

# Melengkapi Komitmen pada Masyarakat Kampus Sebagai Basis

INDUSTRI televisi merupakan salah satu yang paling berkembang saat ini. Modalnya memang besar, tetapi peluang pendapatannya sungguh menggiurkan. Tak heran jika banyak pihak berminat untuk menerjuni bisnis ini. Sayangnya, maraknya stasiun TV, banyaknya program yang disajikan, dan berjubelnya lulusan studi komunikasi di tempat ini, tidak berbanding lurus dengan kualitas program yang ditawarkan.

Sudah dua kali Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), dalam kurun waktu Mei-Juli 2008, mengeluarkan daftar program TV yang mesti diwaspadai oleh masyarakat. Beberapa program populer, dari berbagai jenis, masuk dalam kategori tersebut. Sinetron "Cinta Bunga", sketsa komedi "Extravaganza", kontes "Super Seleb Show", misalnya adalah program-program yang rating-nya tinggi, namun mendapat rapor merah KPI. Program anak pun tak luput dari teguran KPI. Serial "Si Entong" misalnya, mengandung unsur penyesatan agama dengan mistik. Serial "Namaku Mentari" menanamkan nilai berbahaya, seperti "menghalalkan pencurian" dengan alasan akan diganti ketika "sudah kaya".

Data ini memang mengejutkan, apalagi yang tingkat literasi media melek medianya masih rendah. Semestinya, data ini juga melecut studi ilmu komunikasi. Sudah begitu banyak lulusan studi ilmu komunikasi yang dihasilkan dan sebagian besar berkuat di media. Namun, mengapa wajah TV justru semakin tidak ramah pada penontonnya? Mengapa gejala "kekerasan media" justru kian banyak terjadi ketika studi ilmu komunikasi booming?

## Cerdas dan Kritis

Seperti Dewa Janus dalam mitologi Yunani, media pada dasarnya memiliki dua wajah, positif dan negatif. Dalam bentuknya yang positif, media menjadi sumber informasi dan pembelajaran yang bermanfaat. Dalam bentuknya yang negatif, media menjadi semacam kotak pandora yang mengekspose khalayak pada "penyakit-penyakit baru", kecanduan nonton, bias realitas, penanaman nilai-nilai buruk, dan sebagainya.

Tantangan hidup di zaman serbamedia seperti sekarang ini adalah bagaimana memanfaatkan media sebaik-baiknya, dan terhindar dari pengaruh buruk. Inilah media literacy atau literasi media, ihwal bagaimana bersiasat menghadapi media secara cerdas dan kritis. Media literacy merupakan semacam skill untuk mengakses, memilih, memilah, mengkritisi, dan memanfaatkan media sesuai dengan kebutuhan. Berbekal kemampuan ini, masyarakat dapat terhindar dari efek negatif media.

Idealnya, media literacy diajarkan sejak manusia berhadapan dengan media. Dengan demikian, dampak buruk media dapat dicegah sedari dini. Itu sebabnya, gerakan media literacy meluas ke banyak lapisan. Di beberapa negara, termasuk Indonesia, media literacy menjadi tanggung jawab badan regulasi penyiaran/media massa dan departemen yang mengurus informasi, komunikasi, dan media massa. Jepang dan Kanada mengambil langkah yang lebih serius, memasukkan media literacy sebagai bagian dari kurikulum wajib sekolah dasar dan menengah. Untuk menjaga misi media literacy, Kanada bahkan mengeluarkan kebijakan sertifikasi khusus bagi media literacy trainer. Yang jelas, nyaris di setiap negara, media literacy menjadi isu Departemen Pendidikan.

## Berbasis kampus

Program studi ilmu komunikasi sesungguhnya bukan hanya lembaga yang mengajarkan seluk-beluk komunikasi. Lebih dari itu, program studi ilmu komunikasi adalah gudangnya sumber daya manusia yang menguasai isu-isu komunikasi--termasuk, mestinya memahami isu media literacy. Oleh karena itu, inisiatif mengaggagas media literacy wajar kiranya jika diharapkan muncul dari kalangan kampus komunikasi.

Media literacy berbasis kampus bisa diwujudkan dalam banyak cara. Misalnya, menggagas muatan media literacy dalam kurikulum. Bentuknya bisa terintegrasi ke dalam mata kuliah, menjadi sisipan mata kuliah yang relevan, atau menjadi mata kuliah tersendiri.

Perubahan atau modifikasi kurikulum memang tidak mudah. Ini masalah struktural yang prosedurnya sangat birokratis. Akan tetapi, ada ruang muatan lokal dalam bangun kurikulum yang bisa disiasati. Capaiannya memang berbeda. Jika media literacy menjadi sisipan, yang bisa diberikan sebatas pemahaman dasar yang relevan dengan mata kuliah induknya. Jika dijadikan mata kuliah tersendiri, media literacy bisa dieksplorasi lebih komprehensif, mencakup teori dan--yang lebih penting--terjun langsung dalam aktivitas media literacy.

Memasukkan media literacy ke dalam struktur kurikulum akan menambah legitimasi formal bagi muatan media literacy. Namun, jikapun ini tidak memungkinkan, media literacy bisa dijadikan salah satu alternatif unit kegiatan mahasiswa. Lewat kegiatan ekstrakampus semacam ini, mahasiswa diajak untuk mencermati persoalan riil dalam interaksi antara masyarakat awam dan media yang powerful. Mereka belajar menjadi peka terhadap masalah lingkungan, dan menambah pengalaman dengan terjun langsung ke tengah masyarakat. Manfaatnya bukan hanya pada masyarakat, tetapi juga pada dirinya sendiri. Dengan menjadi aktivis media literacy, mahasiswa mendapat kesempatan untuk menerapkan hal-hal terbaik yang diperoleh dari masa belajarnya di program studi ilmu komunikasi.

Bagi para dosen, muatan media literacy dapat saling menunjang dengan unsur-unsur Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pertama, advokasi media literacy dapat dimasukkan dalam area pengabdian masyarakat. Kedua, kegiatan ini dapat ditunjang oleh dharma lainnya, yaitu riset dalam bentuk kajian media sebagai bagian media watch.

Kesimpulannya, sesungguhnya ada banyak pintu masuk untuk menggagas aktivitas media literacy berbasis kampus. Semuanya berpulang pada program studi ilmu komunikasi dan civitas academica-nya. Setelah selama ini membangun komitmen setia pada industri media massa dengan melatih tenaga kerja terampil, bersediakah kini studi komunikasi memberikan komitmen nyata pada masyarakat lewat advokasi media literacy?

Apabila imbauan ini tidak bersambut, sayang sekali. Jangan-jangan, yang harus disadarkan terlebih dulu ihwal pentingnya media literacy bukanlah masyarakat. Melainkan, seperti dinyatakan penyair-cum-pengamat sosial Hikmat Gumelar, justru kalangan civitas academica studi komunikasi sendiri.\*\*\*

**Santi Indra Astuti**

**Dosen Fikom Unisba. Penggagas Bandung School of Communication Studies (Bascomms)**, organisasi nirlaba yang bergerak dalam "media research" dan "media literacy".

*Sumber:*

<http://newspaper.pikiran-rakyat.com/prprint.php?mib=beritadetail&id=22605>