

## AKSES LITERASI MEDIA DALAM PERENCANAAN KOMUNIKASI

Hefri Yodiansyah<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Yayasan Pendidikan Persada Bunda Pekanbaru, Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Jalan Diponegoro No 42.

Email: [hefri.yodiansyah@gmail.com](mailto:hefri.yodiansyah@gmail.com)

Submission: 12-04-2017, Reviewed: 04-05-2017, Accepted 19-06-2017

<https://doi.org/10.22216/jit.2017.v11i2.966>

### **Abstract**

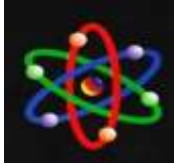
*Media literacy is needed for society to be smart should have the ability to access, analyze, evaluate and communicate the message. In a democracy today would be difficult to enforce, if people are not aware of the media literacy. The mass media are one of the pillars of democracy optimal role in processing information required in the current eras. The competence media literacy as a key condition to manage the ability to analyze the structure of the message in utilizing the basic concepts of science to understand the context in the domain of a particular field. Media information and media literacy in a community that communication patterns in the work process and produce information in the media "content and programs" which he founded, consequently communication planning as a conceptual framework in the process of content creation and media literacy programs. The method used in this study is a qualitative method interpretative paradigm. First, it has been discovered for media content information even experience the effects of culture. Second, Competence access media literacy action contributes to the mass media is very useful to people's lives. And requirements that must be adhered companion is how media literacy is used with a healthy and orderly. Third, Series of media literacy can motivate users (finding form; typology construction, ontological, epistemological, and axiological) a variety of media literacy and competence to understand the effect on future.*

**Keywords:** *Understanding, Using, Learning, Strategic Communications*

### **Abstrak**

Literasi media sangat dibutuhkan agar masyarakat menjadi cerdas harus memiliki kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengomunikasikan pesan. Dalam demokrasi saat ini akan sulit ditegakkan, jika masyarakatnya tidak melek media (literasi media). Media massa salah satu pilar demokrasi yang berperan optimal dalam memproses informasi yang dibutuhkan dalam era terkini saat ini. Kompetensi literasi media sebagai syarat utama dalam mengelola kemampuan menganalisa struktur pesan dalam mendayagunakan konsep-konsep dasar ilmu pengetahuan untuk memahami konteks dalam ranah bidang tertentu. Media informasi dan literasi media dalam sebuah komunitas yang dapat pola komunikasi dalam proses kerja dan media informasi dalam menghasilkan "isi dan program" yang dia dirikan, akibatnya perencanaan komunikasi sebagai kerangka konseptual dalam proses pembuatan isi dan program literasi media. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan paradigma interpretative. *Pertama*, telah menemukan *content media* informasi bahkan mengalami efek budayanya. *Kedua*, Kompetensi akses media aksi memberikan kontribusi literasi media massa ini sangat berguna bagi kehidupan masyarakat. Dan persyaratan pendamping yang harus ditaati adalah bagaimana literasi media dipergunakan dengan sehat dan teratur. *Ketiga*, Rangkaian literasi media yang dapat memotivasi penggunaanya (bentuk temuan; tipologi konstruksi, ontologis, epistemologis, dan aksiologis) berbagai literasi media dan kompetensi untuk memahami efek di masa depan.

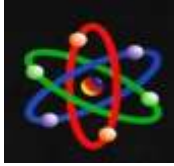
**Keywords:** *Memahami, Menggunakan, Mempelajari, Strategis Komunikasi*



## PENDAHULUAN

Pada abad teknologi dan informasi saat ini, memberi kemudahan kita mengakses media informasi dan komunikasi memberi sinyal kepada siapa saja, dimana saja, kapan saja, oleh siapa saja, dan akhirnya memberi *feedback* bagi literasi media itu. Kemudahan tersebut dapat kita rasakan bagaimana literasi media itu antara teknologi dan informasi tersirat makna kulturasi budaya. Dalam peranan teknologi dan informasi bagi peran perilaku pengguna media massa sebagai salah satu *feedback* kulturasi budaya dalam memperlihatkan makna perilaku budaya pada komunikasi budaya. Prospek kedepannya perilaku komunikasi budaya ini berguna untuk memahami, menggunakan, mempelajari, dan strategis komunikasi dalam mengakses literasi media. Oleh karena itu, perlu diaplikasikan ke dalam suatu formulasi makna komunikasi untuk memberikan pedoman literasi “melek” tentang efektifitas makna komunikasi budaya dalam memaknai proses literasi media dan tingkatan media untuk memperkenalkan sebagai proses metode riset perencanaan komunikasi. Proses metode riset tersebut dalam aktualisasikan arti penting perencanaan dalam komunikasi dengan memperlakukan teknologi dan informasi yang layak bagi kehidupan berbangsa dan bernegara.

Sehingga literasi media ini amat penting dalam kehidupan masyarakat sebagai pusat perkembangan literasi media. Dapat diamati bahwa literasi media merupakan serangkaian cara pandang seseorang dalam memanfaatkan secara efektif dan efisien, ketika media komunikasi dipergunakan oleh individu aktif, untuk menginterpretasikan makna dari pesan-pesan yang ada di dalam media massa. Literasi media menunjukkan metode dan tingkatan seseorang dalam menggunakan media massa itu di dalam kehidupannya sehari-hari. Sudut pandang media massa dan komunikasi media ini dibentuk dalam berbagai fenomena literasi media dalam mengakses literasi media massa yang digunakannya. Dengan demikian, media massa seringkali memberikan bentuk konten media komunikasi dengan berbagai macam pengetahuan yang telah terstruktur dalam pemaknaan komunikasi sebagai suatu cara membentuk konten budaya dalam komunikasi lintas budaya (makna; perencanaan komunikasi). Tidak semua yang ada di media massa dapat dijadikan pedoman umum yang baik, pasalnya banyak perilaku pengguna dalam mengatur dan memproses berbagai macam bentuk konten media massa sebagai kegunaan konten media itu yang tidak layak diakses, sehingga memberikan dampak media komunikasi yang kurang memadai atau cukup buruk bagi perilaku pengguna media massa itu.



Kesempatan ini akses media komunikasi ini, seringkali dinipulasi berbagai bentuk perilaku konten media dalam literasi medianya. Sebagai individu yang rentan terhadap dampak negatif atau positif maupun prokontra literasi media oleh media massa itu, yang seharusnya kita pahami, kita pelajari, dan kita evaluasi strategi penggunaannya yang sering mengalami perubahan konten “isi”, ini berakibat timbulnya proses adaptasi dengan perilaku pengguna bahkan perilaku konten media yang ditafsir dapat efektif dan efisien. Tafsiran media sebagai literasi media ini mendapat perhatian lebih ketika literasi media digunakan atau muncul dihadapan publik.

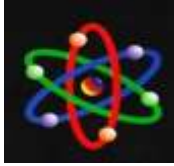
Dengan fakta observasi dilapangan dengan data *pre-eliminatory research* telah dilakukan peneliti dalam data penelitian ini pada *focus discussions research* (FDR). Fakta tersebut memperlihatkan efektifitas media massa sangat rentan ditinggalkan oleh seseorang individu dengan individu lainnya, dengan pola komunikasi dalam perencanaan, penyajian atau prosedur, evaluasi penyajian konten tertentu. Karena kesulitan atau ketidakpahaman seseorang dalam perencanaan komunikasi yang dilakukannya. Pola komunikasi ini membentuk dinamika social dalam konten media massa ini lengkap dengan perilaku konten media massa itu, dengan menyebutkan bahwa pihak-pihak yang berada disekitar kita kurang menyadari

permasalahan literasi media (melek media) tanpa perencanaan komunikasi.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui literasi media teknologi dan informasi pada perilaku pengguna media massa dan juga termediasi berbagai konten media massa yang dilakukan oleh pihak-pihak ketiga terkait konsumsi media massa teknologi dan informasi tidak sekedar sebagai pengguna atau penikmat atau khalayak (komunikan) saja.

Dalam menggunakan metode riset yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan FDR (*focus discussions research*) dengan memberi telaah bahkan kajian mengenai akses literasi media dengan kategori tertentu, kemudian dapat disimpulkan permasalahan literasi media ini memiliki arti penting dalam kehidupan manusia sebagai syarat mutlak dari rangkaian literasi media tersebut. Sebagai analisa data untuk memperoleh data itu sebagai tingkatan literasi media dalam mengakses perencanaan komunikasi.

Literasi media teknologi dan informasi pada pihak yang masih tergolong masih dikatakan rendah (*commo sence*). Pihak-pihak pemerintah, industri, komunitas dalam individu, bahkan individu itu sendiri mengalami perbedaan dalam menafsirkan literasi media dalam akses literasi media yang dihasilkan oleh kategori itu. Ketika tidak dilakukan FDR kemudian dapat dilakukan proses literasi media dengan menampilkan bentuk-bentuk konten “isi dan program” media



massa. Disinilah, akses literasi media aksi dapat dipahami sebagai serangkaian kemampuan memahami, menggunakan, mempelajari, dan strategis komunikasi mengenai perilaku pengguna media massa dalam memanfaatkan dan memberi akses positif mengkomunikasikan pesan-pesan (*symbol-symbol*) yang diberikan oleh media massa dengan “literasi” melek medianya (media edukasi maupun edukasi media) (Druick 2016).

Akses media aksi adalah kemampuan seseorang berhadapan dengan media konten “isi dan program“ dengan kontek diri dan kesadaran diri dalam berbudaya mulai dari diri sendiri, keluarga, kawan-kawan, dan bahkan berbagai pihak-pihak yang membutuhkan media aksi tertentu dengan melek medianya.

Kompentensi akses media aksi disinilah, persyaratan utama dalam memberikan kontribusi literasi media massa ini sangat berguna bagi kehidupan masyarakat.

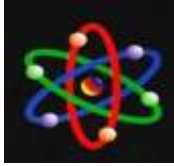
Dan persyaratan pendamping yang harus ditaati adalah bagaimana literasi media dipergunakan dengan sehat dan teratur.

*Plan in the action* adalah merupakan rangkaian literasi media yang dapat memotivasi dan mempermudah kita dalam penggunaannya bahkan penikmat dari perilaku pengguna media massa itu sendiri. Sering waktu yang berjalan usia, dari masa ke masa atau zaman ke zaman selagi penikmat media (melek media) masih menggunakan media konten ini, susunan kebutuhan yang telah diatur oleh

pihak-pihak baik itu, peran pemerintah, peran industry, peran individual, bahkan peran individu dalam kelompoknya (komunitas) saat ini. Alhasil, peranan literasi media pihak tersebut dapat mengawali proses perencanaan komunikasi dalam perkembangan konten isi dan program media massa yang begitu banyaknya dilihat dari kebutuhan manusia begitu banyak. Sehingga berdampak pada aspek kegunaan media dan penikmat media sebagai hal rencana aksi literasi media ini.

Peran pemerintah dalam hal ini untuk mewujudkan kemampuan individu, dan individu dalam kelompok (komunitas) dalam perencanaan komunikasi literasi media massa. Peranan ini disini dimaksud dengan perencanaan “isi maupun program” konten literasi media yang berbau dengan konten negative dalam literasi media.

Kominfo dalam hal ini selalu memberikan peran perencanaan komunikasi terhadap perkembangan media massa. Kemudian Peran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat dan di daerah adalah KPID memberi wahana pengawasan penyiaran televise yang berdampak dengan konten televise yang berbau penyiaran negative. Hal ini berkaitan dengan laporan tanggapan masyarakat tentang penyiaran televise yang akan di evaluasi kontennya, sehingga layak di konsumsi masyarakat. Peran industry media ialah pengelola media baik secara langsung maupun tidak



langsung terhadap konten media tersebut. Memberikan kontribusi literasi media edukasi (pendidikan) dengan memanfaatkan konten media dengan melek medianya. Namun peran ini mungkin belum dirasakan oleh masyarakat tentang rencana aksi media ini sendiri dalam mencerdaskan kehidupan orang banyak khalayak di masa akan datang.

Peran individu adalah cara pandangan manusia dengan suatu cara memahami, menggunakan, mempelajari, dan strategis komunikasi mengenai perilaku pengguna media memberi akses positif mengkomunikasikan pesan-pesan (*symbol-symbol*) yang diberikan oleh media dengan literasi melek medianya. Ini tentunya memerlukan peran pendidikan orangtua, peran pihak lain. Mulai dari konten media massa sebagai literasi media sebagai wujud penggunaan literasi media itu sendiri.

Peran individu kelompok merupakan rangkaian peranan komunikasi baik itu komunikator, pesan-pesan media seperti; produk, tempat, harga, bahkan waktu, media sebagai transfer teknologi dan informasi sebagai daya tarik, komunikan (*audien*) sebagai penikmat bahkan dapat jadi menjadi pengguna media konten media itu.

Media aksi disini dapat dimaksud untuk memberi kemampuan bagaimana perencanaan komunikasi memahami, menggunakan, mempelajari, dan strategis komunikasi mengenai perilaku media

memberi akses positif mengkomunikasikan pesan-pesan (*symbol-symbol*) yang diberikan oleh media dengan literasi melek medianya.

Sejalan dengan teori kultivasi yang dikemukakan oleh Gerbner (West & Turner, 2010) yang mengatakan bahwa: analisis kultivasi adalah sebuah teori yang memprediksikan dan menjelaskan formasi dan pembentukan jangka panjang dari persepsi, pemahaman, dan keyakinan mengenai dunia sebagai akibat dari konsumsi akan pesan-pesan media massa. Analisis kultivasi menunjukkan bahwa komunikasi massa, terutama konten “isi dan program” media massa mengkultivasi keyakinan tertentu mengenai kenyataan yang dianggap sebagai suatu yang umum oleh konsumen komunikasi massa.

Kemampuan konten media massa menimbulkan akses kulturasi dalam perilaku budaya berdasarkan asumsi dan fenomena masyarakat yang dipaparkan diatas mengenai berbagai efek media massa serta kondisi konsumsi media massa itu sendiri pada tingkatannya dalam menimbulkan kepercayaan diri sendiri yang tidak sejalan dengan kesadaran diri akan literasi (melek) media, peneliti tertarik untuk meneliti fenomena literasi media pada perencanaan komunikasi. Sehingga peneliti mengambil judul “*Akses Literasi Media dalam Perencanaan Komunikasi*”.

## **METODE PENELITIAN**



Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan paradigma interpretative (Moleong, L. J, 2011 & McQuail 2013). Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif digunakan peneliti untuk menggali secara terperinci keterampilan literasi media massa pengguna media seperti mencakup tingkat konsumsi literasi media, interpretasi terhadap media, dan kritik serta tindakan yang dilakukan oleh peran berbagai pihak dalam masyarakat (*society*) dalam memediasi antara literasi media aksi dan pihak pengguna literasi media massa.

Penentuan responden dilakukan dengan *purposive sampling*. “Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian” (Kriyantono, 2006). Dalam memilih responden, peneliti melakukan *pre-eliminatory research* terlebih dahulu untuk menentukan calon responden yang memenuhi kriteria tersebut.

*Pre-eliminatory research* telah dilakukan peneliti pada *focus discussions research* (FDR). Peneliti memilih kriteria responden, agar penelitian ini memiliki kriteria-kriteria dengan pertimbangan karena beberapa dosen, dan mahasiswa, guru serta siswa yang bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Setelah peneliti melakukan *pre-eliminatory research*, didapatkan beberapa responden

yang memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber data penelitian. Sumber data peneliti berupa data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data utama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau objek riset, dari hasil pengisian kuisioner penelitian (Kriyantono 2007 & Kriyantono, 2010) terhadap objek penelitian yaitu responden dengan kriteria pengguna literasi media.
- 2) Data sekunder, yaitu data tambahan yang berfungsi sebagai pelengkap atau pendukung data utama sebagai subjek penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara terhadap *significant other's* responden utama, yaitu usia 7–12 tahun dengan kategori anak-anak, usia 13–20 tahun dengan kategori anak remaja, usia 21–25 tahun dengan kategori remaja, usia 26–35 tahun dengan kategori remaja dewasa, serta usia 36–40 tahun dengan kategori dewasa, usia 41–56 tahun dengan kategori dewasa orangtua.

Peneliti menentukan kriteria data penelitian sebanyak 100 responden dikarenakan responden tersebut mewakili kriteria-kriteria sebagaimana dipaparkan dalam teknik pemilihan responden yaitu berdasarkan usia 7 – 56 tahun mulai dari anak sampai dengan dewasa. Selain kriteria tersebut, orang responden tersebut





dipilih karena mereka memiliki keterbukaan terhadap peneliti, sehingga memudahkan peneliti untuk menggali informasi sebanyak mungkin (Yodiansyah 2016). Responden tersebut juga memiliki latar belakang sosial seperti tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan usia yang berbeda-beda. Pemilihan kriteria responden dimaksudkan untuk mendapatkan keberagaman data.

Teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti dijabarkan sebagai berikut:

- a) Seluruh hasil pengisian kuisioner penelitian menjadi data primer penelitian dengan kriteria pengguna literasi media.
- b) Seluruh hasil wawancara akan dicatat oleh peneliti sebagai data sekunder penelitian. Catatan tersebut akan diubah menjadi sebuah transkrip wawancara atau narasi yang memudahkan peneliti untuk menganalisis.
- c) Peneliti membuat pengkategorian dan data dari transkrip wawancara akan dimasukkan ke dalam pengkategorian yang telah dibuat.
- d) Peneliti mencari hubungan antar kategori.
- e) Peneliti menyederhanakan dan mengintegrasikan data dan teori untuk membantu analisis peneliti.

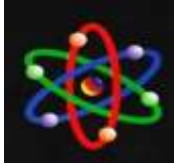
Untuk menguji kebenaran dan kejujuran dalam mengungkapkan realitas, penulis menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah

membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber-sumber yang berbeda (Kriyantono, 2010). Untuk memperkuat keabsahan data, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa responden sebagai informan wawancara. Hasil wawancara ini kemudian akan dibandingkan dengan data yang sudah didapat dari kategori usia selama penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

### **Hasil temuan 1: Memahami literasi media sebagai perencanaan komunikasi**

Literasi media merupakan perkembangan rencana komunikasi strategis memahami cara mengakses (akses atau memahami), membentuk perilaku literasi media maupun menghasilkan perilaku sebagai identitas sosial dalam masyarakat (menggunakan), dengan daya tarik teknologi dan informasi yang bersifat persuasive komunikasi, mengandung kompetensi, seperti keahlian dan kemampuan membangun diri dengan mengembangkan keselarasan atau keseimbangan kebutuhan literasi media (mempelajari), sebagai wujud dari kulturasi budaya, yaitu ideologi dan demokrasi berbangsa dan bernegara, ditengah kehidupan masyarakat melekat media (strategis komunikasi) (Yodiansyah



2016). Media baru telah mampu mengubah sistem politik Indonesia dari rezim otoriter ke rezim demokratis (Holik 2011). Karena komunikasi (*audien*) benar-benar terlibat secara aktif dalam mencari informasi (Rianto 2016).

Media aksi adalah rangkaian akses dalam memahami, menggunakan, mempelajari, dan strategis komunikasi itu. Media aksi adalah konten “isi dan program” media sebagai literasi media seperti; televisi, radio, *mobilephone (smartphone)*, komputer, *cinema (film)*, dan internet.

Rencana media aksi ialah kemampuan seseorang yang dimiliki diri sendiri menggunakan pengetahuan dan pemahaman literasi media berdasarkan kategori usia dan pekerjaan manusia itu sendiri, dan mampu mencerdaskan dan menginovasi secara efektif dan efisien. Perencanaan komunikasi ini merupakan pengembangan diri dari media aksi yang mampu mengakses literasi “melek” media yang mudah dipahami orang lain secara sehat dan teratur. Memiliki kontribusi pengetahuan dan pemahaman sebagai komponen kulturasi budaya media secara cerdas dan bijaksana dalam kehidupan masyarakat (Ilmu et al. 2012).

Perencanaan komunikasi merupakan pengembangan diri dari media aksi yang mampu mengakses literasi “melek” media. Dalam perilaku literasi media keselarasan membangun keseimbangan kebutuhan sebagai wujud dari kulturasi media yang mampu membangun

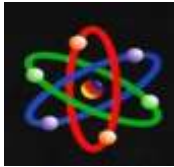
perkembangan literasi media dalam membentuk budaya media secara cerdas dan bijaksana dalam kehidupan masyarakat (Imran 2010). Media baru telah mampu meningkatkan kualitas partisipasi politik di mana orang-orang lebih aktif di ranah publik dan komunikasi politik yang lebih interaktif. Partisipasi politik adalah modal politik terbesar untuk negara dalam mengembangkan kehidupan politik yang demokratis menjadi dewasa. Sebenarnya, potensi politik tidak sepenuhnya didukung oleh regulasi demokratis (Holik 2011).

Peran industri media memberi dampak pasar industri dalam perkembangan literasi media terhadap kemampuan dan pengetahuan pengguna (*responden*) dalam perencanaan akses komunikasi sebagai bentuk mengevaluasi kemungkinan bahwa komponen media konten dalam literasi media aksi ini.

### **Hasil temuan 2: Menggunakan konten isi media sebagai perencanaan komunikasi**

Sebagai pembentuk pendapat umum peran media massa selain untuk pemberitaan kepada masyarakat juga berperan dalam pembentuk opini publik. Media berperan aktif dalam meningkatkan kesadaran politik rakyat. Hal ini didasarkan bahwa selain isi pesan media massa memuat berita atau uraian berita, juga pendapat-pendapat ini dapat perorangan, lembaga media massa yang kesemuanya itu isi pesannya bersifat umum sehingga dapat





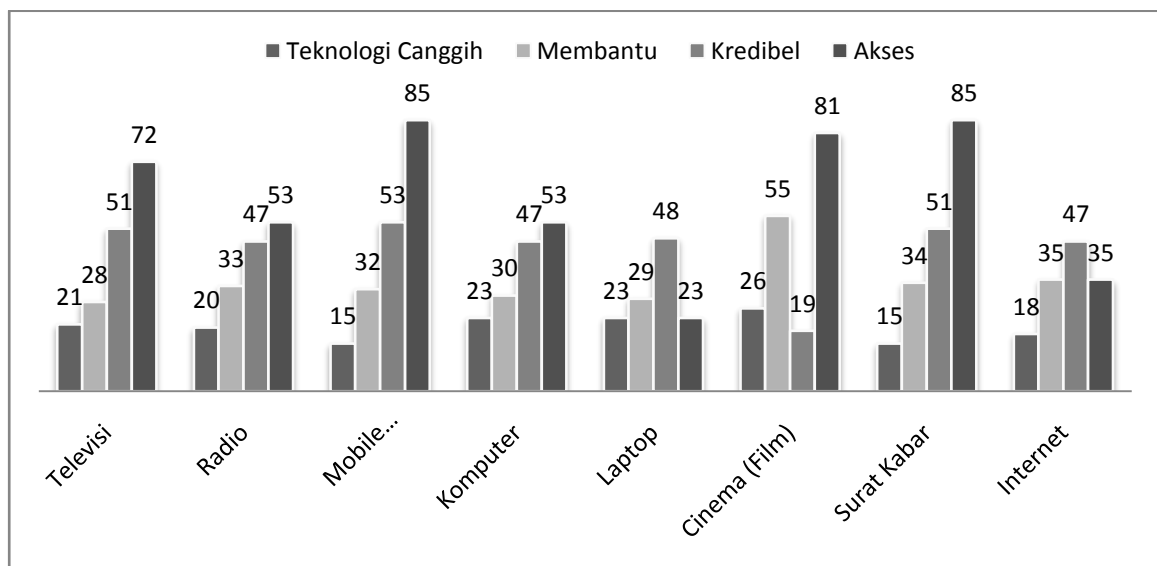
menimbulkan reaksi pro dan kontra dalam masyarakat. Pro dan kontra inilah yang disebut sebagai pendapat umum.

a) Peran pemerintah

Perilaku membentuk identitas sosial dalam masyarakat mengandung kompetensi perilaku literasi media keselarasan membangun keseimbangan kebutuhan sebagai wujud dari kuturasi media yang mampu membangun perkembangan literasi media dalam membentuk kompetensi diri ditengah masyarakat yang membutuhkan

kelerasaan media itu secara perpektif komunikasi massa. Dengan memahami rangkaian strategi media dalam memberi edukasi pembelajaran pada semua umur dilihat dari bukti responden dengan kategorinya. Dengan demikian, perkembangan ini dapat dijadikan penelaahan implikasi konten media tersebut. Peran pemerintah terhadap literasi media ditinjau dari aspek konten “literasi media” dapat dilihat dalam grafik dibawah ini:

**Grafik.4.1. Literasi Media Aksi Sebagai Peranan Pemerintah Dalam Komponen Konten Media**  
N = 100



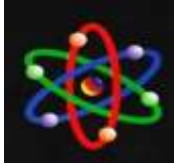
**Agenda:** Teknologi canggih  $\leq 20\%$  akses di kuantitativekan; Membantu  $\leq 30\%$  akses di kuantitativekan; dan Kredibel  $\leq 50\%$  akses di kuantitativekan, apabila  $\leq$  akses di kuantitativekan dengan total nilai akses seluruh produk dapat dikatakan sebagai literasi media “melek” media.

Sumber: Data primer penelitian (diolah), 2016

Peran pemerintah dalam pengawasan konten “isi dan program” literasi media yang dominan seringkali digunakan oleh masyarakat secara terus menerus, dalam memahami

literasi media ini peranan pemerintah lebih kepada pengawasan yang dipakai oleh individu (responden).

Literasi informasi adalah mengetahui kapan dan mengapa beberapa orang



membutuhkan informasi, di mana menemukannya, dan bagaimana mengevaluasi, menggunakan dan berkomunikasi dengan cara yang etis. Untuk informasi melek, seseorang harus mampu mengenali kapan informasi perlu memiliki kemampuan untuk mencari, mengevaluasi dan menggunakan secara efektif informasi yang dibutuhkan. Biro Pendidikan Internasional (Komisi Internasional tentang Pendidikan untuk Abad ke-21), UNESCO direkomendasikan kurikulum berbasis kompetensi dengan empat pilar: belajar untuk tahu, belajar melakukan, belajar untuk hidup bersama, dan belajar untuk menjadi. Literasi informasi memiliki peranan penting untuk mencapai mereka (Hasugian 2008).

Peran pemerintah sebut saja Kominfo (2014) tersebut memberi ruang pengguna literasi media dalam mengakses media kontennya, agar tidak berbenturan dengan nilai, norma, aturan dalam kehidupan bermasyarakat di Indonesia. Hal ini terkait dengan pengawasan melekat dalam penggunaan konten (produk) media dari konten segi negative (situs negative) yang terus beredar di dunia maya. Dan begitu juga KPI dan KPID dalam penyelenggaraan penyiaran media elektronik sebagai filterisasi penyiaran yang dikelola oleh media massa lewat pengaduan pelaporan

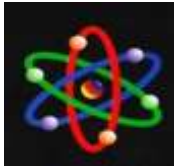
masyarakat. Serta peran Lembaga Swadaya Masyarakat/LSM yang bergerak dibidang penyiaran media elektronik.

Kehidupan masyarakat saat ini perlu kita ketahui bahwa pertanyaan demikian, mana konten yang dominan yang sering di akses oleh masyarakat adalah dilihat dari kecanggihan teknologi yang dipakai dapat membatu individu (pemakai atau penikmat) yang merupakan sumber informasi dan ilmu pengetahuan dari konten media adalah konten media, seperti mobile phone (*smartphone*) & surat kabar, cinema (*film*), dan televise (West, R., & Turner, L. H. 2010).

#### b) Peran industry media

Peran media industry merupakan rangkaian literasi media yang bertanggung jawab dan memiliki wewenang secara tidak langsung dalam pengelolaan mencerminkan ataupun menciptakan berbagai macam produk konten komunikasi massa (Suryadi 2013).

Dalam artikelnya akan menguraikan pada tiga topik terkait: pengamatan teoritis hubungan media, demokrasi, dan proses menuju demokratisasi lokal; menanggapi otonomi daerah, peran media lokal di otonomi daerah pada mediasi para pemimpin politik dan konstituen; dan pentingnya peran media lokal di demokratisasi. Proses

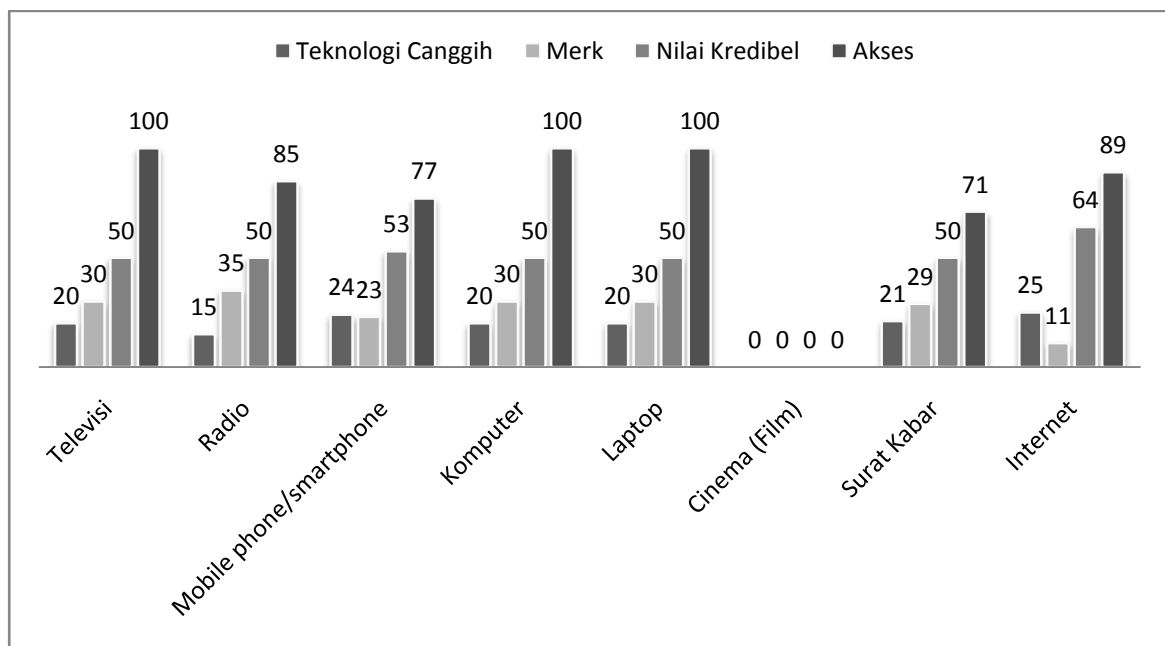


di Indonesia, serta untuk memberikan alternatif lokal media massa yang harus di masa depan, baik sebagai subsistem demokrasi atau sebagai pilar industri (Yusuf 2011).

Peran industry media memberi dampak pasar industry dalam perkembangan literasi media terhadap

kemampuan dan pengetahuan pengguna (responden) dalam perencanaan akses komunikasi sebagai bentuk mengevaluasi kemungkinan bahwa komponen media konten dalam literasi media aksi ini dapat memberi kontribusi dengan grafik berikut ini:

**Grafik.4.2.Literasi Media Aksi Sebagai Peranan Industri Dalam Komponen Konten Media**  
N = 100

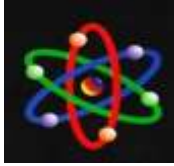


**Agenda:** Teknologi canggih  $\leq 20\%$  akses di kuantitativekan; Membantu  $\leq 30\%$  akses di kuantitativekan; dan Kredibel  $\leq 50\%$  akses di kuantitativekan, apabila  $\leq$  akses di kuantitativekan dengan total nilai akses seluruh produk dapat dikatakan sebagai literasi media “melek” media.

Sumber: Data primer penelitian (diolah), 2016

Peranan media industry memberi kontribusi dan distribusi terhadap kecanggihan teknologi, merk, dan nilai kredibel produk yang akan dihasilkannya. Hal ini terkait dengan pemakaian produk “media konten” ini dalam kehidupan masyarakat, namun pada dasarnya secara langsung

masyarakatlah yang harus mengetahui dan memahami pemakaian produk itu, agar terhindar dari pelanggaran serta pengaduan pelaporan penyiaran media tentang situs negative. Ditinjau dari pertanyaan demikian, mana konten yang selalu diminati oleh pasar industry adalah dilihat dari



kecanggihan teknologi, merk, dan nilai kredibel (harga) yang dipakai individu (konsumen) yang merupakan sumber informasi dan ilmu pengetahuan dari produk adalah konten media, misalnya televise, komputer & laptop, selain itu ialah internet, radio, mobile phone (*smartphone*), surat kabar, serta cinema (*film*) tidak dikethai datanya, karena prospek cinema dapat diakses melalui produk media lainnya. Mengingat kedudukan media massa dalam perkembangan masyarakat sangatlah penting, maka industry media massa pun berkembang pesat saat ini. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya media massa yang berada di Indonesia. Para pengusaha merasa diuntungkan dengan mendirikan perusahaan yang bergerak di bidang media massa seperti ini. Hal itu disebabkan karena mengelola perusahaan dengan industry berbagai jenis spesifikasi mengelola media massa adalah usaha yang akan selalu digemari masyarakat sepanjang masa, karena sampai kapanpun manusia akan selalu haus akan informasi.

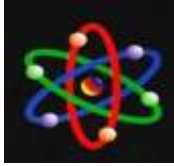
Keberadaan media lokal sebagai subsistem politik lokal membutuhkan kuat profesionalisme dan idealisme dasar. Tanpa profesionalisme, itu tidak mudah bagi media massa untuk mempertahankan mereka percaya dari masyarakat. Sebagai institusi bisnis,

media lokal harus meningkatkan kualitas manajemen untuk mendukung seluruh perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan pekerja.

#### c) Peran Individual

Menurut Margareta A. Rahman (2015). “ketika di akses literasi media digunakan oleh banyak kalangan masyarakat.” Oleh sebab itu, media sosial untuk menjaga pembaruan tentang pemilihan umum misalnya. Selain itu, mereka juga mendapatkan informasi dari orang tua mereka dan teman-teman dekat. Menurut Pattah 2014, sebagai “proses pembelajaran.” Namun, mereka tidak dapat mengidentifikasi informasi yang benar atau tidak, sehingga mereka bergantung pada orang di sekitar mereka untuk memastikan apakah mereka melakukan keputusan yang tepat (Rahman 2015).

Peran individu dapat kita ketahui di kehidupan ini sebagai penggunaan media teknologi. Peran individu di sini dimaksud dengan memahami dan pengetahuan masyarakat (responden) tentang produk media dalam literasi media yang dominan dan mudah dilakukan masyarakat kapanpun, dimanapun, dan siapapun dapat menggunakan produk ini. Berdasarkan pertanyaan dengan tanggapan bervariasi dimaksud demikian, mana yang paling dominan dan mudah di

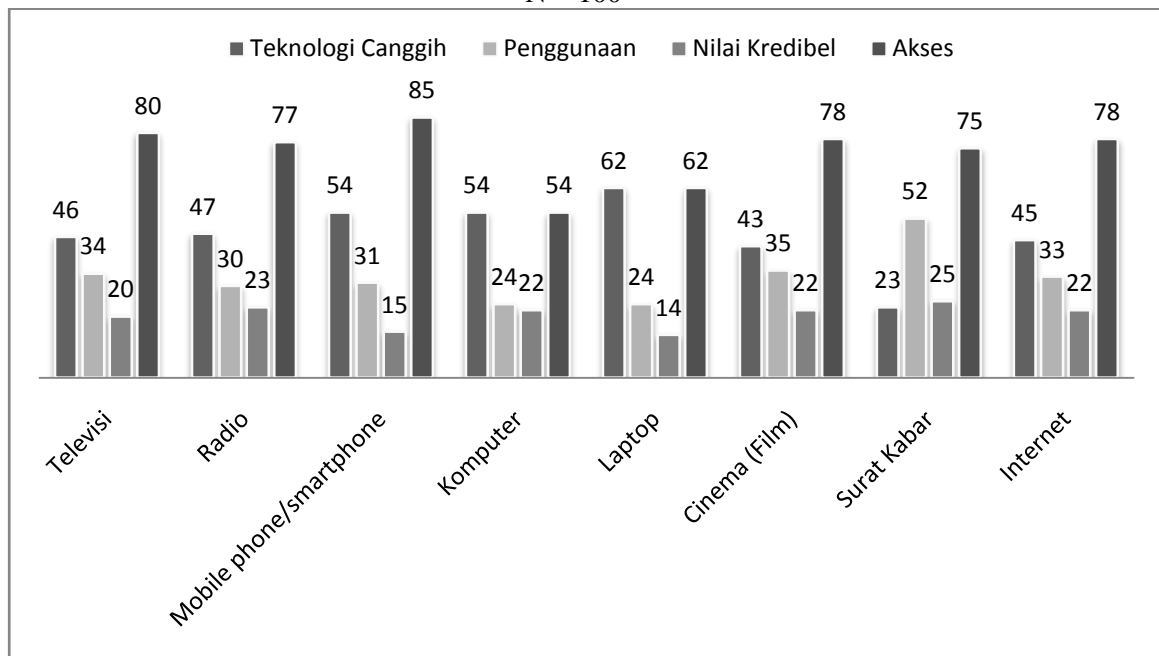


akses pada media teknologi ialah dilihat dari kecanggihan teknologi, penggunaan, dan nilai kredibel (harga) yang dipakai peran individu (konsumen atau penikmat) yang merupakan sumber informasi dan ilmu pengetahuan dari konten media adalah konten media, misalnya mobile phone (*smartphone*), televisive, disisi lainnya

ialah cinema (*film*) maupun internet, dan radio serta surat kabar.

Berdasarkan kriteria produk media yang paling dominan dan mudah di akses pada media teknologi ialah dilihat dari kecanggihan teknologi, penggunaan, dan nilai kredibel (harga) yang dipakai peran individu dapat dilihat dari skema dibawah ini:

**Grafik.4.3.Literasi Media Aksi Sebagai Peranan Individual Dalam Komponen Konten Media**  
N = 100



**Agenda:** Teknologi canggih  $\leq 20\%$  akses di kuantitativekan; Membantu  $\leq 30\%$  akses di kuantitativekan; dan Kredibel  $\leq 50\%$  akses di kuantitativekan, apabila  $\leq$  akses di kuantitativekan dengan total nilai akses seluruh produk dapat dikatakan sebagai literasi media “melek” media.

Sumber: Data primer penelitian (diolah), 2016

d) Peran individu kelompok (komunitas media)  
Konsep dan pengetahuan ini membentuk peran perilaku sebagai individu kelompoknya (komunitas) secara langsung maupun tidak

langsung memberi efek pengguna literasi media tersebut. Peran individu kelompok ini saling menjaga dan memberi wawasan tentang tujuan dan manfaat literasi media ini. Dengan demikian, pertanyaannya mana yang



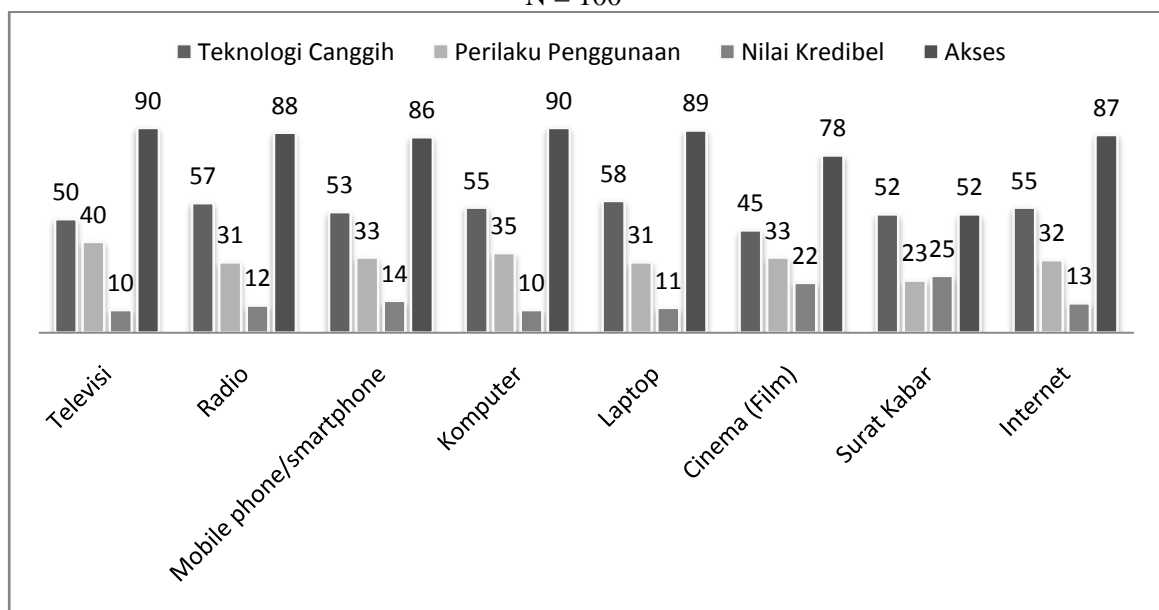
memberi dampak sangat rentan dari segi negative “situs negative” dalam pemakaiannya ialah dilihat dari kecanggihan teknologi, perilaku penggunaan, dan nilai kredibel (harga) yang dipakai individu (konsumen atau penikmat) yang merupakan sumber informasi dan ilmu pengetahuan dari konten media adalah literasi media, seperti televisise maupun komputer, kemudian sisi lainnya adalah laptop, radio, internet, mobile phone (*smartphone*), cinema (*film*), dan surat kabar.

Secara sederhana kita dapat mengatakan bahwa media komunitas

(*community media*) merupakan jenis media (cetak maupun elektronik) yang hadir di dalam lingkungan masyarakat atau komunitas tertentu dan dikelola oleh dan diperuntukkan bagi warga komunitas tertentu. Itulah karakter utama dari media komunitas itu (Pawito 2007).

Masyarakat yang terdiri dari komunitas yang berbeda-beda dalam konsep memahami penggunaan dan pengetahuannya tentang literasi media ini dapat dijelaskan peran individu kelompoknya:

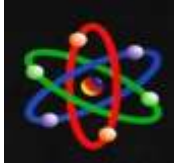
**Grafik.4.4.Literasi Media Aksi Sebagai Peranan Komunitas Dalam Komponen Konten Media**  
N = 100



**Agenda:** Teknologi canggih  $\leq 20\%$  akses di kuantitativekan; Membantu  $\leq 30\%$  akses di kuantitativekan; dan Kredibel  $\leq 50\%$  akses di kuantitativekan, apabila  $\leq$  akses di kuantitativekan dengan total nilai akses seluruh produk dapat dikatakan sebagai literasi media “melek” media.

Sumber: Data primer penelitian (diolah), 2016





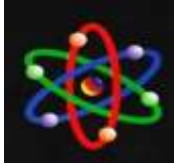
### **Hasil Temuan 3: Mengoprasikan konten isi media sebagai perencanaan komunikasi**

Setiap institusi mempunyai fungsinya sendiri, demikian pula dengan media massa sebagai institusi sosial mempunyai fungsi penting dalam komunikasi massa. Adapun lima fungsi media menurut penulis adalah, yakni mengamati lingkungan atau dengan kata lain perkataan berfungsi sebagai penyaji berita atau penerangan. Dalam hal ini media massa harus memberikan informasi yang obyektif kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa mengenai apa yang terjadi di dunia. Dalam kaitan ini fungsi utama media massa adalah sebagai penyebar teknologi dan informasi kepada khalayak. Salah satu media dalam komunikasi massa yang paling besar pengaruhnya terhadap pembentukan opini publik adalah televisi. Televisi berperan besar dalam proses demokratisasi sebuah negara. Dalam kasus jelang Pemilihan Presiden Republik Indonesia beberapa waktu lalu, media televisi memfokuskan perhatian masyarakat pada kampanye yang sedang berlangsung serta berbagai informasi seputar calon presiden dan isu politik lainnya. Dalam perspektif demokrasi, televisi merupakan salah satu media yang berfungsi sebagai penyangga. Televisi dapat menyediakan informasi politik sehingga bisa dipergunakan oleh masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya. Dalam proses demokratisasi,

publik di Indonesia saat ini sangat menggantungkan diri pada program berita yang ditayangkan oleh stasiun televisi untuk mendapatkan informasi dalam proses perjalanan Indonesia menjadi negara demokratis. Kultur berita yang dibangun oleh media televisi seharusnya lebih diarahkan kepada promosi mengenai demokrasi dan pembentukan masyarakat yang lebih bertanggung jawab. Dalam teori ekonomi politik media menurut McQuail, kepemilikan media menyumbang akibat bagi keburukan masyarakat. Perspektif ekonomi politik melihat bahwa media tidak lepas dari kepentingan pemilik modal, negara atau kelompok lainnya. Media menjadi alat dominasi dan hegemoni masyarakat. Akibat dari monopoli kepemilikan media dikhawatirkan mampu mengancam kebebasan pers dan pilihan bagi konsumen (Dwita 2016).

Fungsi lain dari media massa adalah, sebagai sarana pemberitaan yang ada di lingkungannya, juga mengadakan korelasi antara informasi yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karenanya pemberitaan atau komunikasi lebih menekankan pada seleksi, evaluasi dan interpretasi.

Dalam Artikel hefri yodiansyah secara menunjukkan pengetahuan masyarakat (*society*) terhadap teori-teori paradigma, dengan maksud dan tujuan dalam kehidupan bangsa dan bernegara untuk menilai ditambahkan persyaratan *needs*



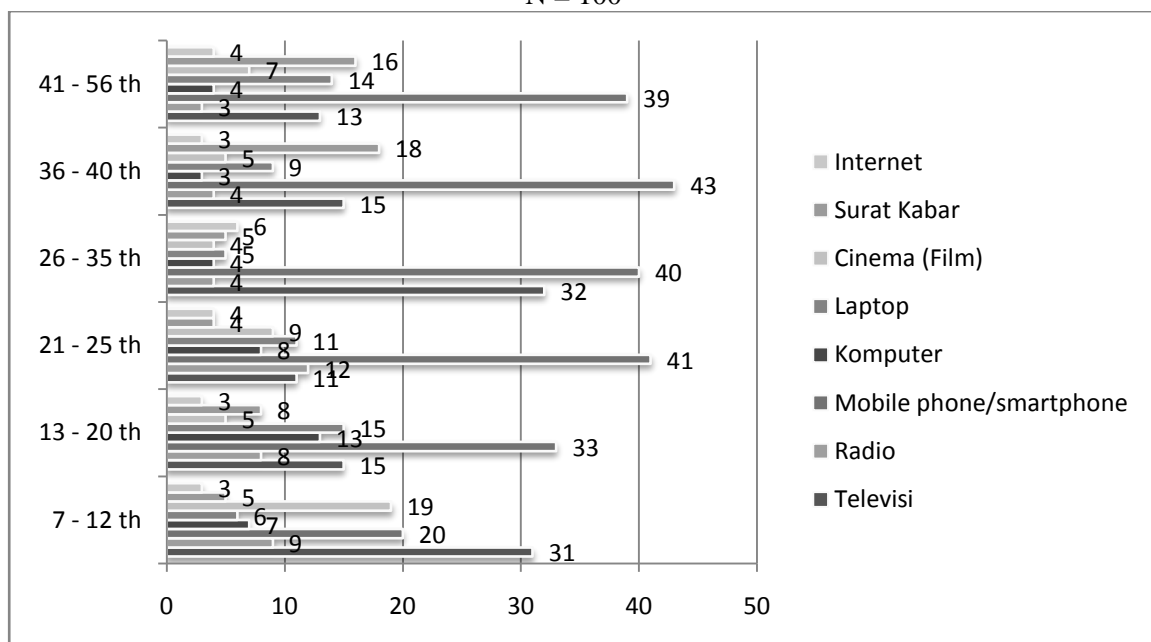
*value* (ideologi pancasila dan demokrasi). Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan-pesan dalam berbagai bentuk literasi secara luas. Literasi media merupakan kemampuan untuk menciptakan makna pribadi dari simbol – simbol verbal dan visual yang kita dapat setiap hari dari televisi, iklan, film, dan media digital dan sebagainya (Yodiansyah 2016). Dalam memahami dan pengetahuan perilaku (peran masyarakat dan pemerintah) dalam pengawasan literasi

media dapat diwujudkan melalui berbagai cara:

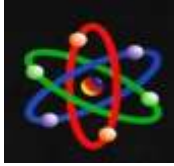
1. Konten “isi dan program” literasi media dalam membentuk perilaku dilihat produk mana dan dominan digunakan oleh anda/sdr/I dengan konten isi media seperti; televisi, radio, surat kabar, *mobile phone (smartphone)*, komputer, *cinema (film)*, dan internet. Dengan perilaku menunjukkan aspek perilaku pengguna media yang dominan digunakan oleh pengguna media berikut:

**Grafik.4.5.Tingkatan Literasi Media Aksi Sebagai Perilaku Pengguna Dalam Komponen Konten Media**

N = 100



Sumber: Data sekunder penelitian (diolah), 2016



Dengan demikian, generasi muda dapat membangun dan menciptakan kesadaran akan peran media dalam kehidupan bermasyarakat yang berkelanjutan baik kuantitas maupun kualitas, yang manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh para siswa sebagai generasi muda (Paramita et al. 2015).

Masyarakat menganggap penting peran media sebagai penyalur aspirasi nilai-nilai atau warisan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Atau dengan kata lain perkataan sebagai penyampai seni budaya dan penunjang pendidikan dapat dikatakan bahwa di negara-negara berkembang yang rakyatnya belum maju, komunikasi dalam banyak hal merupakan sarana pembelajaran.

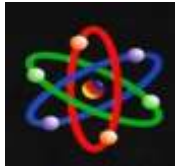
Peran media massa dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern telah memainkan peranan yang begitu penting. Menurut McQuail (2002: 66) dalam bukunya *Mass Communication Theories*, ada enam perspektif dalam hal melihat peran media. Melihat media massa sebagai *window on event and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

Dari beberapa media dalam komunikasi massa, media massa paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Ini disebabkan televisi memiliki beberapa karakteristik yakni dapat didengar sekaligus dilihat (*audiovisual*).

Sebagai sebuah entitas bisnis, penyelenggaraan operasional media massa dapat dikatakan sangat mahal. Industri penyiaran media massa (televise) juga beberapa konten media juga merupakan sarana promosi penjualan produk–produk kepada masyarakat. Dengan demikian media massa merupakan sarana pelengkap bagi bisnis modern dewasa ini. Industri penyiaran media massa merupakan sebuah entitas sosial artinya ia harus mendapat dukungan dari masyarakat melalui program–program yang ditayangkan. Bahkan televisi dengan media massa lainnya merupakan entitas budaya karena ia turut berperan dalam mewujudkan majunya sebuah negara, sekaligus bisa memengaruhi kemundurannya.

Media massa sebagai entitas politik artinya bahwa televisi dipercaya memiliki kemampuan yang kuat untuk memengaruhi masyarakat dan membentuk opini publik (Hafiar et al. 2014).

2. Konten isi media sebagai timing dari literasi media dengan waktu durasi 1 – 10 jam sehari seperti; televisi, radio,

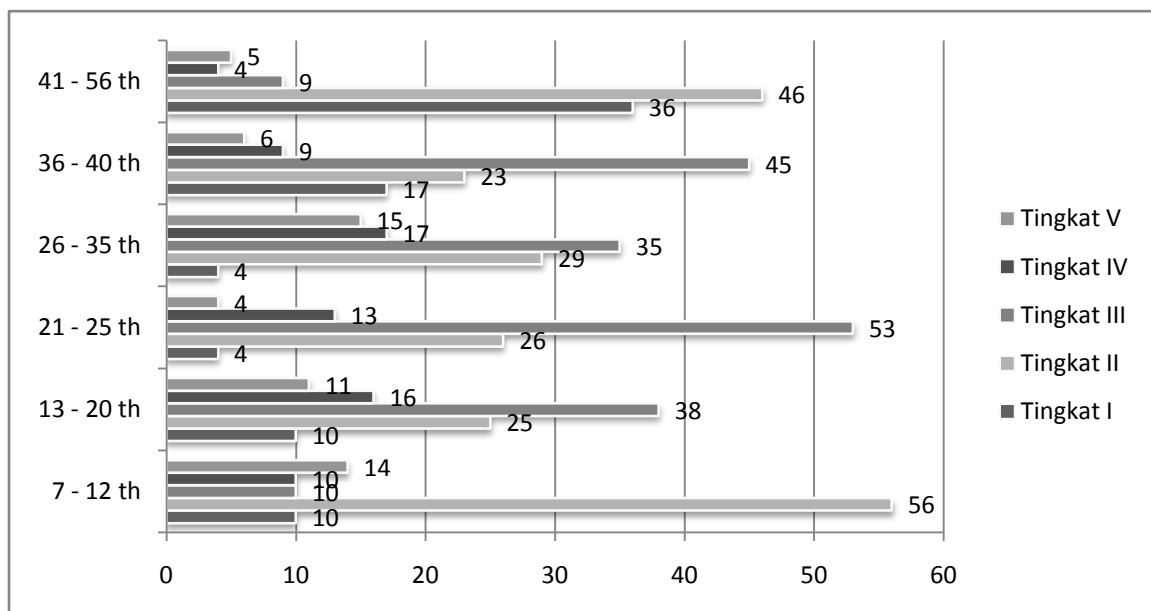


mobile phone (smartphone), surat kabar, komputer, cinema (film), dan internet, durasi komunikasi mengakses

ditinjau dari usia responden dapat dilihat dalam grafik dibawah ini:

**Grafik.4.6. Tingkatan Waktu Literasi Media Aksi Sebagai Perilaku Pengguna Dalam Komponen Konten Media**

N = 100

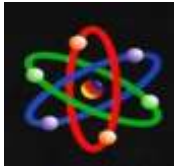


**Agenda:** Tingkat pertama durasi dari 1 – 2 jam; tingkat kedua durasi dari 3 – 4 jam; tingkat ketiga durasi dari 5 – 6 jam; tingkat keempat durasi dari 7 – 8 jam; dan tingkat kelima durasi dari 9 – 10 jam dengan total responden berjumlah 100 sample responden.

Sumber: Data sekunder penelitian (diolah), 2016

Tradisi budaya belajar dan nilai-nilainya dapat dilihat secara pola komunikasi, cara berulang dalam pemikiran, merasa, dan bertindak dengan kata lainnya pilihan kita dan memberikan pedoman perilaku perencanaan (Marini 2012). Dengan demikian, pedoman perilaku mengandung pesan dengan makna budaya, seakan-akan menimbulkan perilaku (*commo sense*) (Kriyantono 2007). Apakah makna mitos atau fakta

yang dijadikan konotasi dan denotasi perjalanan panjang saat perkembangan perencanaan komunikasi untuk memperkuat revitalisasi akses (*access*), interpretasi perilaku literacy (*behavior*), menciptakan persuasi komunikasi (*persuasive*), mencerminkan motivasi nilai (*cultural*), kompetensi atau *skills* (*competence*), dan akses umum (*publics*) (Yodiansyah 2016).

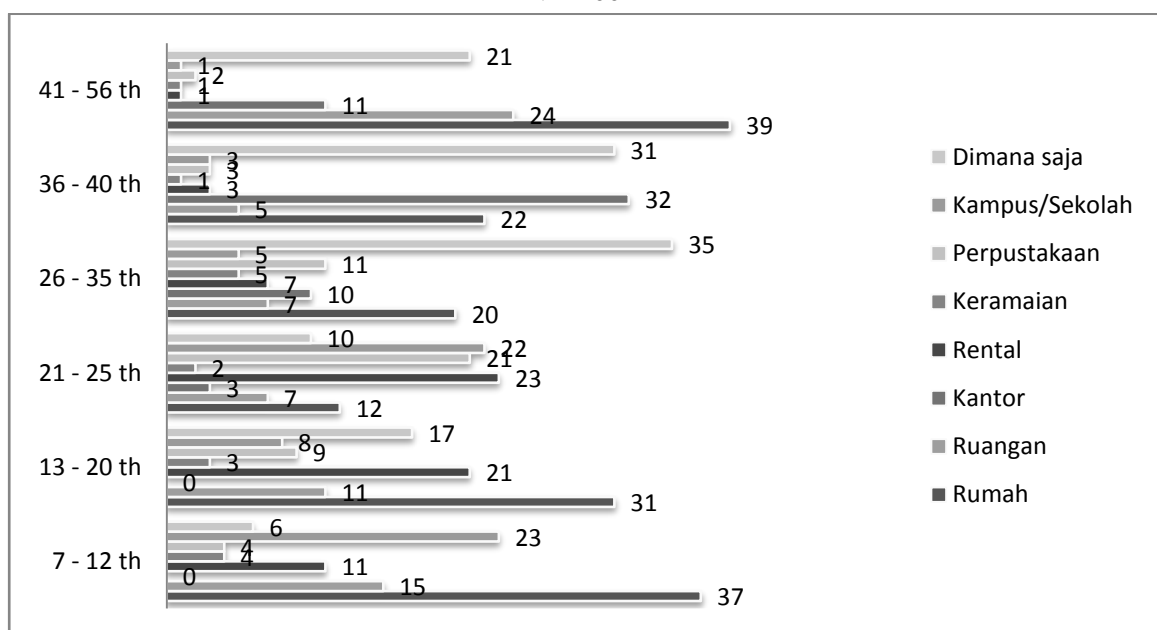


3. Konten produk literasi media mana dan dominan digunakan oleh anda/sdr/I dengan konten isi media seperti; televisi, radio, *mobile phone*

(*smartphone*), surat kabar, komputer, *cinema (film)*, dan internet di tempat bekerja. Dengan tanggapan sebagai berikut:

**Grafik.4.7.Tingkatan Tempat Literasi Media Aksi Sebagai Perilaku Pengguna Dalam Komponen Konten Media**

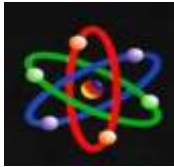
N = 100



Sumber: Data sekunder penelitian (diolah), 2016

Dalam akses literasi media dalam perencanaan komunikasi ini dapat dijelaskan bahwa serangkaian akses literasi media menghasilkan perilaku literasi berintegritas (identitas sosial) dengan makna budaya informasi yang akan disampaikan. Literasi media telah mampu mengubah sistem politik Indonesia dari masa ke masa. Rangkaian literasi akses media dengan menggunakan kuncinya adalah tingkat memahami, tingkat menggunakan, tingkat mempelajari, dan tingkat

literasi media membentuk pola atau strategi komunikasi. Dalam mengelola media aksi “isi dan program” media literasi itu adalah; televisi, radio, *mobilephone (smartphone)*, komputer, *cinema (film)*, dan internet sebagai data primer yang telah diolah mengatakan berbeda-beda dalam menyimpulkan makna budaya dengan perilaku yang berbeda pula, ini amat memerlukan tingkat kemampuan ilmu pengetahuan dan pemahaman literasi media yang mengalami kulturasi budaya terhadap peranan sosial dalam

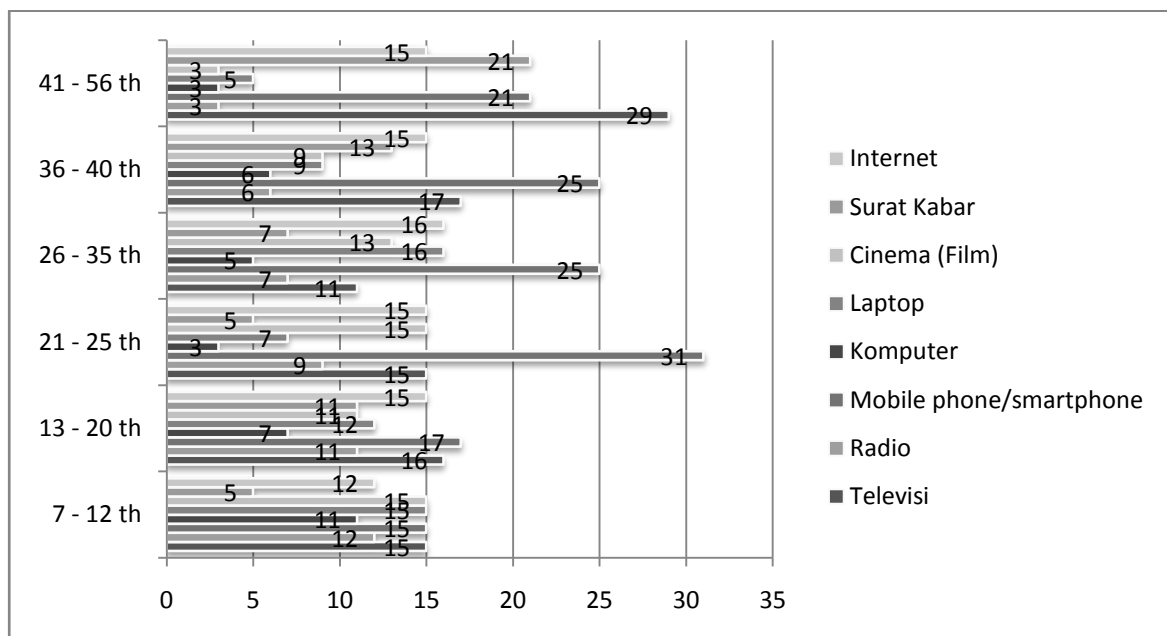


masyarakat yang sangat signifikan di uji keabsahannya pada penelitian berikutnya (secara kuantitatif; uji statistik) (Chaudhary 2016; Anna 2015; Hasugian 2008; Hudi et al. 2012; Jusoff 2009; Khairi & Danil 2015; Marini 2012; Potter 2011; Potter & Donnerstein 2016; Singh 2016; Thorson & Wells 2015).

4. Konten literasi media mana yang mudah di akses dan dominan terjangkau oleh masyarakat digunakan oleh anda/sdr/I dengan produk dari konten isi media seperti; televisi, radio, *mobile phone (smartphone)*, surat kabar, komputer, *cinema (film)*, dan internet. Tanggapan produk literasi media aksi dapat dilihat dalam grafik dibawah ini:

**Grafik.4.8.Tingkatan Produk Literasi Media Aksi Sebagai Perilaku Pengguna Dalam Komponen Konten Media**

N = 100

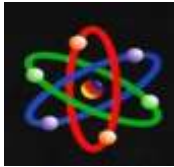


Sumber: Data sekunder penelitian (diolah), 2016

Data sekunder dalam penelitian ini berdasarkan kategori usia dan pekerjaan, dan mampu mencerdaskan dan menginovasi secara efektif dan efisien. Perencanaan komunikasi ini merupakan pengembangan diri dari media aksi yang di akses literasi “melek” media yang mudah dipahami

orang lain secara sehat dan teratur. Memiliki kontribusi pengetahuan dan pemahaman sebagai berusaha menjadikan komponen kulturasi budaya media secara cerdas dan bijaksana dalam kehidupan masyarakat (Suryadi 2013; Rianto 2016).





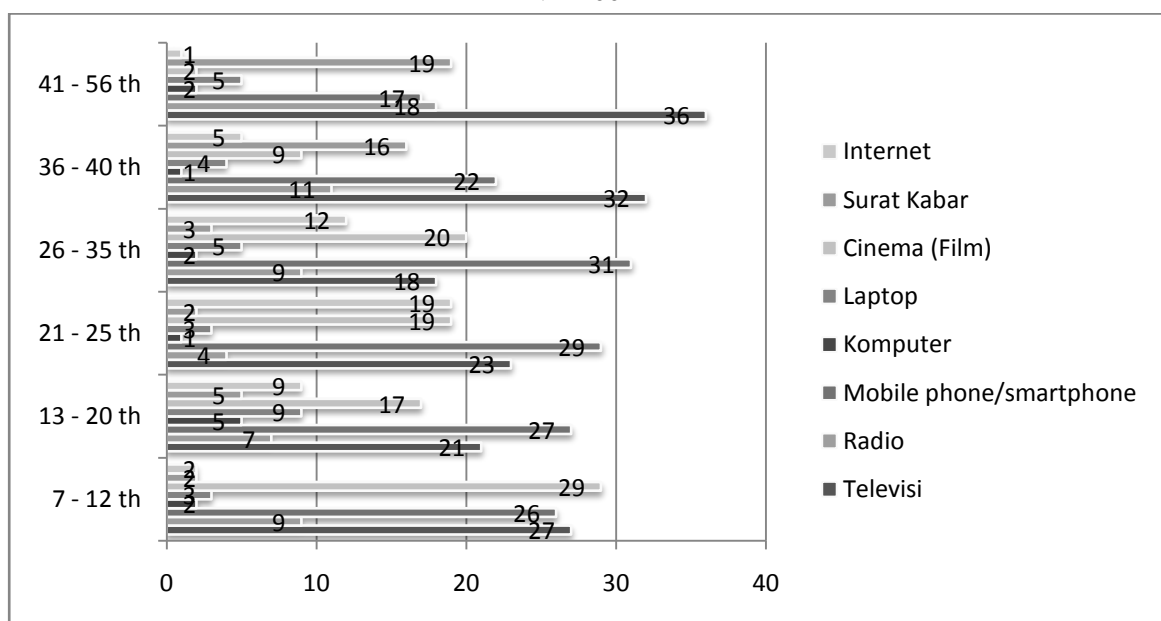
Dalam akses literasi media dalam perencanaan komunikasi ini dapat dijelaskan bahwa serangkaian akses literasi media menghasilkan perilaku literasi berintegritas (identitas sosial) dengan makna budaya informasi yang akan disampaikan. Literasi media telah mampu mengubah sistem politik Indonesia dari masa ke masa. Rangkaian literasi akses media dengan menggunakan kuncinya adalah tingkat memahami, tingkat menggunakan, tingkat mempelajari, dan tingkat literasi media membentuk pola atau strategi komunikasi. Dalam mengelola media aksi “isi dan program” media literasi itu adalah; televisi, radio, *mobilephone (smartphone)*, komputer, *cinema (film)*, dan internet sebagai

data primer penelitian yang telah diolah menunjukkan literasi media berbeda-beda dalam menyimpulkan makna budaya dengan perilaku yang berbeda pula, ini amat memerlukan tingkat kemampuan ilmu pengetahuan dan pemahaman literasi media yang mengalami kulturasi budaya terhadap peranan sosial dalam masyarakat (Kamaruddin 2015).

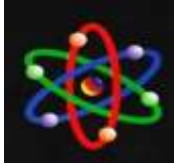
5. Konten literasi media mana yang mudah di akses fasilitas dan dominan isi program yang disukai oleh anda/sdr/I dengan konten isi media seperti; televisi, radio, *mobile phone (smartphone)*, surat kabar, komputer, *cinema (film)*, dan internet. Dengan fasilitas maupun isi dan program literasi media adalah:

**Grafik.4.9. Tingkatan Fasilitas Program Literasi Media Aksi Sebagai Perilaku Pengguna Dalam Komponen Konten Media**

N = 100



Sumber: Data sekunder penelitian (diolah), 2016



Data sekunder dalam penelitian ini berdasarkan kategori usia dan pekerjaan, dan mampu mencerdaskan dan menginovasi secara efektif dan efisien. Perencanaan komunikasi ini merupakan pengembangan diri dari media aksi yang di akses literasi “melek” media yang mudah dipahami orang lain secara sehat dan teratur. Memiliki kontribusi pengetahuan dan pemahaman sebagai berusaha menjadikan komponen kulturasi budaya media secara cerdas dan bijaksana dalam kehidupan masyarakat (Israwati, 2013).

Perencanaan komunikasi merupakan pengembangan diri dari media aksi yang mampu mengakses literasi “melek” media. Dalam perilaku literasi media keselarasan membangun keseimbangan kebutuhan sebagai wujud dari kulturasi media yang mampu membangun perkembangan literasi media dalam membentuk budaya media secara cerdas dan bijaksana dalam kehidupan masyarakat (Imran 2010). Media baru telah mampu meningkatkan kualitas partisipasi politik di mana orang-orang lebih aktif di ranah publik dan komunikasi politik yang lebih interaktif. Partisipasi politik adalah modal politik terbesar untuk negara dalam mengembangkan kehidupan politik yang demokratis menjadi dewasa. Sebenarnya, potensi politik tidak sepenuhnya didukung oleh regulasi demokratis (Dwita 2016;

Holik 2011; Kamaruddin 2015; Koltay 2011).

*Media literacy is a term that means many different things to different people—scholars, educators, citizen activists, and the general public* (Potter 2011; Potter & Donnerstein 2016). Literasi media adalah *trend* melek media pada saat ini, memiliki banyak perbedaan pola komunikasi, pola perilaku, dan pola pemikiran yang berbeda-beda. Publik sebagai orang yang menikmati mencerminkan motivasi nilai dan norma (*cultural*), kompetensi *skills* (*competence*), nilai sosial dalam masyarakat (*publics*).

Mulai peran pemerintah, industry, individual, bahkan komunitas atau kelompok pengguna media memberi dampak *effects* dinamika komunikasi yang *feedback* “perkembangan akses literasi media terhadap kemampuan *competence* dan pengetahuan *skills* dari pengguna media” (menurut data wawancara, 2016), “ketika akses literasi media dapat diketahui lewat unsur-unsur komunikasi misalnya, sumber, komunikator, pesan, media, komunikan (target audien) akan memudahkan kita pengguna dalam menentukan perilaku apa yang harus kita lakukan, karena lewat prosedur atau pedoman lebih jelasnya petunjuk pelaksanaan media diterapkan dan tidak semua kategori umur dapat mengaksesnya walaupun iya harus mengetahui kata kuncinya.” Dalam perencanaan komunikasi sebagai bentuk mengevaluasi



kemungkinan bahwa komponen media konten baik itu isi dan program literasi media aksi ini dapat ditentukan sesuai dengan temuan dibawah ini:

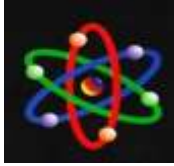
- a. Menggunakan pedoman ‘perilaku manusia,’ meliputi akses (*access*), interpretasi perilaku literacy (*behavior*), menciptakan persuasi komunikasi (*persuasive*) oleh media, mencerminkan motivasi nilai dan norma (*cultural*), kompetensi *skills* (*competence*), nilai social dalam masyarakat (*publics*) sebagai *road map* tertentu.” konten isi dan program media; literasi media aksi sebagai peran pemerintah, peran industry, peran individual, dan peran komunitas dalam komponen konten media menimbulkan “termediasi” oleh proses hambatan dan rintangan komunikasi dalam menggunakan konten isi dan program media yang telah ditentukan.
- b. Mengoprasikan ‘perilaku media’, antara lain, konten isi dan program literasi media; dimulai dari tingkatan perilaku pengguna, tingkatan waktu, tingkatan tempat, tingkatan produk, serta tingkatan fasilitas “isi dan program” literasi media akses sebagai menciptakan persuasi komunikasi (*persuasive*), bahkan mencerminkan motivasi nilai (*cultural*), dan kompetensi *skills* (*competence*) dari perilaku media “mediasi” dalam

komponen konten media secara internal dan eksternal.

- c. Evaluative perilaku akses literasi media itu ditentukan oleh pola konstruksi antara “termediasi” dengan “mediasi” oleh tingkat akses literasi medianya.
- d. Pola komunikasi sebagai proses menciptakan bahkan mencerminkan berbagai makna kata “termediasi dan mediasi” dikonstruksikan dan dipertahankan (*status quo*) melalui komunikasi. Perbandingan pola komunikasi itu dapat dibingkai secara unsur kata dengan motif makna kata itu “termediasi” dalam makna kata semiotika berarti sesuatu yang tidak di segaja masuk melalui akses literasi media tersebut. Sehingga dipengaruhi oleh prosedur atau ketentuan nilai atau norma tertentu. Sedangkan motif makna secara semiotika terbentuk dalam kata “mediasi” mengandung unsur makna budaya yang demokrasi.
- e. Regulasi media merupakan pola komunikasi itu dapat dibingkai secara unsur kata untuk memahami efek dengan motif makna kata itu, tipologi konstruksi, ontologis, epistemologis, dan aksiologis berbagai literasi media dan kompetensi berpendapat bahwa bukan teknologi yang mengatur perubahan sosial dan budaya.

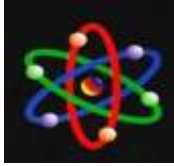
## **SIMPULAN**

### **Kesimpulan: Pembuktian Tujuan Penelitian**



Berdasarkan temuan – temuan data serta hasil interpretasi, diperoleh kesimpulan – kesimpulan sebagai berikut: **Tipologi konstruksi**, komunikasi adalah proses menciptakan berbagai makna. Budaya adalah membuat dunia bermakna. Hal tersebut di sekitar kita secara sosial hal tersebut dikonstruksikan dan dipertahankan (*status quo*) melalui komunikasi. Membatasi serta membebaskan kita memisahkan serta menyatukan kita. Hal tersebut mendefinikan realitas kita dan cara apa yang kita pikirkan, rasakan, dan lakukan. Media massa merupakan pendongeng budaya kita dan forum di mana kita berdebat tentang makna budaya. Paham determinisme teknologi berpendapat bahwa teknologi adalah agen utama dalam perubahan sosial dan budaya. Akan tetapi, ini bukan teknologi yang mengatur budaya; inilah bagaimana orang menggunakan teknologi. Dengan teknologi, uang juga merupakan bentuk komunikasi massa, khalayak dapat menjadi konsumen dan juga produk dalam sistem media massa kita. Secara lisan, budaya buta huruf (*preliterate*) menjadi jalan kekuasaan dan kontrol atas hidup seseorang. **Ontologis**, kemampuan untuk memahami secara efektif dan efisien dan menggunakan bentuk komunikasi yang dimediasi, terdiri atas beberapa unsur: pertama, kemampuan berpikir secara kritis memungkinkan mengembangkan penilaian independen

tentang isi media. Kedua, suatu pemahaman dari proses komunikasi massa. Ketiga, suatu kesadaran akan dampak media terhadap individu dan masyarakat. Keempat, strategi untuk menganalisa dan mendiskusikan pesan media. Kelima, suatu kesadaran pada isi media sebagai “teks” yang memberikan wawasan ke dalam budaya kontemporer. Keenam, suatu budidaya kenikmatan, pemahaman, dan apresiasi terhadap isi media. Ketujuh, pengembangan keahlian produksi yang efektif dan bertanggung jawab. Kedelapan, pengembangan pemahaman tentang kewajiban etis dan moral praktisi media. **Epistemologis**, pengetahuan dalam mempertahankan *status quo* budaya berbagai berpendapat, idea, gagasan, dan sebagainya (di era demokrasi). **Aksiologis**, *plan in the action* artinya rencana aksi adalah suatu pendapat melek media, termasuk: Pertama, kemampuan dan kemauan untuk berupaya memahami dan pengetahuan isi dan program media, memperhatikan, dan mengurangi gangguan (*noise*). Kedua, memahami dan menghargai terhadap kekuatan pesan media. Ketiga, kemampuan untuk membedakan emosi dari sebuah reaksi saat merespons isi dan bertindak yang sesuai. Keempat, pengembangan harapan yang tinggi terhadap isi media. Kelima, pengetahuan tentang genre konvensi dan pengakuan dari campurannya. Keenam, kemampuan berpikir secara kritis tentang pesan media.



Ketujuh, pengetahuan tentang bahasa internal terhadap berbagai media dan kemampuan untuk memahami efek – efeknya.

### **Implikasi atau Manfaat Temuan**

Berdasarkan implikasi manfaat temuan di asumsikan akan bermanfaat bagi, diantaranya:

#### **\*Teoritis/Akademis**

Dengan menggunakan literasi media *plan in the action* ini, terlebih lagi dengan mengikuti perkembangan paradigm komunikasi seperti dijabarkan oleh riset ini, dikemukakan bahwa terdapat sejumlah pemahaman dan pengetahuan paradigm tersebut masih di level *basic* atau standar. Ini bukan untuk memperdebatkan akan tetapi untuk melihat perkembangan paradigma itu dari masa ke masa. Di sini mengajarkan kita untuk konteks literasi media suatu bentuk secara sadar atas pertimbangan atau motive kebutuhan nilai dalam literasi media (*active – innovative*). Secara teoritis hal ini memberi implikasi bahwa dalam memahami/mempelajari konten literasi media tidak jauh dari aspek komunikasi teknis pengetahuan terhadap teknologi komunikasi sebagaimana telah lazim dilakukan penelitian terdahulu.

#### **\*Methodologis**

Untuk dapat mengungkap pemahaman dan pengetahuan paradigma komunikasi terhadap literasi media dalam perencanaan komunikasi. Ternyata diperlukan suatu analisa literasi media diterapkan dengan teori *plan in the action*

*on communicated planning system* (Yodiansyah 2016). Untuk menganalisa temuan komunikasi seperti pemahaman, pengetahuan, regulasi media mengenai hubungan dengan paradigma komunikasi. Sehingga tahapan itu membentuk perilaku yang budaya literasi media.

#### **\*Praktis**

Karena literasi media itu bisa dimuati dengan berbagai macam pemahaman dengan memberi pencerahan pengetahuan secara praktis. Namun itu belum cukup tentu kita perlu mempelajari mengenai strategi paradigma itu. Melalui rencana aksi literasi media kita dapat mencerminkan identitas sosial dalam teknologi kita gunakan ke depan publik.

#### **\*Sosial**

Hasil ini menunjukkan, literasi media paradigmanya di level *passive*, ini perlu penyusuaian pengetahuan paradigma komunikasi. Alhasil, teori besar (*granded theories*) disesuaikan, sementara teori menengah (*midlle theories*) dalam tingkatan identitas literasi media di tengah masyarakat (*society*) (Mulyana, D, 2005). Karena dipengaruhi penggunaan aplikasi teori (*theories application*) dengan peran publik terhadap motive – motive rencana aksi dilapangan. Sehingga cara ini perlu pengembangan terhadap kualitas demokrasi tidak akan bertambah sesuai dengan harapan kita.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana penelitian atau donatur. Ucapan terima kasih dapat juga



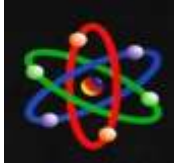
disampaikan kepada pihak – pihak yang membantu pelaksanaan penelitian hingga selesai.

#### DAFTAR PUSTAKA

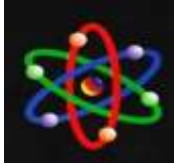
##### Jurnal Article:

- Anna, N.E.V., 2015. Pengguna Web 2.0 Sebagai Media Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia. *Article*, 1, pp.77–82.
- Chaudhary, A., 2016. Role of Social Media to Empower Youth- Challenges and Opportunities. *article*, 56, pp.17–19.
- Druick, Z.O.Ë., 2016. The Myth of Media Literacy. *article*, 10, pp.1125–1144.
- Dwita, D., 2016. Jurnal ipteks terapan; Televisi dan Kepentingan Pemilik Modal Dalam Perspektif Teori Ekonomi Politik Media. *article*, 4(4), pp.252–261. Available at: <http://dx.doi.org/10.22216/jit.2016.v10i3.526>.
- Hafiar, H. et al., 2014. Literasi Informasi Media: Studi Kasus Manfaat Media Massa Terhadap Difusi Inovasi Pertanian di Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya. *article*, 1(1), pp.16–34.
- Hasugian, J., 2008. Urgensi Literasi Informasi dalam Kurikulum Berbasis Kompetensi di Perguruan Tinggi. *article*, 4(2), pp.34–44.
- Holik, I., 2011. Teknologi baru media dan demokratisasi di Indonesia. *article*, 1(September 2010), pp.41–57.
- Hudi, I., Abdulkarim, A. & Kokom Komalasari, 2012. Pengaruh Media Televisi Terhadap Sikap Belajar Siswa dalam Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan di SMP-MTS SE-Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi. *article*, (2), pp.55–70.
- Ilmu, K., Bagi, K. & Daerah, P., 2012. Prosiding; Seminar dan Konferensi Nasional Ilmu Komunikasi. In I. Dimiyati, H. Nurjuman, & P. A. Praceka, eds. *article*. Banten: Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta, pp. 1–338.
- Imran, H.A., 2010. Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi Masyarakat Pedesaan. *article*, (19), p.1-.
- Jusoff, K., 2009. Television and Media Literacy in Young Children : Issues and Effects in Early Childhood. *article*, 2, pp.151–157.
- Kamaruddin, 2015. Komunikasi sosial dan pembangunan. In Kamaruddin, ed. *Modul*. UNIMAL, pp. 1–109.
- Khairi, A. & Danil, M., 2015. Jurnal ipteks terapan; Kemampuan Pembelajaran Berbasis TIK Pada Guru SMP di Kota Padang Dalam Menyambut Implementasi Kurikulum 2013. *article*, 8(4), pp.131–145. Available at: <http://dx.doi.org/10.22216/jit.2014.v8i4.9>.
- Koltay, T., 2011. The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *article*, 33(2), pp.211–221.
- Kriyantono, R., 2007. Pemberdayaan Konsumen Televisi Melalui Keterampilan Media- Literacy dan Penegakan Regulasi Penyiaran. *article*, 10(21).
- Marini, A., 2012. Jurnal Ilmiah PGSD; Penerapan Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Hasil Belajar mahasiswa. *article*, IV(1).
- McQuail, D., 2013. Reflections on Paradigm Change in Communication





- Theory and Research University of Amsterdam. *article*, 7, pp.216–229.
- Paramita, S. et al., 2015. Literasi New Media Dalam Membangun Generasi Muda. *article*, pp.68–74.
- Pattah, S.H., 2014. Literasi Informasi: Peningkatan kompetensi Informasi dalam proses Pembelajaran. *article*, 2(2), pp.117–128.
- Pawito, 2007. Media Komunitas dan Media Literacy. *article*, 4(2), pp.167–177.
- Potter, W.J., 2011. The State of Media Literacy. *article*, 54(4), pp.675–696.
- Potter, W.J. & Donnerstein, D.L., 2016. Rethinking Validity and Reliability. *Journal of Applied Communication Research*, 9882(May), pp.258–284.
- Rahman, M.A., 2015. Kebiasaan Pencarian Informasi Murid Sekolah Menengah Atas pada Pemilu Umum di Indonesia Information Seeking Behaviour of Senior High School Student on General Election in Indonesia. *article*, 1(2), pp.150–160.
- Rianto, P., 2016. Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media. *article*, 1(2), pp.90–96.
- Singh, D., 2016. Culture of Silence : A Case Study of Barriers to Two-Way Communication. *article*, 56(2006), pp.1–4.
- Suryadi, I., 2013. Kajian Perilaku Menonton Tayangan Televisi dan Pendidikan Literasi Media pada Remaja, ISSN 1411- 3341. *article*, 5(1), pp.973–986.
- Thorson, K. & Wells, C., 2015. Curated Flows : A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age. *article*, (c), pp.1–20.
- Yodiansyah, H., 2016. Paradigma Teori Perencanaan Komunikasi Paradigma Media Literacy; Plan In The Action. *article*, 0000–0000(42). Available at: [www.academia.edu](http://www.academia.edu).
- Yusuf, I.A., 2011. Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah. *article*, 14(3), pp.297–316.
- Buku – Buku :**
- Baran, Stanley J. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- . 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- McQuil, Dennis. 2002. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- West, R., & Turner, L. H. 2010. *Introducing Communication Theory; Analysis and Application (Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi) (Ed. 3)*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Peraturan Pemerintah:**
- Riyanto, Muhammad. (2012). *Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS)*. Jakarta: Ketua KPI Pusat, Komisi Penyiaran Indonesia. Tertanggal, 22 Maret 2012.
- Sembiring, Tifatul. 2014. *Peraturan menteri komunikasi dan informatika republik Indonesia Nomor.19 Tahun*



*2014 tentang penanganan situs  
internet bermuatan negative:*  
Jakarta: Kominfo, menteri  
komunikasi dan informatika  
republik indonesia, diakses pada  
tahun 23 Juli 2016.