

## **Kampanye Literasi Media (Studi Pada Masyarakat Paseban Kecamatan Senen Jakarta Pusat)**

**Anisti**

AKOM BSI Jakarta, anisti.ans@bsi.ac.id

### **Abstrak**

Artikel ini membahas tentang perilaku masyarakat dalam menonton televisi. Hal ini dikaji karena masih terdapat masyarakat yang belum memahami tentang literasi media. Penelitian menggunakan studi kasus dengan paradigma konstruktifis. Penelitian merupakan bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada warga Kelurahan Paseban Kecamatan Senen Jakarta Pusat. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan informan sebanyak 11 orang melibatkan aparat desa dan masyarakat setempat. Hasil penelitian menemukan bahwa masyarakat masih "tertipu" dengan konten tayangan televisi. Masyarakat menganggap nyata setiap konten yang ditayangkan. Perilaku ini terjadi karena mereka belum memahami tentang literasi media. Tingkat pemahaman mereka teruji ketika diberikan penyuluhan dan praktik tentang produksi televisi. Kesimpulan bahwa pentingnya mengajak dan memberikan pemahaman pada masyarakat tentang cara memproduksi siaran televisi, sehingga mereka mampu membedakan konten yang sesuai dengan fakta dan konten yang sifatnya imajinatif. Masyarakat yang sudah terliterasi biasanya tidak hanya mengetahui tentang cara memproduksi konten siaran, akan tetapi mereka juga lebih selektif. Masyarakat terliterasi adalah mereka yang pandai tentang dampak dari setiap tayangan televisi.

**Kata kunci:** literasi media, televisi, konten media

### **Abstract**

*This article discusses the behavior of people in watching television. This is studied because there are still people who do not understand about media literacy. The study used case study with constructive paradigm. The research is a devotion of community service activities conducted on the citizens of Paseban Subdistrict, Senen District, Central Jakarta. Data collection techniques through interviews with informants of 11 people involved village officials and local communities. The research finds that people are still "fooled" by television content. The public considers every content that is live. This behavior occurs because they have not understood the media literacy. Their level of understanding is tested when given counseling and practices about television production. The conclusion that it is important to invite and provide understanding to the public about how to produce television broadcasts, so that they are able to distinguish content that is in accordance with facts and content that is imaginative. The already literated society usually not only knows about how to produce broadcast content, but they are also more selective. A literate society is one who is good at the impact of every television show.*

**Keywords:** media literacy, television, media content

### Pendahuluan

Sejak hadirnya media massa televisi, tepatnya sekitar tahun 1920-an masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari tayangan televisi. Layaknya dua sisi mata uang yang saling ketergantungan. Demikian pula dengan televisi dan masyarakat sebagai penonton televisi. Di satu sisi masyarakat membutuhkan informasi, hiburan, dan pendidikan. Di sisi lain tidak jarang tayangan televisi memberikan dampak buruk bagi penonton. Hal ini terjadi karena konten yang diproduksi tidak selamanya memberikan contoh yang baik atau dapat memberikan manfaat. Permasalahan tersebut yang mendorong ketertarikan penulis untuk melakukan penyuluhan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan yang dilakukan di Kelurahan Paseban Kecamatan Senen Jakarta Pusat ini, melibatkan semua unsur masyarakat.

Tujuan kegiatan pengabdian yaitu untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya bertindak bijak dan pintar dalam memilih atau memfilter konten yang ditayangkan di media televisi. Masyarakat saat ini tidak semua telah terliterasi oleh media sehingga membutuhkan penyuluhan sekaligus mengkampanyekan tentang pentingnya literasi media. Kepedulian dan keprihatinan terhadap kondisi masyarakat yang belum terliterasi mendorong kegiatan pengabdian sekaligus dijadikan sebagai bahan kajian atau penelitian. Diharapkan data dari pengabdian ini dapat memberikan kontribusi keilmuan terhadap perkembangan penelitian di bidang literasi media. Kegiatan pengabdian juga dimaksudkan untuk memberikan nilai manfaat mengenai keterampilan untuk memahami sifat dan karakteristik media massa khususnya televisi. Adanya keterampilan tersebut diharapkan perilaku masyarakat akan lebih selektif dalam memilih konten yang sesuai fakta dan konten manipulatif yang sengaja diproduksi untuk menarik minat khalayak.

Livingstone dalam Suryadi (2013) menyebutkan bahwa literasi media (*media literacy*) “...the ability to access, analyse, evaluate and create message across a variety of contexts. Artinya bahwa masyarakat yang telah terliterasi yaitu masyarakat yang memiliki kemampuan dalam mengakses, menganalisis, melakukan evaluasi dan membuat konten yang dinamis sesuai dengan konteks. Literasi media mampu memberikan pengetahuan dan merubah perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi tayangan televisi. Masyarakat diharapkan aktif menentukan saluran media, jenis acara, dan isi tayangan media. Tujuan ini terwujud apabila masyarakat mampu menganalisis konten media sesuai dengan kebutuhan. Konsep tentang literasi media sangat relevan dengan istilah keterampilan dalam memilih media.

Pada kenyataannya masyarakat tidak semua terampil dalam menonton televisi. Selain karena konten juga waktu yang dihabiskan dalam menonton seringkali tidak wajar. Hampir semua waktu digunakan untuk menonton di depan layar kaca televisi. Mengenai hal ini Gebner dalam Hidayat (2016) membagi penonton televisi dalam dua kategori (1) penonton kelas berat yaitu penonton yang menghabiskan waktu tidak kurang dari delapan jam. (2) penonton kelas ringan yakni menggunakan waktu di bawah empat jam untuk menonton televisi. Dikhawatirkan kedua kategori tersebut menggunakan waktu untuk menonton tayangan yang tidak memiliki kontribusi positif. Untuk itu, pentingnya masyarakat terliterasi agar tidak

hanya pintar dalam menyesuaikan waktu, akan tetapi terampil pula dalam memilih saluran media dan konten media.

Literasi media juga berkaitan dengan perkembangan teknologi. Mc Luhan dalam Turner (2008) menjelaskan bahwa situasi perkembangan teknologi tidak dapat dihindari. Mc Luhan memprediksi perkembangan media mulai dari era tribal hingga pada era teknologi seperti sekarang ini. Hal ini selaras dengan pemahaman literasi media menurut Suryadi (2013) terdapat tiga definisi *media literacy*. *Pertama*, kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkonsumsi pesan. *Kedua*, yaitu pengetahuan tentang bagaimana fungsi media dalam masyarakat. *Ketiga*, bagaimana memahami budaya, ekonomi, politik dan pemaksaan teknologi dalam menciptakan, memproduksi dan mentransmisi pesan.

Literasi media (*media literacy*) diperkirakan mulai diperkenalkan pada tahun 1980an, dan saat ini telah menjadi bahan kajian dari berbagai disiplin ilmu. Literasi media dapat diartikan pula sebagai melek media, yakni mengandung pesan bahwa masyarakat harus pintar dalam mengkonsumsi tayangan media. Pandangan ini disampaikan oleh para akademisi yang ketika itu peduli terhadap dampak buruk media massa. Seperti halnya yang digambarkan oleh Gebner melalui teorinya kultivasi teori. Teori ini berasumsi bahwa tayangan televisi memberikan dampak buruk terhadap penonton. Hal ini diduga karena televisi dikendalikan oleh kekuatan kapitalis penguasa media. Fenomena tersebut yang melatar belakangi banyaknya kajian literasi media. Hampir setiap disiplin ilmu menyoroti literasi media dari keilmuannya masing-masing.

Sementara itu Silverblatt's dalam Suryadi (2013) mendefinisikan lima elemen *media literacy*; 1) Kesadaran akan dampak media massa pada individu dan masyarakat, 2) pemahaman terhadap proses komunikasi massa, 3) Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media, 4) Kesadaran isi media sebagai teks yang memberikan masukan bagi budaya kontemporer dan diri kita. 5) Pengolahan rasa senang kepada media, pemahaman, dan penghargaan akan isi media. Adapun elemen kunci dalam literasi media yaitu literasi media tidak terbatas pada satu medium, memerlukan kecakapan, memerlukan tipe tertentu dari pengetahuan dan selalu berkaitan dengan nilai. Potter dalam Suryadi (2013) menjelaskan bahwa literasi media sebuah kontinum, bukan sebuah kategori. Semua orang memiliki pemahaman tentang media, meskipun hanya berbeda tingkatan. Tidak seorangpun yang tidak memahami media dan tidak seorangpun yang benar-benar memahami media dengan lengkap, sehingga kekuatan perspektif seseorang ditentukan oleh kualitas dari struktur pengetahuannya. Potter menjelaskan bahwa literasi media bersifat multi-dimensional. Struktur pengetahuan seseorang terdiri dari informasi yang berasal dari empat dimensi, yakni kognitif, emosional, estetik dan moral. Dimensi kognitif berkaitan dengan fakta yang terdapat di dalam informasi. Dimensi emosional berisi informasi mengenai perasaan, sedangkan dimensi estetik berhubungan erat dengan apresiasi terhadap pesan. Untuk dimensi moral berkaitan dengan nilai. Masih menurut Potter dalam Suryadi (2013) tujuan dari literasi media adalah memberikan kontrol terhadap penafsiran suatu pesan. Pesan memiliki banyak tingkatan makna. Semakin tinggi tingkat literasi media yang dimiliki seseorang, maka semakin banyak makna yang dapat digalinya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka artikel ini fokus pada kegiatan kampanye literasi media yang merupakan bagian dari hasil pengabdian kepada masyarakat. Diharapkan kajian ini selain memberikan aspek manfaat secara teoritis yaitu pengembangan ilmu di bidang kajian media, juga berkontribusi secara praktis untuk penonton televisi maupun pelaku industri televisi. Keduanya dapat bertindak bijak sehingga setiap tayangan televisi mampu memberikan nilai positif sehingga bermanfaat bagi masyarakat.

### Metode

Secara filosofis penelitian dianggap sebagai kajian ilmiah ketika memenuhi unsur metodologi. Hal ini menggambarkan tentang cara untuk menemukan atau menjawab tujuan penelitian. Pentingnya metodologi maka pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus. Creswell dalam Hidayat (2017) menjelaskan bahwa studi kasus menekankan pada bagaimana cara mendapatkan data sehingga menemukan kebenaran terhadap hasil penelitian. menegaskan bahwa studi kasus sebagai metode yang fokus pada satu kasus tunggal atau lebih. Studi kasus mencoba menelisik kasus dari beberapa sumber untuk menjawab tujuan penelitian berdasarkan beberapa sudut pandang. Studi kasus mensyaratkan adanya pertanyaan penelitian berupa apa, kenapa, bagaimana. Hal ini menekankan bahwa studi kasus sebagai metode yang mengharuskan penelitian dilakukan secara mendalam.

Aspek-aspek yang dijadikan sebagai bahan pertanyaan penelitian meliputi pemahaman masyarakat tentang literasi media, kriteria tayangan yang ditonton oleh masyarakat, dan pendekatan pemahaman tentang literasi media. Untuk menjawab beberapa aspek tersebut peneliti melakukan pengumpulan data melalui beberapa tahap sesuai dengan kebutuhan studi kasus. Menurut Yin, (2014) pengumpulan data meliputi telaah dokumentasi, dan observasi. Akan tetapi yang memungkinkan pada penelitian ini yaitu teknik wawancara dan observasi. Design penelitian juga menggunakan kualitatif. Kualitatif merupakan salah satu pendekatan ilmu humanistik dengan ciri-ciri bahwa kualitatif tidak membangun konsensus, generalisasi akan tetapi mengembangkan kreativitas individu. Creswell dalam Hidayat, (2014) berpendapat bahwa pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang natural. Pendekatan ini berjalan alami tanpa menggunakan seting atau *direct* dari peneliti. Sedangkan paradigma yang digunakan yakni konstruktivis. Menurut Denzin dalam Hidayat (2014) setiap individu memiliki pengalaman yang unik terhadap fenomena sosial tertentu. Hal ini diperoleh dari pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan. Pengalaman tersebut dikonstruksi sehingga menghasilkan makna atau *social meaningful action*.

### Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini penulis memaparkan hasil dan analisis data yang diperoleh selama melakukan pengabdian dan penelitian di Kelurahan Paseban Kecamatan Senen Jakarta Pusat. Data yang disajikan merupakan hasil dari analisis data dengan menggunakan tiga tahapan. *Kesatu*, reduksi data atau membuat konstruk drajat pertama pemahaman masyarakat tentang literasi media, kriteria tayangan yang

ditonton oleh masyarakat, dan alasan masyarakat memilih saluran media. Kegiatan berupa membuat manuskrip hasil wawancara dan melakukan pengelompokan serta pemolaan data hasil penelitian. *Kedua*, membuat deskripsi data atau memberikan makna dari setiap data yang telah terpolakan. Tahapan ini disebut pula konstruk drajat kedua. Langkah pemolaan data dapat dilakukan apabila tidak ada data yang diragukan atau tidak diperlukan uji keabsahan data. *Ketiga*, melakukan teoritisasi data atau membuat analisis berdasarkan data, pengetahuan peneliti dan teori yang relevan. Tahapan tersebut sangat lazim digunakan pada penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis maupun kritis. Berikut ini tiga pemolaan data yang berhasil dikelompokkan untuk menjawab tujuan penelitian.

### **Pemahaman masyarakat Paseban tentang literasi media**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa masyarakat Paseban belum sepenuhnya memahami tentang literasi media (*media literacy*). Mereka bahkan mengakui baru mengetahui istilah tersebut ketika dilakukan pengabdian kepada masyarakat beberapa waktu lalu. Masyarakat Paseban hanya mengetahui bahwa menonton televisi harus diatur baik frekuensi maupun durasinya. Mereka menyadari bahwa setiap tayangan televisi berpengaruh terhadap perilaku penonton. Hal ini selaras dengan pendapat Shoemaker (1996) bahwa konten media memberikan pengaruh pada sikap, nilai dan kepercayaan seseorang. Apabila konten yang ditayangkan menyajikan nilai-nilai yang tidak membangun maka penonton akan meniru adegan yang ditonton. Senada dengan teori kultivasi Gebner dalam McQuail (1991) bahwa teori ini menggambarkan efek kekerasan media massa. Penonton menjadi korban akibat perilaku meniru dan anggapan yang selalu benar terhadap konten yang ditayangkan. Apapun yang ditayangkan oleh media, maka penonton selalu menilai benar. Keyakinan yang dibangun berdasarkan nilai-nilai yang diterima dari media massa akan mempengaruhi sikap dan perilaku penonton.

Sejatinya, sejak kehadiran televisi di tahun 1920an masyarakat memang selalu disuguhkan dengan ragam konten yang tidak selalu memberikan hiburan, akan tetapi menyajikan informasi yang sifatnya mendidik. Menurut Suryadi (2013) seiring perkembangannya televisi kini tidak lagi sekedar sebagai media transformasi sosial, media perjuangan, media pendidikan, dan hiburan. Televisi adalah industri yang di dalamnya menyangkut modal besar dan motif profit. Televisi tidak sekedar membentuk persepsi tentang apa yang disebut dengan realitas. Televisi juga mampu meleburkan batasan antara realitas dengan imajinasi. Distingsi antara fakta dan fiksi menjadi semakin mencair. Perbedaan kenyataan dan ilusi menjadi samar, kabur dan bahkan menghilang. Bahkan Lull dalam Suryadi (2013) menyebut televisi sebagai pencipta realitas itu sendiri.

Gambaran tentang media televisi saat ini, membuktikan bahwa kampanye literasi media sangat diperlukan oleh masyarakat. Mereka tidak memahami secara komprehensif tentang realitas yang dikonstruksi di dalam tayangan televisi. Masyarakat hanya mengetahui kapan jadwal tayang dan tidak pernah memikirkan bagaimana proses tayangan tersebut diproduksi. Hal ini yang menyebabkan masyarakat selalu menganggap bahwa konten media adalah fakta. Padahal ada sebagian lagi konten tersebut hanya bersifat manipulatif dan imajinatif para pembuatnya. Untuk memberikan penyadaran dan pemahaman kepada masyarakat

tentang hal itu, maka diperlukan keterlibatan para akademisi dan praktisi di lingkungan masyarakat sekitar. Adanya kepedulian tentang literasi media diharapkan mampu mengurangi dampak negatif tayangan televisi.

Literasi media dikonstruksi masyarakat Paseban hanya sebagai informasi yang pernah mereka dengar. Namun mereka sebenarnya belum memahami maksud dan tujuan literasi media. Rata-rata masyarakat Paseban menyampaikan bahwa literasi media sebagai media pendidikan. Padahal literasi media dengan media pendidikan tentu berbeda. Hal ini selaras dengan pendapat Astuti (2007) media literasi bukanlah media edukasi, kendati media edukasi bisa dianggap sebagai bagian dari media literasi. Media edukasi memandang media dalam fungsi yang senantiasa positif. Sedangkan media literasi berupaya memproteksi penonton dari apa yang dipersepsi sebagai efek buruk media massa. Media literasi tidak hanya mempelajari segi-segi produksi, akan tetapi juga mempelajari kemungkinan apa saja yang bisa muncul akibat kekuatan media. Media literasi mengajari publik memanfaatkan media secara kritis dan bijak. Silverblatt's dalam Suryadi (2013) mendefinisikan lima elemen media literasi, 1) kesadaran akan dampak media massa pada individu dan masyarakat, 2) pemahaman terhadap proses media massa, 3) pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media, 4) kesadaran isi media sebagai teks yang memberikan masukan bagi budaya kontemporer.

Berdasarkan data lapangan tentang gambaran literasi media, maka penulis menyimpulkan bahwa masyarakat Paseban masih "tertipu" oleh setiap tayangan televisi. Mereka mengkonstruksi apa yang ditonton seolah nyata dan terjadi di lingkungan sekitar. Mereka belum tersentuh oleh media baik sebagai media pendidikan maupun sebagai literasi. Kurangnya pemahaman warga Paseban tentang literasi media dipengaruhi pula oleh faktor pendidikan, pekerjaan dan jenis kelamin. Rata-rata yang menghabiskan waktu di depan televisi adalah ibu rumah tangga yang kebanyakan tingkat pendidikan maksimal SMA. Seting media sangat ampuh mengenai sasaran pada level ibu rumah tangga. Mereka dikategorikan sebagai kelompok masyarakat yang belum terampil dan selektif dalam memilih saluran media maupun konten media. Masyarakat masih terkesan pasif seperti yang ditekankan pada teori agenda setting. Mereka masih terpaku pada setting media massa. Semestinya masyarakat lebih aktif apabila mereka telah terliterasi. Hal senada diungkapkan Rianto (2016) sikap selektif dapat menghalangi dampak isi media terhadap khalayak. Hal ini karena khalayak memiliki pemahaman sendiri terhadap makna, dan bahwa mereka pada akhirnya hanya tertarik pada pesan-pesan yang sesuai dengan minat khalayak.

### **Kriteria tayangan televisi yang ditonton oleh masyarakat**

Belum maksimalnya pengetahuan warga Paseban tentang literasi media juga diperkuat oleh indikator tayangan yang digemari. Mereka rata-rata menghabiskan waktu setiap hari menonton televisi sekitar delapan jam. Adapun acara yang ditonton yaitu hiburan meliputi sinetron, kuis dan musik atau ajang pencarian bakat. Warga Paseban termasuk penonton level berat dengan menghabiskan waktu berjam-jam. Hal ini senada dengan Gebner dalam Burton (2005) bahwa penonton televisi terdiri dari ringan dan berat. Ringan untuk mereka yang menghabiskan

waktu kurang dari empat jam perhari. Sedangkan penonton berat adalah mereka yang menghabiskan sebagian waktu tidak kurang dari delapan jam per hari.

Kurangnya pemahaman tentang literasi media juga dapat diukur dari jenis tayangan yang dipilih. Warga Paseban ketika ditanya tentang tayangan televisi yang sering ditonton bahkan setiap hari tidak terlewatkan, rata-rata menyebutkan tayangan sinetron. Acara ini digemari oleh ibu-ibu karena mereka menganggap bahwa sinetron merupakan representasi dari realitas atau fakta yang terjadi disekitar. Mereka tidak menyadari bahwa adegan-adegan yang terdapat pada skenario sinetron tersebut banyak manipulatif yang sifatnya imajinasi dan fiksi. Akan tetapi, masyarakat Paseban beranggapan lain bahwa sinetron adalah fakta yang memberikan pembelajaran kepada penonton untuk lebih berhati-hati dan mampu mengambil hikmah dari cerita yang ditawarkan. Mereka tidak menyadari bahwa di balik adegan dan cerita yang diangkat di dalam sinetron terdapat banyak cerita yang dibesar-besarkan atau fiktif. Adanya unsur manipulasi yang disengaja oleh pihak industri media agar tayangan tersebut menarik. Bumbu manipulasi dimulai dari pra produksi, produksi dan pascaproduksi. Menurut Mabururi (2013) alur cerita pada film, sinetron atau sejenisnya ide ceritanya dikembangkan melalui skenario. Mengolah ide cerita menjadi sebuah skenario seringkali berkembang menjadi cerita yang sifatnya fiksi. Hal ini dilakukan agar skenario film lebih menarik sehingga mendapat perhatian penonton.

Faktor lain sebagai indikator rendahnya literasi media pada warga Paseban yaitu pendidikan dan pekerjaan. Rata-rata mereka berpendidikan SMA dengan pekerjaan ibu rumah tangga. Hasil data penelitian bahwa ibu rumah tangga merupakan sasaran yang paling mudah dipengaruhi sebagai penonton permanen. Tentu saja indikator pendidikan juga mempengaruhi kriteria tayangan televisi yang dipilih oleh warga sebagai penonton. Rendahnya literasi media tentu saja berpengaruh terhadap perilaku penonton. Menurut Burton (2005) perubahan dapat dijadikan sebagai efek yang diterima oleh penonton (*audiences effects*). Burton menjelaskan bahwa setiap tayangan televisi memiliki efek terhadap perilaku penonton. Media dikonsumsi oleh masyarakat tanpa memperhitungkan efeknya. Hal ini terjadi karena masyarakat belum melek terhadap media. Adanya pengetahuan tentang literasi media diharapkan masyarakat lebih bijak dan terampil dalam memperlakukan media televisi sebagai media massa. Menurut McQuail (1991) media massa memiliki efek yang dahsyat karena karakteristiknya yang luas dan serentak dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Besarnya pengaruh media televisi tentu saja dibarengi oleh karakteristik televisi sebagai media publik yang mudah diakses.

### **Pendekatan media literasi pada masyarakat Paseban**

Temuan data di lapangan menitik beratkan bahwa warga Paseban Jakarta Pusat sangat membutuhkan penyuluhan tentang kampanye literasi media. Untuk itu, diadakannya kegiatan berupa pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini sebagai bentuk pendekatan untuk mengenalkan pentingnya literasi media. Adanya pemahaman tentang hal ini diharapkan warga Paseban terliteret sehingga pandai dalam memilih saluran media dan konten yang bermanfaat.

Penyuluhan pada kegiatan kampanye literasi media, warga tidak hanya diberikan pengetahuan teori, akan tetapi juga dibekali dengan cara memproduksi tayangan

televisi. Metode bermain dianggap paling tepat dalam menyampaikan isi kampanye tentang literasi media. Setidaknya warga Paseban memiliki gambaran tentang cara memproduksi sebuah acara yang akan ditayangkan di televisi.

Pendekatan penyuluhan literasi media yang telah dilakukan meliputi teknik mengambil gambar. Pada sesi ini warga diajak dan diperkenalkan tentang cara mengambil gambar termasuk gambar yang diambil melalui mainan kamera. Hal ini penting agar warga sadar bahwa tidak semua yang ada di layar televisi sifatnya benar dan nyata, akan tetapi adanya bumbu untuk membuat hasil gambar yang seolah nyata. Permainan "tipu" kamera seringkali digunakan oleh awak media terutama pada teknik pengambilan gambar untuk film dan acara hiburan lainnya.

Bagian selanjutnya yang diperkenalkan kepada warga Paseban yaitu teknik editing. Menurut Fachruddin (2012) editing sebagai proses menyusun, memanipulasi, dan merangkai ulang rekaman video (*master tape*) menjadi suatu rangkaian cerita yang baru (sesuai naskah) dengan memberikan pemahaman tulisan, gambar, atau suara sehingga mudah dimengerti dan dapat dinikmati pemirsa. Teknik editing disampaikan karena di dalam pelaksanaannya seringkali terdapat manipulasi data yang sengaja dilakukan agar tayangan lebih menarik. Adanya pengetahuan tentang teknik editing ini diharapkan warga Paseban lebih terbuka bahwa tidak semua tayangan televisi memberikan manfaat. Pengetahuan ini dibangun atas kesadaran sehingga warga lebih terampil dalam memilih saluran media maupun jenis acara di media televisi. Dua bagian pokok sinematografi yaitu teknik pengambilan gambar dan teknik editing yang disampaikan pada warga Paseban, diharapkan mampu menjadi pendekatan yang utuh dalam mengkampanyekan pentingnya literasi media.

### **Simpulan dan Rekomendasi**

Data dari hasil penelitian dan analisis menyimpulkan bahwa warga Paseban Jakarta Pusat belum mengetahui tentang apa dan bagaimana fungsi literasi media. Mereka hanya memahami bahwa literasi media sebagai bagian dari aturan yang terdapat pada industri media massa. Belum terbangunnya literasi media karena dipengaruhi oleh beberapa faktor; pendidikan, pekerjaan dan jenis kelamin. Pendidikan yang pas-pasan dan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga merupakan indikator utama sebagai sasaran kegiatan kampanye literasi media. Bukti lain bahwa warga Paseban belum memahami literasi media yaitu jenis program yang ditonton. Rata-rata mereka menyebutkan bahwa tayangan sinetron yang paling digemari. Padahal sinetron merupakan tayangan yang penuh dengan cerita manipulasi, fiksi dan berbau imajinasi.

Untuk mengatasi ketidak pahaman warga Paseban tentang literasi media, maka dilakukan kampanye literasi media dengan pendekatan penyuluhan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang rahasia dapur produksi televisi. Tahapan produksi yang disampaikan meliputi teknik pengambilan gambar dan teknik editing video gambar.

### **Acknowledgements**

Artikel ini merupakan bagian dari hasil penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Lokasi kegiatan di Kelurahan Paseban Kecamatan Senen Jakarta Pusat.

Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih atas dukungan berupa waktu dengan berkenan hadir pada kegiatan pengabdian. Diharapkan kegiatan ini dapat dilakukan secara berkesinambungan agar warga paham secara menyeluruh tentang literasi media.

### Daftar Pustaka

- Astuti, Sandi Indra. (2007). *Media Literacy; Memerdekakan Khalayak dari Kapitalisme*. Bandung. Jurnal Issue (ISKI Bandung) Vol 1 No. 1.
- Burton, Graeme. (2005). *Media and Society Critical Perspective*. New Delhi. Printed at Chaman Enterprise.
- Fachruddin, Andi. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta. Kencana.
- Hidayat, Dasrun. Kuswarno. Zubair. Hafiar. (2017). *Negosiasi Citra Budaya Masyarakat Multikultural*. Jurnal Komunikasi Aspikom. Vol. 3 No. 2. 157-172.
- Hidayat, Dasrun. (2016). *Wartawan Media Now dalam Mengemas Berita*. Jurnal Komunikasi Aspikom. Vol. 2 No. 5. 295-303.
- \_\_\_\_\_ (2014). *Representasi Nemui Nyimah Sebagai Nilai-Nilai Kearifan Lokal*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Riau. Volume 5, No. 1. Hlm. 90-102.
- Mabruri, Anton. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV*. Jakarta. Gramedia.
- McQuail, Denis. (1991). *Teori Komunikasi Massa*. Edisi Kedua. Jakarta. Erlangga.
- Rianto, Puji. (2016). *Media Baru Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media*. Jurnal Komunikasi ISKI Vol 1 No. 2. Hlm 90-96.
- Suryadi, Israwati. (2013). *Kajian Perilaku Menonton Tayangan Televisi dan Pendidikan Literasi Media pada Remaja*. Jurnal Academica Fisip Universitas Tadulako. Volume 5 No. 1. ISSN 1411-3341. Hlm 973-986.
- Shoemaker, Pamela. (1996). *Mediating The Message*. USA. Longman Publishers.
- Turner, West. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Yin, Robert K. (2014). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta. Grafindo Persada.