

STRATEGI KOMUNIKASI MASYARAKAT PEDULI MEDIA (MPM) DALAM MENGOPTIMALKAN PROGRAM LITERASI MEDIA TELEVISI

Retno Dwi Putri dan Ahmad Hermawan, Lc., M.A.

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, D.I
Yogyakarta, 55184.*

Email : retnodwiputri7@gmail.com

ahmad.hermawan@umy.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Masyarakat Peduli Media (MPM) dalam mengoptimalkan literasi media televisi. Selain itu juga bertujuan untuk mengetahui bentuk kegiatan apa yang dilakukan MPM dalam mengoptimalkan literasi media televisi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan metode penelitian deskriptif pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta Jalan. Poncowolo Ketanggungan 54/XI No. 25, Wirobrajan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewah Yogyakarta 55252. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya strategi komunikasi Masyarakat Peduli Media (MPM) tentang literasi media televisi yang diterapkan kepada masyarakat terbukti bahwa MPM sangat memberi bantuan kepada masyarakat, khususnya dikalangan ibu rumah tangga. Metode kegiatan yang dilakukan MPM berupa Forum Grup Diskusi (FGD), seminar dan workshop. Dalam kegiatan MPM masyarakat tidak hanya menerima teori saja tetapi juga praktik yang membuat masyarakat mengerti bagaimana cara produksi siaran televisi.

Kata Kunci : *Strategi komunikasi, literasi media, televisi.*

Abstract

This study aims to determine the communication strategy of Masyarakat Peduli Media (MPM) in optimizing literacy on television media. Also, this study aims to find out the form of activities carried out by MPM in optimizing literacy on television media. This research uses the type of field research with descriptive research methods through a qualitative approach. Data collections was done by interview, observation, and documentation. The results of this study indicate the existence of a Masyarakat Peduli Media (MPM) communication strategy regarding literacy on television media that is applied to the community, it is proven that MPM provides assistance to the community, especially among housewives. The method of activities carried out by MPM is the Forum Group Discussion (FGD), seminars and workshops. In MPM activities, the community not only accepts theories but also practices, so people understand how television broadcasts are produced.

Keywords: *Communication strategies, Media Literacy, Television.*

A. PENDAHULUAN

Kehadiran televisi di zaman sekarang sangat berpengaruh bagi masyarakat. Terlepas dari itu televisi mempunyai peran penting dan efektif dalam memberikan informasi, mendidik, menghibur dan juga mempengaruhi bagi pemirsanya. Muhamad Mufid (2005:67-68) dalam buku *komunikasi dan regulasi penyiaran* terdapat tiga alasan mengapa regulasi penyiaran dianggap penting.

Pertama dalam iklim demokrasi kekinian, salah satu masalah besar yang mendasari penyusunan regulasi penyiaran adalah hak azazi manusia yang meliputi tentang kebebasan berbicara (*freedom of speech*). Menjamin juga kebebasan seseorang untuk memperoleh dan juga menyebarkan pendapatnya tanpa adanya intervensi bahkan dari pemerintah.

Kedua demokrasi menghendaki adanya sesuatu yang menjamin keberagaman (*diversity*). Dalam batas tertentu ada kebebasan untuk menyampaikan informasi (*freedom of infotainment*) memang dibatasi oleh pihak privasi seseorang (*right to privacy*).

Ketiga terdapat beberapa alasan ekonomi mengapa regulasi media diperlukan, tanpa regulasi akan terjadi konsentrasi, bahkan monopoli media. Sinkronisasi diperlukan bagi penyusunan regulasi media agar tidak berbenturan dengan berbagai kesepakatan internasional, misalnya tentang pasar bebas. Akhir-akhir ini media televisi banyak memberikan dampak yang negative kepada masyarakat. Dimana dalam siarannya yang pertama mengandung unsur kekerasan yang menampilkan kekerasan secara berlebihan dengan durasi yang lumayan panjang sehingga menimbulkan kesan kekerasan.

Di televisi sekarang sering ditemukan program-program siaran yang kurang berkualitas. Misalnya seperti acara “anak langit” yang menjadi *tren* para anak remaja. Dalam tayangan ini menceritakan tentang sekelompok geng motor yang sering melakukan tawuran, hal ini bisa menjadi dampak buruk bagi anak-anak yang menonton karena bisa meniru kelakuan para tokoh yang terdapat di acara tersebut.

Saat ini jumlah survey dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang melakukan riset dalam program televisi, dalam hasil riset indeks kualitas siaran televisi bahwa hanya siaran religi dan wisata budaya yang baru memenuhi standar kualitas program siaran yang

ditetapkan KPI. Saat ini jumlah survey menunjukkan tingkat konsumsi media di Indonesia masih dipimpin atau dikuasai oleh televisi.

Keberadaan televisi dan radio dengan tingkatan yang cukup tinggi menjadi indikasi bahwa masyarakat Indonesia masih sangat gemar mengakses konten melalui media penyiaran dibanding internet dan media cetak. Penelitian ini sangat berpengaruh bagi prodi Komunikasi Penyiaran Islam sendiri. Secara teoritik penelitian ini berguna untuk memperluas ilmu pengetahuan, khususnya dalam teori ilmu komunikasi, sedangkan secara praktis penelitian ini dapat berguna untuk suatu instansi Negara yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tentang program literasi media televisi dan juga memberikan deskripsi tentang strategi komunikasi MPM dalam mengoptimalkan program literasi media televisi. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bentuk kegiatan MPM dalam mengoptimalkan program literasi media televisi dan untuk mengetahui strategi komunikasi MPM dalam mengoptimalkan program literasi media televisi.

Namun belum ada kajian mendalam Strategi Komunikasi tentang literasi media televisi ini. Mengenai bagaimana strategi komunikasi dalam mengoptimalkan program literasi media televisi yang dimana pada saat ini masih banyak dari kita masyarakat dalam menerima isi siaran televisi dalam data survey indeks kualitas KPI bahwa dalam tayangan televisi hanya siaran wisata budaya dan religi yang mencapai kualitas yang ditetapkan KPI.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan lokasi penelitian di Komunitas Masyarakat Peduli Media (MPM) di Yogyakarta. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi *injury* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. (Yusuf, 2013 : 328)

Penelitian ini mengambil dua aspek yaitu strategi komunikasi dan literasi media. Operasional konsep pada strategi komunikasi memiliki beberapa indikator yaitu mengidentifikasi visi dan misi, menentukan program dan kegiatan, menentukan tujuan dan hasil, seleksi audiens yang menjadi sasaran, mengembangkan pesan, identifikasi pembawa pesan, mekanisme komunikasi/media, scan konteks dan persaingan. Sedangkan dalam

literasi media yaitu, perbaikan dan peningkatan individu, pengajaran, dan literasi media sebagai aktivitas gerakan sosial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi literasi media televisi

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi merupakan hubungan antara rencana komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi juga harus mampu menunjukkan cara operasionalnya secara praktis. (Cangara, 2013:80)

1. Menentukan visi dan misi

Visi dan misi adalah cita-cita ideal yang ingin dicapai oleh suatu komunitas. Peduli media adalah sebuah realita dan idealita sehingga lahirnya visi dan misi dalam pelaksanaannya, MPM mempunyai tujuan utama yaitu agar masyarakat tidak berhenti belajar khususnya dalam literasi media televisi, karena media selalu mengalami perubahan dengan berkembangnya teknologi, banyak sekarang orang tidak lagi membaca media cetak, semua sudah pindah ke media digital, MPM selalu mengajak orang agar tidak berhenti belajar, karena menurut MPM semakin banyak orang melakukan literasi untuk dirinya, keluarga maupun komunitas lainnya khususnya soal media televisi memberikan dampak positif bagi masyarakat, karena sudah saatnya masyarakat harus bersifat kritis dalam penerimaan tayangan televisi. Dalam beberapa hasil bahwa masyarakat sebelum dan sesudah mengikuti MPM sangat berbeda, karena sejak mengikuti kegiatan MPM masyarakat sedikit lebih mengerti tentang bagaimana menyikapi media khususnya media televisi. Bagi masyarakat program yang diberikan MPM sangat berpengaruh, karena awalnya yang tidak tahu bagaimana cara menjadi pemirsa yang cerdas menonton televisi,

pengaruhnya bagi masyarakat tentu lebih cerdas, minimal dapat mendampingi anak-anak menonton siaran televisi.

2. Menentukan Program dan Kegiatan

Setelah menentukan visi dan misi, MPM menentukan program dan kegiatan maksud dari program dan kegiatan tersebut adalah serangkaian aktivitas yang harus dikerjakan. Terdapat program dan kegiatan sebagai salah satu upaya untuk mewujudkan visi dan misi. Program dan kegiatan yang dilakukan MPM adalah program tentang literasi media khususnya media televisi, program ini dilakukan agar masyarakat tidak berhenti belajar khususnya dalam literasi media televisi, karena media selalu mengalami perubahan dengan berkembangnya teknologi, banyak sekarang orang tidak lagi membaca media cetak, semua sudah pindah ke media digital, MPM selalu mengajak orang agar tidak berhenti belajar, karena menurut MPM semakin banyak orang melakukan literasi untuk dirinya, keluarga maupun komunitas lainnya khususnya soal media televisi memberikan dampak positif bagi masyarakat, karena sudah saatnya masyarakat harus bersifat kritis dalam penerimaan tayangan televisi.

Kegiatan yang dilakukan MPM terhadap masyarakat adalah kegiatan pendampingan terhadap ibu-ibu rumah tangga, MPM mengundang masyarakat untuk ikut sosialisasi tentang literasi media televisi, dalam kegiatan tersebut pihak MPM mengawali tentang pengenalan literasi media televisi, tentang berapa jam sehari menonton televisi, kemudian dari MPM juga memberikan berupa audio visual bagaimana dampak buruk dari siaran televisi. Namun tidak hanya itu, MPM juga mengajarkan orang tua khususnya ibu bagaimana agar dirumah anak pada saat iklan kegiatan apa yang harus dilakukan pada anak saat iklan, MPM juga

mengajarkan bagaimana parenting seorang ibu dalam pengawasan anak-anak terhadap siaran televisi. Seperti halnya dalam sebuah lembaga maupun komunitas, program dan kegiatan biasanya memiliki standar pendampingan yang dilakukan.

Masyarakat Peduli Media (MPM). Dalam pendampingan ini termasuk dalam standar seorang pendampingan dalam memberikan layanan, melalui sosialisasi, *Forum Group Discussion* (FGD), workshop, dan seminar sehingga nantinya setiap pendampingan mampu memberikan hasil yang seimbang. Namun sekarang berkurangnya relawan atau sumber daya manusia (SDM) karena kesibukan masing-masing, MPM tidak terlalu sering melaksanakan kegiatan seperti dulu, sekarang MPM lebih bekerja sama dengan perangkat-perangkat desa maupun kampus-kampus yang ada di Yogyakarta, dimana dari pihak luar yang menyiapkan audiensnya dan MPM sebagai pematerinya.

3. Menentukan Tujuan dan Hasil

Menentukan tujuan dan hasil merupakan program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Tujuan yang diinginkan Masyarakat Peduli Media (MPM) agar masyarakat dalam mengkonsumsi media khususnya siaran televisi lebih bersikap kritis dan bisa memilah isi tayangan atau masyarakat lebih cerdas dalam mengkonsumsi isi siaran media khususnya televisi. Berdasarkan hasil tersebut tujuan utama Masyarakat Peduli Media (MPM) sebagai komunitas yang mampu membantu masyarakat dalam bersikap lebih kritis terhadap tayangan televisi. Di tengah proses pendampingan MPM menyelenggarakan kegiatan evaluasi dengan metode diskusi fokus terbatas, berdasarkan pendapat yang muncul dalam diskusi fokus terbatas, masyarakat menyatakan bahwa mendapatkan manfaat dari kegiatan literasi media televisi, terutama pengetahuan media massa, mengenal lebih mendalam media televisi, manfaat lain yang masyarakat dapatkan

semenjak mengikuti kegiatan literasi media televisi, yaitu mengetahui proses produksi siaran televisi, semakin mengerti tentang perbedaan jenis tayangan program yang masuk kategori fiksi (rekaan) dan fakta (sungguh-sungguh terjadi), kebanyakan ibu rumah tangga mampu menjelaskan kepada anak mengenai jenis program yang sifatnya rekaan dan yang sungguh-sungguh ada.

Mereka bertambah kemampuannya dalam memilih tayangan program yang berkualitas, bisa memilih dan memilah acara-acara yang patut ditonton, semakin kritis dan tidak mudah percaya terhadap semua informasi yang berasal dari televisi. Sistem yang digunakan Masyarakat Peduli Media (MPM) antara lain dengan menggunakan sistem pendampingan tatap muka atau langsung, *Forum Group Discussion* (FGD), Workshop, seminar dan lain sebagainya. Pendampingan ini telah dilakukan sejak berdirinya Masyarakat Peduli Media (MPM) sebagai komunitas yang membantu masyarakat dengan melek media atau literasi media khususnya di media Televisi. Masyarakat yang ikut dalam sosialisasi ini juga merasa terbantu dengan adanya MPM dalam pengawasan siaran televisi.

MPM sangat mendampingi masyarakat dalam sosialisasi literasi media ini, yang membantu masyarakat khususnya ibu-ibu rumah tangga dalam menyikapi tayangan televisi, dan lebih bersifat kritis lagi dalam siaran televisi. MPM sebagai komunitas Melek Media juga mempunyai jiwa tanggungjawab sebagai fasilitator sosialisasi tentang literasi media, MPM biasanya ketika sudah melakukan sosialisasi ke masyarakat tidak hanya lepas tangan saja, tetapi juga datang ke masyarakat untuk mengetahui perkembangan yang telah diikuti masyarakat dan dipraktekkan di rumah, dalam wawancara kepada masyarakat, bahwa masyarakat sebelum mengikuti kegiatan MPM belum tahu bahwa bagaimana harus menonton televisi yang cerdas namun setelah mengikuti kegiatan MPM masyarakat merasa

terbantu dengan adanya kegiatan yang dilakukan MPM sehingga masyarakat ada bekal untuk mendampingi anak-anak dalam menonton siaran televisi. Selain itu ada juga komentar dari masyarakat yang lainnya karena keberhasilan MPM dalam mensosialisasikan atau mendampingi masyarakat tentang program literasi media televisi. Dahulu masyarakat sebelum ikut MPM belum mengetahui bagaimana cara membatasi menonton siaran televisi. Setelah ikut gabung dalam kegiatan MPM masyarakat telah merubah kebiasaan menonton televisi yang dari bangun tidur sampai tidur lagi.

Akhirnya masyarakat menerapkan maksimal menonton televisi 2 jam perhari. Awalnya masyarakat kesusahan karena menonton televisi tanpa dibatasi waktu sudah menjadi kebiasaan sehari-hari, namun masyarakat mencari cara bagaimana agar anak-anaknya dirumah jarang menonton televisi dan mengalihkan menonton televisi. MPM merasa bahwa apa yang telah diinginkan tercapai dan bisa menjadi pembelajaran bagi masyarakat, sehingga dengan adanya program yang diberikan MPM bisa diterapkan oleh masyarakat dikehidupan sehari-hari.

4. Seleksi Audiens yang menjadi sasaran

Maksud dari pemilihan audiens menjadi sasaran adalah perencanaan komunikasi menentukan kategori audiens yang menjadi sasaran komunikasi. Pemilihan audiens dulu dan sekarang berbeda, dulu sasaran MPM hanya dari kalangan ibu rumah tangga karena disadar ibu rumah tangga menjadi korban tayangan televisi karena produk-produk iklan ditelvisi sasarannya adalah ibu rumah tangga dan perempuan, karena mengingat posisi ibu dalam rumah tangga di Indonesia sangat strategis, maka ia dapat pula mempengaruhi pihak suami dan anggota keluarga lainnya secara keseluruhan. Jadi, *multi player effect* yang tinggi itulah yang menjadi dasar bagi MPM memilih ibu-ibu rumah tangga sebagai subjek

dalam pengembangan program literasi media di Yogyakarta. Sehingga MPM memilih audiens yang paling utama adalah ibu rumah tangga dan perempuan, MPM juga merasa bahwa sasaran televisi mengarah kepada ibu rumah tangga dikarenakan juga bahwa ibu rumah tangga lebih menghabiskan waktu dengan menonton televisi, jadi dengan adanya edukasi literasi media yang diberikan MPM mampu membantu ibu rumah tangga untuk lebih paham lagi isi siaran televisi.

Setelah sasaran ke ibu rumah tangga MPM menyasarkan programnya ke pelajar atau remaja, karena sadar remaja sebagai kelompok rentan dalam sasaran televisi, karena remaja belum mendapat pembelajaran tentang makna isi siaran televisi. MPM melihat bahwa pemahaman tentang *angle* kenapa *long shoot*, *medium shoot*, atau *close up* semua ada maknanya ada nada maksudnya. Sehingga MPM menyasarkan sasarannya kepada remaja. Namun karena berkembangnya teknologi MPM menyasarkan sasarannya ke semua kalangan, yang awalnya hanya ibu rumah tangga, kemudian remaja dan sekarang semua kalangan masyarakat.

MPM merasa bahwa berkembangnya media digital pada saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi semua kalangan, maka dari itu sasaran MPM saat ini adalah semua kalangan dan bukan terfokus pada media televisi saja tetapi ke semua media. MPM merasa bahwa media digital lebih *urgent* dari media televisi karena dalam media digital semua bisa di akses, sehingga MPM memberikan pembelajaran tentang media digital kepada seluruh kalangan.

5. Identifikasi pembawa pesan (Tampilan Komunikator)

Masyarakat Peduli Media (MPM) memiliki anggota yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda salah satunya adalah dari kalangan mahasiswa, sebagai fasilitator dalam komunitas MPM tidak begitu sulit, fasilitator dibekali modul untuk pembelajaran, sebagai fasilitator adalah untuk mengajak belajar bukan mengurui atau sebagainya. Fasilitator di Komunitas Masyarakat Peduli Media (MPM) ini biasanya berasal dari Mahasiswa yang tergabung didalam komunitas, Fasilitator biasanya diberikan pembelajaran dahulu atau semacam modul yang harus dipelajari, Fasilitator MPM bukan seseorang yang mengurui tetapi seseorang yang mengajak orang lain untuk belajar bersama-sama hal ini menjadi prinsip MPM untuk fasilitator yang menjadi fasilitator dalam setiap kegiatan. MPM menyediakan fasilitator satu (1) untuk mengkoordinasi dan mengevaluasi setiap tahapan proses pendidikan melek media yang diselenggarakan. Modul literasi media yang dihasilkan oleh MPM menjadi bahan untuk *Training for Trainers / ToT* (pelatihan untuk pelatih) para relawan mahasiswa yang terlibat dalam gerakan pendidik literasi media bagi masyarakat Yogyakarta.

Para mahasiswa yang telah mengikuti kegiatan pelatihan untuk pelatih (*Training for Trainers*) melakukan uji coba modul. Sebagai fasilitator tidak selalu soal media, namun juga bisa mengajari masyarakat bagaimana menjadikan permainan sebagai pengalihan anak-anak tentang media, seperti bermain *puzzle* adalah salah satu pengalihan yang dilakukan MPM kepada masyarakat agar anak-anak dirumah sedikit berpaling dari siaran televisi.

6. Mengembangkan pesan

Mengembangkan pesan adalah pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki pesan khusus, jelas, persuasif atau komunikasi yang bertujuan untuk merubah atau mempengaruhi kepercayaan sikap dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, dan merefleksikan nilai-nilai audiens tampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat atau menunjukkan tindakan tertentu. Pesan yang disampaikan MPM dalam setiap sosialisasinya ternyata mempengaruhi masyarakat dan masyarakat mempraktekkan di dalam kehidupan sehari-hari sehingga masyarakat sekarang mendapatkan hasil yang baik dari setiap sosialisasi yang diberikan MPM, sehingga masyarakat sedikit lebih mengerti bagaimana cara menyikapi televisi.

Di tengah proses pendampingan MPM menyelenggarakan kegiatan evaluasi dengan metode diskusi fokus terbatas, berdasarkan pendapat yang muncul dalam diskusi fokus terbatas, masyarakat menyatakan bahwa mendapatkan manfaat dari kegiatan literasi media televisi, terutama pengetahuan media massa, mengenal lebih mendalam media televisi, manfaat lain yang masyarakat dapatkan semenjak mengikuti kegiatan literasi media televisi, yaitu mengetahui proses produksi siaran televisi, semakin mengerti tentang perbedaan jenis tayangan program yang masuk kategori fiksi (rekaan) dan fakta (sungguh-sungguh terjadi), kebanyakan ibu rumah tangga mampu menjelaskan kepada anak mengenai jenis program yang sifatnya rekaan dan yang sungguh-sungguh ada.

Mereka bertambah kemampuannya dalam memilih tayangan program yang berkualitas, bisa memilih dan memilah acara-acara yang patut ditonton, semakin kritis dan tidak mudah percaya terhadap semua informasi yang berasal dari televisi.

7. Mekanisme Komunikasi atau Media

Yang dimaksud mekanisme komunikasi atau media adalah kriteria memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman pesan atau pertukaran informasi. Media sosial adalah salah satu mekanisme yang dilakukan MPM untuk proses sosialisasi literasi media televisi. Media sosial sebagai alat promosi karena dulunya MPM belum menjadi komunitas seperti sekarang. Tetapi setelah menjadi komunitas MPM sudah mempunyai kelompok atau jaringan yang sudah bisa diajak bekerja sama, seperti kelompok ibu-ibu, kelompok anak muda dan pegiat media. Dengan adanya kelompok-kelompok seperti itu MPM lebih mudah untuk mensosialisasikan literasi media khususnya di media televisi.

MPM masih menggunakan metode lama dengan cara diskusi, tatap muka, workshop dan lain sebagainya, tetapi untuk mengajak masyarakat agar tertarik dalam program literasi media ini MPM biasanya memposting kegiatan di sosial media untuk berapa orang yang akan ikut sosialisasi literasi media televisi, media sosial sampe saat ini masih menjadi mekanisme atau prantara kegiatan literasi media yang dilakukan oleh MPM.

8. *Scan Konteks* dan Persaingan

MPM selama dalam melaksanakan tugasnya atau selama menjadi suatu komunitas yang peduli media, belum ada komunitas lain yang dirasa MPM itu adalah sebuah persaingan. Selama menjadi komunitas yang peduli media MPM tidak menganggap komunitas lain sebagai saingan, akan tetapi banyak komunitas lain yang mengajak kerja sama, MPM sendiri menerima dan terbuka jika ada komunitas lain atau pihak lain yang mengajak kerja sama, sehingga membantu MPM untuk lebih memperkenalkan lagi komunitas mereka agar masyarakat lebih mengenal Komunitas Masyarakat Peduli Media atau bisa disingkat MPM.

9. Perbaikan dan peningkatan kehidupan individu-individu

Di masyarakat televisi khususnya telah memiliki nilai negatif yang sangat besar terhadap anak-anak, seperti misalnya menjadi ketagihan, merusak kesehatan mental dan hubungan pribadi, dan penyebab terjadinya konflik sosial (Rahardjo dkk., 2012 : 14). Dengan adanya MPM masyarakat sangat terbantu dengan program-program yang diberikan MPM ,

Ada beberapa perubahan yang terjadi pascakegiatan literasi media televisi, *pertama* dalam aspek pengetahuan, para peserta dampingan mengaku bahwa sekarang lebih mengetahui bahwa program acara yang ditayangkan oleh televisi penuh kepura-puraan (*artifisial*). Tayangan yang dihadirkan oleh layar kaca tidak selalu sesungguhnya terjadi. Acara *reality show* adalah acara yang dikemas dan direncanakan sedemikian rupa untuk menguras emosi penonton televisi, selain itu juga program acara seperti *talk show* dan pemberitaan, yang selalu ada agenda *setting* yang dipersiapkan untuk membuat acara lebih menarik atau menggiring opini termasuk didalam acara *infotainment*.

Kedua, perubahan pada aspek sikap, sejumlah peserta yang mengisi lembar pemantauan acara televisi memberikan catatan kritis berupa keburukan acara tayangan televisi, banyak masyarakat yang mengisi lembar pemantauan mengkritisi acara sinetron dan *realty show* yang tidak mendidik acara tersebut penuh dengan kekerasan fisik dan lain sebagainya.

Ketiga, tingkat perubahan perilaku pada ibu rumah tangga ini ternyata tidak sebagus perubahan pada aspek pengetahuan dan sikap. Jika pada aspek da sikap ibu rumah tangga bisa mengkritisi tetapi pada aspek perubahan perilaku sebagian besar ibu rumah tangga masih sering menonton acara televisi, dan lupa memberikan pendampingan kepada anak. perubahan perilaku Selain MPM mensosialisasikan

tentang literasi media televisi, MPM juga mengajarkan masyarakat atau mengajak masyarakat untuk melihat produksi siaran televisi. Masyarakat yang dari awal kurang paham tentang bagaimana cara memproduksi siaran televisi, sehingga di MPM memberikan pelajaran atau gambaran bagaimana cara televisi memproduksi.

10. Pengajaran

Dalam kegiatan yang diselenggarakan MPM bukan hanya mengajarkan tentang teori saja namun juga mengajarkan tentang bagaimana praktek langsung dalam kegiatan, masyarakat diminta untuk kritis dalam menyikapi siaran televisi. Strategi menarik yang dilakukan MPM mampu menarik perhatian masyarakat khususnya ibu rumah tangga.

MPM bukan hanya mensosialisasikan tentang literasi media televisi saja, tetapi juga mengajarkan dan melihat bagaimana cara produksi siaran televisi, artinya masyarakat dibekali bagaimana menjadi pemirsa cerdas untuk menonton siaran televisi, selain itu masyarakat diajarkan juga untuk membedakan fiktif dan fakta sehingga MPM memberikan contoh tentang tayangan-tayangan.

Potongan tayangan-tayangan tersebut untuk diidentifikasi, MPM juga memberikan pembelajaran bagaimana cara membuat film pendek dengan durasi pendek yang dapat mempengaruhi kualitas sehingga pesan yang diinginkan tercapai. Materi yang pernah diberikan MPM kepada masyarakat berupa pengaruh televisi, pendidikan orang dewasa, analisis tayangan televisi, pendampingan anak dalam menonton televisi, pengaduan, kampanye dan pengorganisasian.

11. Literasi Media sebagai aktivitas gerakan sosial

Literasi media mungkin bisa menjadi sebuah akses sebagai gerakan sosial, maksud dari gerakan sosial sendiri adalah bagaimana agar masyarakat lebih *intents*

bersosial, karena MPM merasa televisi sangat berpengaruh buruk dalam kehidupan sosial.

Di masyarakat televisi khususnya telah memiliki nilai negatif yang sangat besar terhadap anak-anak, seperti misalnya menjadi ketagihan, merusak kesehatan mental dan hubungan pribadi, dan penyebab terjadinya konflik sosial (Rahardjo dkk., 2012 : 14).

Dalam kutipan dari Rahardjo bahwa televisi sangat berpengaruh buruk terhadap masyarakat. cara MPM untuk merubah agar masyarakat lebih bisa bersosialisasi, sehingga masyarakat tidak hanya menonton televisi saja. Namun dalam pembatasan menonton siaran televisi yang awalnya tidak ada minimal jam dalam sehari sehingga membuat masyarakat khususnya anak-anak bisa berinovasi tanpa menonton televisi. Sehingga membangun tingkat sosial sehingga anak-anak lebih bisa bersosialisasi dengan teman-teman sebaya selain itu juga memberikan kegiatan positif yang membuat anak-anak bisa lebih bisa kreatif bahkan mengenal lingkungan disekitar mereka.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa strategi komunikasi Masyarakat Peduli Media (MPM) dalam mengoptimalkan program literasi media televisi peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Bentuk kegiatan Masyarakat Peduli Media (MPM) dalam mengoptimalkan program literasi media televisi. Program kegiatan MPM memiliki program rutin dan non-rutin namun ada beberapa metode pembelajaran berupa Forum Group Discussion (FGD), seminar, dan workshop, dalam kegiatan MPM masyarakat tidak hanya menerima teori saja tetapi juga praktek yang membuat masyarakat mengerti bagaimana cara produksi siaran televisi. Selain itu masyarakat diminta MPM untuk mengkritisi setiap siaran televisi, dari MPM memberikan kartu untuk masyarakat agar masyarakat bisa mengkritisi siaran televisi.
2. Strategi Komunikasi Masyarakat Peduli Media (MPM) dalam mengoptimalkan program literasi media televisi, mengacu pada teori Alo Liliweri, bahwa implementasi strategi komunikasi terdiri dari, visi dan misi, menentukan program dan kegiatan, menentukan tujuan dan hasil, seleksi audiens yang menjadi sasaran, mengembangkan pesan, identifikasi pembawa pesan (tampilan komunikator), mekanisme komunikasi/media dan *scan* konteks dalam persaingan, selain itu termasuk juga tujuan literasi media antara lain perbaikan dan peningkatan kehidupan individu-individu, pengajaran, dan literasi media sebagai gerakan sosial. Dimana semua implementasi sangat

berpengaruh bagi MPM maupun masyarakat, MPM mampu menghasilkan kegiatan yang diterima masyarakat dan berdampak baik bagi masyarakat. Apa yang diinginkan MPM dalam sosialisasi literasi media televisi ini berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh MPM, bahkan sampai sekarang semua ilmu dalam kegiatan literasi media televisi yang diberikan MPM masih dipraktikkan dirumah oleh masyarakat khususnya ibu rumah tangga dalam mengawasi anak-anak menonton siaran televisi. MPM juga mengajarkan masyarakat agar bagaimana anak-anak bisa tidak selalu menonton televisi, memberikan parenting terhadap ibu untuk bisa mendidik anak.

Saran

Secara garis besar dalam strategi komunikasi Masyarakat Peduli Media (MPM) dalam mengoptimalkan program literasi media televisi

1. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memiliki keterbatasan dan kesulitan dalam mendapatkan data dalam bentuk dokumentasi karena peneliti melaksanakan penelitian bukan pada saat kegiatan dan beberapa data hilang dari pihak *informan*. Peneliti juga sempat mencari di media massa seperti sosial media dari Masyarakat Peduli Media (MPM) tentang peliputan kegiatan literasi media televisi, Pada akhirnya peneliti diberikan buku yang isinya tentang kegiatan literasi media televisi yang dilakukan MPM sehingga peneliti dapat beberapa hasil dokumentasi dari buku tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, ada beberapa saran yang diajukan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi MPM dalam mengoptimalkan program literasi media televisi, berikut saran-sarannya :

- a. Ditujukan kepada komunitas Masyarakat Peduli Media (MPM)

Untuk Masyarakat Peduli Media (MPM) agar kegiatan literasi media televisi lebih dikembangkan lagi, karena sampai saat ini edukasi tentang literasi media televisi masih diperlukan oleh masyarakat.

b. Ditujukan kepada Masyarakat

Perlu adanya antusias yang lebih lagi dalam mempelajari atau mengikuti sosialisasi terkait literasi media televisi. Masyarakat juga perlu untuk lebih mempraktekkan lagi kegiatan yang pernah diberikan MPM.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anwar, Arifin (1984) *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*, Bandung Armico

Apriadi, Tamburaka (2013) *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada

Cangara, H (2013) *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Depok: Rajagrafindo Persada.

Effendy, Uchjana Onong (2017) *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Iriantara, Yosol (2009). *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana*. Bandung: Refika Offset.

Ismail, N. (2015). *Metodologi Penelitian Untuk Studi Islam* (1 ed.). Yogyakarta: Samudra Biru.

Liliweri, Alo (2011). *Komunikasi Serba ada Serba Guna*. Jakarta : Prenada Media Group.

Mufid, Muhammad (2005) *Komunikasi Regulasi Penyiaran* Yogyakarta.

Nasution, Zulkarnain (1993) *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta, Universitas Terbuka.

Pawit M. Yusuf (2010). *Komunikasi Intruksional: teori dan praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.

Potter, James W (2008) *Media Literacy*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Rahardjo, Turnomo dkk (2012). *Literasi Media : Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta.

Suryadi, Edi (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktik di Era Global*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

UU No. 32 Tahun 2002 Tentang UU Penyiaran. Komisi Penyiaran Indonesia.

Jurnal

- Arianto, I. D. (2018). "Literasi Media Internet Di kalangan Mahasiswa UPN VETERAN JAWA TIMUR". *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 1(1).
- Juditha, C. (2017). "Tingkat Literasi Media Masyarakat di Wilayah Perbatasan Papua". *Journal Communication Spectrum*, 3(2), 107-120.
- Juliswara, V. (2017). "Mengembangkan model literasi media yang berkebhinnekaan dalam menganalisis informasi berita palsu (hoax) di media sosial". *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), 142-164
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). "Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu". *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51-66.
- Rahmi, A. (2013). "Pengenalan literasi media pada anak usia sekolah dasar". *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 8(2), 261-276.
- Senova, A. (2016). "Literasi media sebagai strategi komunikasi tim sukses relawan pemenangan pemilihan presiden jokowi jk di bandung". *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(2), 142-153.
- Setyaningsih, R. (2017). "Model Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal pada Masyarakat Kampung Dongkelan Kauman Daerah Istimewa Yogyakarta". *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 9(2), 118-125.
- Sholichah, N. (2016). "*Strategi Komunikasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia Untuk Literasi Media Pada Masyarakat Surabaya*" (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Yodiansyah, H. (2017). "Akses Literasi Media Dalam Perencanaan Komunikasi". *Jurnal: Research of Applied Science and Education*, 11, 128-155.

