

Urgensi Literasi Media di Tengah Sinisme Antarsuku, Agama, Ras, dan Golongan

Advan Navis Zubaidi¹
advan@uinsby.ac.id

Abstract: This article discusses the urgency of media literacy in addressing the framing of cynicism and conflict issues between tribes, religions, races and groups carried out by the mass media in Indonesia. Specifically, this study attempts to contribute the role of media literacy in minimizing cynicism between tribes, religions, races and groups. Through text studies, this article argues that literacy is considered as science. The more educated people, the more acquired knowledge will be. It means that when people receive more information from the mass media, they will certainly be wiser. Further, to raise public awareness, a systematic way through education, both formal and non-formal, is needed. Hence, harmonious human relations could be realized, regardless of ethnic status, race, and religious belief.

Abstrak: Artikel ini membahas urgensi literasi media di tengah pusaran *framing* isu sinisme dan konflik antarsuku, agama, ras dan antargolongan yang dilakukan media massa di Indonesia. Secara spesifik studi ini ditujukan untuk mendiskusikan peran literasi media dalam meminimalisir sinisme antarsuku, agama, ras dan antar golongan. Melalui studi teks, artikel ini berpendapat bahwa literasi dianggap sebagai sebuah ilmu pengetahuan. Makin banyak masyarakat yang tercerdaskan, maka ilmu pengetahuan yang didapat pun makin berlimpah, dan ketika menerima informasi dari media massa, tentu bisa bijaksana dalam bersikap. Selain itu, dalam upaya penyadaran pada masyarakat diperlukan cara yang sistematis melalui pendidikan, baik formal maupun non formal, sehingga terwujudlah sebuah harmoni dalam hubungan antarmanusia, tanpa membedakan suku, agama ras, dan golongan.

Kata Kunci: Literasi media, framing, isu konflik, sinisme

¹ Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UINSA Surabaya

Pendahuluan

Media massa merupakan bagian penting dalam kehidupan bermasyarakat. Perilaku individu dalam berinteraksi dengan sesama, saat ini, tidak hanya dipengaruhi norma yang berlaku, tapi juga media yang ada di sekelilingnya. Bingkai media terhadap sebuah konflik, menentukan penilaian publik terhadap pihak yang bertikai (Bimo & Eriyanto, 1999). Atas dasar inilah mengapa media berperan penting dalam mereduksi sinisme yang terjadi antar suku, agama, ras, dan antar golongan.

Sepanjang tahun 2012 sampai 2014, seorang produser film asal Denmark Joshua Oppenheimer berhasil membuat dua film dengan latar tahun 1965. Film yang pertama berjudul *Jagal (The Act of Killing)* diproduksi pada tahun 2012, film ini bercerita tentang para algojo pembunuh Partai Komunis Indonesia (PKI) di daerah Sumatera Utara. Film yang kedua berjudul *Senyap (The Look of Silence)*. Masih dengan tema yang sama, kali ini film ini menjadikan keluarga korban sebagai aktor utama. Kedua film ini mendapat respon cukup beragam, sebagian masyarakat dunia menyambut baik, tetapi tidak sedikit juga yang mengecam. Salah satu bentuk apresiasi yang ditunjukkan oleh dunia adalah memasukkan film ini sebagai salah satu nominasi Oscar 2014 kategori film dokumenter.

Dalam perspektif komunikasi, film ini jelas menyuguhkan berita yang tidak berimbang, mengutip sejarah secara parsial, akibatnya, para penonton yang sebagian besar generasi ketiga dari para pelaku sejarah dengan mudah bersimpati kepada PKI, melihat mereka sebagai korban yang tidak berdaya, dan sebaliknya, memandang muslim sebagai pelaku beragama yang kejam dan bengis.²

Film menjadi sebuah media diseminasi ideologi yang halus dan nyaris tidak disadari. Beberapa konflik horizontal yang terjadi di Indonesia, juga disebabkan oleh terpaan media yang menyajikan sebuah peristiwa tidak berimbang, dan justru memupuk konflik yang sedang berlangsung. Sinisme yang dibingkai oleh media bisa secara jelas

² Ekspresi dan respon penonton semacam ini langsung dirasakan oleh penulis, Advan Navis, ketika menjadi narasumber bedah film *Senyap* di UK. Petra, 10 April 2015. Sinisme dan kebencian terhadap muslim tampak dari beberapa ungkapan dan pertanyaan yang dilontarkan

tampak pada *headline*, isi, maupun proses liputan yang dilakukan. Pada majalah *Tempo* edisi 14-21 Februari 2011 misalnya, dengan jelas tertulis di salah satu liputan beritanya “..... Semakin lama semakin jelas terlihat, Negara meninggalkan Jemaah Ahmadiyah”. Disadari atau tidak hal ini akan berpengaruh pada penilaian beberapa kelompok terhadap pemerintah.

Sisi lain, media serupa, majalah *Sabili* justru melahirkan sinisme pada jamaah *Ahmadiyah* melalui judul di *cover* depannya ‘Ahmadiyah Bukan Islam’ (Sabili, 2011). Judul inilah yang kemudian memantik reaksi kebencian sebagian besar umat Islam terhadap jamaah Ahmadiyah. Segala dampak yang dimunculkan atas sebuah pemberitaan pada dasarnya disadari betul oleh para jurnalis. Hanya saja atas kepentingan ideologi dan kepentingan institusi media, terkadang idealisme jurnalis tergadaikan (Armando, Abubakar, & Muchtadlirin, 2011).

Merujuk berbagai penjelasan di atas, maka urgensi literasi media sangat dibutuhkan masyarakat. Literasi media diartikan oleh Aufdeheide (dikutip dalam Scharrer & Ramasubramanian, 2015) sebagai kemampuan dalam mengakses, menganalisa, dan mengevaluasi sebuah pesan media yang dikemas dalam berbagai bentuk. Dalam konteks sinisme kesukuan dan konflik, literasi media secara luas dapat diartikan sebagai kecakapan masyarakat selaku konsumen media dalam memahami isu konflik yang disuguhkan dalam tayangan televisi, siaran radio, berita surat kabar, maupun pesan perantai di sosial media.

Sinisme dalam Media Massa

Dikhawatirkan, jika masyarakat tidak memiliki pemahaman yang baik cara bagaimana melihat sebuah berita, maka embrio kebencian dan sinisme terhadap antar agama, suku, ras, dan golongan akan terus berkembang dan tidak menutup akan berujung pada konflik yang berkepanjangan. Sebab, media dan terpaan yang dimunculkan akan berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang. Sinisme dalam bingkai media ini selalu menjadi daya tarik tersendiri bagi media, sebab konflik adalah salah satu *human interest* yang selalu dinanti publik. Bagi sebagian media, adagium ‘*Bad News is A Good News*’ masih menjadi pijakan (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2007).

Sinisme dan beragam kebencian terhadap kelompok tertentu tak hanya disemai melalui media konvensional saja (TV, surat kabar, majalah, dan tabloid), tetapi juga tumbuh subur di media online. Karakter media online yang memberikan ruang anonimitas bagi penggunaannya semakin memberi ruang atas kebencian-kebencian yang disebarkan. Ditambah lagi dengan jangkauan yang dimiliki tidak terbatas.

Berbagai dampak negatif yang muncul tersebut perlu dicarikan solusi agar tidak terus berlanjut, sehingga pemilik media dan pengguna media tidak terjebak pada sinisme dalam media massa terutama antar suku, agama, ras dan antar golongan. Dengan demikian, kata kunci penentu harmoni dan kerukunan bangsa ada pada masyarakat sebagai pelaku kehidupan sekaligus konsumen media, dan media selaku produsen isi media. Masyarakat memiliki peranan penting dalam pengembangan kapasitas setiap individu.

Masyarakat adalah tempat yang penuh pilihan solusi dalam proses pendewasaan. Masyarakat yang cerdas akan dengan sendirinya mampu melahirkan individu yang mampu memilih dan memilah konten media dengan bijak (literasi media). Selanjutnya, media yang cenderung arogan dan menebar sinisme kepada masyarakat, secara perlahan akan sepi dan tidak banyak diminati oleh masyarakat.

Peran Media dan Masyarakat dalam Konflik

Peran media terhadap sebuah konflik tidak dapat dipisahkan. Dalam beberapa hal, media berperan sebagai wadah pemberitaan isu konflik sosial (Blommaert & Verschueren, 2002), melakukan *framing* pemberitaan konflik (Greenwood & Jenkins, 2015; Griffin, 2004; Makhortykh & Sydorova, 2017), serta membentuk opini publik terhadap sebuah isu konflik sosial (Nelson, Clawson, & Oxley, 1997). Dengan demikian, peran media dalam sebuah konflik menjadi beragam.

Di satu sisi media mampu berperan untuk menciptakan perdamaian melalui pemberitaan yang damai. Tanpa terlibat dalam isu konflik dan sinisme antarsuku, kelompok, dan antargolongan. Melakukan pemberitaan yang objektif, berimbang, dan tidak berpihak. Amanpour (dikutip dalam Gilboa, 2009) berpendapat bahwa objektivitas itu hanya bisa dilakukan dengan memberikan beragam sudut pandang, na-

mun tidak semuanya memiliki porsi yang sama. Dengan demikian, dampak konflik bisa direduksi dengan cara tidak memunculkan sinisme dalam isi pemberitaan. Peran positif media ini hanya akan terwujud jika seluruh stakeholder media, masyarakat, iklan, dan pemilik media memiliki semangat yang sama untuk membangun media yang damai.

Di sisi lain, media dengan kekuatan yang dimiliki juga sangat mungkin menjadi bagian dari konflik. Pemberitaan yang bias, ditambah dengan bumbu kebencian serta propaganda, akan cukup mampu untuk menjaga agar konflik tetap berlangsung. Tidak menutup kemungkinan sinisme yang muncul di masyarakat tumbuh masif. Muncul dugaan, dengan menjaga agar konflik tetap berlangsung, maka media mendapat tambahan sumber pemberitaan. Dampaknya, media meraup keuntungan dari *rating* dan *share* yang diperoleh. Padahal, dalam pengaruh yang lebih luas, media memiliki kekuatan untuk menampilkan isu konflik dan sinisme sesuai yang diinginkan.

Dalam bentuk media cetak misalnya, majalah masih memiliki pengaruh dalam mengemas sebuah pemberitaan dengan isu konflik. Griffin (2004) melakukan sebuah analisa terhadap majalah di Amerika Serikat. Studi ini dilakukan dengan cara membandingkan beberapa pemberitaan terkait perang teluk 1991, perang Afghanistan 2001, dan perang Iraq 2013. Hasil studi ini menunjukkan bahwa potret dalam media memberikan narasi yang lebih kuat daripada pemberitaan dalam bentuk teks. Dalam konteks invasi ke Iraq, potret tentang deretan kendaraan baja yang berjejer di jalanan Iraq seakan memberi pesan kepada pembaca bahwa tentara Amerika Serikat telah sukses menguasai Iraq.

Studi-studi serupa yang memberikan gambaran bagaimana kerja media melakukan framing terhadap sebuah isu konflik juga dilakukan oleh Greenwood and Jenkins (2015). Hasil studi yang mereka lakukan memberi gambaran bagaimana potret dalam majalah seringkali justru menyuguhkan pesan peperangan daripada perdamaian. Potret konflik ini dipandang menarik dan menguntungkan bagi media. Lebih banyak mengandung unsur *human interest*. Menurut Greenwood dan Jenkins, kesan dalam potret konflik di majalah juga ditentukan oleh subjek yang ada dalam potret tersebut. Ketika pesan yang disampaikan me-

ngandung unsur perlawanan, maka subjek yang dibidik lebih banyak menampilkan sisi ketidakberimbangan.

Media, diharapkan memiliki peran positif dalam terciptanya kedamaian dan ketenangan di tengah masyarakat (*peace journalism*), tidak justru sebaliknya, jurnalisme konflik dan peperangan (*war journalism*). Kedua pilihan tersebut memiliki konsekuensi yang berbeda. Saat media memutuskan menjadi bagian dari perdamaian, maka seluruh perangkat kerja media juga harus menyesuaikan. Pilihan jurnalis, tema liputan, sajian berita, diksi yang digunakan, potensi konsumen media, bahkan sampai potensi perusahaan pemasang iklan pun bisa berbeda.

Media harus mampu memahami bahwa tidak semua masyarakat selaku konsumen media lebih memilih pemberitaan dengan isu konflik. Beberapa kelompok masyarakat justru lebih senang berita tentang perdamaian, atau berita tentang tatanan sosial yang baik. Ada kecenderungan, masyarakat akan memilih kanal berita yang sesuai dengan kedekatan kepentingan mereka (*proximity*). Bahkan, pada beberapa kelompok tertentu, mereka membuat akun khusus di media online untuk anggota komunitas yang memiliki persamaan cara pandang. Media komunitas ini sengaja dibentuk untuk menunjukkan identitas mereka, serta mempermudah persebaran ideologi yang sama (Euwema & Verbeke, 2009).

Pesan kebencian dan sebaran ideologi kelompok tertentu dikemas menyesuaikan karakter media yang digunakan. Pesan yang disampaikan melalui radio harus memiliki narasi yang bagus karena kekuatannya ada pada suara. Pesan di media cetak sebisa mungkin disertai dengan potret yang meyakinkan karena potret memiliki kekuatan persuasif yang lebih baik daripada tulisan. Demikian juga di media televisi, diharapkan memiliki sudut pandang visual yang menarik. Masing-masing kanal media tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan.

Saat ini, media yang lebih banyak dipilih untuk persebaran ideologi dan pesan kebencian adalah media online. Karakter media online yang memberikan ruang untuk tidak beridentitas serta jangkauan yang luas, memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunaannya (Gilboa, 2009). Dalam sosial media misalnya, eksklusivitas akun kelompok

tertentu ini tampak ketika mereka melakukan pemberitaan dengan fokus pada ideologi mereka, tanpa memberi ruang untuk perbedaan.

Sinisme kebencian terhadap kelompok yang berbeda sengaja dihembuskan untuk menunjukkan bahwa pandangan mereka yang paling benar. Sinisme ini kemudian disebarakan secara masif di media online untuk mempengaruhi pengguna media online lain yang berbeda cara pandang dengan mereka.

Media memiliki kuasa untuk mengemas sebuah isu yang sedang aktual. Media dapat memilih apakah isu konflik dan sinisme antar kelompok dikemas dengan mengusung tema-tema damai dan rekonsiliasi, atau justru sebaliknya. Seringkali, media tidak menyadari bahwa isi pemberitaan yang disajikan berdampak luas bagi masyarakat. Sudut pandang media dalam mengemas isu akan menentukan dampak yang dimunculkan di masyarakat. Pemberitaan tentang konflik Ambon misalnya, dapat dikemas dengan sudut pandang yang beragam. Ketika media Islam merasa menjadi bagian dari umat Islam pada saat itu, maka ada kecenderungan menampilkan umat Islam menjadi korban. Demikian juga sebaliknya. Media Kristen pun akan mengemas isu konflik yang sama dengan sudut pandang umat Kristiani yang menampilkan umat Islam sebagai sumber masalah dan biang dari konflik yang terjadi.

Dalam konteks pemberitaan media, lazim diperdebatkan tentang pendekatan *'bystander journalism'* versus *'journalism of attachment'*. Perdebatan lain yang juga sering muncul adalah *'peace journalism'* versus *'war/conflict journalism'* (Gilboa, 2009). Terhadap beberapa pendekatan tersebut, Martin Bell (dikutip dalam Gilboa, 2009) memberikan kritik bahwa media yang menganut *'bystander journalism'* seringkali fokus melakukan pemberitaan dari sisi kemiliteran meliputi taktis peperangan atau persenjataan. Berbeda dengan *'journalism of attachment'* yang cenderung lebih fokus pada sisi korban peperangan, atau dampak yang dimunculkan. Dalam hal ini, media memiliki pilihan model pemberitaan.

Hampir tidak ada pemberitaan yang netral, semuanya akan dikemas sesuai dengan sudut pandang tertentu (Euwema & Verbeke, 2009). Media seringkali lupa bahwa sudut pandang mereka dalam mengemas sebuah isu konflik akan mempengaruhi cara masyarakat me-

nyikapinya. Media tampak abai dan lebih berpihak pada kepentingan politik ekonomi mereka daripada memperhatikan efek sosial yang terjadi di masyarakat. Akademisi, pengamat media, pemuka agama, dan tokoh masyarakat berharap media mampu memberikan sudut pandang pemberitaan yang menyejukkan.

Faktanya, media seakan menikmati berlangsungnya konflik dan sinisme antar kelompok, karena media tidak menjadi bagian di dalamnya. Beberapa ajakan untuk menyerukan jurnalisme damai yang mengedepankan etika pemberitaan, kesantunan, serta semangat persatuan kenyataannya sulit direalisasikan. Bahkan cenderung tidak ada perubahan model liputan. Sajian media yang damai dan menyejukkan seringkali justru muncul ketika konflik sudah membesar dan banyak menelan korban jiwa. Ironisnya, justru pekerja dan industri media lah yang membuat eskalasi konflik di level masyarakat, nasional, maupun internasional meningkat.

Ada dua hal yang menyebabkan demikian. Pertama, jurnalis maupun media tidak memahami konteks konflik yang sedang terjadi. Media cenderung melakukan peliputan sebagaimana adanya. Tanpa disertai telaah yang lebih dalam, dan pencarian data yang berimbang. Bahkan, pada kondisi tertentu, jurnalis dan media tidak memperhatikan kredibilitas sumber berita yang dikutip. Sehingga, akurasi data dikesampingkan, yang dikejar hanya nilai aktualitas saja. Persoalan kedua yang membuat media berperan dalam suburnya konflik, adalah ketika pihak media menjadi bagian yang berkepentingan dalam konflik tersebut. Bukannya meredam konflik, media justru menjadi pemicu konflik karena potensi keuntungan yang diperoleh.

Pada kondisi tertentu, jurnalis terkadang dihadapkan pada posisi dilematis. Sulit bagi mereka untuk menempatkan diri sebagai pekerja media yang bertanggung jawab atas liputan merekam, atau sebagai pihak yang berkonflik. Jurnalis dihadapkan pada tekanan politik, ekonomi, dan budaya. Di era saat ini, tekanan jurnalis juga datang dari masyarakat selaku konsumen media. Masyarakat seakan memiliki hak untuk menentukan isi media yang menurut mereka layak. Berita yang tidak sesuai dengan kepentingan dan pandangan mereka akan dianggap

sebagai kebohongan. Kebenaraan adalah pemberitaan yang sesuai dengan cara pandang mereka.

Jurnalis saat ini dituntut tidak hanya cakap dengan kemampuan tulis menulis berita, tetapi harus bijak dalam memahami konteks dan mengemas pemberitaan tersebut agar tetap damai. Kelemahan jurnalis dalam meliput sebuah isu konflik yang tidak diiringi dengan wawasan yang cukup, hanya akan memperkeruh masalah. Jurnalis dan media harus memahami kondisi sosial yang terjadi di masyarakat. Sebagai institusi yang memiliki pengaruh di masyarakat, media tidak seharusnya hanya memberitakan apa yang terjadi di masyarakat, tetapi juga memberikan pencerahan tentang bagaimana masyarakat harus bersikap (Euwema & Verbeke, 2009).

Urgensi Literasi Media: Menyikapi Framing Sinisme dan Konflik SARA

Masyarakat sebagai konsumen media, cenderung kehilangan sikap kritis saat mengkonsumsi media karena membaca koran, menonton televisi, mendengar radio, atau mengakses internet adalah rutinitas harian (Griffin, 2004). Padahal, sebagai konsumen media, masyarakat berhak memilih dan memilah sajian media. Secara umum, menurut David Croteau and Hoynes (2003) setidaknya ada dua pertanyaan mendasar yang harus dijawab masyarakat saat berhadapan dengan sajian media. Pertama 'siapa pemilik media?'. Dengan demikian masyarakat menjadi paham kepentingan dibalik pemberitaan yang disajikan. Ideologi pemilik media akan mempengaruhi isi sajian media. Pertanyaan kedua yang harus dijawab adalah 'bagaimana sajian media tersebut diproduksi?'. Bagi masyarakat selaku konsumen media, memahami konteks, waktu, dan cara bagaimana sajian media itu dikemas lalu disuguhkan adalah bagian penting untuk kritis terhadap sajian media.

Muncul dua pandangan apakah media literasi ini akan menjadi tanggung jawab media atau masyarakat selaku konsumen media (Buckingham, 1998; Kubey, 1998). Pandangan pertama beranggapan bahwa literasi media adalah tanggung jawab konsumen. Apabila sajian media berdampak negatif kepada konsumen, maka hal itu lebih dikarenakan karena pemahaman konsumen media yang terbatas. Dalam kon-

teks isu sinisme antar suku dan golongan, media tidak bertanggung jawab atas perubahan sikap masyarakat yang menjadi arogan dan saling benci. Karena media hanya bertanggung jawab pada isi, bukan pada dampak.

Proses menuju literasi media tak bisa hanya dibebankan pada industri media saja. Masyarakat selaku konsumen media juga memiliki andil yang sama untuk menumbuhkan sikap kritis terhadap sajian media. Dari sisi konsumen, (Potter, 2004) mengatakan bahwa aspek kognisi berperan penting dalam menumbuhkan sikap kritis terhadap media. Pengetahuan konsumen media terhadap isi, dampak, dan proses produksi media akan menentukan bagaimana cara mereka menyikapi sajian media. Pemahaman ini juga membantu konsumen media dalam memilah sajian media yang memberikan unsur manfaat dan kebenaran.

Secara praktis, sikap kritis kosumen terhadap media juga ditentukan faktor lain. Austin and Meili (1994) menambahkan bahwa unsur afeksi juga berperan dalam literasi media. Unsur afeksi akan membantu konsumen media dalam memilih dan membandingkan sajian media yang satu dengan yang lain. Hasil perbandingan tersebut akan menentukan apakah sajian media tersebut diterima karena kebenarannya, atau ditolak karena tidak sesuai dengan 'rasa' yang dimiliki konsumen media. Dengan demikian, aspek kognisi dan afeksi merupakan variabel penentu dalam proses literasi media.

Pandangan bahwa literasi media sepenuhnya menjadi tanggung jawab konsumen tidaklah benar. Media selaku produsen memiliki beban tanggung jawab yang sama. Saat melakukan produksi sajian media, pekerja media yang terlibat sebetulnya memiliki ekspektasi atas kemungkinan dampak yang dimunculkan (Severin & Tankard, 2010).

Dalam konteks sajian tentang isu konflik dan sinisme antarsuku dan golongan, pekerja media memiliki tanggung jawab dalam hal pemilihan topik liputan, penulisan naskah berita, bahkan potret yang akan ditampilkan. Pekerja media juga harus lebih bijaksana, jangan hanya mengejar kepopuleran sebuah liputan sehingga mengesampingkan efek atau dampak yang ditimbulkan oleh liputannya.

Di tengah beberapa model resolusi konflik yang selama ini dilakukan dengan pendekatan hukum, psikologi, dan agama, maka pende-

katan media dan komunikasi dengan cara penguatan literasi media yang baik kepada publik adalah salah satu pendekatan baru yang menarik untuk dikaji. Beberapa alasan mengapa literasi media ini penting untuk melahirkan harmoni dalam keberagaman di Indonesia. Pertama, Pasca reformasi 1998, media Indonesia mengalamiuforia pemberitaan setelah sekian lama dikekang. Akibatnya, kontrol terhadap konten pemberitaan akan sulit dilakukan, sebab semua akan berlandung di balik kebebasan berpendapat dan berdemokrasi. Atas dasar kebebasan, sinisme dan kebencian antar suku, agama, ras, dan antar golongan akan dengan mudah disisipkan.

Kedua, pertumbuhan internet di Indonesia yang selalu meningkat. Sampai dengan tahun ini, tercatat lebih dari 82 juta pengguna di seluruh Indonesia (Kemekominfo, 2015). Ironisnya, percepatan penetrasi internet ini tidak berbanding lurus dengan literasi media yang dimiliki masyarakat selaku konsumen (Guntarto, 2011). Masih banyaknya celah dari regulasi internet di Indonesia, menjadikan internet sebagai ladang subur dalam menyebar kebencian dan sinsisme antarsuku, agama, ras, dan antar golongan. Pengguna dapat dengan mudah membuat identitas palsu, membuat website palsu, dan menyebar pesan provokatif. Kondisi ini menjadi sebuah ancaman jika masyarakat tidak cerdas dan memiliki literasi media yang cukup.

Ketiga, Indonesia adalah bangsa yang kaya dengan aneka ragam budaya, suku, dan agama yang tumbuh di dalamnya. Jika heterogenitas ini tidak didukung oleh tingkat literasi media yang baik, maka bangsa ini akan kembali mudah diadu domba dan diprovokasi melalui media-media yang ada. Sebagaimana strategi yang dilakukan oleh Belanda yang memecah belah bangsa Indonesia dengan *divide et empera*, memecah belah dan menguasai.

Berdasar tiga alasan di atas, maka literasi media ini penting dalam rangka mereduksi sinisme yang kebencian yang ditebarkan melalui beragam saluran media yang dikonsumsi masyarakat. Menurut teori klasik Kurt Lewin, bahwa perilaku manusia (behaviour) merupakan fungsi dari kepribadian (personality) dan pengalamannya (experience). Atau jika dituliskan dalam rumus : $B \text{ (behaviour)} = P \text{ (personality)} + E \text{ (experience)}$ (Wirawan, 2006).

Dalam hal ini media memiliki kuasa dan pengaruh kuat untuk mempengaruhi kepribadian dan pengalaman setiap individu. Dalam perspektif teori konstruksi sosial media massa, sikap positif dan negatif individu selaku konsumen media dipengaruhi oleh media yang menerpa mereka. Substansi dasar dalam teori ini adalah sirkulasi informasi yang cepat dan luas, sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis (Bungin, 2008).

Menurut perspektif ini tahapan-tahapan dalam proses konstruksi sosial media massa itu terjadi melalui beberapa tahap (Bungin, 2008):

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi: Ada tiga hal penting dalam tahapan ini yakni: keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semu kepada masyarakat, keberpihakan kepada kepentingan umum.
2. Tahap sebaran konstruksi: prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat berdasarkan agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.
3. Tahap pembentukan konstruksi realitas. Pembentukan konstruksi berlangsung melalui: (1) konstruksi realitas pembenaran; (2) kedua kesediaan dikonstruksi oleh media massa; (3) sebagai pilihan konsumtif.
4. Tahap konfirmasi. Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

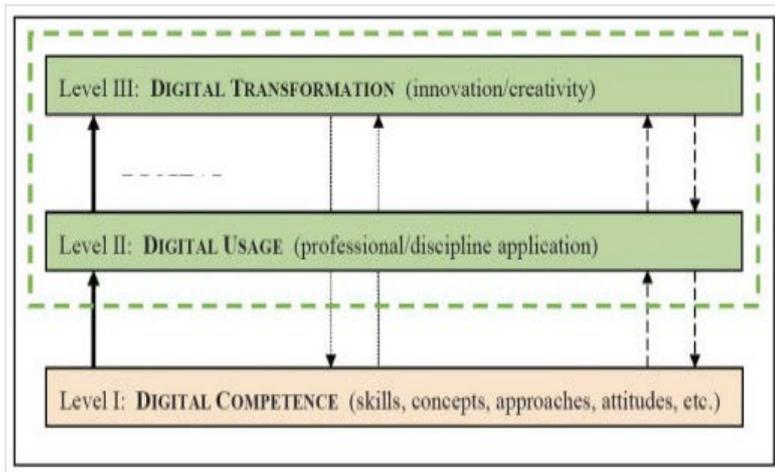
Teori ini memberikan ilustrasi bagaimana terpaan media memberikan kontribusi besar dalam penentuan sikap khalayak. Media memiliki kekuatan untuk membentuk ulang sebuah makna yang sebenarnya sesuai dengan kepentingan yang diharapkan. Sebuah kebenaran yang disajikan secara terus menerus sebagai sebuah kesalahan, lambat laun akan diyakini sebagai sebuah kesalahan. Demikian juga sebaliknya.

Ironisnya, masyarakat selaku konsumen media belum cukup cerdas dalam melakukan pemilihan dan pemilahan konten media yang benar.

Claire B elisle mengajukan gagasan mengenai pentingnya literasi yang memungkinkan berbagai kemampuan untuk ditempatkan dalam konteks makna dan aksi sosial. Claire mengidentifikasi evolusi konsep literasi ini dalam tiga model. Pertama, model fungsional yang melihat literasi sebagai penguasaan keterampilan kognitif, praktis sederhana, dan berkisar dari pandangan sederhana literasi sebagai keterampilan mekanik membaca dan menulis ke pendekatan yang lebih maju (misalnya oleh UNESCO tahun 2006) tentang literasi sebagai keterampilan yang diperlukan untuk berfungsi secara efektif dalam masyarakat.

Kedua, model praktek sosial-budaya yang mengambil sebagai dasar bahwa konsep literasi hanya bermakna dalam konteks sosial, dan bahwa untuk menjadi literate adalah memiliki akses ke struktur budaya, ekonomi dan politik masyarakat. Ketiga, model pemberdayaan intelektual berpendapat bahwa literasi tidak hanya keterampilan untuk menangani teks dan angka dalam konteks budaya dan ideologi tertentu, tetapi membawa pengayaan yang mendalam dan akhirnya memerlukan transformasi dari kapasitas pemikiran manusia. Pemberdayaan intelektual ini terjadi setiap kali manusia memperkaya dirinya dengan perangkat kognitif baru, misalnya menulis dengan perangkat teknis baru, yang telah dipermudah dengan adanya teknologi digital.

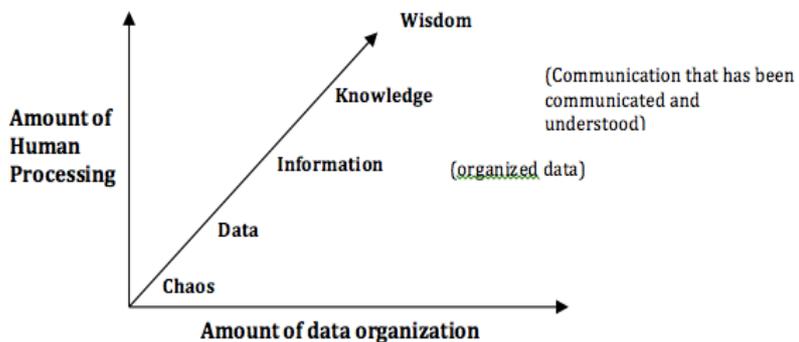
Pemahaman tentang literasi tak hanya ditarik pada kemampuan membaca dan menulis saja, melainkan juga memaknai dan memahami setiap informasi yang dikonsumsi dan menerapkannya dalam kehidupan. Oleh beberapa tokoh komunikasi seperti Allan Martin menilai bahwa literasi adalah kesadaran, sikap, dan kemampuan untuk mengidentifikasi, mengolah, serta membangun pengetahuan baru melalui media. Maka, literasi media oleh Martin dijelaskan dalam gambar 1.



Gambar 1 'Tingkatan dalam literasi digital' (Martin, 2008)

Pada tingkatan pertama literasi diukur pada hal-hal yang bersifat kompetensi teknis. Selanjtnya pada tingkat kedua, literasi dilihat dari pertimbangan kontekstual, dan terakhir, literasi dilijit dari proses refleksi kritis tentang pemahaman dan dampak yang dimunculkan dari setiap informasi yang dikonsumsi. Gambaran di atas menunjukkan bagaimana proses literasi media dilakukan secara bertahap sampai pada tahapan tertinggi.

Pada saat masyarakat telah mencapai tahapan tertinggi dari proses literasi, maka lahirlah individu yang selektif dan bijak dalam mengonsumsi sebuah berita, sebagaimana dalam gambar 2.



Gambar 2 'Chaos-Wisdom Continuum' (Green, 2002)

Gambar 2 menunjukkan keterkaitan hubungan antara literasi media dengan sikap dan perilaku manusia. Saat literasi media belum dianggap sesuatu yang penting dan berpengaruh kehidupan masyarakat, maka yang ada adalah kondisi kacau balau (*chaos*). Masyarakat bergerak bebas sesuai yang diinginkan. Kemudian kesadaran akan pentingnya literasi itu muncul, maka manusia mulai mengumpulkan segala sesuatu (data) yang dianggap penting.

Dari data-data yang telah terkumpul dan dirangkai maka manjadilah sebuah informasi (*Information*) yang terangkai dalam sebuah literasi. Literasi yang tersebut dianggap sebagai sebuah ilmu pengetahuan. Semakin banyak masyarakat yang tercerdaskan, maka ilmu pengetahuan yang didapat pun semakin berlimpah. Terwujudlah sebuah harmoni dalam hubungan antar manusia. Masyarakat yang rendah wawasan dan pengetahuan cenderung lebih mudah diarahkan pada perilaku amoral dan anarkis. Inilah mengapa literasi media menjadi sangat penting (Green, 2002).

Simpulan

Dari berbagai penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa urgensi literasi media di tengah sinisme antarsuku, agama, ras dan antargolongan merupakan tanggung jawab industri media yang harus dikuatkan dengan penguatan kapasitas pengetahuan masyarakat tentang isi, dampak, dan produksi media. Sehingga, dampak dari sajian media yang bermuatan konflik dan sinisme suku dan antar golongan dapat diminimalisir.

Disamping itu upaya penyadaran kepada masyarakat, diperlukan upaya yang sistematis melalui pendidikan, baik formal maupun non formal. Apalagi jika pendidikan literasi bisa masuk kurikulum sekolah, hal itu akan sangat bermanfaat bagi generasi yang akan datang. Dengan begitu, maka generasi ke depan akan selalu dapat memilah dan memilah informasi yang didapatkan, baik dari media konvensional maupun media online.

Referensi

- Armando, A., Abubakar, I., & Muchtadlirin. (2011). *Media dan integrasi sosial: jembatan antar umat beragama*. Jakarta: Center for The Study of Religion and Culture.
- Austin, E.W., & Meili, H.K. (1994). Effects of interpretations of televised alcohol portrayals on children's alcohol beliefs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38(4), 417–435. <https://doi.org/10.1080/08838159409364276>.
- Bimo, N., & Eriyanto, S.F. (1999). *Politik media mengemas berita*. Yogyakarta: Institut Studi Arus Informasi.
- Blommaert, J., & Verschueren, J. (2002). *Debating diversity*. USA and Canada: Taylor & Francis.
- Buckingham, D. (1998). Media education in the UK: Moving beyond protectionism. *Journal of Communication*, 48(1), 33–43. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02735.x>
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi sosial media massa: Kekuatan pengaruh media massa*. Jakarta: Kencana.
- David, C., & Hoynes, W. (2003). *Media society* (3rd ed.). London: Pine Forge Press.
- Euwema, M., & Verbeke, A. (2009). Negative and positive roles of media in the Belgian conflict: a model for de-escalation. *Marq. L. Rev* 93(1), 139-170.
- Gilboa, E. (2009). Media and conflict resolution: a framework for analysis. *Marquette Law Review*, 93(1), 139-170. <https://doi.org/10.1097/ANS.000000000000109>.
- Green, L. (2002). *Communication, technology, and society*. London: SAGE Publications.

- Greenwood, K., & Jenkins, J. (2015). Visual framing of the syrian conflict in news and public affairs magazines. *Journalism Studies*, 16(2), 207–227. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.865969>.
- Griffin, M. (2004). Picturing America’s “war on terrorism” in Afghanistan and Iraq: Photographic motifs as news frames. *Journalism*, 5(4), 381–402. <https://doi.org/10.1177/1464884904044201>.
- Guntarto. (2011). *Perkembangan literasi media di Indonesia*. Yogyakarta.
- Kemekominfo. (2015). *Pengguna internet capai 82 juta*. Jakarta.
- Kubey, R. (1998). Obstacles to the development of media education in the United States. *Journal of Communication*, 48(1), 58–69.
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2007). *Jurnalistik teori dan praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Makhortykh, M., & Sydorova, M. (2017). Social media and visual framing of the conflict in Eastern Ukraine. *Media, War & Conflict*, 175063521770253. <https://doi.org/10.1177/1750635217702539>
- Martin, A. (2008). Digital literacy and the digital society. In Lankshear, C., & Knoble, M (Eds). *Digital literacies: concepts, policies, and practicies* (pp. 151–176). Switzerland: Peter Lang Publishing . <https://doi.org/10.1093/elt/ccr077>
- Nelson, T.E., Clawson, R. A., & Oxley, Z. M. (1997). Media framing of a civil liberties conflict and its effect of tolerance. *American Political Science Review*, 91(3), 567–583.
- Potter, J.W. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. London and New York: SAGE Publications.
- Sabili, E. M. (2011). Ahmadiyah bukan Islam. *Majalah Sabili*, 53–54.

- Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2015). Intervening in the media's influence on stereotypes of race and ethnicity: The role of media literacy education. *Journal of Social Issues*, 71(1), 171–185. <https://doi.org/10.1111/josi.12103>
- Severin, W.J., & Tankard, J.W.(2010). *Communication theories*. (Priscilla McGeehon, Ed.) (5th ed.). New York: Addison Wesley Longman.
- Wirawan, S. (2006). *Psikologi prasangka*. Jakarta: Grafindo Persada.