

Prosiding CCCCMS 2014

Conference on Communication, Culture, and Media Studies
Konferensi Kajian Komunikasi, Budaya, dan Media
Yogyakarta, 10-11 Desember 2014



Membayangkan Indonesia Baru *Indonesia in New Wave*



Penerbit
Program Studi
ILMU KOMUNIKASI
Universitas Islam Indonesia

Membayangkan Indonesia Baru
Indonesia in New Wave

Konferensi Kajian Komunikasi, Budaya, dan Media
Conference on Communication, Culture, and Media Studies
Yogyakarta, 10-11 Desember 2014

Membayangkan Indonesia Baru

1. Komunikasi 2. Budaya 3. Media

Membayangkan Indonesia Baru

Penulis:

Pemakalah Konferensi CCCMS 2014

Penyunting/Editor:

Muzayin Nazaruddin

Rancang Sampul

Zarkoni

Tata Letak

Aldila Rahmawa, Ali Minanto, Diyah Astuti

Foto Sampul

Zaki Habibi

Penerbit:

Program Studi Ilmu komunikasi UII
Jl. Kaliurang Km,14,5 , Besi, Sleman Yogyakarta 55584
Telp./Faks: 0274-898444 ext 3267
e-mail: komunikasi@uii.ac.id

Cetakan I, Desember 2014
iv+ 943; 21 X 29,7 Cm
ISBN : 978-602-71722-0-3

PENGANTAR

Menilik Indonesia dalam kurun lima tahun terakhir, sama-sama kita saksikan pergulatan yang makin kompleks dalam berbagai ranah kehidupan. Demokratisasi dan keterbukaan kian menjadi semangat utama, tetapi praktik-praktik kekerasan sektarian maupun oligarki kekuasaan juga masih terjadi di berbagai wilayah negeri ini. Begitu juga pertumbuhan ekonomi yang tampaknya meyakinkan, namun tidak sedikit rakyat yang masih kesulitan mengakses kebutuhan dasar mereka. Tahun 2014 menjadi penanda penting dalam kompleksitas tersebut. Bukan saja karena tahun ini menandai perubahan kepemimpinan nasional, tetapi juga berbagai gagasan dan inisiatif yang mewarnai sepanjang proses menuju, saat, dan setelah pergulatan ini amat beragam dan patut menjadi sorotan tersendiri. Tidak terkecuali dalam konteks komunikasi, budaya, dan media secara khusus.

Berangkat dari semangat tersebut, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia menggelar Conference on Communication, Culture, and Media Studies (CCCMS) 2014. CCCMS 2014 mengundang berbagai gagasan dalam ranah kajian komunikasi, budaya, dan media untuk mendiskusikan situasi kekinian Indonesia yang berada dalam gelombang baru ini, *Indonesia in new wave*. Ada pun sasaran dari CCCMS 2014 adalah akademisi, peneliti, mahasiswa, aktivis, dan praktisi di bidang komunikasi, media, dan budaya

Indonesia yang sedang dalam pergulatan antara polarisasi aspirasi dan sentralisasi sumber daya dalam bidang komunikasi, budaya, dan media berhadapan dengan berbagai inisiatif kreatif dalam semangat alternatif berbasis komunitas dan berskala global. Mendialogkan kompleksitas dan keragaman itulah yang menjadi semangat konferensi ini.

Konferensi ini diselenggarakan dengan mekanisme *call for papers* yang cukup ketat, yang diawali dengan tahapan *call for abstract*. Panitia CCCMS 2014 menerima 274 abstrak. Setelah melalui proses *review*, maka diputuskan ada 128 abstrak yang diterima. Para penulis yang abstraknya lolos *review* kemudian diminta mengirimkan makalah lengkap. Makalah lengkap inilah yang kemudian dipresentasikan dalam konferensi CCCMS 2014.

Ada 12 tema yang diulas dalam tulisan para pemakalah, yakni: Komunikasi Politik dan Ekonomi Politik Media Massa; Kebijakan dan Etika Komunikasi; Komunikasi Pemberdayaan dan Volunterisme; Media Publik dan Media Komunitas; Opini dan Ruang Publik; Media Baru dan Budaya Digital; Budaya Populer dan Subkultur; Pemuda dan Media Kreatif; Media dan Representasi; Audiens Media; Sejarah Media dan Memori Kolektif; dan Literasi Media.

Yogyakarta, Desember, 2014

R. Narayana
Ketua Panitia

<i>CITRA MALUKU DALAM KONSTRUKSI PEMBERITAAN MEDIA NASIONAL</i>	744
<i>REPRESENTASI PENCAK SILAT DALAM PERFILMAN INDONESIA</i>	753
<i>REPRESENTASI IDENTITAS KEBUDAYAAN LOKAL MELALUI MEDIA SOSIAL (SEBUAH TELAHAH PADA GRUP FACEBOOK KOTAGEDE YOGYAKARTA)</i>	763
TOPIK 10: AUDIENS MEDIA	775
<i>PERSEPSI ANAK PADA ACARA TV</i>	777
<i>PERSEPSI AUDIENS TEHADAP KARAKTER MASKULIN HAJI MUHIDIN DALAM SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI THE SERIES</i>	788
<i>PEREMPUAN, DIFABEL DAN PENONTON FILM: ANALISIS RESEPSI FILM YANG TIDAK DIBICARAKAN KETIKA MEMBICARAKAN CINTA KARYA MOULY SURYA</i>	795
<i>APA YANG DITONTON ANAK-ANAK DI TELEVISI? Studi Analisis Isi Muatan Nilai Negatif Pada Acara Televisi Yang Banyak Di Tonton Anak-Anak</i>	807
<i>REKONSTRUKSI PENONTON FILM INDONESIA: KETEGANGAN ANTARA PENDIDIKAN DAN PENGHIBURAN (1940-2010)</i>	819
TOPIK 11: SEJARAH MEDIA DAN MEMORI KOLEKTIF	830
<i>ASHADI SIREGAR: PEMIKIRANNYA TENTANG MEDIA DI ERA ORDE BARU DAN UPAYA PENDOKUMENTASIAN MEMORI KOLEKTIF</i>	832
<i>SEJARAH MEDIA DI INDONESIA SEBUAH KERANGKA KERJA TEORETIS</i>	839
<i>COMMERCIAL RADIO IN INDONESIA: The Almost Forgotten Industry</i>	845
<i>memori kolektif sejarah kota surabaya dalam facebook group</i>	851
TOPIK 12: LITERASI MEDIA	865
<i>KEGIATAN PENDIDIKAN MEDIA YANG BERKESINAMBUNGAN DI KELOMPOK PKK RW II GEDAWANG SEMARANG</i>	867
<i>SPEKTRUM RASIONAL DAN KULTURAL PADA KONSEPSI LITERASI MEDIA</i>	875
<i>LITERASI MEDIA PADA ANAK DALAM KONTEKS KELUARGA PRAKTIK LITERASI MEDIA (TV DAN GADGET) DI DUA KELUARGA FULLTIME MOTHER DAN PART-TIME MOTHER</i>	882
<i>PERILAKU PENCARIAN INFORMASI KADILAO' MASYARAKAT SUKU BAJO DI KABUPATEN WAKATOBI</i>	889
<i>PARODI DAN LITERASI: DISKURSUS LITERASI POLITIK DALAM POSRONDA.NET</i>	896
<i>PENGENDALIAN DAMPAK MEDIA SECARA KULTURAL MELALUI PEMBERDAYAAN PKK SEBAGAI AGEN MEDIA LITERACY</i>	903
TOPIK 13: KOMUNIKASI PEMASARAN	909
<i>Personal branding Presiden dan wakil presiden ri terpilih 2014 – 2019</i>	911
<i>STRATEGI PENCITRAAN UNIVERSITAS MELALUI PENDEKATAN MAHASISWA SEBAGAI AGEN MULTIKULTUR</i>	918
<i>GELOMBANG BARU KOMUNIKASI PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL: SHOUTOUT FOR SHOUTOUT PADA AKUN INSTAGRAM DI ERA PEMASARAN 3.0</i>	927
<i>JOKO WIDODO AS INDONESIA'S NATION BRAND ICON</i>	938

TOPIK 12: LITERASI MEDIA

KEGIATAN PENDIDIKAN MEDIA YANG BERKESINAMBUNGAN DI KELOMPOK PKK RW II GEDAWANG SEMARANG

Dian Marhaeni K

*Fikom Universitas Islam Sultan Agung
Jalan Raya Kaligawe Km 4 Semarang
Email : marhaeni@unissula.ac.id*

ABSTRAK

Maraknya pemakaian telepon seluler dengan fasilitas smart dan kebiasaan menonton televisi di kalangan remaja dan anak sudah meresahkan masyarakat Desa Gedawang. Media massa yang diharapkan mampu berfungsi mencerdaskan masyarakat, kenyataannya dirasakan para orang tua, sudah didominasi oleh acara yang sifatnya menghibur namun tidak mendidik. Beberapa acara televisi tidak memberi contoh perilaku komunikasi yang santun. Program televisi dengan terang-terangan menayangkan kekerasan, mistis, supranatural, dan pornografi. Tentu secara keilmuan kenyataan ini tidak selaras dengan hadirnya media massa yang harusnya mampu melakukan fungsinya untuk surveillance, correlation, transmission dan entertainment (Charles R, Wright) kepada masyarakat. Remaja dan anak-anak perlu mendapat pendampingan atau pengarahan orang tua bagaimana menonton acara media yang lebih sehat dan mendidik. Penelitian ini dilakukan pada kelompok PKK RW 2 Kalurahan Gedawang Kecamatan Banyumanik Kodya Semarang. Tujuannya adalah upaya mencerdaskan dan mendidik masyarakat agar mampu memahami dan mempraktikkan cara mengkonsumsi media yang sehat. Dan bagaimana masyarakat mendampingi putra putri mereka agar aktif mengkritisi isi media sehingga mereka mampu menjadi pelaku aktif, tidak sebagai penonton saja. Metode penelitian menggunakan deskriptif. Peneliti terlibat langsung sebagai anggota tim instruktur dan sekaligus anggota kelompok masyarakat. Pelatihan dilakukan dengan ceramah dan simulasi. Praktik pelatihan sudah dilakukan sejak tahun 2012. Penelitian ini dilakukan berkesinambungan sehingga mudah diadakan evaluasi untuk memperoleh masukan perkembangan pelatihan dan dinamisasi metode. Hasil akhir pelatihan ini memunculkan beberapa ide diantaranya, selalu membutuhkan metode baru untuk pelaksanaan pendidikan media. Penguatan komunikasi berbasis keluarga. Dan perlu dukungan berbagai pihak, orang tua, guru, tokoh masyarakat maupun pejabat struktural desa setempat. Hasil penelitian ini dapat memberi manfaat bagi orang tua dalam menambah wawasan, menciptakan pemahaman, dan mampu mempraktikkan pendidikan media dilingkungannya. Bagi remaja dan anak mendapat pengetahuan dan motivasi untuk aktif. Dan bagi aparat desa bisa bersinergi dengan masyarakat menciptakan program untuk mendukung terciptanya iklim pendidikan komunikasi yang baik. Arahan kedepan pelatihan ini akan difokuskan juga kepada remaja dan anak untuk memotivasi kreatifitas dalam mengisi konten media online, dan mengkritisi media. Pelatihan yang sama juga akan dilakukan dengan para guru dan orang tua siswa.

Keyword: Pendidikan, Media, Pendidikan media. Pendidikan media berkesinambungan, pendidikan berkesinambungan

Pendahuluan

Perilaku pengguna media masa khususnya media online sudah menjadi fenomena budaya yang unik di Indonesia. Bagaimana tidak, hanya dengan berbekal telepon seluler seharga ratusan ribu, remaja sudah memegang media konvergensi. Satu media mini yang cerdas yang mampu memenuhi pelayanan beberapa fungsi dan kepentingan media sekaligus. Properti mini ini sudah mampu memenuhi sebagian kebutuhan remaja akan kebutuhan informasi, hiburan, sampai dengan bersosial media. Telepon seluler sudah mencukupi melayani dalam bertelepon, sms, nonton televisi dan browsing.

Budaya berteknologi di media di kalangan remaja tentu suatu fenomena yang menggembirakan. Media sudah membuka dunia baru yang selama ini belum dipahami remaja. Media sudah memotivasi

mereka untuk merancang karya besar dimulai dari usia yang sangat dini. Karena keberadaan masyarakat Indonesia sangat potensial dan cukup kreatif di segala bidang. Dilihat dari posisinya, Indonesia sudah menempati rangking ke 8 di dunia sebagai pengguna internet. Sedangkan 80% pengguna internet ditempati kaum muda yaitu remaja usia 15-19 Tahun. (data Kementerian Komunikasi dan Informatika) bahwa pengguna internet di Indonesia pertengahan tahun 2014 adalah 82 juta orang. Sementara dalam penggunaan sosial media facebook, Indonesia menempati rangking 4 dunia. Sementara 80 % pengguna adalah remaja usia 15-19 tahun. (Kominfo.go.id, 24 November 2014,10.31)

Munculnya internet sudah menciptakan dunia baru. Dunia tanpa batas yang mampu membuka wilayah kota dan desa. Semua sudah serba moderen. Begitupun di Indonesia, tidak ada lagi istilah desa dan kota untuk pengguna internet. Budaya remaja dan remaja kota hampir sama dalam mengkonsumsi media. Karena gejava penggunaan media sudah merambah sampai ke pelosok desa. Disatu sisi fenomena ini merupakan kemajuan teknologi yang positif. Di usia remaja mereka sudah berhadapan langsung dengan cyber cultural. Mereka menjadi fasih secara teknis mengoperasikan media. Mereka juga mampu melancarkan komunikasi dengan baik, dan terbangunnya berpikir dan berperilaku demokratis.

Di sisi lain terjadi salah pemanfaatan media, remaja Indonesia dalam memanfaatkan media justru baru berfungsi sebagai objek. Kalangan remaja baru sebagai penonton dan pengguna media yang berposisi sebagai pengikut. Mereka lebih banyak menjadi pelaku pasif yang berdampak merugikan diri sendiri. Seperti perilaku membuang waktu, menghabiskan pulsa, tidak produktif di sekolah maupun lingkungan keluarga, Mereka memanfaatkan media untuk keperluan sosial yang sifatnya semi tertier. Karena dari data pengguna media di ketahui bahwa penggunaan media tertinggi di Indonesia adalah untuk kepentingan sosial media, baru untuk browsing diurutan kedua. (Timothy, Walters, 2014) dalam bersosial media mereka memilih Facebook diurutan pertama (Timothy, Walters, 2014)

Perilaku komunikasi remaja juga ditunjukkan dalam mengkonsumsi media televisi. Masyarakat Indonesia menonton reality show pada rating yang paling tinggi. Disusul dengan acara hiburan lainnya seperti Indonesian Idol dan X-Faktor. Konsumsi media televisi yang tidak sehat juga dipicu oleh konten tayangannya. Menurut M. Nurul Yamin, seiring lahirnya reformasi, muncul stigma bahwa pers Indonesia telah kebablasan yang termanivestasi dalam tayangan media elektronik yang tak lagi mengindahkan norma masyarakat dan nilai keagamaan. Untuk menangkis dampak media elektronik, masyarakat harus mulai melek media. Sebelum media berkembang pesat. Seperti dikutip Kompas, M. Nurul Yamin menjelaskan masyarakat hanya membutuhkan keahlian melek huruf untuk dapat membaca dan menulis. Namun kemampuan ini sudah tidak memadai lagi seiring dengan perkembangan media penyiaran. Disamping berkontribusi positif, media juga telah memberi dampak negatif. Kekhawatiran ini menimbulkan kesadaran tentang pentingnya segera dilakukan upaya melek media atau media literacy (pendidikan media). (Kompas, Rabu, 25 Juli 2007 dalam Alo Liliweri,2011, Hal:871)

Dampak media elektronik antara lain dapat merontokkan sendi moral, susila, dan keyakinan beragama masyarakat. Kemampuan melek media adalah kemampuan mencerna pesan-pesan media massa. Kemampuan ini membutuhkan basis atau keahlian dasar dalam mengevaluasi. Langkah yang dapat dilakukan untuk melek media ialah dengan penataan program siaran dan perlu pelatihan pada orang tua untuk membimbing pada anaknya menjadi pengguna media yang kritis, selektif dan memahami pesat dengan tepat. Kompas dalam Alo Liliweri, 2011,Hal:871)

Telah terjadi apa yang disebut gegar teknologi, remaja baru mampu menggunakan media secara fisik. Remaja belum memanfaatkan teknologi untuk kepentingan pengembangan diri dan produktifitas atau memperoleh keuntungan. Telah terjadi keliru perpespsi penggunaan media. Masyarakat terutama remaja dan anak-anak butuh sentuhan lembut untuk memahami fungsi dan memanfaatkan media sesuai dengan proporsi.

Desa Gedawang Kecamatan Banyumanik Semarang adalah sebuah wilayah di pojok ujung tenggara kotamadya Semarang. Desa Gedawang adalah wilayah terluar kota Semarang. Desa ini cukup maju dengan pembangunan secara fisik yang dari tahun ke tahun cukup signifikan mengalami kemajuan. Secara sosial dan ekonomi mereka didominasi para pekerjas di sektor swasta maupun wira usaha. Seperti karwawan dan karyawan perusahaan, buruh pabrik, pedagang, home industri dan petani. Kegiatan suami istri setiap harinya adalah bekerja di luar rumah. Dan anak-anak pulang sekolah di rumah tanpa ada orang tua. Beberapa anak yang masih kecil kecil didampingi nenek atau kakek atau keluarga mereka yang berwirausaha dirumah.

Sementara itu kondisi putra-putri mereka yang duduk dibangku sekolah menengah pertama dan menengah atas rata-rata sudah memiliki telepon seluler sendiri. Beberapa anak sekolah dasar yang sudah menduduki kelas 4,5,dan 6 rata-rata sudah memiliki telepon seluler sendiri. Dari hasil pengamatan dan wawancara awal, diperoleh informasi bahwa kalangan remaja dan anak berperilaku mengkonsumsi telepon Seluler tanpa sepengetahuan orang tua. Demikian juga kegiatan remaja dan anak-anak dalam

mengonsumsi media televisi. Selama orang tua bekerja di luar rumah memang sama sekali tidak ada pengawasan orang tua atau orang dewasa yang bisa mengarahkan.

Ironisnya kemungkinan orang tua memang belum ada pemahaman perlunya bimbingan kepada anak-anak mereka dalam mengonsumsi media. Baik itu pemakaian internet dan menonton televisi. Atas dasar permasalahan itulah maka penulis merumuskan kajian pendidikan media ini. Kajian bermula dari kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan selama 3 tahun terakhir. Melihat dinamisasi kegiatan dan berbagai masukan perlunya dilakukan kegiatan pendidikan ini dilakukan secara berkesinambungan sehingga akan lebih optimal dalam mengevaluasi hasil dan menyusun rancangan kegiatan yang bisa bermanfaat di masyarakat.

Rumusan Masalah, Tujuan Dan Signifikansi

Masalah dalam penelitian ini adalah “Kegiatan Pendidikan Media yang Berkesinambungan di Kelompok PKK RW II Gedawang Semarang”. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan pendidikan media yang berkesinambungan di kelompok PKK RW II Gedawang. Harapannya hasil penelitian ini dapat memberi pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat pentingnya pelaksanaan kegiatan. Juga sebagai masukan bagi struktur sosial dalam mengambil kebijakan di periode berikutnya.

Kerangka Pemikiran

Untuk dapat menguraikan hasil kajian ini peneliti meletakkan kerangka pemikiran berdasarkan pemahaman sebagai berikut. Komunikasi massa sebagai hasil dari perkembangan teknologi telah memberikan manfaat positif namun juga sekaligus dampak negatif. Teknologi komunikasi yang dimaksud adalah televisi dan online media atau internet. Beberapa teori menjelaskan tentang dampak media ini. Disisi lain sebenarnya manusia adalah insan kreatif yang tidak pasif. Manusia adalah insan cerdas yang aktif dalam mengonsumsi media. Dengan arahan dan bimbingan manusia mampu memanfaatkan media secara cerdas. Uraian pemikiran ini dijelaskan sebagai berikut.

Komunikasi Massa

Komunikasi Massa adalah proses untuk memproduksi dan mensosialisasikan atau institusionalisasi (difusi, membagi) pesan/informasi dari sebuah sumber kepada sasaran penerima. Komunikasi massa merupakan komunikasi satu arah yang merupakan kebalikan dari komunikasi tatap muka antar pribadi yang dua arah. Komunikasi massa adalah suatu rangkaian aktifitas atau proses yang dimotori oleh komunikator yang secara profesional menggunakan teknologi pembagi untuk menyebarkan pesan-pesan melintasi jarak/ruang untuk mempengaruhi audiens yang luas. (Wilson, 1989) Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh, sangat heterogen dan menimbulkan efek-efek tertentu. (Alo Liliweri, 2011, Hal: 874) Media massa diartikan sebagai saluran. Pemahaman media massa menunjuk pada surat kabar dan majalah, radio, televisi, dan internet. McQuail menyebut juga film sebagai media massa (McQuail, 1987, Hal: 13)

Adapun komunikasi massa memiliki 6 fungsi pokok, yaitu menghibur, meyakinkan (to persuade), menginformasikan, membius (narcotizing, menghubungkan,) menciptakan rasa kebersatuan. (De Vito, 1997: 515) Fungsi media massa media massa yang harusnya mampu melakukan fungsinya untuk surveillance, correlation, transmission dan entertainment (Charles R, Wright) kepada masyarakat.

Tradisi Pengaruh

Teori tentang pengaruh komunikasi massa terus mengalami perkembangan yang besar pada abad ini. Sebelumnya, para peneliti percaya pada “peluru ajaib” teori pengaruh komunikasi. Individu diyakini sangat terpengaruh oleh pesan-pesan media karena media dianggap sangat kuat dalam membentuk opini masyarakat.

Pada tahun 1960-an, kami meyakini bahwa pengaruh media diperantarai oleh variabel lain dan karenanya hanya memiliki kekuatan yang sedang-sedang saja.

Teori tentang keterbukaan selektif merupakan teori lain yang muncul untuk menjelaskan pengaruh media. Menurut teori ini, pengaruh pada audiens dimediasi oleh selektivitas, seperti faktor-faktor kelompok dan interpersonal. Ini berarti bahwa anggota audiens bersifat selektif dalam keterbukaan mereka terhadap informasi. Dalam bentuknya yang paling sederhana, hipotesis tentang keterbukaan yang selektif memperkirakan bahwa manusia dalam sebagian besar situasi akan memilih informasi yang sesuai dengan sikap mereka.

Namun, banyak peneliti saat ini yang kembali pada model pengaruh yang kuat. Mungkin pembicara kontemporer yang paling vocal dalam hal pengaruh yang kuat adalah Elisabeth Noelle-Neumann. Ia meyakini bahwa teori pengaruh terbatas telah “mengubah penafsiran penemuan penelitian selama bertahun-tahun”, dan “bahwa ‘ajaran tentang ketidakberdayaan media’ tidak lagi dapat dipertahankan”. Noelle-Neumann menyatakan bahwa bandul yang mulai berayun berlawanan dengan penelitian Klapper yang terkenal sekarang telah mencapai jangkauan penuhnya dan bahwa sebagian besar peneliti percaya bahwa media sebenarnya memiliki pengaruh yang kuat. Teori berikut ini member perhatian khusus pada pengaruh dari menonton televisi. (Stepen Littlejohn, 2007, Hal: 423)

Teori tentang efek media massa mengandung dua aspek. Pertama efek pesan yang disebarluaskan oleh media massa dan kedua efek langsung dari kehadiran media massa di tengah-tengah audiens. (Mc Luhan) Albert Bandura mengenalkan social learning theory yang menekankan pada tiga hal. Pertama, observational learning, menurut teori ini setiap orang mempunyai kemampuan untuk meniru apa yang dia lihat karena ia belajar mengamati. Kedua, self-evaluation. Hasil pengamatan atas perilaku yang dipelajari itu tidak selalu menentukan perilaku. Ketiga control and shaping, menurut teori ini kita dapat berbuat sesuatu karena kita membutuhkan suatu kontrol terhadap proses internal maupun lingkungan kita (dalam Alo Liliweri, 2011:889)

Tingkah laku manusia dalam kehidupan sosial dipelajari oleh manusia dari lingkungan. Sekurangnya ada lima cara manusia belajar secara sosial.

1. Trial and error experiences (pengalaman dalam menguji dan mencoba)
2. Perception of the object (mempersepsikan suatu objek)
3. Mengobservasi orang lain terhadap objek
4. Modeling, cara untuk memperhatikan orang lain bagaimana ia berperilaku
5. Exhortation, peringatan terhadap suatu tindakan atau tingkah laku tertentu.

Menurut Bandura kekerasan di televisi diikuti oleh permodelan (efek media) ada tiga postulat:

1. Attention-memperhatikan, waktu audien melihat di tv ia akan bilang, saya tidak pernah melihat sebelumnya.
2. Retention, mengingat kembali, audien mengingat kembali apa yang pernah dilihat
3. Motivation-audiensi akan berkata, apa sebab kita tidak buat seperti yang kita lihat (peniruan)

Penggunaan, Kepuasan, dan Ketergantungan

Salah satu teori yang paling populer tentang komunikasi massa adalah pendekatan penggunaan dan kepuasan (uses-and-gratification). Pendekatan ini berfokus pada konsumen –anggota audiens-ketimbang pada pesannya. Tidak seperti tradisi pengaruh yang kuat, pendekatan ini menganggap audiens sebagai pengguna media yang berbeda. Dasar utamanya diringkas sebagai berikut :Dibandingkan dengan penelitian pengaruh, pendekatan penggunaan dan kepuasan berfokus pada konsumen media ketimbang pesan media sebagai titik awalnya, dan menelusuri perilaku komunikasinya dengan media. Pendekatan ini memandang audiens sebagai pengguna isi media yang aktif, alih-alih digunakan secara pasif oleh media. Jadi, pendekatan ini tidak mengharapkan adanya hubungan langsung antara pesan dan pengaruh, tetapi sebaliknya merumuskan pesan-pesan yang akan digunakan oleh audiens, dan bahwa penggunaan tersebut bertindak sebagai variabel penghalang dalam proses pengaruh.

Di sini audiens dianggap sebagai audiens yang aktif dan diarahkan oleh tujuan. Audiens sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Dalam pandangan ini, media dianggap sebagai satu-satunya faktor yang mendukung bagaimana kebutuhan terpenuhi, dan audiens dianggap sebagai perantara yang besar : mereka tahu kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut.

Metodologi

Paradigma Penelitian

Paradigma secara sederhana disebut sebagai perspektif, merupakan kerangka pola pikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial, atau untuk memahami dunia nyata. Berikut ini beberapa definisi tentang paradigma. Paradigma adalah cara untuk menyederhanakan realitas yang kompleks, memberi pedoman kepada peneliti, apa yang penting, apa yang sah, dan apa yang layak. (Sarantakos, 1993: 9, 30-2) Sedangkan menurut Newman, istilah paradigma dapat didefinisikan sebagai orientasi dasar untuk teori dan riset. Pada umumnya suatu paradigma keilmuan merupakan suatu sistem keseluruhan dari berpikir. Paradigma terdiri dari asumsi dasar, tehnik riset yang digunakan, dan contoh seperti apa seharusnya teknik riset yang baik. (Newman, 1997: 62-63 dalam Evie Sofiaty Aminuddin, 2012)

Mengacu pada definisi paradigma tersebut, terungkap bahwa paradigma ilmu itu amat beragam, hal ini didasarkan pada pandangan dan pemikiran filsafat yang dianut oleh masing-masing ilmuwan berbeda-beda. Dimana, masing-masing cara pandang sendiri tentang hakikat sesuatu, memiliki ukuran-ukuran sendiri tentang kebenaran. Paradigma penelitian merupakan kerangka pola pikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu atau teori, yang dikonstruksi sebagai suatu pandangan yang mendasar dari suatu disiplin ilmu tentang apa yang menjadi pokok persoalan yang semestinya dipelajari. (Evie Sofiaty Aminuddin, 2012)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dibangun berlandaskan paradigma positivism. Paradigma positivistik digunakan dalam penelitian ini karena berangkat dari cara melihat realitas yang bersifat objektif dan tunggal, posisi peneliti terpisah dari obyeknya. (out there activity) Penelitian ini dikenal sebagai penelitian kuantitatif (objectivist). Metodologi pada penelitian objectivist: bersifat deduktif, non holistik, tidak terikat konteks dan menguji berteori. (Evie Sofiaty Aminuddin, 2012)

Metoda dan Teknik Penelitian

Penelitian ini menggunakan metoda analisis kuantitatif deskriptif, sedangkan yang diamati adalah kegiatan pendidikan media kelompok PKK di wilayah Gedawang. Peneliti membatasi pada pelaksanaan kegiatan, dilihat dari hasil kegiatan, masukan, dan evaluasi. Analisis ini diawali dengan datakegiatan untuk diamati, dicatat, dianalisis dan dievaluasi. Hasil kegiatan mengalami proses ditafsirkan, dan difahami oleh peneliti. Tipe penelitiannya adalah kuantitatif dan rancangan analisisnya adalah deskriptif kuantitatif.

Populasi

Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh anggota kelompok PKK Gedawang. Sampling yang digunakan adalah seluruh populasi, tidak menggunakan sampel atau perwakilan.

Unit dan Teknik Analisis

Yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini, adalah data hasil pengamatan pelaksanaan kegiatan yang didapat dari hasil survai berupa laporan kegiatan dan wawancara tidak terstruktur. Teknik analisis data berupa analisis deskriptif yang mencatat seluruh kegiatan secara mendetail untuk disajikan dalam bentuk deskriptif (penjelasan).

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pendidikan media di kelompok PKK RW II Gedawang terlaksana dalam 3 tahap kegiatan. Ketiga kegiatan tersebut dikemas dalam bentuk pelatihan. Bentuk pelatihan berupa ceramah teori, pemaparan materi dan kedua adalah simulasi atau praktik langsung. Acara diakhiri dengan tanggapan peserta berupa pertanyaan atau komentar-komentar lainnya.

Pelaksanaan kegiatan yang pertama adalah pelaksanaan kegiatan pendidikan media atau media literacy dengan simulasi pemutaran program acara televisi. Acara dilaksanakan di rumah salah satu warga yaitu pengurus PKK RT IV di wilayah RW II. Acara dimulai dengan pembukaan, dijabarkannya tujuan acara dan didahului dengan paparan teori tentang makna dan kegiatan pendidikan media. Sesi

berikutnya adalah simulasi kategori program acara. Pada sesi ini dilakukan pemutaran potongan episode program acara televisi. Episode dapat berupa potongan acara berita, sinetron, film, musik dan juga iklan. Pemutaran berbagai program acara televisi tersebut diselingi dengan pengarah tentang kategori acara berikut penjelasannya mengapa acara tersebut mengalami editing. Pada saat pemutaran acara inilah situasi pelaksanaan pendidikan media yang pesertanya semua adalah ibu semakin semarak dengan berbagai komentar yang kurang terarah. Sesi berikutnya adalah Tanya jawab, beberapa pertanyaan muncul dalam kegiatan yang pada dasarnya adalah kesadaran kaum ibu akan adanya kategori acara yang membutuhkan perhatian. Sebuah kejutan dan pengalaman baru bagi kaum ibu karena selama ini ada hal yang krusial yang mungkin luput dari perhatiannya, bahwa menonton televisi saja ada caranya. Mereka menyadari bahwa selama ini kurang memperhatikan acara ditelvisi. Kategori televisi dipilah dalam tingkatan umur, dan sehat tidaknya acara ditonton oleh masyarakat. Karena tanpa adanya pemahaman lambat laun tanpa disadari pemikiran kita sebagai masyarakat dapat terjerumus oleh tayangan yang kurang layak untuk ditonton. Artinya tidak mendidik atau tidak manambah pengetahuan tetapi justru menyesatkan. Beberapa contoh tayangan yang tidak layak ditonton karena terindikasi memuat pesan-pesan kekerasan, sara, mistik ataupun pornografi.

Yang membuat pertemuan ini menarik adalah ketika diskusi berkembang pada pertanyaan pertanyaan diluar tema acara. Seperti pertanyaan seorang ibu yang menginginkan solusi keluarganya yang suka kesurupan. Bagaimana cara mengatasi. Karena tingkat pendidikan yang rata-rata masih lulusan SMP dan SMA atau setingkat pesantren. Kalangan ibu selama ini baru mengandalkan televisi untuk memperoleh informasi dan hiburan. Pada pertemuan pertama ini peneliti mendapat banyak masukan pada pemahaman konten acara televisi yang kita putar. Termasuk acara-acara baru yang belum sempat direkam, mengingat dinamisasi acara yang pesat. Akhir pertemuan pertama diharapkan kaum ibu sudah mampu mengimplementasikan pengetahuannya kepada keluarga dan warga. Karena seluruh anggota kelompok PKK RW adalah pengurus RT dan mereka harus mampu mensosialisasikan ke wilayah RT masing-masing.

Kedua, Pada pelaksanaan pendidikan media yang kedua adalah berbasis pada hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan pertama. Ketika survai awal didapati keterangan hampir seluruh pengurus RT dilakukan penggantian pengurus baru yang ternyata para ibu-ibu muda. Pengurus RT baru mengalami kendala bersosialisasi dengan warga secara formal dan semi formal karena beberapa alasan. Salah satunya adalah tidak percaya diri ketika tampil berkomunikasi di depan kaum ibu yang sudah lebih senior atau warga pada umumnya. Oleh karenanya secara emergency tim memutar haluan untuk fokus pada permasalahan warga. Yaitu bagaimana menumbuhkan kemampuan kaum ibu dalam meningkatkan kepercayaan diri. Acara dibagi menjadi dua sesi. Sesi pertama adalah pelatihan menumbuhkan rasa percaya diri dan persiapan berkomunikasi, latihan dan tampil. Sesi kedua berupa praktik. Masing-masing pengurus diminta praktik dan bagi kaum ibu yang sudah senior kemudian memberi contoh. Acara bertambah ramai dan kian semarak ketika praktik berlangsung. Acara diakhiri dengan tanya jawab. Pertanyaan berkembang hingga pada persiapan penampilan, pengaturan nafas, menyampaikan materi dan lain-lain. Disinilah peneliti mendapat masukan berharga ketika turun dilapangan harus siap dengan segala situasi dan kondisi.

Ketiga kalinya tim bertemu kembali dengan warga dengan persiapan pendidikan media. Kali ini pelatihan pendidikan media bertepatan penguatan komunikasi keluarga dalam rangka mengcounter arus pesan media yang dirasa para orang tua sudah tidak mudah lagi mengawasi anak-anak mereka dengan kebiasaan barunya mengkonsumsi telepon seluler. Paparan media kita kali ini lebih diarahkan penguatan komunikasi keluarga karena putra putrid peserta notabene adalah siswa sekolah, baik itu sekolah dasar, menengah dan atas. Rata-rata putra putri mereka sudah memiliki telepon seluler pribadi. Dari hasil wawancara yang kami peroleh secara tidak terstruktur tetapi mendalam didapati bahwa perilaku siswa dalam menggunakan telepon seluler adalah untuk berkomunikasi dengan teman. Wujudnya bisa berupa sms maupun jejaring social. Kedua, perilaku komunikasi mereka adalah untuk membuka email atau browsing. Melakukan permainan atau game dan menonton tayangan.

Pada sesi tanya jawab didapati banyak pertanyaan dari kaum ibu bagaimana mengarahkan anak-anak mereka dalam perilaku menggunakan media tersebut. Dari pertemuan inilah terpetik ide untuk pelaksanaan pendidikan media selanjutnya di desa ini adalah memberi pelatihan mengisi konten media di internet bagi remaja. Harapannya agar mereka menjadi pelaku pengguna media yang aktif.

Pembahasan

Dari paparan kegiatan pendidikan media di kelompok PKK RW II Gedawang, beberapa hal yang perlu didiskusikan adalah

Pendidikan media adalah cita-cita masyarakat ideal, berkelas sosial ekonomi yang memadai dan memiliki pendidikan cukup. Kebutuhan pendidikan media akan menjadi perhatian yang penting bagi masyarakat apabila kebutuhan mereka akan kecukupan hidup di tingkat dasar selama ini sudah terpenuhi. Karena selama masyarakat masih sibuk dengan pemenuhan kebutuhan dasarnya, maka orientasi kebutuhan pendidikan media menjadi permasalahan yang kurang menjadi prioritas. Boro-boro memikirkan pembimbingan anak, untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari mereka terpaksa meninggalkan anak-anak mereka bekerja seharian di luar rumah.

Pendidikan media merupakan permasalahan yang urgen layaknya kebutuhan primer manusia seperti makanan dan minuman. Karena apabila terjadi kesalahan pemahaman media, dampaknya akan lebih fatal melebihi jika dibanding tidak tercukupinya kebutuhan primer. Konten media seperti makanan dan minuman yang masuk ke dalam tubuh anak-anak. Para orang tua akan sangat khawatir jika asupan gizi anak mereka kurang atau makan-minuman mereka kurang bersih akan takut keracunan atau sakit. Akan tetapi mungkin para orang tua sebagian tidak merasa berdosa meninggalkan anak mereka seharian dan hanya ditemani media. Orang tua mungkin tidak sadar bahwa salah persepsi tentang isi media bisa membuat anak-anak mereka kehilangan nyawa.

Kesadaran pendidikan media pada kelompok warga masyarakat memang belum terbangun. Permasalahan dampak media masih menjadi kajian kalangan akademisi, kalangan moralis dan aktifis media. Wacana ini belum tersampaikan kepada masyarakat secara luas.

Variasi metode pada pelaksanaan pendidikan media yang dapat dilihat pada ketiga kegiatan yang masih dengan metode lama berupa pelatihan, berupa ceramah, praktik dan tanya jawab.

Pesatnya dinamisasi acara membuat tim kekurangan konten. Tim memang harus selalu berinovasi untuk menyiapkan kreatifitas metode yang dinamis mengingat kondisi masyarakat saat ini juga penuh kedinamisan. Harus selalu siap dengan berbagai situasi dan kondisi. Kekompakan, semangat tim dan pantang menyerah

Kegiatan pendidikan media masih belum ada indikator yang pasti untuk dapat mengukur keberhasilan pelaksanaan kegiatan.

Menghadapi masyarakat di wilayah pinggiran yang masih kental dengan kultur masyarakat setempat perlu kesiapan tim dalam pendampingan. Para peserta kita posisikan sebagai mitra yang justru mampu memberi informasi kepada tim. Kedudukan peserta memang lebih mirip sebagai informan dari pada sebagai responden.

Muncul catatan menarik yang tidak pernah di duga pada kegiatan pertama adalah pertanyaan berupa permintaan bagaimana solusi bagi anggota keluarga yang sering kesurupan.

Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa pendidikan media harus dilakukan secara berkesinambungan di kelompok PKK RW II Gedawang. Kegiatan pendidikan berkesinambungan ini untuk memberi bekal para orang tua dan remaja dari dampak negatif media semakin pesat. Baik itu media televisi dan media online. Kegiatan yang berkesinambungan ini akan memudahkan tujuan tim dalam melihat perkembangan perilaku penggunaan media dan mengevaluasi untuk mendapatkan masukan dan metode yang dinamis pelaksanaan pendidikan media.

Saran dari hasil penelitian ini adalah untuk selanjutnya dapat meluaskan basis peserta tidak hanya kaum ibu tetapi juga para guru, remaja dan anak-anak. Perlunya pembaruan metode mengingat perkembangan sosial masyarakat yang dinamis dan konten media yang juga dinamis.

Daftar Pustaka

- Alo Liliwari, Prof. M.S., (2001), *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group
- BKM Sido Makmur, (2014) *Perencanaan Jangka Menengah Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan*, Gedawang Semarang
- Evie Sofiaty Aminuddin, (2012), *Nilai Berita dan Etika Media pada Tayangan Penggerebegan Teroris Temanggung*. Thesis, Semarang
- Joseph A.Devito, (1997), *Komunikasi Manusia*, Jakarta, Profesional Books

Kominfo.go.id, 24 November 2014,10.30.

McQuail, Denis,(1987), Teori Komunikasi Massa, Jakarta, Erlangga

Stephen W. Littlejohn, (2009),*Theories of Human Communication*, Jakarta, Salemba Humanika

Timothy, Walters, Makalah Seminar, 2014