remotivi* telah melakukannya dengan menyelenggarakan diskusi di kampus-kampus. Sesi diskusi yang pernah dilakukan yaitu di Atma Jaya Jakarta dan Paramadina Jakarta (Tim Peneliti PKMBP, 2013: 59).

Sasaran literasi media tidak hanya anak dan remaja tetapi juga perempuan khususnya ibu rumah tangga, karena ternyata banyak kaum ibu menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menonton televisi atau mendengarkan radio ketika melakukan aktivitasnya. Pada tahun 2008-2009 tercetus ide untuk tidak hanya melakukan literasi media tetapi juga membentuk Duta KPID yaitu pembentukan masyarakat pemantau media yang independen terdiri dari perwakilan ormas, pendidik, akademisi, dan NGO. Tahun 2011-2012 KPID DIY memperluas kerjasama baik untuk melakukan literasi media maupun untuk melakukan pemantauan dengan beberapa perguruan tinggi, instansi pemerintah, organisasi kemasyarakatan dan keagamaan, LSM, organisasi kepemudaan, dan kelompok masyarakat lainnya (Zamroni dan Sukiratnasari, 2018: 68).

Kelompok keenam adalah gabungan dari berbagai lembaga, seperti Koalisi Kampanye Hari Tanpa TV (2006-2011) yang meminta keluarga dengan

anak-anak untuk mematikan televisi selama satu hari dalam rangka Hari Anak Nasional (Hendriyani dan Guntarto, 2018: 9).

Selanjutnya lembaga lain yang juga melakukan literasi media yaitu Aisyiyah. Sejak awal berdirinya 'Aisyiyah memang secara khusus telah mempunyai perhatian terhadap anak-anak, dan salah satunya melalui pendirian TK di awal abad ke 20 yang diberi nama Frobel. Saat ini salah satu bentuk perhatian terhadap anak-anak diwujudkan dalam bentuk program literasi media untuk 13.000 PAUD/TK 'Aisyiyah yang tersebar di seluruh Indonesia. 'Aisyiyah sejak tahun 2007 mengembangkan literasi media memberikan pendidikan literasi media yang terintegrasi melalui sekolah, keluarga dan komunitas. Program ini diintegrasikan dalam kegiatan pelatihan di Pendidikan Anak Usia Dini (Kelompok Bermain dan TK), SD, SMP, SMA, pengajian, Posyandu, arisan dan kelompok PKK. Salah satu program nasional 'Aisyiyah adalah keluarga sakinah. Keluarga sakinah menganjurkan keluarga untuk membentengi anak-anaknya dari pengaruh buruk televisi. Sekolah, keluarga dan komunitas menjadi tiga pilar yang disinergikan oleh 'Aisyiyah dalam melaksanakan gerakan literasi media. Strategi sinergisitas ini penting karena pendidikan bermedia yang disampaikan guru di rumah harus didukung oleh keluarga dan komunitas sehingga dapat membentuk perilaku anak. Sekolah mengajarkan dasar-dasar literasi media, keluarga menerapkan aturan akses media di rumah sedangkan komunitas menyediakan kegiatan alternatif bagi anak (Nur, 2018:20).

## **B. Profil Dinas Komunikasi dan Informatika DIY**

Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu lembaga pemerintah yang berdiri mulai 1 Januari 2016 yang merupakan amanat dari Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 tentang Kelembagaan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki visi “Terwujudnya Jogja *Cyber Province* dan masyarakat informasi menuju peradaban baru mendukung keistimewaan DIY” serta misi, mendukung peningkatan efisiensi dan efektivitas tata kelola pemerintahan yang transparan dan akuntabel di Daerah Istimewa Yogyakarta, meningkatkan kualitas layanan dan pengelolaan informasi publik, pemberdayaan lembaga komunikasi dan informatika. Selanjutnya ditindaklanjuti dengan Pergub Nomor 69 tahun 2015 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika.

Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 69 Tahun 2015 tentang rincian tugas dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika tanggal 2 September 2015 menetapkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika DIY mempunyai tugas melaksanakan penyusunan kebijakan teknis dan pelaksanaan kebijakan DIY di bidang komunikasi, informatika, kehumasan, pos dan

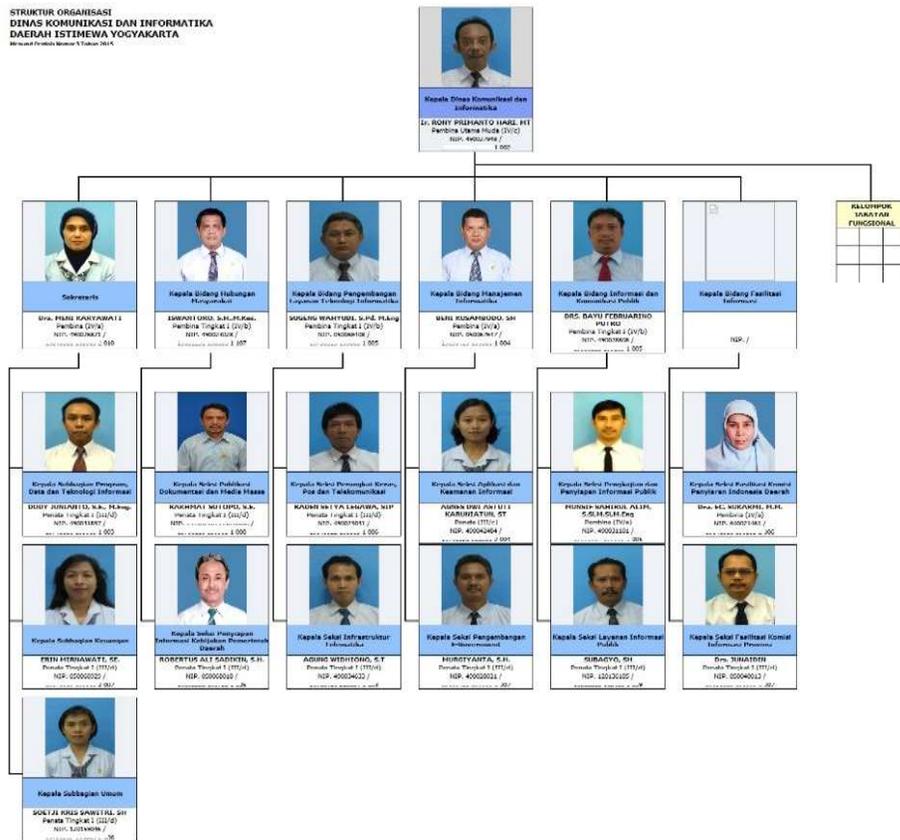
telekomunikasi serta kewenangan dekonsentrasi dan tugas pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud, Dinas Komunikasi dan Informatika DIY mempunyai beberapa fungsi di antaranya, penyusunan program dan pengendalian urusan di bidang komunikasi, informatika, kehumasan, pos, dan telekomunikasi, perumusan kebijakan teknis urusan di bidang komunikasi, informatika, kehumasan, pos, dan telekomunikasi, penyusunan kebijakan teknis dan pengelolaan keterbukaan informasi publik, penyelenggaraan kehumasan Pemerintah Daerah, pengembangan aplikasi dan keamanan informasi, penyelenggaraan pengembangan dan pengelolaan jaringan komunikasi dan informatika, pengembangan sistem penyelenggaraan Pemerintahan Daerah secara elektronik (*e-government*), fasilitasi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah dan Komisi Informasi Provinsi, penyelenggaraan diseminasi informasi dan layanan informasi publik, pemberdayaan sumberdaya dan mitra kerja urusan di bidang komunikasi, informatika, kehumasan, pos dan mitra kerja urusan di bidang komunikasi, pelaksanaan, publikasi, dan dokumentasi kebijakan dan kegiatan Pemerintah Daerah melalui media, pelaksanaan kegiatan ketatausahaan, penyusunan laporan pelaksanaan tugas dinas, pelaksanaan pemantauan dan pengevaluasian pelaksanaan kebijakan di bidang komunikasi, informatika, kehumasan, pos dan telekomunikasi serta pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dinas Komunikasi dan Informatika DIY merupakan gabungan dari 2 (dua) bidang dari Dinas Hubkominfo DIY (bidang PMI dan bidang LTMI), UPTD Plaza Informasi dan Bagian Humas yang sebelumnya di bawah Biro Umum Humas dan Protokol. Dinas Komunikasi dan Informatika DIY memfasilitasi dua lembaga, yaitu Komisi Informasi Provinsi (KIP) dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID). Dari awal berdirinya hingga saat ini, Dinas Komunikasi dan Informatika DIY terdiri dari 1 sekretariat yang beralamat di Jl. Brigjen Katamso, Keparakan, Mergangsan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55152, Indonesia dan 5 bidang yaitu, Bidang Manajemen Informasi (MI), Bidang Hubungan Masyarakat (Humas), Bidang Fasilitas Informasi (FI), Bidang Pengembangan Layanan Teknologi Informasi (PLTI), dan Bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP).

Dinas Komunikasi dan Informatika DIY memiliki 3 lokasi kantor yang berbeda, yaitu Gedung Induk di Jalan Brigjen Katamso (Sekretariat, Bidang IKP dan Bidang Fasilitas Informasi), Komplek Kepatihan, Unit 7 lantai 1 dan 2 (Bidang Pengembangan Layanan Teknologi Informasi dan Manajemen Informatika), Komplek Kepatihan, Balai Woro (Bidang Humas). Anggaran (belanja langsung) yang tersedia untuk melaksanakan fungsi dan tugas Dinas Komunikasi dan Informatika DIY sebagian besar berasal dari APBD Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar Rp. 17.753.103.357,00 dan didukung oleh anggaran dari dana keistimewaan yaitu Rp. 3.362.850.000,00 (<http://diskominfo.jogjaprovo.go.id>).

Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dibentuk berdasarkan amanat Peraturan Daerah Istimewa DIY Nomor 3 Tahun 2015 tentang Kelembagaan Pemerintah Daerah DIY. Dinas Komunikasi dan Informatika DIY merupakan unsur pelaksana penyelenggaraan pemerintahan daerah dengan susunan organisasi:



**Gambar 2.1 Struktur Organisasi Diskominfo DIY**

( Sumber : Diskominfo DIY 2017 )