

PENGUATAN PERAN MASYARAKAT DALAM PENGAWASAN ISI SIARAN TELEVISI MELALUI FMPMS

*Robeet Thadi**

Abstract

To increase public participation in monitoring broadcast content, people can organize themselves to form a group of people aware of the media. The monitor is a community group based on that broadcast frequencies are public property and should be best utilized for the benefit of society. There are at least two things that can be done to foster strengthening the role of the community in the supervision of broadcast content, through the socialization of media literacy programs and coordinate with the relevant stakeholders on the Control of Broadcast Content. In addition to aiming to participate in monitoring the behavior of broadcast media, media literacy program is also intended to provide education to the public media in order to pick and choose the broadcast sound.

Kata Kunci: *pengawasan, isi siaran, televisi, masyarakat*

Pendahuluan

Televisi saat ini banyak dieksploitasi dari pengguna jasa untuk menyampaikan berbagai macam kepentingan seperti politik, bisnis, ideologi, kesehatan dan lain sebagainya. Sekian banyak tayangan yang ada ditelvisi, sebagian besar masih berorientasi pada bisnis, tayangan kekerasan misalnya, banyak dimanfaatkan sebagai komoditas yang menguntungkan dari dunia hiburan. Keseluruhan tayangan kekerasan, kekerasan fisik adalah yang paling banyak terjadi yaitu sebanyak 839 kejadian, atau 79,4% dari seluruh kejadian tayangan kekerasan. Tayangan kekerasan non fisik mencapai angka 218 kejadian, atau 20,6% dari seluruh kejadian tayangan kekerasan selama periode 2015. Berdasarkan laporan tahunan KPI tahun 2015 materi yang paling banyak diadakan adalah mengenai tema/alur/format acara (17,32%). Selanjutnya secara berturut-turut adalah mengenai siaran yang

tidak mendidik (10,03%), muatan kekerasan (6,76%), jam tayang yang tidak tepat (5,6%), dan muatan seks (5%).¹ Bila dihitung, masih sedikit jumlah stasiun televisi yang memperhatikan unsur pendidikan bagi pemirsanya. Padahal melalui nilai-nilai yang ditanamkan lewat televisi, akan memberikan kesan tersendiri pada pemirsa dan berpengaruh pula terhadap pola sikap seseorang.

Diantara isu penyiaran yang menarik perhatian dan menjadi sorotan masyarakat adalah masalah isi siaran televisi yang kurang ramah terhadap anak. Hal ini penting karena sebagai media yang paling banyak dikonsumsi anak, sudah seharusnya televisi mampu membebaskan dirinya dari segala macam bentuk kekerasan. Televisi merupakan media penting bagi anak-anak untuk menginternalisasikan nilai-nilai sosial tertentu di masyarakat. Arti penting melindungi anak

* Penulis adalah Dosen Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu

dari dari informasi kekerasan ditegaskan melalui pasal 28 B ayat (2) UUD 1945 Amandemen serta UU No.23 /2002 tentang perlindungan anak dan UU No.32 /2002 tentang penyiaran.²

Berdasarkan UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran menyebutkan; Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia.

Bab IV Pasal 52 Undang-Undang Penyiaran mengatur tentang peran serta masyarakat yaitu:³

- 1) Setiap warga negara Indonesia memiliki hak, kewajiban, dan tanggung jawab dalam berperan serta mengembangkan penyelenggaraan penyiaran nasional.
- 2) Organisasi nirlaba, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan kalangan pendidikan, dapat mengembangkan kegiatan literasi dan/ atau pemantauan Lembaga Penyiaran.
- 3) Masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat mengajukan keberatan terhadap program dan/atau isi siaran yang merugikan.

Untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam pemantauan isi siaran, masyarakat bisa mengorganisir diri untuk

membentuk kelompok masyarakat sadar media. Pembentukan kelompok masyarakat pemantau ini didasari bahwa frekuensi siaran merupakan milik publik dan harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk kepentingan masyarakat. Seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 bahwa “frekuensi adalah milik publik, dikelola oleh negara dan dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk kepentingan masyarakat”. Konsekuensi dari hal tersebut, maka Lembaga Penyiaran (baik televisi maupun radio) diberi mandat untuk menggunakan frekuensi namun harus tetap mementingkan kepentingan publik. Namun akibat kepentingan bisnis, Lembaga Penyiaran berpotensi melakukan penyimpangan melalui program siaran yang disajikan.

Tanpa dikontrol media massa akan sering kelewat batas. Tanpa diawasi media bisa melenceng dari ekspektasi rakyat. Dan tanpa dikritisi, media massa selalu merasa benar. Teori Norma Budaya (*Cultural Norms Theory*) dari Melvin DeFleur,⁴ menjelaskan bahwa media massa berpotensi untuk menanamkan nilai-nilai tertentu, yang tanpa disadari oleh konsumennya (*public*) sehingga lambat laun nilai tersebut akan menjadi budaya yang diterima umum oleh masyarakat. Ketika budaya yang ditanam adalah budaya kebaikan (*makruf*), tentu patut didukung. Tetapi sayang, kebanyakan isi penyiaran kita

diwarnai oleh tayangan yang tidak mendidik, sehingga potensi tertanamnya nilai dan budaya kemungkarannya sangat terbuka.

Mengawasi media penyiaran tidak cukup dengan cara-cara parsial, di mana setiap komponen bangsa melakukan sendiri-sendiri tanpa ada koordinasi yang baik di antara mereka. Lembaga Independen seperti KPID harus berkolaborasi dengan masyarakat dalam membangun tradisi pengawasan yang baik dan konstruktif agar lembaga penyiaran lebih sehat dan konstruktif bagi masyarakat atau konsumennya.

Pola Relasi Media Dan Masyarakat

Istilah 'media massa' memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja di masyarakat, dengan skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun lalu dan tetap dipergunakan hingga saat ini, seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, internet dll. Internet adalah salah satu media baru yang bersifat individual, lebih beragam (*diversified*) dan lebih interaktif. Walaupun media baru menunjukkan pertumbuhan yang cepat, namun belum terlihat tanda-tanda bahwa media massa 'lama' akan berkurang perannya dibandingkan sebelumnya. Perannya tetap bertahan dengan cara terus menerus menambah kemampuannya dalam upaya menghadapi media baru.

Menurut Denis McQuail (2000), media massa memiliki sifat dan karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer dewasa ini. Dari perspektif politik, media massa telah menjadi elemen penting dalam proses demokratisasi karena menyediakan arena saluran bagi debat publik, menjadikan calon pemimpin politik dikenal masyarakat dan juga berperan menyebarkan berbagai informasi dan pendapat.⁵

Dari perspektif budaya, media massa, telah menjadi acuan utama untuk menentukan definisi-definisi terhadap suatu perkara, dan media massa memberikan gambaran atas realitas sosial. Media massa juga menjadi perhatian utama masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan menyediakan lingkungan budaya bersama bagi semua orang. Peran media massa dalam ekonomi juga terus meningkat bersamaan dengan meningkatnya pertumbuhan industri media, diversifikasi media massa dan konsolidasi kekuatan media massa di masyarakat.⁶

Sulit untuk menitik garis yang jelas antara teori media massa dan teori masyarakat. Media merupakan media lembaga sosial yang terpisah, namun berada dalam masyarakat. Media memiliki aturan-

aturan dan tindakan sendiri, namun demikian media massa harus memiliki batasan (ruang lingkup) yang jelas terhadap masyarakat yang lebih luas. Sejalan dengan semakin meningkatnya aktivitas media, peran ekonominya yang semakin besar dan kekuatannya secara informal, media massa pada akhirnya akan tetap bergantung pada masyarakat, walaupun lembaga ini memiliki kedudukan independen.

Hubungan antara media dan masyarakat pada dasarnya akan bergantung pada waktu dan tempat dimana media massa itu berada. Media massa di berbagai negara pada dasarnya memiliki perkembangan yang berbeda-beda, tergantung pada sistem ekonomi dan politik negara tersebut. Media massa di negara-negara yang memiliki sistem kemasyarakatan yang tidak terlalu individualistik, komunal, religius dan tidak terlalu sekuler biasanya memiliki media massa yang berbeda dengan negara-negara Barat dengan sistem politik dan ekonomi yang lebih liberal. Bahkan memiliki teori dan praktik media yang berbeda pula.

Berkaitan dengan pola relasi media dan masyarakat, akhir-akhir ini menunjukkan adanya model relasi *mutual dependensi*. Media membutuhkan masyarakat sebagai sumber berita, sementara masyarakat memerlukan media sebagai referensinya. Dalam konteks relasinya dengan media massa, publik/

masyarakat dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis kelompok:

Relasi media dan masyarakat tergambar oleh McQuail⁷ dalam modelnya yang menjelaskan betapa banyaknya kepentingan yang berada di sekeliling media massa yang akan menentukan (mempengaruhi) mekanisme operasional dalam menjalankan fungsi dan tujuannya. Masyarakat/bangsa misalnya menginginkan media massa menjadi sarana pemeliharaan integrasi bangsa dan membantu menyosialisasikan dan mewujudkan tujuan dan program bangsa. Bagi kelas dominan menginginkan media massa sebagai sarana pelanggaran kekuasaan dengan terus mempublikasikan (kebaikan dan keunggulan) kelompoknya sembari memarjinalkan kelompok-kelompok lain yang dianggap mengancam eksistensi dominasi dan kekuasaannya.

Tujuan yang agak berbeda berasal dari pemilik media. Bagi pemilik media, media massa dianggap sebagai lahan bisnis yang dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi. Sedangkan khalayak media hanya mengharapkan media dapat menjadi sumber informasi yang dapat diakses oleh mereka dengan cepat, akurat, dan terpercaya. Khusus bagi komunitas masyarakat yang lemah, media diharapkan sebagai sarana kontrol bagi setiap kebijakan dan praktik kehidupan yang menyimpang sehingga dapat terwujud perubahan.

Proses interaksi yang terjadi antara media massa dengan berbagai kepentingan yang ada, pada tataran praktis tidak selalu menghasilkan sebuah kepercayaan, kerjasama atau hubungan yang harmonis. Benturan-benturan yang terjadi di antara mereka seringkali terjadi. Hal ini menandakan bahwa dalam hubungan tersebut terdapat dinamika yang akan membentuk proses “tawar-menawar”. McQuil masih secara umum mengklasifikasi masyarakat dalam hubungannya dengan media massa. Bila menggunakan pola relasi yang terkait dengan pengawasan, maka paling tidak kelompok masyarakat dapat dikategorikan ke dalam empat kelompok, yakni:

Pertama, kelompok **oportunistis-pragmatis**. Kelompok ini bisaanya menjadikan media massa sebagai sarana untuk mewujudkan kepentingan-kepentingan pragmatisnya seperti di bidang politik dan ekonomi. Masyarakat yang termasuk dalam kategori ini tidak terlalu peduli dengan upaya mengeritik atau mengontrol kualitas media atau jurnalis, yang penting tujuan dan target (personal maupun kelompok) dapat dipenuhi oleh media.

Kedua, **kelompok konsumtif**. Di antara ciri masyarakat yang termasuk dalam kategori ini adalah masyarakat yang pasif dan taklid buta dengan apapun yang ada/disampaikan oleh media. Media massa dijadikan sebagai penghibur dirinya, tapi

sedikitpun memiliki naluri untuk melakukan upaya kritis terhadap isi media. Kepuasan kelompok ini terwujud ketika media dapat menyuguhkan acara/isi yang memuaskan kebutuhan informasi dan hiburan baginya.

Ketiga, kelompok **akademis-produktif**. Kelompok ini merupakan kumpulan orang-orang yang menjadikan media sebagai sarana untuk menyalurkan ide dan pikirannya, baik atas permintaan media massa maupun karena inisiatif sendiri dengan secara pro-aktif menyampaikan ide dan gagasannya ke media massa. Kelompok ini berusaha untuk mewarnai media massa agar lebih berkualitas lewat tulisan dan pemikirannya. Tidak sedikit media massa yang sengaja meminta kelompok ini sebagai ‘jualan’ atau sebagai taruhan demi terbangun pencitraan sebagai media yang berkualitas.

Keempat, **kelompok kritis**. Masyarakat yang termasuk dalam kategori ini merupakan sekumpulan orang yang secara intensif melakukan kontrol dan pengawasan terhadap setiap kinerja media dan jurnalis. Masyarakat dalam kategori ini biasanya tergabung dalam suatu wadah/ lembaga tertentu, tetapi terkadang juga dilakukan secara personal. Selain melakukan upaya koreksi secara langsung lewat berbagai wadah/forum, kritik juga dilakukan lewat media-media alternatif yang secara khusus diarahkan untuk memberikan kritik konstruktif bagi kinerja media dan jurnalis yang tidak profesional.

Dalam upaya kontrol dan pengawasan pada isi siaran media penyiaran, keempat kelompok di atas mempunyai kapasitas yang berbeda. Kelompok pertama hanya melakukan kontrol yang relevan dengan kebutuhannya (tanpa berpretensi untuk menjadikan kepentingan masyarakat sebagai tujuan pengontrolannya). Kelompok kedua sama sekali tidak dapat diharapkan untuk melakukan kontrol, apalagi kritis terhadap setiap suguhan media yang mereka nikmati.

Sementara kelompok ketiga tidak secara aktif melakukan kontrol, dan tidak lebih hanya sekadar melakukan upaya mewarnai media agar lebih berkualitas. Kelompok akademis produktif juga dapat melakukan proses pembinaan dan kontrol dengan caranya sendiri. Mereka terus menerus melakukan penguatan dan pewarnaan terhadap wajah media. Kelompok ini melakukan kontrol di dalam. Namun mereka biasanya lebih banyak mengeritik realitas lain (selain media) lewat media, tanpa berani menyentuh wilayah media itu sendiri (mengeritik media dan jurnalis). Pada kelompok terakhirlah (kelompok kritis) inilah yang banyak diharapkan bisa memerankan fungsi kontrol terhadap media massa. Kelompok ini banyak melakukan kontrol dan kritik di luar media, dan bahkan berpotensi untuk menggerakkan publik agar menjadi konsumen media kritis.

Penguatan Peran Masyarakat Dalam Pengawasan Isi Siaran

Media melalui isi pesan melaksanakan strategi pembingkaihan, yang menyoroti aspek-aspek tertentu dan mengabaikan aspek-aspek lain dalam memandang kenyataan. Isi pesan media massa sangat tergantung pada ekonomi mereka serta kepentingan ideologis mereka. Strategi media diimplementasikan secara halus agar tidak disadari oleh publik.

Menjadikan media lebih ideal dan jurnalis yang profesional bukanlah upaya mudah. Diperlukan proses panjang dan komprehensif dengan melibatkan semua kalangan untuk bisa mewujudkan hal tersebut. Masyarakat dapat mengambil peran secara kultural dalam mengawasi perilaku media penyiaran.

Jalur Kultural merupakan mekanisme kontrol terhadap media massa yang dilakukan oleh masyarakat atas inisiatif sendiri tanpa ada instruksi negara atau amanat undang-undang dan aturan apapun. Wujud kontrol yang sederhana dari jalur ini adalah dengan melakukan gerakan cinta media profesional sekaligus gerakan anti media partisan dan media yang tidak profesional. Masyarakat perlu diajarkan untuk menjadi konsumen media yang cerdas dan kritis. Ketika gerakan ini meluas, maka akan terjadi seleksi alam terhadap media. Hanya media yang profesional yang dicintai dan dikonsumsi rakyat, sehingga

akan terus bertahan hidup. Media yang dicintai rakyat otomatis dicintai pemodal/pengiklan. Sebaliknya media yang ditinggalkan rakyat akan perlahan-lahan 'mati'. Dalam tradisi *ratting*, hukum ini masih berlaku, di mana pemilik televisi dan pemilik modal/pengiklan menjadikan angka *ratting* sebagai kiblatnya.

Di samping gerakan kultural sederhana seperti di atas, diperlukan juga gerakan kultural yang *tersistimatisasi* dalam sebuah aktivitas kelompok terorganisir. Peran ini bisa dilakukan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) atau lembaga independen non-pemerintah lainnya. Selain melakukan penguatan daya kritis masyarakat terhadap media (*media literasi*), gerakan kelompok ini juga diharapkan dapat melakukan pembacaan/riset yang kontinyu untuk melihat gerak kecenderungan media massa termasuk perilaku jurnalis. Ketika masyarakat terus diceraikan (cerdas dan kritis) dan gerakan kontrol komunitas independen seperti LSM semakin diintensifkan, maka akan semakin banyak pengontrol/pengawas media, sehingga pada akhirnya akan mempersempit ruang mereka (media dan jurnalis) untuk bersikap tidak profesional.

Selanjutnya pola *pengawasan bersama* dan *koordinatif* antara lembaga independen seperti KPID dengan masyarakat. Paling tidak pola ini dapat terlihat dari adanya keinginan masyarakat

untuk melaporkan perilaku media siaran yang mereka anggap bertentangan dengan nilai yang ada, dan adanya kemauan KPID untuk memproses aduan masyarakat tersebut.

Pola kolaborasi juga diwujudkan dalam bentuk saling memperkuat dan mendukung. Masyarakat memberi dukungan pada KPID Bengkulu untuk melaksanakan tugasnya dengan baik, termasuk mengontrolnya agar tidak melenceng dari amanah undang-undang penyiaran. KPID Bengkulu juga melakukan pembinaan dan literasi kepada masyarakat agar menjadi masyarakat yang kritis terhadap perilaku media massa.

Berdasarkan uraian di atas, setidaknya ada dua hal yang bisa dilakukan dalam menumbuhkan penguatan peran masyarakat dalam pengawasan isi siaran, melalui program sosialisasi literasi media dan bekoordinasi dengan stakeholder terkait tentang Pengawasan Isi Siaran. Di samping bertujuan untuk berpartisipasi dalam mengawasi perilaku media penyiaran, program literasi media juga dimaksudkan untuk memberikan pendidikan media kepada masyarakat agar bisa memilah dan memilih siaran yang sehat. Masyarakat yang sudah tercerahkan lewat program literasi, diharapkan dapat secara langsung memantau siaran-siaran tersebut dan apabila menemukan pelanggaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran bisa melaporkan ke KPID. Dengan mengadakan

pendidikan media kepada masyarakat diharapkan untuk menjadi masyarakat yang berpartisipasi dalam memilah dan memilih siaran yang sehat serta melaporkannya secara proaktif kepada KPID atas pelanggaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran.

Literasi media sangat penting bagi khalayak dalam menambah pengetahuan tentang media. Menurut Intania Poerwaningtias, dkk.,⁸ literasi media hadir sebagai benteng bagi khalayak agar kritis terhadap isi media, sekaligus menentukan informasi yang dibutuhkan dari media. Lebih lanjut dijelaskan bahwa literasi media memberikan panduan tentang bagaimana mengambil kontrol atas informasi yang disediakan oleh media. Semakin media literate seseorang, maka semakin mampu orang tersebut melihat batas antara dunia nyata dengan dunia yang dikonstruksi oleh media. Hal ini berarti khalayak akan mempunyai peta yang lebih jelas untuk membantu menentukan arah dalam dunia media secara lebih baik.

Literasi media diperlukan agar masyarakat sebagai khalayak media memiliki otoritas untuk secara aktif memilah dan memilih tayangan media, sehingga apabila terdapat sajian yang hanya menonjolkan sensasi, maka khalayak bisa menolaknya. Lebih dari itu, khalayak yang melek media bisa memberikan punishment kepada media yang bersangkutan dengan tidak menontonnya atau beralih ke tayangan lain.

Berikut akan dipaparkan tentang tingkatan keterampilan literasi media yang dikemukakan Baran,⁹ yaitu: a) kemampuan dan keinginan untuk berusaha memahami dan mengerti *content* media, memperhatikannya, dan menyaring hal-hal yang tidak layak, b) pemahaman terhadap kekuatan pesan dalam media, c) kemampuan untuk membedakan antara reaksi emosional ketika mengonsumsi pesan media dan dalam bertindak dengan menyesuaikan apa yang ada di media, d) terus berkembang dan bertambahnya ekspektasi terhadap content media. e) memiliki pengetahuan tentang genre-genre tayangan yang sudah ada dan kemampuan untuk mengenalinya ketika beberapa genre digabung menjadi satu program tayangan, f) kemampuan untuk berpikir kritis atas pesan dalam media. g) memiliki pengetahuan tentang karakter bahasa yang digunakan tiap-tiap media yang berbeda.

Pendapat di atas didukung oleh pendapat Elizabeth Thoman dalam Intan Poerwaningtias, dkk.,¹⁰ bahwa ada tiga fase menuju tercapainya kemampuan kritis yaitu: *pertama*, memiliki kemampuan untuk mengatur jumlah waktu yang dihabiskan guna mengakses media (diet media) dan kemampuan membuat pilihan media yang akan diaksesnya. Dalam hal ini, tidak hanya mengurangi jam menonton televisi saja tetapi masyarakat juga harus selektif terhadap media yang diakses dengan nilai

kebermanfaatan yang positif bagi dirinya. *Kedua*, memiliki kemampuan menonton secara kritis dengan selalu berusaha ingin tahu kerangka atau bingkai kepentingan apa sebuah tontonan diproduksi. Dalam hal ini, masyarakat diharapkan dapat menilai adanya kepentingan apa media yang ditayangkan seperti kepentingan politik, sosial atau lainnya. *Ketiga*, kemampuan mengidentifikasi siapa yang memproduksi tontonan, untuk tujuan apa, siapa yang akan diuntungkan, siapa yang dirugikan dan siapa yang memutuskan acara tertentu ditayangkan serta kemampuan untuk menyadari bahwa ada kekuatan ekonom politik sosial yang mengendalikan proses produksi isi media.

Literasi media tidak hanya membantu khalayak mempelajari segi-segi produksi, tetapi juga mempelajari kemungkinan apa saja yang bisa muncul akibat kekuatan media. Bartelsmann dan AOL Time Warner dalam Apriadi Tambaruka,¹¹ menyatakan bahwa kontribusi literasi media pada pengetahuan khalayak tentang media adalah sebagai berikut:

Pertama, Literasi teknologi: kemampuan memanfaatkan media baru seperti internet agar bisa memiliki akses dan mengkomunikasikan informasi secara efektif. *Kedua*, literasi informasi, kemampuan mengumpulkan, mengorganisasikan, menyaring, mengevaluasi dan membentuk opini berdasarkan hal-hal tadi. *Ketiga*, kreativitas media; kemampuan yang terus

meningkat pada individu dimanapun berada untuk membuat dan mendistribusikan isi kepada khalayak berapapun ukuran khalayak. Keempat, tanggung jawab dan kompetensi sosial, kompetensi untuk memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi publikasi secara online dan bertanggung jawab atas publikasi tersebut khususnya pada anak-anak.

Potter,¹² juga mengungkapkan bahwa terdapat empat kemampuan untuk melakukan interpretasi makna pesan yang dapat berkontribusi pada pengetahuan khalayak tentang media yakni pertama, analisis berkenaan dengan kemampuan untuk melakukan break down pesan ke dalam elemen-elemen yang mempunyai makna. Semakin baik misalnya pengetahuan tentang bentuk-bentuk narasi, motif-motif industri, dan konvensi pesan akan membuat audiens lebih mempunyai kemampuan untuk melakukan analisis secara lebih mendalam.

Kedua, memperbandingkan atau memperlakukan adalah kemampuan untuk membandingkan elemen-elemen yang telah di *break down* dengan elemen-elemen yang ada dalam struktur pengetahuan. Elemen-elemen yang sesuai dengan struktur pengetahuan akan dibandingkan, sedangkan elemen-elemen yang berbeda akan dikontraskan. Jika banyak elemen yang berbeda, dapat menambahkan beberapa elemen ke dalam struktur pengetahuan, sedangkan jika banyak pesan yang ternyata sesuai dengan

struktur pengetahuan, maka tidak ada sesuatu yang baru ditambahkan dalam struktur pengetahuan. Hal ini berarti struktur pengetahuan tidak mengalami perubahan.

Ketiga, evaluasi, yakni pembuatan penilaian terhadap elemen-elemen yang berharga (*making assessment of the worth of an element*). Sebagai contoh pada informasi kognitif, audiens mengidentifikasi fakta dalam pesan media dan membandingkannya dengan fakta yang berada dalam struktur pengetahuan. Jika fakta dalam pesan sesuai dengan fakta yang berada dalam pesan tersebut akurat. Dalam hal ini kriteria yang digunakan adalah akurasi. Keempat, abstraksi, yakni kemampuan meringkas, deskripsi yang akurat tentang suatu hal. Kemampuan abstraksi ini memerlukan analisis pesan sebagai langkah awal melakukan identifikasi terhadap bagian-bagian komponen tersebut.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa literasi media sangat penting bagi khalayak dalam menambah pengetahuan tentang media. Dengan literasi media, khalayak akan memiliki kontrol dan kemampuan kritis terhadap konten media.

Sosialisasi literasi media dalam rangka memberikan pengetahuan tentang literasi media khususnya media televisi dimaksudkan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang bagaimana menonton televisi secara benar sehingga mampu memilih dan menilai isi siaran televisi secara cerdas

dan kritis serta memperoleh manfaat ketika menonton siaran televisi.

Sosialisasi literasi media juga dimaksudkan memberikan wawasan bagaimana media mampu mempengaruhi pemirsanya sehingga masyarakat diharapkan mampu menyikapi media dengan benar, memilih program yang sesuai dengan kebutuhannya atau kebutuhan keluarganya, secara bertahap dan disiplin dapat mengatur pola konsumsi menonton program siaran televisi dilingkungan keluarga sesuai usia, menonton siaran yang baik dan bermanfaat. Literasi media yang disampaikan kepada masyarakat yaitu program siaran yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Siaran televisi dan radio yang dilarang antara lain mengandung unsur kekerasan, pornografi dan lainnya.

Pengawasan isi siaran adalah hak, kewajiban dan tanggungjawab bersama baik pemerintah maupun seluruh lapisan masyarakat dan merupakan amanah Pasal 52 Undang Undang No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Pengawasan isi siaran bertujuan mendorong lembaga penyiaran mentaati P3 dan SPS sehingga menghasilkan program siaran yang berkualitas dan membawa manfaat bagi publik.

Setelah P3 dan SPS 2012 diluncurkan, KPI Pusat secara konsisten berusaha melaksanakan pengawasan isi siaran dengan berpedoman pada P3 dan SPS 2012. Pengawasan isi siaran dilakukan mekanisme

penanganan pengaduan masyarakat dan pemantauan isi siaran. Pada tahun 2012 KPI Pusat menerima jumlah pengaduan publik yang jauh lebih besar mengenai isi siaran dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Jumlah pengaduan publik yang meningkat ini menunjukkan beberapa hal. Pertama, publik makin tinggi daya kritisnya tentang isi siaran sehingga ketika ada isi siaran yang dinilai tidak pantas, bermasalah atau melanggar aturan, maka publik mengadakan isi siaran tersebut. Kedua, publik makin memahami bahwa jalur yang tepat untuk mengadakan siaran yang bermasalah adalah ke KPI. KPI Pusat mengapresiasi makin tingginya kesadaran publik untuk mengadakan siaran bermasalah ke KPI, termasuk untuk siaran jurnalistik. Berbeda dengan pengaduan publik tahun-tahun lalu yang umumnya menempatkan sinetron serial sebagai jenis acara yang paling banyak diadakan.

Selain melalui literasi media, penguatan peran masyarakat dalam pengawasan isi siaran melalui koordinasi dan pembentukan Forum Masyarakat Peduli Media Sehat atau Kelompok Masyarakat Peduli Siaran (KMPS), dari koordinasi tersebut terbentuk skema kerjasama dimana masing-masing pihak memiliki perannya masing-masing. KPID berperan dalam pembekalan terhadap kelompok pemantau siaran, Kelompok masyarakat pemantau siaran berperan sebagai agen pengawasan, Pemerintah dalam hal ini Dishubkominfo berperan sebagai

patner lapangan dan penertiban frekuensi/ penyiaran ilegal, mengawal isi siaran serta menyosialisasikan pentingnya peran serta masyarakat. Sehingga pada akhirnya tercipta keluarga sadar penyiaran dan terwujud isi siaran yang sehat, berkualitas dan bermartabat.

Penutup

Upaya kontrol dalam menjadikan media sebagai kekuatan demokrasi keempat akan efektif apabila semua kalangan serius dan partisipatif. Kolaborasi antara pendekatan struktural dan kultural dalam melakukan kontrol atau pengawasan terhadap media penyiaran akan mampu mengarahkan media massa sebagai media yang sehat dan konstruktif. Namun sekuat apapun kontrol yang dilakukan oleh publik dan KPID tidak akan maksimal, bila tidak ada etiket baik dari media penyiaran untuk berkomitmen dalam membenahi diri. Oleh karena itu, mendorong upaya pengawasan kolaboratif harus sejalan dengan upaya reformasi diri dari media penyiaran. sehingga akan tumbuh kesadaran dari komunitas media massa itu sendiri untuk berbenah dalam rangka menjadi media penyiaran yang sehat dan konstruktif.

Endnote

¹Diambil dari website Komisi penyiaran Indonesia, melalui www.kpi.go.id, akses 2 Februari 2016 pukul 14.40 WIB.

²Undang-Undang No. 32 tahun 2003 tentang Penyiaran

³ Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Sistem Penyiaran.

⁴ Esensi dari teori ini dikutip kembali oleh Onong Uchjana Efendi. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya. 2004, hlm. 279.

⁵ Denis McQuail (2000), *Mass Communication Theory*, 4th Edition, London: Sage Publication, hlm. 4.

⁶ Ibid

⁷ McQuil, Dennis, *Toeri Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, alih bahasa Agus Dharmawan dan amiruddin, Jakarta: Erlangga, 1987, hlm. 74

⁸ Intania Purwaningtias, *Model-model Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*, (Yogyakarta: UII, 2013), hlm. 16

⁹ Stanly J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 56-58

¹⁰ Intania Purwaningtias, *Model-model Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*, (Yogyakarta: UII, 2013), hlm. 80

¹¹ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hlm. 17

¹² Potter, W.J, *Media Literacy*. (Upper Sadler River NJ: Prentice Hall, 2005), hlm. 44-49