

MELEK MEDIA (MENGEMBALIKAN MEDIA DALAM RANAH PUBLIK/RAKYAT)

Oleh: Kamaruddin Hasan

http://m.beritahukum.com/detail_berita.php?judul=Melek+Media+%28Mengembalikan+Media+Dalam+Ranah+Publik%2FRakyat%29&subjudul=Media

Sunday 27 Jul 2014 21:13:02



Ilustrasi. Media.(Foto: Istimewa)

MEDIA MASA pada dasarnya dilahirkan, dihidupkan dan dijalankan oleh publik atau rakyat. Negara yang melahirkan payung hukum, pasar ekonomi yang menghidupkannya dan public/rakyat sebagai pemiliknya. Keseimbangan dan sinersitas ranah media diantara tiga kepentingan besar; negara/politik, pasar ekonomi dan publik/rakyat menjadi penting dewasa ini.

Mengingat, pertama, menipisnya kepercayaan publik terhadap wujud dan isi media dewasa. Wujud isi media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan politik, ekonomi pemilik dan pendapatan media itu sendiri, hal ini akan berimplikasi pada kualitas dan kuantitas demokrasi di nusantara.

Kedua, lemahnya literasi media/melemahnya kekuatan atau keberdayaan public/rakyat terhadap semua produk sajian media. Ketiga, kecenderungan bersatunya kepentingan negara/politik dengan pasar ekonomi media yang meminggirkan kepentingan publik/rakyat dan keempat, menguatnya pasar ekonomi media, yang bahkan melemahnya kekuatan Negara. Dalam hal ini pihak yang senantiasa diuntungkan tentu saja media massa, publik/rakyat akan tetap dieksploitasi, dikomodifikasi, untuk dijual dengan harga mahal perusahaan iklan.

Sebagaimana pandangan Prof. Vincent Moscovici, dalam political economy media theory nya, bahwa industri media dikuasai hanya beberapa korporasi nasional dan global yang menghegemoni publik/rakyat demi kepentingan ekonomi politik. Ketika para pihak berkuasa secara ekonomi dan politik yang justru pemilik media dan terlibat dalam politik praktis, maka kecenderungan yang muncul adalah mengabaikan kepentingan publik/rakyat.

Media sudah terjerumus terlalu dalam ke permainan politik oligarki, monopoli dan hegemoni sehingga publik/publik berada dalam persimpangan. Mestinya media dalam sistem yang demokratis yang di idealkan negara ini dapat berfungsi sebagai arena ruang publik yang sehat dan menyangatkan. Dimana seluruh public/rakyat dapat berinteraksi, bertukar pikiran, dan berdebat tentang masalah-masalah publik. Dengan catatan seperti Sudibyo, 20014 sampaikan, proses ruang publik/rakyat tersebut tanpa ada kerisauan terhadap intervensi penguasa politik dan ekonomi, karena potensi demokrasi sehat tercipta dalam ruang publik tersebut.

Mesti diakui, media massa selain membawa dampak positif yang besar bagi kehidupan publik/rakyat, juga membawa dampak negatif yang besar bagi publik/rakyat. Pesatnya pertumbuhan media dewasa ini memang di satu sisi membanggakan dengan banyaknya pilihan media. Informasi yang dapat dikonsumsi dan diakses publik/rakyat kapan saja dan dimana saja. Namun sisi lain, lahirnya media dengan berbagai bentuk, jenis dan tujuan serta isi yang disajikan juga mempunyai dampak negative bagi kehidupan publik/rakyat.

Bahkan dapat menjerumuskan public/rakyat semakin tidak berdaya, dengan melahirkan budaya konsumtif, budaya pop, budaya rendah, dengan nilai-nilai materialistis, individualisme, hedonistik, melalui hiburan-hiburan kurang mendidik, tidak berbobot, memanjakan selera sesaat, bahkan terkesan membodohi dan memperlakuk public/rakyat. Termasuk hadirnya pasar kapitalisme neoliberal yang dapat menciptakan ancaman bagi nilai-nilai budaya nusantara, nilai-nilai multikultural yang hendak dibangun.

Keprihatinan ini terhadap dampak negatif dan dominasi media dalam kehidupan public/rakyat bukan hanya diperdebatkan atau dimonopoli negara-negara berkembang dengan pertumbuhan industri media begitu pesat seperti negara ini. Bahkan negara-negara maju juga menghadapi permasalahan serupa. Karena memang, media massa bukan ruang hampa yang bebas nilai. Media adalah ajang kontestasi antara berbagai kepentingan yang berusaha merebut ruang publik/rakyat bahkan memonopoli dan menghegemoni ruang publik/rakyat.

Publik/Rakyat Melek Media

Solusi dalam menghadapi booming media massa yang cenderung menyajikan wujud isi yang dapat membawa dampak negatif bagi public/rakyat dengan melek media atau media literacy dengan perspektif inokulasi. Perspektif Inokulasi menjadi salah satu pilihan atau solusi bagi public/rakyat dalam menghadapi pesatnya arus media massa. Dan Inokulasi menjadi salah pendekatan komunikasi yang populer dewasa ini.

Publik/rakyat perlu diinokulasi dengan suntikan imunitas melek media tertentu. Sehingga Publik/rakyat akan terhindar dari dampak negatif atau virus negatif dari produk media. Inokulasi merupakan sebuah tindakan intervensi dalam melindungi public/rakyat dari bahaya virus negative media.

Konsep yang ditawarkan oleh Livingstone, 2003, yaitu media literacy atau melek media. Melek media dikonsepsikan sebagai ketrampilan untuk memahami sifat komunikasi, khususnya dalam hubungannya dengan telekomunikasi dan media massa. Konsep ini diterapkan pada beragam gagasan yang berupaya untuk menjelaskan bagaimana media menyampaikan pesan-pesan, dan mengapa demikian. Publik/rakyat, kontak dengan media menjadi sesuatu yang esensial tak terhindarkan. Melek media merupakan sebuah ketrampilan yang diperlukan oleh public/rakyat dalam berinteraksi secara layak, wajar, cerdas, kritis, dan tentu dengan rasa percaya diri yang tinggi ketika berhadapan dengan media.

Kemampuan public/rakyat dalam melihat, membaca, menonton, mendengar, menulis, secara kritis dengan kemampuan menggunakan berbagai teknologi komunikasi yang ada. Oleh Livingstone, konsep ini dijabarkan dalam beberapa kriteria antara lain; kecakapan untuk membaca dan memahami isi media secara subjektif, yang meliputi: kecakapan untuk memahami ragam karakteristik media dalam menyampaikan informasi, kecakapan untuk menganalisis, mengevaluasi, dan secara kritis memeriksa media dalam sebuah konteks sosial, serta memilih informasi yang disampaikan oleh media, kecakapan untuk mengakses dan menggunakan media, kecakapan untuk menyeleksi, mengoperasikan, dan secara aktif memanfaatkan perangkat-perangkat media dan kecakapan untuk berkomunikasi melalui media, khususnya suatu kecakapan komunikasi interaktif selanjutnya kecakapan untuk mengekspresikan gagasan-gagasan pribadi melalui media dengan suatu cara yang dapat dipahami oleh penerima pesan.

Tujuan utama adalah agar publik/rakyat tidak galau atau gamang ketika berhadapan dengan media, dengan tidak menganggap media segalanya dalam kehidupan ini, menjadikan rakyat/publik tidak tunduk di depan media, maka dengan demikian dapat memanfaatkan media sesuai dengan keperluannya public/rakyat.

Selanjutnya sebagai landasan tentang melek media atau media literacy bagi public/rakyat, perlu dipahami konsep-konsep dasar dari melek media tersebut, antara lain: bahwa pada dasarnya semua media hasil konstruksi. Media tidak menampilkan refleksi riil dari realitas eksternalnya. Media menampilkan hasil konstruksinya terhadap realitas yang sudah diatur secara sedemikian rupa dengan proses yang rumit sesuai dengan kebijakan dan pilihan media massa, artinya melek media ini mencoba melakukan dekonstruksi atas konstruksi realitas dari media.

Melek media, bermaksud menanamkan kesadaran publik/rakyat bahwa medialah yang selama ini telah mengonstruksi realitas, bukan public/rakyat sendiri. Melek media berupaya mengembalikan kuasa konstruksi realitas yang selama ini dilakukan oleh media, kepada rakyat/public sendiri selaku pemilik realitas.

Melek media, akan memahami bagaimana media melakukan proses konstruksi realitas, sehingga public/rakyat bisa mengenali preconstruction reality atau realitas yang belum dikonstruksi oleh media. Melek media, public/rakyat menegosiasikan makna dalam media. Memberikan makna yang berbeda pada apa yang diperolehnya dari media.

Setuju, tidak setuju, tidak berpendapat, semua adalah bagian dari proses negosiasi Publik/rakyat pada media, tentu didasarkan pada latar belakang nilai-nilai yang dianut, budaya, keluarga, preferensi sikap, faktor gender, dan lain-lain.

Kesadaran akan implikasi-implikasi komersial, dasar ekonomi produksi media dan bagaimana hal itu berimplikasi pada isi, teknik, serta distribusi. Mesti dipahami bahwa produksi media sebuah bisnis yang bertujuan akhir mengumpulkan kapital. Publik/Rakyat melek media akan bertanya secara mendalam seputar kepemilikan, kontrol, dan efek-efek terkait, kekuatan sosial-politik-ekonomi yang menentukan isi media tertentu.

Ada kesadaran bahwa media berisi pesan-pesan bersifat ideologis dengan nilai-nilai tertentu, dengan pemahaman tidak ada media yang bersifat netral, selalu berada dibalik bayang-bayang konsumerisme, penguatan stereotip tertentu, mempertahankan status quo budaya tertentu, peneguhan peran politis dan ideologi partai tertentu.

Kesadaran bahwa media memiliki implikasi sosial politik, ajang kontestasi kekuatan sosial politik. Media punya kekuatan yang bisa mengarahkan opini publik/rakyat pada isu-isu tertentu. Media mampu menggiring opini publik/rakyat pada kemenangan salah satu kandidat presiden-wakil presiden dalam pilpres 2014 dengan terpaan pesan-pesan politik secara terus menerus kepada public/rakyat.

McLuhan, menyebutkan, setiap media, memiliki tatabahasa tersendiri dan mengodifikasikan realitas dalam cara-cara yang unik yang berbeda setiap media. Dengan peristiwa yang serupa, media bisa melaporkan dengan kemasan pesan berbeda-beda. Maka setiap media memiliki bentuk estetika yang unik, ekspresi keindahan setiap media berbeda-beda, dan public/rakyat dimungkinkan untuk menikmati semuanya, kendati kesan dan preferensinya dan efeknya akan berbeda-beda.

Untuk itu melek media atau media literacy bagi public/rakyat mendesak dilakukan, dalam ranah informal maupun formal. Dalam ranah formal dapat diwujudkan melalui lembaga-lembaga pendidikan dalam semua tingkatan. Dengan harapan tidak hanya dilakukan secara temporer namun dilakukan secara regular terstruktur. Memperbanyak forum-forum diskusi, seminar, sosialisasi media konvensional maupun media baru perlu dilakukan pada semua lapisan publik, terutama generasi muda. Juga dapat dilakukan dengan memasukkan pelajaran melek media atau literasi media ke dalam kurikulum sekolah-sekolah, saya kira pada semua tingkatan sekolah termasuk perguruan tinggi khusus pada jurusan yang belum memasukkan matakuliah melek media/ literasi media.

Publik/rakyat sebagai pemilik ruang, memiliki hak atas informasi yang baik dan benar, lembaga-lembaga yang dipercaya KPI, Dewan Pers dll untuk lebih kritis menganalisa media. Publik/rakyat perlu memperbanyak, memperbesar jaringan pemantauan, mengkaji media, meningkatkan partisipasi aktif dalam proses kebijakan tentang media termasuk konvergensi Telematika.

Dengan tetap menjaga dan mempertahankan Media sebagai salah satu Pilar Demokrasi.(kh/bhc/sya)

*Penulis adalah Dosen Ilmu Komunikasi, Fisip, Unimal Aceh

Ketua Development for Research and Empowerment - DeRE-Indonesia

(Sekolah Menulis & Kajian Media -SMKM-Atjeh dan Atjeh Analyst Club-A2C)

Email: kamaruddin.unimal@gmail.com, kamaruddinkuya76@gmail.com

HP. 0813 9502 9273, www.kamaruddinhasan.com, www.dereindonesia.com