

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Masyarakat Peduli Media (MPM)

Masyarakat Peduli Media atau yang biasa disebut (MPM) merupakan suatu komunitas yang didirikan untuk memperkuat proses demokratisasi yang tengah berlangsung di Indonesia melalui peningkatan kesadaran masyarakat akan hak-hak bermedia, peningkatan kapasitas baik masyarakat, pelaku media, maupun pihak lain yang terkait serta melakukan monitoring terhadap kinerja media. MPM didirikan berawal perkumpulan para dosen dan wartawan, awal mula terbentuknya MPM dari perkumpulan membuat riset, meneliti karya-karya jurnalistik baik di televisi, radio maupun media cetak. Tujuannya adalah untuk mendidik para wartawan agar punya karya jurnalistik yang bagus, yang kedua dari situasi publik karena sebelum era digital tahun 2010 sudah berkembang khususnya di kalangan penonton televisi yang tujuannya agar kritis terhadap tayangan-tayangan televisi, khususnya mereka yang ada di rumah, baik pekerja rumah tangga dan lain sebagainya.

“ Dulu perkumpulan masyarakat peduli media didirikan sebagian besar oleh para dosen dan wartawan, jadi para pendirinya itu dosen dan wartawan, awalnya karena menyangkut beberapa produk-produk jurnalistik, sebetulnya ada kode etiknya, masing-masing punya kode etik, mau wartawan, wartawan radio, jurnalistik tv kan sekarang punya kode etik, beberapa produk jurnalistik kami nilai misalnya sangat bias , membuat perkumpulan ini awalnya riset, kebanyakan pekerjaan kita awalnya riset, meneliti karya-karya jurnalistik baik di televisi maupun radio maupun Koran,kepentingan nya untuk mendidik para wartawan agar mereka punya karya jurnalistik yang baik. Yang kedua dari situasi public kita sebelum era digital tahun 2010 sudah berkembang era digital pada tahun 2008 khususnya pada penonton televisi agar mereka kritis terhadap tayangan tayangan televisi khususnya mereka yang ada dirumah, apakah itu pekerja rumah tangga, waktu itu anak anak lebih banyak yang nntn televisi, jadi mendirikan mpm dalam rangka mengedukasi itu” (Wawancara Ketua MPM, 02 Februari 2020).

Karena melihat situasi televisi masih dikonsumsi oleh anak-anak jadi MPM berdiri dalam rangka mengedukasi. MPM menyadari bahwa posisi media yang strategis berada pada suatu titik yang rentan dari tarik menarik kepentingan berbagai pihak sehingga usaha mendorong terciptanya media yang sehat tidak cukup hanya difokuskan kepada pihak pelaku media, tetapi juga pihak lain yang terkait, seperti LSM, institusi legislatif, eksekutif, yudikatif, dan kelompok-kelompok masyarakat sipil.

MPM sebagai wadah bagi masyarakat sipil dalam keikutsertaannya membangun kehidupan bermedia yang sehat demi penguatan demokrasi menjalankan fungsinya secara independen, tidak memihak (imparsial), dan mengedepankan pendekatan ilmiah, rasional sesuai dengan semangat awal pendirian lembaga ini.

Dalam operasionalisasi lembaga, MPM membuka ruang kerjasama dengan berbagai pihak yang memiliki kepedulian dan komitmen untuk memperkuat proses demokratisasi melalui terciptanya hubungan yang sejajar, adil dan harmoni antara media pada satu sisi dan masyarakat serta institusi-institusi pada sisi lain sehingga tidak ada relasi dominasi subordinasi, tidak ada hegemoni atas satu pihak dengan pihak lainnya.

4.1.1 Lokasi Masyarakat Peduli Media (MPM)

Masyarakat Peduli Media (MPM) berlokasi di Jalan. Poncowolo Ketanggungan 54/XI No. 25, Wirobrajan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55252.



Gambar 4. 1 Lokasi Masyarakat Peduli Media (MPM)

Letak Kantor Masyarakat Peduli Media (MPM) berada dekat dengan perumahan warga di daerah Wirobrajan Yogyakarta.

4..1.2 Struktur Organisasi Masyarakat Peduli Media (MPM)

Masyarakat Peduli Media sama halnya dengan komunitas-komunitas lain yang memiliki struktur kepengurusan dalam ruang lingkungannya. Struktur kepengurusan Masyarakat Peduli Media (MPM) terdiri dari :

Tabel 4. 3 Struktur kepengurusan Masyarakat Peduli Media (MPM)

Nama	Jabatan
Lukas S. Ispandriarno	Pembina
Masduki	Pengawas
Darmanto	Pengawas
Budhi Hermanto	Ketua
Muzayin Nazaruddin	Wakil Ketua
Widodo Iman Kurniadi	Sekretaris
Arifah Setya Asih	Bendahara
Anugrah Pambudi Wicaksono	Anggota
Nama	Jabatan

Noveri Faikar Urfan	Anggota
Sulistiawati	Anggota

4.2 Bentuk Kegiatan Kerja MPM

4.2.1 Kegiatan Rutin

Kegiatan rutin Masyarakat Peduli Media (MPM) ini untuk mengajak masyarakat melek media terutama televisi, karena dalam tayangan televisi tidak semua isi siaran dapat dikonsumsi, masyarakat diajarkan untuk bersikap kritis dalam menerima isi tayangan televisi. MPM menerapkan bahwa menonton siaran televisi itu maksimal dua (2) jam dalam sehari, selain itu MPM juga memperkenalkan bagaimana produksi-produksi siaran dalam stasiun televisi. MPM sebagai komunitas masyarakat melek media mempunyai jadwal kegiatan, yang setiap minggu keliling dari satu kampung ke kampung lain yang bekerja sama dengan kelompok-kelompok masyarakat di kampung itu.

Namun sekarang MPM memfasilitasi waktu selama 2 bulan sekali untuk membuat kelas workshop yang terbuka untuk umum atau yang bekerja sama dengan kampus-kampus yang ada di Yogyakarta.

“sekarang paling kita bikin kelas dua bulan sekali bikin kelas workshop yang terbuka untuk umum atau kita bekerja sama dengan kampus. Sekarang yang 2 bulan itu aktif, tahun 2019 kemarin sedikit produktif karena November ada kelas, Desember ada kelas, yang rencananya hanya bulan Desember jadi setiap bulan, Januari mau ke Sulawesi jadi ada permintaan dari satu kelompok atau komunitas di Sulawesi selatan mereka yang mengorganisir 80an rumah tangga untuk literasi digital, kami mengirim fasilitator untuk mendidik dan melatih selama 4 bulan. Dan materinya tidak selalu soal media (Wawancara Ketua MPM, pada 02 Februari 2020)”

Baru-baru ini MPM mengadakan sosialisasi ke Sulawesi Selatan yang diminta dari satu kelompok atau komunitas di Sulawesi Selatan untuk menjadi fasilitator, tetapi kali ini MPM bukan sebagai literasi media televisi melainkan literasi media digital selama empat (4) bulan untuk mendidik dan melatih tentang

kegiatan literasi digital di Sulawesi Selatan. Karena MPM merasa media digital pada saat sekarang menjadi tantangan besar, sehingga MPM lebih mementingkan tentang pengetahuan media digital.

4.2.2 Kegiatan non-rutin

MPM hanya komunitas yang didalamnya adalah anggota-anggota sukarelawan, kegiatan MPM yang awalnya keliling kampung untuk mensosialisasikan program literasi media yang khususnya televisi jadi sedikit terhambat. Sekarang MPM memiliki strategi agar kegiatan tetap berlangsung walaupun dengan jadwal yang tidak bisa ditentukan, MPM mengajak kerja sama dengan karang taruna, PKK desa, mereka yang menyiapkan audiensnya pihak dari MPM yang memberikan materi.

“kita kerja sama dengan karang taruna, kerja sama dengan pkk desa, sama aisyiah , ahmad jaya, mereka yang menyiapkan audiensnya kami yang datang, dulu kami punya jadwal seperti itu, sekarang paling kita bikin kelas dua bulan sekali bikin kelas workshop yang terbuka untuk umum atau kita bekerja sama dengan kampus, kami bekerja sama dengan UPN Jurusan komunikasi UPN bikin kelas workshop literasi media untuk kader perempuan, tapi itu paling dua bulan sekali, kami sudah tidak punya jadwal yang tadinya setiap minggu, relawan nya di bagi beberapa orang ke desa desa. Cara nya sekarang pakai kerja sama kerja sama saja (Wawancara Ketua MPM, pada 02 Februari 2020)”.

Sekarang MPM tidak mempunyai jadwal yang rutin seperti dulu yang mana dalam setiap minggu nya selalu mengadakan sosialisasi ke desa-desa maupun ke kelompok-kelompok masyarakat. Karena berkurangnya dan kesibukan para anggota yang ada di komunitas MPM, Sekarang MPM tetap melaksanakan tugasnya tetapi dengan menjalin kerjasama saja.

MPM merupakan komunitas di Yogyakarta tentang melek media atau yang biasa disebut dengan literasi media, Salah satu bentuk kegiatan MPM adalah dengan melek media televisi atau literasi media televisi yang melibatkan masyarakat

khususnya ibu-ibu rumah tangga. Karena MPM merasa bahwa ibu rumah tangga adalah sasaran utama dalam program literasi media televisi ini. Karena isi siaran televisi sasarannya kepada ibu rumah tangga atau perempuan. Dalam wawancaranya :

“strategi pembelajarannya juga menarik karena tidak hanya kajian secara teori tetapi juga praktek (Wawancara Masyarakat, 05 Februari 2020)”.

MPM dalam kegiatannya tidak hanya memberikan teori saja, tetapi juga memberikan praktek, dalam praktek masyarakat mengamati bagaimana caranya membuat berita, bagaimana cara produksi siaran televisi. Selain itu MPM juga memberikan metode-metode dalam setiap kegiatan, Dalam wawancara kepada ketua MPM :

“menggunakan metode tatap muka atau langsung, *Forum Group Discussion (FGD)*, Workshop, seminar. (Wawancara Ketua MPM, 02 Februari 2020)”.

Dalam kegiatan MPM menggunakan metode tatap muka atau langsung, *Forum Group Discussion (FGD)*, workshop, dan seminar. Selain itu, MPM juga memberikan praktek langsung dalam kehidupan sehari-hari. Jadi MPM merasa bahwa dengan kegiatan seperti itu menjadi lebih efektif, sehingga dalam kegiatan yang dilakukan masyarakat bisa lebih paham dalam kegiatan yang diberikan MPM, salah satu dari kegiatannya MPM berharap agar masyarakat dalam kegiatan tersebut bisa bertukar pikiran dan bisa mencari solusi dari setiap permasalahan khususnya di media televisi. Dalam wawancarnya :

kita waktu itu dikasih kartu untuk memperhatikan tayangan-tayangan mana yang positif mana yang negatif mungkin iklan, sinetron, sehingga kita memberi kritikan, lalu pengaruhnya masyarakat tentu lebih cerdas, minimal mereka dapat pendampingan anak-anak, karena kan kalau selama ini bagi saya pribadi saat belum mengikuti MPM kita tidak tahu anak itu bagaimana harus menonton televisi yang cerdas, setelah kita tahu dan pengetahuan tentang berbagai informasi terkait perfilman kita sudah bisa punya bekal untuk mendampingi anak-anak (Wawancara Masyarakat, 05 Februari 2020)”.

Masyarakat diberikan kartu pemantauan oleh MPM untuk memperhatikan tayangan-tayangan khususnya sinetron dan *reality show*, dengan menggunakan lembar pemantauan yang disiapkan oleh MPM. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan ibu-ibu dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa pelatihan. Kegiatan pemantauan juga dimaksudkan untuk mendorong ibu-ibu mampu membuat penilaian dan pilihan atas sejumlah acara televisi, dan bersedia untuk menindaklanjuti dengan aksi anatara lain pembuatan pengaduan. Menurut masyarakat bentuk kegiatan yang diberikan MPM dapat mendampingi anak-anak, karena ternyata banyak dari masyarakat yang belum paham bagaimana harus menonton televisi yang cerdas, sehingga kegiatan dari MPM ini ibu rumah tangga atau masyarakat mempunyai bekal untuk mendampingi anak-anak mereka dalam menonton siaran televisi.

4.3 Strategi Komunikasi Masyarakat Peduli Media (MPM)

Berdasarkan teori strategi komunikasi menurut Prof. Dr. Alo Liliweri, MS Pelaksanaan strategi komunikasi memiliki tiga esensi utama yang mampu membingkai proses dalam strategi komunikasi hal itu meliputi strategi implementasi, implementasi strategi, serta dukungan dan integrasi strategi (Liliweri, 2011 250:251).

Penetapan tujuan dalam pencapaian visi dan misi semua komunitas memiliki cara masing-masing dalam menentukan seperti apa strategi yang akan dibangun, dan membentuk sebuah upaya dalam menetapkan tahapan serta langkah dalam pencapaian strategi komunikasi untuk memperoleh tujuan yang telah ditetapkan.

4.3.1 Menentukan Visi dan Misi

Visi dan misi adalah cita-cita ideal yang ingin dicapai oleh Masyarakat Peduli Media (MPM). Berdasarkan visi dan misi yang telah dijabarkan oleh ketua MPM dalam wawancaranya :

“kami mengajak orang untuk tidak berhenti belajar, apalagi dunia media ini selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi, hari ini orang tidak lagi membaca media cetak, orang udah pindah ke media digital, masing masing ada positif dan negatif cepat kedalaman atas informasinya selalu belajar (Wawancara Ketua MPM, pada 02 Februari 2020)”.

Terbentuknya visi dan misi yang merupakan sebuah cita-cita ideal yang ingin dicapai dalam semua komunitas terutama di komunitas Masyarakat Peduli Media (MPM). 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 menontont televisi, pengaruhnya bagi masyarakat tentu lebih cerdas, minimal dapat mendampingi anak-anak menonton siaran televisi.

4.3.2 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 perhari 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.

“kalau kegiatan pelatihannya jadwal nya tidak ada, sekarang sudah tidak punya jadwal kegiatan , dulu kita punya jadwal kegiatan, setiap minggu misalnya keliling dari satu kampung ke kampung yang lain, di lima kabupaten di kota, bantu sleman dulu kita punya, seiring waktu kesibukan orang SDM kita sudah berkurang kami sudah tidak bikin jadwal itu lagi, karena itu suka rela, kita kerja sama dengan karang taruna, kerja sama dengan pkk desa, sama aisyiah , ahmad jaya, mereka yang menyiapkan audiensnya kami yang datang, dulu kami punya jadwal seperti itu, sekarang paling kita bikin kelas dua bulan sekali bikin kelas workshop yang terbuka untuk umum atau kita bekerja sama dengan kampus, kami bekerja sama dengan UPN Jurusan komunikasi UPN bikin kelas workshop literasi media untuk kader perempuan, tapi itu paling dua bulan sekali, kami sudah tidak punya jadwal yang tadinya setiap minggu, relawan nya di bagi beberapa orang ke desa desa. Cara nya sekarang pakai kerja sama kerja sama saja.

(Wawancara Ketua MPM, pada 02 Februari 2020)”.

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.

4.3.3 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.

“...kalau untuk masyarakat targetnya ya masyarakat cerdas didalam mengkonsumsi media,tayangan yang diterima di saring dulu baru di share... (Wawancara Ketua MPM, pada 02 Februari 2020)”.

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 .

“ Kalau bagi kami pribadi sangat berpengaruh, karena dari kita tidak tahu menjadi tahu bagaimana cara kita menjadi pemirsa cerdas menonton televisi, bahkan waktu itu ada

pendampingan khusus masing-masing dari pelatih itu mendatangi rumah untuk benar benar melihat seperti apa ibu-ibu yang sudah dilatih kemudian menerapkan di kehidupan dan kita waktu itu dikasih kartu untuk memperhatikan tayangan-tayangan mana yang positif mana yang negatif mungkin iklan, sinetron, sehingga kita memberi kritikan, lalu pengaruhnya masyarakat tentu lebih cerdas, minimal mereka dapat pendampingan anak-anak, (Wawancara Masyarakat 05 Februari 2020)”.

Dalam wawancara diatas, terlihat bahwa 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. Berikut wawancaranya

“saya selalu mengalihkan lagi ke main, jadi seperti game hampir setiap hari berubah makin lama makin dewasa dan tidak berhasil, anak saya kemudian hobi badminton, saya ajak dia kelapangan malah itu yang berhasil, main diluar ruangan, dia keluar dari zona itu sampai sekarang, sekarang malah jarang menonton televisi. Konskuensinya ada, kalau nilainya jelek, kalau mau nonton semua pekerjaan harus sudah beres semua (Wawancara Masyarakat 06 Februari 2020)”.

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.

4.3.4 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.

“Dulu dan sekarang berbeda, dulu target pertama adalah kelompok ibu rumah tangga, Karena kebanyakan ibu rumah tangga menjadi korban tayangan informasi media, korban karna emang televisi kita produk nya nyasar nya ke perempuan maka kami menyasar sasaran ibu rumah tangga agar mereka bijak didalam menerima informasi mengkonsumsi informasi. (Wawancara Ketua MPM, pada 02 Februari 2020)”.

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.

“remaja juga sama karena remaja sebagai kelompok rentan yang kami nilai kalau mereka tidak diberi pemahaman yang cukup bahwa orang mengambil gambar ada framing nya ada maksudnya Perkembangan nya pada era saat orang mengakses sosial media tahun 2014 akhirnya semua orang kita acc apakah mereka punya literasi media yang baik sebelum ada istilah hoax”(Wawancara Ketua MPM, pada 02 Februari 2020)”.

Namun karena berkembangnya teknologi MPM menyasarkan sasarannya ke semua kalangan, yang awalnya hanya ibu rumah tangga, kemudian remaja dan sekarang semua kalangan masyarakat.

“begitu era digital semua kalangan menjadi sasaran MPM termasuk anak-anak, untuk melatih tentang literasi media untuk orang tua (parenting) teknologi tidak bisa di lawan, biarkan saja anak-anak mengakses, tetapi kalau mengakses youtube yang di install youtube for kids jangan youtube orang dewasa yang biasa akses, karena di youtube for kids klasifikasi yang akan muncul adalah konten untuk anak...”(Wawancara Ketua MPM, pada 02 Februari 2020)”.

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.

4.3.5 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 menggurui atau sebagainya.

“ Sebagai fasilitator tidak selalu soal media, misal materi nya tentang dolanan anak materi literasi media bukan selalu tentang literasi media, untuk para orang tua ngajarin anak-anak untuk main puzzle, nah itu jadi alat untuk literasi media , maksudnya membuat anak untuk tidak lagi mengakses youtube atau televisi tetapi bermain dan belajar puzzle untuk mengasah kecerdasan. Tapi orang tua harus punya kemampuan yang diakses oleh anaknya itu apa, apabila membahayakan dia harus memastikan ini tidak bisa di akses oleh anaknya, atau kemudian dia bantu menjelaskan atau diajak anaknya untuk diskusi” (Wawancara Ketua MPM, Pada 02 Februari 2020).

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 menggurui 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.

4.3.6 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. Dalam wawancaranya :

“biasanya sebelum ikut kegiatan MPM keluarga terutama anak saya bisa menonton televisi seharian, namun ketika sudah mengikuti kegiatan MPM menonton televisi dibatasi menjadi 2 jam dalam sehari, mungkin awalnya susah karena tidak mungkin langsung menyuruh anak saya untuk stop nonton televisi, namun di MPM bukan hanya diajarkan tentang bagaimana media televisi itu tetapi juga diajarkan pengalihan anak-anak terhadap siaran televisi, saya praktekkan dirumah dan pertama itu sangat susah, namun lama kelamaan anak-anak terbiasa dan sampai sekarang malah mereka paham sendiri dan saya juga sudah percaya sama anak saya sekarang mereka menonton televisi tanpa pengawasan saya lagi (Wawancara Masyarakat, 05 Februari 2020)”.

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.

4.3.7 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.

“Dulu pakai sosial media sebagai alat promosi, kemudian karena kita sudah punya komunitas, kami punya kelompok jaringan ibu-ibu, kami punya kelompok jaringan pegiat literasi media, kami punya kelompok anak-anak muda. Sehingga cara kita kita mengkomunikasikan dan menyebarkan informasi ya dengan menggunakan jaringan-jaringan itu, baik itu online yang maksudnya sasaran online (Wawancara Ketua MPM, Pada 02 Februari 2020) “.

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.

4.3.8 *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. Dalam wawancaranya :

“banyak komunitas lain juga, tetapi semua komunitas bukan merupakan saingan namun sesuatu yang bisa diajak kerja sama, kita terbuka sama komunitas lain, kita menerima jika mereka mengajak kerja sama (Wawancara Ketua MPM, 02 Februari 2020)”.

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.

4.4 *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 , masyarakat menjelaskan dalam wawancaranya :

“ Kalau bagi kami pribadi sangat berpengaruh, karena dari kita tidak tahu menjadi tahu bagaimana cara kita menjadi pemirsa cerdas menonton televisi, bahkan waktu itu ada pendampingan khusus masing-masing dari pelatih itu mendatangi rumah untuk benar benar melihat seperti apa ibu-ibu yang sudah dilatih kemudian menerapkan di kehidupan dan kita waktu itu dikasih kartu untuk memperhatikan tayangan-tayangan mana yang positif mana yang negatif mungkin iklan, sinetron, sehingga kita memberi kritikan, lalu pengaruhnya masyarakat tentu lebih cerdas, minimal mereka dapat pendampingan anak-anak, karena kan kalau selama ini bagi saya pribadi saat belum mengikuti MPM kita tidak tahu anak itu bagaimana harus menonton televisi yang cerdas (Wawancara Masyarakat 05 Februari 2020)”.

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 *reality 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.

4.5 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 pembelajarannya juga menarik karena tidak hanya kajian secara teori tetapi juga praktek. Bahkan kita juga sampai kunjungan untuk mengetahui bagaimana sebenarnya ketika orang syuting di film televisi saat kunjung ke tvri, (wawancara masyarakat, 05 Februari 2020)”.

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.

4.6 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. Dalam wawancara kepada masyarakat sebagai berikut :

“Tidak hanya untuk ibu, tetapi anak, dengan adanya masyarakat cerdas atau melek media, anak menjadi kreatif akhirnya karena dia tidak hanya diam didepan televisi, karena tadi dialihkan namanya anak-anak aktif, jadi dia tidak bisa kalau tidak ada kegiatan, jadi mereka bersifat kreatif, pengalaman anak saya sendiri dia mencoba melakukan kegiatan (Wawancara Masyarakat, 05 Februari 2020)”.

Dalam hasil wawancara 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.

