

Kearifan Lokal Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Terpaan Media

Rini Darmastuti

A. Pendahuluan

Nubuat John Naisbit dalam bukunya *Megatrend 2000* (1990) yang menyatakan bahwa masyarakat dunia akan menjadi masyarakat global yang terhubung antara satu dengan yang lainnya rupanya mulai terpenuhi pada saat ini. Interaksi dan relasi antar masyarakat dari belahan dunia yang satu dengan masyarakat dari belahan dunia lainnya dapat dilakukan seketika dan pada saat itu juga. Teknologi informasi mampu meruntuhkan batas ruang dan waktu yang selama ini menjadi penghalang bagi masyarakat dari belahan dunia yang berbeda ketika mereka akan melakukan interaksi.

Teknologi informasi yang teraplikasi dalam media massa (baik media cetak, media elektronik maupun media baru), menjadi mediator yang sangat bagus dalam membangun interaksi dan relasi antara individu yang satu dengan individu lainnya yang berada pada tempat dan posisi yang berbeda. Bukan hanya dalam hal interaksi dan relasi, media massa juga menjadi sumber informasi dan sumber hiburan bagi sebagian besar masyarakat yang ada di dunia ini, tidak terkecuali masyarakat Indonesia.

Dalam kehidupan masyarakat Indonesia, media massa (media cetak, televisi, radio dan media baru) memiliki peranan yang sangat besar dalam membantu proses kehidupan mereka. Terlebih dalam era informasi pada saat ini. Media massa dapat diibaratkan

seperti sembako dalam kehidupan masyarakat kita yang menjadi kebutuhan sehari-hari. Ada yang kurang lengkap atau hilang ketika tidak ada media massa dalam kehidupan masyarakat. Bahkan ada sebagian masyarakat yang 'seakan-akan' tidak dapat hidup tanpa kehadiran media massa.

Di antara media cetak, radio, televisi dan media baru (internet, facebook dan media sosial lainnya), televisi merupakan media yang paling banyak di konsumsi oleh masyarakat. Penelitian yang diadakan Kompas pada tanggal 20-21 Agustus 2003 dengan menggunakan responden sebanyak 950 orang dengan usia minimal 17 tahun dan dilakukan di kota Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Ujung Pandang, Banjarmasin, Pontianak, Manado, Makasar dan Jayapura menyatakan bahwa dalam sehari jumlah responden yang menonton televisi adalah 1-2 jam (25,5%); 3-4 jam (38,4%); 5-6 jam (22,5%); dan 7 jam atau lebih (13,6%).” (Kompas, 25 Agustus 2003 hal. 8). Data ini menunjukkan bahwa televisi memiliki peranan yang sangat besar dan mengambil porsi waktu yang banyak dalam kehidupan masyarakat.

Setelah televisi, internet dan media sosial merupakan media massa yang banyak di minati oleh masyarakat pada saat ini. Berdasarkan hasil riset, yang dirilis oleh Majalah Marketeers dengan mendasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh MarkPlus Insight terhadap 2161 pengguna Internet di Indonesia, menunjukkan hasil yang sangat mengejutkan. Dari hasil penelitian ini, ternyata ada tren peningkatan dalam penggunaan internet di Indonesia. Menurut MarkPlus Insight, jumlah pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2011 ini sudah mencapai 55 juta orang, meningkat dari tahun sebelumnya di angka 42 juta (sumber: <http://tekno.kompas.com/Naik.13.Juta.Pengguna.Internet.Indonesia.55.Juta.Orang>, akses 17 Januari 2012).

Data di atas menunjukkan peningkatan yang sangat tinggi dalam penggunaan internet. Internet menjadi media yang mampu menyihir perhatian masyarakat. Akibatnya, kehadiran internet

juga mengubah perilaku masyarakat bukan hanya dalam cara berinteraksi dengan orang lain, tetapi juga dalam penggunaan media. Kehadiran internet membawa imbas yang sangat besar dalam penggunaan media cetak. Pada tahun 2005-2009 terjadi penurunan yang sangat besar dalam penggunaan media cetak. (<http://teknokompas.com/read/2009/12/08/13553071/pengguna.internet.melonjak.17.persen>, akses 17 Januari 2012). Penurunan penggunaan media cetak ini bukan berarti tidak ada 'penggemar' lagi buat media cetak. Pembaca media cetak tetap tinggi sesuai dengan segmentasi dan kebutuhan pembaca. Begitu juga dengan radio, setelah kehadiran televisi, radio memang agak tersisih. Tetapi sampai saat ini mendengar setia radio masih cukup tinggi.

Paparan di atas menunjukkan bagaimana media massa mempunyai peranan yang sangat besar dalam kehidupan masyarakat kita. Inilah pemenuhan nubuat Naisbit yang menganggap masyarakat kita sedang menuju pada masyarakat informasi, di mana segala kebutuhan hidupnya selalu dikaitkan dengan semua hal yang berhubungan dengan teknologi informasi. Teknologi informasi yang terwakili dalam media massa menjadi mediator yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, mulai dari kebutuhan yang sangat primer sampai kebutuhan tersier. Mulai dari kebutuhan jasmani, sampai kebutuhan emosi. Hanya saja yang menjadi keprihatinan, belum semua masyarakat kita siap untuk menjadi masyarakat informasi. Masih banyak masyarakat kita yang belum memiliki kemampuan yang cukup untuk menggunakan media massa dengan bijaksana. Akibatnya, penggunaan media massa membawa imbas negatif dalam kehidupan bermasyarakat kita.

B. Fenomena Melek Media dalam kehidupan Masyarakat Indonesia

Kehadiran teknologi informasi dan terpaan media massa yang bertubi-tubi dalam kehidupan masyarakat kita ternyata membawa

dampak yang tidak bisa dihindari. Di satu sisi, kehadiran teknologi informasi ini memang membawa dampak positif, tetapi di sisi yang lain kehadiran teknologi informasi dan terpaan media ini juga membawa dampak negatif. Kalau dilihat dari dampak positif, kehadiran media massa membawa banyak manfaat dan mempermudah kehidupan kita. Kemudahan dalam hal berinteraksi, sosialisasi budaya maupun *transfer of knowledge*. Dengan adanya media massa menjadikan hidup kita lebih mudah.

Di sisi yang lain, ada banyak dampak negatif yang ditimbulkan dari media massa. Ketidaksiapan masyarakat dalam memasuki masyarakat informasi maupun ketidakmampuan masyarakat dalam memilah dan memilih informasi, telah membawa banyak petaka di negeri ini. Ketidaksiapan masyarakat kita dalam memasuki masyarakat informasi ini dapat kita lihat dari fenomena yang terjadi dalam kehidupan masyarakat kita. Sebut misalnya korban yang meninggal maupun korban yang menderita seumur hidup akibat *verbal abuse* media karena pembunuhan karakter melalui isi pesan yang disampaikan oleh media massa (entah itu melalui radio, televisi, media cetak maupun internet). Hal ini terjadi karena media massa seringkali menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat tanpa memperhatikan etika serta nilai-nilai dan norma yang berlaku di masyarakat.

Kita bisa melihat salah satu dampak negatif yang terjadi dimasyarakat pada kasus kematian seorang anak yang disebabkan karena pengaruh film animasi "Naruto". Film kartun yang ditayangkan di Global TV pada tahun 2008 yang lalu itu diduga telah menyebabkan kematian Revino Siahaya. Anak berusia 10 tahun ini disinyalir bunuh diri akibat meniru gaya dalam film kartun Naruto. Berdasarkan hasil penyelidikan pihak yang berwajib, memang tidak ada indikasi adanya pengaruh film tersebut terhadap kematian Revino. Tetapi kasus ini menimbulkan keresahan dari masyarakat akan sinyalemen yang mengatakan bahwa film kartun tersebut mempunyai pengaruh buruk terhadap perilaku anak.

Sepuluh tahun sebelumnya, pada tahun 1998, Eric dan Dylon murid *Colombain High School* di Colorado, Amerika melakukan tindakan yang sangat brutal. Mereka menembaki teman-teman sekolahnya hingga membuat 13 nyawa teman-temannya melayang. Tindakan ini mereka lakukan sebagai satu tindakan yang mereka contoh dari tayangan berita kriminal di televisi yang sering mereka tonton.

Di Jepang, seorang anak berusia 14 tahun tega melakukan tindakan yang sangat sadis dengan cara memenggal kepala temannya yang berusia 11 tahun dan meletakkannya di depan kelas. Dari hasil penyelidikan yang dilakukan oleh polisi Jepang, televisi ternyata menjadi sumber referensi yang digunakan anak remaja tersebut untuk menghabiskan nyawa temannya dan melakukan tindakan yang sangat sadis ini.

Sementara dalam tayangan RCTI pada hari minggu 2 Oktober 2005 yang dikemas dalam tayangan berita kriminal dan diberi nama 'Sergap', seorang anak remaja yang baru duduk dibangku kelas 3 SMP yang diberi inisial 'Saf' melakukan tindak kriminal sodomi terhadap beberapa tetangga 'kecil'-nya yang masih berada di bawah umur. Tindakan ini diilhami dari film porno yang dia lihat. Kasus lainnya yang sempat menggemparkan dan sangat ramai dibicarakan adalah kasus yang muncul akibat tayangan *Smack Down*. *Smack Down* yang ditayangkan di salah satu stasiun televisi swasta ini menjadi contoh yang ditiru oleh beberapa anak-anak SD dan mengakibatkan tewasnya Reza Ikhsan Fadilah (9) siswa kelas III SDN Cingcin I Katapang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, pertengahan November 2006.

Fenomena dampak negatif dari ketidaksiapan masyarakat dalam memasuki masyarakat Informasi juga dapat kita lihat dari pengaruh media massa lainnya, termasuk internet. Ada banyak penyakit, baik itu penyakit fisik maupun penyakit psikis yang diderita oleh masyarakat kita karena masyarakat kita kurang bijaksana dalam menggunakan internet. Sebut misalnya penyakit

mata yang diderita karena terlalu lama berada di depan komputer, atau penyakit maag dan penyakit lainnya karena kurang bijaksana dalam menggunakan internet. Bahkan yang paling parah adalah penyakit mental yang muncul karena penggunaan internet dan media sosial lainnya. Ada banyak orang yang mengalami disorientasi hidup karena hidupnya sangat didominasi oleh dunia maya. Realitas hidup yang sebenarnya yang dimiliki oleh seseorang, telah tergantikan dengan dunia maya yang mendominasi hidup dia.

Beberapa contoh kasus di atas menunjukkan banyaknya dampak negatif yang muncul dari penggunaan media massa dalam kehidupan kita. Dampak negatif ini muncul karena keanekaragaman karakteristik masyarakat kita sebagai pengguna media massa. Ada masyarakat kita yang sudah memiliki karakteristik pengguna media yang cerdas, tetapi ada juga yang belum.

Berdasarkan keikutsertaannya, Clause (1968) membagi kadar keikutsertaan audiens ke dalam tiga kelompok, yaitu: *Pertama*, populasi yang menerima tawaran komunikasi, yaitu orang yang memiliki televisi, tetapi tidak pernah menggunakan televisi tersebut. Populasi pada kelompok ini lebih menempatkan televisi sebagai simbol untuk membangun 'prestise' hidup mereka. *Kedua*, populasi yang benar-benar menerima hal-hal yang ditawarkan, yaitu tipe *audience* yang menyaksikan acara televisi, tetapi tidak menjadikan televisi sebagai referensi utama dalam kehidupan mereka. Informasi yang pentinglah yang akan mereka gunakan sebagai teladan dalam kehidupan mereka. *Ketiga*, populasi yang mengendapkan hal-hal yang ditawarkan. Audiens jenis ini adalah audiens yang efektif. Mereka akan melakukan seperti apa yang dipesankan oleh media.

Sayangnya, masih banyak masyarakat kita yang masuk pada kategori ketiga. Seringkali karena ketidaktahuan masyarakat, membuat masyarakat menjadikan media massa sebagai referensi utama dalam kehidupan mereka. Pesan dan realitas yang dibangun oleh media massa dianggap sebagai pesan dan realitas yang

sesungguhnya dan dijadikan sebagai pedoman serta referensi dalam kehidupan mereka.

Dalam pandangan Michael Foucault, fenomena masyarakat ini diistilahkan dengan istilah pengetahuan adalah kuasa. Dalam bukunya '*Pengetahuan dan Kuasa*', Michael Foucault mengatakan bahwa masyarakat sangat mudah untuk ditindas oleh karena ketidaktahuan mereka. Ketidaktahuan akan membuat mereka ditindas oleh yang tahu.

C. Budaya Media

Keterlibatan media massa yang sangat tinggi dalam kehidupan masyarakat seperti yang dipaparkan di atas, ternyata membawa dampak yang sangat besar dalam kehidupan masyarakat kita. Tanpa kita sadari, budaya lisan dan budaya tradisional yang dimiliki oleh masyarakat kita telah tergantikan dengan budaya media. Media massa, melalui ketajaman sorotan lensa kameranya telah berhasil memindahkan '*realitas semu*' dalam sebuah realitas baru melalui tulisan, suara maupun tayangan audio visual yang sering kali membius masyarakat.

Berdasarkan pengertiannya, budaya media adalah budaya citra dan sering melibatkan penglihatan dan suara. Budaya Media adalah budaya industri yang diorganisasi atas model produksi massa dan diproduksi untuk audiens berdasarkan tipe (*genre*) masing-masing dengan mengikuti rumus, kode dan aturan-aturan yang mapan. Budaya media merupakan suatu bentuk budaya komersial dan produknya adalah komoditas yang berusaha menarik laba pribadi yang dihasilkan perusahaan raksasa dengan kepentingan untuk mengumpulkan modal. Menurut Douglass Kellner budaya media berusaha membidik khalayak luas sehingga harus berputar pada tema-tema dan masalah-masalah kekinian dan amat berhubungan dengan '*yang sedang digemari saat ini*', memberikan suatu *hieroglif* tentang kehidupan sosial kontemporer (Kellner, 2010 : 2).

Dalam pandangan Kellner, budaya media bukan sistem

indoktrinasi ideologis yang kaku sehingga menimbulkan persetujuan dengan masyarakat-masyarakat kapitalisme yang ada, tapi memberikan kenikmatan budaya media dan budaya konsumen. Sejalan dengan budaya media, budaya konsumen menawarkan serangkaian barang dan jasa yang memukau, yang menarik orang berpartisipasi dalam sebuah sistem kepuasan komersial. Budaya media dan konsumen bekerja sama menimbulkan gagasan dan tindakan yang sejalan dengan nilai, lembaga, keyakinan dan praktik yang ada yang ditawarkan oleh media massa (Douglas Kellner, 2010 : 3).

Padahal kalau kita lihat dalam kehidupan kita sehari-hari, media massa merupakan institusi yang berperan sebagai *agent of change* yaitu sebagai pelopor perubahan. Perubahan sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat ini menyangkut perubahan pola pikir, perubahan perilaku masyarakat serta perubahan budaya materi. Peran ini merupakan paradigma utama media massa (Bungin, 2006: 85). Dalam paradigma ini media massa memiliki peran yang sangat mulia, yaitu sebagai institusi pencerah masyarakat yang berperan sebagai media edukasi, media informasi maupun hiburan.

Tetapi di sisi yang lain, sebagai sebuah institusi provit, media massa juga dituntut untuk menghasilkan keuntungan. Karena berorientasi pada keuntungan maka media massa selalu berusaha untuk menyajikan 'acara' yang dapat menarik perhatian banyak *audience*. Semakin banyak *audience* yang menyaksikan acara tersebut, maka acara dianggap semakin berhasil. Semakin banyak *audience* yang menyaksikan acara tersebut, maka semakin banyak pula institusi atau perusahaan yang memasang iklannya pada acara itu. Akibatnya, semakin banyak uang yang masuk ke kantong institusi media massa itu.

Karena tuntutan provit ini, maka media massa berusaha menyajikan acara-acara yang sesuai dengan selera *audience*. Pada tataran ini, media massa mempergunakan perannya sebagai media informasi dengan membangun suatu realitas baru berdasarkan

konstruksi yang mereka bangun sesuai dengan ideologi media yang mereka miliki. Realitas yang ditampilkan oleh media massa melalui tayangan-tayangan acara maupun melalui pesan-pesan yang disampaikan adalah realitas yang sudah mereka konstruksi dan disesuaikan dengan ideologi media. Media massa berusaha menyajikan pesan dan tayangan acara sesuai dengan selera *audience* dan fenomena yang sedang berkembang. Akibatnya, realitas yang muncul bukanlah realitas yang sebenarnya, melainkan realitas media dan budaya media.

Budaya media yang merupakan hasil konstruksi media massa, hadir dalam kehidupan masyarakat melalui media cetak, radio, televisi bahkan melalui internet. Internet yang sering disebut dengan media baru (*new media*), pada saat ini menjadi media yang sangat efektif untuk membangun budaya media ini setelah televisi. Kejelian wartawan dan pekerja-pekerja media dalam menyajikan suatu berita, serta ketajaman sorotan kamera dalam menciptakan realitas baru menjadi kekuatan yang sangat besar dalam membangun budaya media. Akibatnya, budaya media memiliki pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat dalam menata hari-hari mereka, membentuk pandangan serta ideologi-ideologi baru dalam memandang dunia maupun dalam hal sosial dan politik. Budaya media mampu mendominasi waktu luang yang dimiliki oleh masyarakat dan menyediakan bermacam-macam referensi bagi masyarakat, mulai dari referensi untuk kebutuhan sehari-hari sampai referensi yang dapat digunakan untuk membangun identitas serta konsep diri.

Pengaruh media massa yang sangat kuat ini terjadi karena media massa berusaha membangun *theater of mind* sebagaimana gambaran realitas oleh media massa tersebut. Hal ini terjadi seperti yang dikatakan oleh Jean Baudrillard, dalam kehidupan masyarakat muncul suatu *hiper-reality* yaitu suatu kondisi di mana masyarakat dijebak dalam satu ruangan yang disadarinya sebagai nyata, meskipun sesungguhnya semu, maya atau khayalan belaka.

Fenomena inilah yang terjadi dalam kehidupan masyarakat kita pada saat ini.

Cara pandangan masyarakat kita terhadap dunia ini, serta ideologi-ideologi yang dihidupi oleh masyarakat kita bukan lagi berdasarkan budaya yang mereka anut, tapi sudah tergantikan oleh budaya media. Cara hidup, tindakan serta aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat, bukan lagi cara hidup serta tindakan dan aktivitas yang didasari oleh budaya yang mereka anut, tetapi sudah 'terkontaminasi' dengan budaya media. Yang lebih parah lagi, banyak sekali masyarakat kita yang justru hidup dalam realitas semu yang dibangun oleh media. Mereka terlena dengan budaya media dan lupa dengan realita hidup yang sesungguhnya.

Budaya media ini akan terus mempengaruhi masyarakat kita, manakala media massa memiliki dominasi yang kuat dalam kehidupan masyarakat kita. Terlebih untuk masyarakat kita yang belum memiliki kemampuan yang cukup dalam menggunakan media, atau sering disebut dengan masyarakat yang belum melek media. Terpaan media massa yang terus menerus serta konsumsi masyarakat yang sangat tinggi terhadap tayangan televisi maupun pesan-pesan yang disampaikan melalui media cetak, radio dan internet, membuat masyarakat semakin hari semakin menghidupi setiap 'ajaran' yang diberikan oleh media massa. Tanpa disadari, ideologi-ideologi dan konsep-konsep yang diajarkan oleh media massa pelan-pelan masuk dan mempengaruhi masyarakat. Tanpa ada keterpaksaan dan tekanan dari manapun, masyarakat menyetujui semua ideologi dan cara pandang yang disampaikan oleh media dan menerapkannya dalam kehidupan mereka.

Kalau kondisi ini terus dibiarkan, maka akan membawa petaka dalam kehidupan masyarakat. Ketidaktahuan masyarakat kita dan ketidakmampuan mereka untuk memilih dan memilah mana pesan-pesan dari media massa yang boleh dikonsumsi dan mana yang tidak, akan menjerumuskan masyarakat pada satu kondisi yang tidak sehat. Masyarakat akan hidup dalam realitas semu

dengan pemahaman dan konsep diri yang tidak tepat. Budaya yang mereka milikipun secara perlahan akan punah dan tergantung dengan budaya media yang belum tentu sesuai dengan kehidupan dan budaya masyarakat tersebut. Pada tataran ini diperlukan satu usaha untuk membangun masyarakat yang bijaksana dalam menggunakan media, yaitu masyarakat yang melek media yang mampu memilih dan memilah pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa. Masyarakat yang mengetahui, paham dan memiliki sikap yang bijaksana dalam menggunakan media massa.

D. Budaya sebagai *Filter*

Masyarakat yang melek media, sering juga dikatakan sebagai masyarakat yang sudah mengalami media literacy. The National Telemedia Council (dalam Art Silverblatt, 2008: 4) memberikan definisi tentang Media Literacy sebagai *"the ability to choose, to understand, -whitin the context of content form/style, impact, industry and production - to question, to evaluate, to create and/or produce and respond thoughtfully to the media we consume. It is mindful viewing, reflective judgment"*

David Considine (dalam The Journal of Media Literacy, Volume 41, Number 2) memberikan definisi media literacy sebagai *"The ability to access, analyze, evaluate and communicate information in a variety of format including print and nonprint"*

Dalam pandangan David Considine, masyarakat yang sudah mengalami Media Literacy atau masyarakat yang sudah melek media, adalah masyarakat yang memiliki kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai format pesan yang disampaikan oleh media massa, baik itu cetak maupun elektronik.

Pendapat David ini diperjelas oleh Potter (2008:19) yang memberikan definisi media literacy sebagai *"a set of perspectives that we actively use to expose ourselves to the media to interpret the meaning of the messages we encounter"*. Sebuah perspektif di mana kita dapat

secara aktif menunjukkan kemampuan kita kepada media untuk menginterpretasikan makna dari pesan yang kita temui (Eadie, 2009:560). Dari kedua pendapat di atas, terkandung makna bahwa masyarakat yang melek media adalah masyarakat yang memiliki kemampuan untuk mengendalikan pesan dari media massa. Artinya, pada tataran ini masyarakatlah yang memegang kendali terhadap setiap pesan dari media massa yang menerpa hidupnya. Masyarakat memiliki kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, mengkomunikasikan informasi. Bukan hanya kemampuan di atas, masyarakat yang melek media adalah masyarakat yang memiliki kemampuan untuk menginterpretasikan pesan dari setiap terpaan yang mereka terima dari media massa.

Yang menjadi permasalahan, bagaimana caranya untuk membentuk masyarakat yang seperti ini? Bagaimana caranya menjadikan masyarakat menjadi masyarakat yang cerdas dan bijaksana dalam menggunakan media? Sementara dalam realita yang ada, masih banyak masyarakat kita yang belum memiliki kemampuan yang cukup dalam mengkonsumsi media massa. Ketidakmampuan masyarakat ini disebabkan oleh banyak hal, salah satunya adalah latar belakang pendidikan yang rendah serta cara pandang dan wawasan yang sempit. Padahal di sisi yang lain, menjadi satu kemustahilan bagi masyarakat kita untuk menghindari terpaan media massa. Rasanya menjadi satu hal yang sangat mustahil untuk menghindari terpaan media massa dalam era globalisasi pada saat ini. Kehidupan masyarakat kita sarat dengan pengaruh dari terpaan media massa. Dalam setiap segi kehidupan, rasanya tidak mungkin lepas dari pengaruh media massa.

Douglas Kellner dalam bukunya "*Budaya Media: Cultural Studies, Identitas dan Politik, antara Modern dan Postmodern*" mengatakan bahwa masyarakat sebetulnya dapat menolak pengaruh-pengaruh budaya media dengan menggunakan budaya yang mereka miliki. Pesan-pesan dominan yang disampaikan oleh media massa dan penciptaan pembacaan serta pemanfaatan pribadi terhadap budaya

yang diproduksi secara massal oleh media dapat difilter dengan menggunakan budaya yang dimiliki oleh masyarakat sebagai sumber pemberdayaan diri mereka dan menciptakan makna identitas dan bentuk kehidupan mereka sendiri. Artinya, ada satu cara yang dapat digunakan untuk menciptakan masyarakat yang cerdas dalam menggunakan media atau masyarakat yang melek media, yaitu dengan menggunakan budaya mereka sendiri. Hal ini juga diperkuat oleh banyaknya teori yang muncul dalam beberapa tahun terakhir ini yang memberikan penekanan pada kekuatan audiens untuk menentang manipulasi media. Teori-teori ini memberikan penekanan bahwa audience yang aktif akan memiliki kemampuan untuk membuat makna dan manfaat sendiri pada saat mereka mengkonsumsi media massa. Akibatnya, masyarakat dapat memberdayakan diri mereka sendiri dengan menggunakan bahan-bahan dari budaya mereka (Kellner, 2010: 3).

Untuk memahami peran budaya dalam media literacy, ada baiknya kita memahami tentang apa itu budaya terlebih dahulu. Berdasarkan pengertiannya, Gerry Phillipson (seorang profesor komunikasi dari University of Washington) mendefinisikan budaya sebagai *"A socially constructed and historically transmitted pattern of symbol, meaning, premisses and rules"* (Griffin, 2003: 420). Dalam pandangan Gerry, budaya merupakan sebuah konstruksi sosial dan transmisi sejarah dalam bentuk simbol, arti, dasar pikiran dan peraturan.

Pendapat yang senada juga diberikan oleh Spradley yang mengartikan kebudayaan sebagai pengetahuan yang diperoleh, yang digunakan orang untuk menginterpretasikan pengalaman dan melahirkan tingkah laku sosial. Sistem makna dari budaya suatu masyarakat digunakan untuk mengatur tingkah laku, untuk memahami diri mereka sendiri dan untuk memahami orang lain serta untuk memahami dunia di mana mereka hidup (Spradley, 1997: 5). Sehingga apa yang mereka lakukan dan mengapa mereka melakukan berbagai hal selalu didasarkan pada batasan-batasan

menurut falsafah hidup mereka dan dipengaruhi oleh latar belakang kebudayaan kehidupan mereka.

E. Kearifan Lokal

Berdasarkan pendapat beberapa ahli, budaya menjadi dasar bagi setiap masyarakat yang menghidupi budaya itu untuk berpikir, bersikap dan berperilaku. Budaya digunakan orang untuk menginterpretasikan pengalaman dan melahirkan tingkah laku sosial. Selain menjadi dasar hidup bagi suatu masyarakat dalam menjalani hari-harinya, budaya juga menjadi identitas diri bagi setiap masyarakat yang menghidupinya. Ting-Toomey (dalam Turnomo Raharjo, 2005: 49) menyebutkan bahwa salah satu fungsi dari budaya adalah sebagai *Identity Meaning Function*.

Secara etimologis, kata identitas berasal dari kata *identity* yang berarti kondisi atau kenyataan tentang sesuatu yang sama, suatu keadaan yang mirip satu sama lain. Kalau pengertian ini kita gunakan untuk memahami identitas budaya pada tataran hubungan antarmanusia, maka identitas (*identity*) memiliki arti membuat sesuatu menjadi identik atau sama. Berdasarkan pengertian ini, maka yang dimaksud dengan identitas budaya secara sederhana adalah rincian karakteristik atau ciri-ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok orang yang kita ketahui batas-batasnya tatkala dibandingkan dengan karakteristik dan ciri-ciri kebudayaan orang lain (Liliweri, 2003: 72).

Dalam pandangan Ting-Toomey (dalam Turnomo Raharjo, 2005: 49), pada fungsi *Identity Meaning Function* ini, budaya memberikan kerangka referensi untuk menjawab pertanyaan yang paling mendasar dari keberadaan manusia tentang 'siapa saya'. Keyakinan-keyakinan budaya, nilai-nilai serta norma-norma yang mereka miliki menjadi pijakan bagi masyarakat yang memiliki budaya tersebut untuk memberikan makna dan nilai terhadap segala hal yang terjadi di dalam hidupnya. Makna dan nilai ini menjadi satu hal yang sangat penting bagi identitas diri mereka.

Dalam perkembangannya, makna identitas yang didapat dari budaya dikonstruksi dan dipelihara melalui kehidupan sehari-hari.

Identitas budaya ini sering juga disebut dengan *local genius* yang seringkali dipahami sebagai identitas atau kepribadian budaya suatu masyarakat yang menyebabkan masyarakat tersebut mampu untuk menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri (Sartini, 2004: 199). Pada tataran ini, saat ketika suatu masyarakat memutuskan untuk menyerap dan mengolah budaya asing yang masuk sesuai dengan watak dan kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat itu, maka pada saat inilah kearifan yang dimiliki oleh masyarakat tersebut menjadi satu dasar untuk mengambil keputusan. Bahkan, tidak jarang kemampuan masyarakat untuk menyerap dan mengolah budaya asing itu sangat dipengaruhi oleh kearifan yang dimiliki oleh masyarakat tersebut, yang diajarkan melalui nilai-nilai serta norma-norma dari budaya mereka. Inilah yang dimaksud dengan kearifan lokal, yaitu manifestasi dari ajaran-ajaran budaya lokal yang dihidupi oleh masyarakat di komunitas lokal tersebut.

Sartini, dalam tulisannya yang berjudul *Menggali Kearifan Lokal Nusantara* sebuah Kajian Filsafati yang ditulis di *Jurnal Filsafat* (Agustus 2004, Jilid 37, Nomor 2, hal. 119) mengatakan bahwa Kearifan Lokal (*Local Wisdom*) merupakan gagasan-gagasan setempat (lokal) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Gambar 3.
Kearifan Lokal dalam menggunakan Media



Kearifan lokal yang merupakan manifestasi dari ajaran-ajaran budaya yang dihidupi oleh suatu masyarakat lokal, dapat digunakan sebagai filter untuk menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri, termasuk budaya-budaya asing yang terpublikasi ke masyarakat melalui media massa. Artinya, nilai-nilai budaya serta kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat dapat digunakan sebagai dasar pada saat menginterpretasikan pengalaman yang mereka peroleh dari media massa, sehingga tingkah laku sosial yang terbentuk merupakan tingkah laku sosial yang sesuai dengan budaya masyarakat itu bukan tingkah laku sosial yang berdasarkan budaya media. Nilai-nilai dan norma-norma budaya lokal, dapat digunakan sebagai

dasar dan pedoman ketika masyarakat mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi, bahkan ketika menginterpretasikan pesan dari setiap terpaan yang mereka terima dari media massa. Pada tataran inilah sistem makna dari budaya yang dimiliki masyarakat itu dapat digunakan untuk memahami diri mereka sendiri, memahami masyarakat, memahami dunia tempat mereka hidup serta memahami realitas semu serta dunia yang dibangun oleh media massa.

Budaya menjadi sebuah bentuk kegiatan yang amat partisipatif, tempat orang membangun masyarakat dan identitas mereka. Budaya menjadi tameng untuk mengatasi terpaan-terpaan dan pengaruh dari budaya lain maupun budaya media. Budaya membangun individu, menarik dan mengembangkan potensi dan kapasitas mereka untuk melakukan pembicaraan, tindakan dan kreativitas. Yang menjadi pertanyaan selanjutnya, bagaimana budaya dan kearifan lokal masyarakat Indonesia dalam mengatasi dan mengantisipasi terpaan-terpaan dari media massa? Bagaimana budaya dan kearifan lokal masyarakat Indonesia dapat digunakan sebagai dasar dalam membangun masyarakat yang melek media?

F. Kearifan Lokal Masyarakat Samin : Sebuah Contoh

Untuk menjawab pertanyaan tentang 'bagaimana budaya dan kearifan lokal masyarakat Indonesia dapat digunakan sebagai dasar dalam membangun masyarakat yang melek media', ada satu contoh kasus tentang kearifan lokal yang dimiliki oleh komunitas Samin dalam mengatasi terpaan media. Paparan di bawah ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis pada bulan April - September 2006 di dalam kehidupan komunitas Samin di Sukolilo, Pati. Oleh karena itu, sebelum membahas tentang kearifan lokal masyarakat Samin dalam membangun masyarakat yang melek media, terlebih dahulu kita akan membahas tentang siapa masyarakat Samin itu.

Masyarakat Samin merupakan bagian dari keanekaragaman

masyarakat dan fenomena pluralitas budaya yang ada di Indonesia. Wujud kekayaan budaya serta keanekaragaman kepercayaan dan falsafah hidup yang dianut oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat Samin adalah fenomena kultural yang bukan saja unik, tetapi juga sarat dengan pesan. Keunikan masyarakat Samin terletak pada perilaku mereka yang terkesan '*seenaknya sendiri*' dan agak '*nyleneh*' dibanding dengan masyarakat pada umumnya. Sikap masyarakat Samin yang seolah-olah tidak mengakui eksistensi negara dalam kehidupan mereka dan tidak mau membayar pajak menjadi fenomena kultural yang unik dan seringkali dipahami masyarakat sebagai wujud pemberontakan masyarakat Samin terhadap pemerintahan.

Padahal sikap masyarakat Samin ini merupakan kelanjutan dari sikap mereka ketika melawan penjajahan Belanda. Membahas masalah perilaku masyarakat Samin, Prof Dr. Sartono Kartodirdjo berpendapat,

Secara ilmiah perjuangan rakyat yang berbentuk 'kraman brandalan' sebagai suatu babak sejarah nasional, meskipun aktivitas tadi bukan berlandaskan patriotisme, melainkan hanya suatu letupan cita-cita mesianisme, Ratu Adil yang menentang kekuasaan kulit putih (Soerjanto Sastroatmodjo, 2003: 14).

Berdasarkan data sejarah, Kyai Samin selama dua generasi yaitu Samin Sepuh dan Samin Anom berusaha menegakkan suatu utopia, yang kemungkinan sekali sebagai *homo utopis*. Kyai Samin berusaha menciptakan masyarakat bersahaja lahir batin dengan konsepsi-konsepsi yang terencana. Konsepsi-konsepsi yang terencana sebagai identitas Kesaminan ini tercermin dalam kitab *Serat Jamus Kalimasada* yang ditulis oleh Ki Samin Surowijoyo, Samin Sepuh yang kemudian disebarluaskan (Sastroatmodjo 2003:19).

Sikap masyarakat Samin ini muncul dimulai dari pergerakan Samin yang tumbuh pada tahun 1890 di dua desa di daerah hutan di kawasan Randublatung Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur. Gerakan ini lantas dengan cepat menjalar ke desa-desa

lainnya mulai dari pantai utara Jawa sampai ke seputar hutan di pegunungan Kendeng Utara dan Kendeng Selatan. Atau di sekitar perbatasan propinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur. Sebagai gerakan yang cukup besar Saminisme tumbuh sebagai perjuangan melawan kesewenangan Belanda yang merampas tanah-tanah dan digunakan untuk perluasan hutan jati (Intisari; 2001).

Karena keadaan yang terjajah, dan menurut mereka secara realistis untuk melawan Belanda itu merupakan pekerjaan yang tidak mudah mengingat kekuatan mereka tidak cukup kuat untuk menghadapi Belanda, maka satu-satunya cara yang bisa mereka gunakan adalah sikap diam dan berpura-pura gila. Sikap diam dan pura-pura gila inilah yang membawa dampak pada tingkah laku dan pola komunikasi masyarakat Samin.

Apa yang dilakukan oleh masyarakat Samin itu semata-mata hanya untuk menunjukkan sikap perlawanan terhadap pemerintah Belanda yang membebani rakyat dengan menguasai tanah dan menarik pajak. Rakyat merasa tertekan dan menjadi miskin, tidak berdaya. Mereka tidak mampu lagi menghidupi diri dan keluarganya. Akibat tekanan ekonomi dan politik yang dilakukan oleh pemerintah Belanda, memicu terjadinya tindak kriminalitas di masyarakat, seperti pencurian dan penjarahan di kampung-kampung. Rakyat dalam kondisi yang tidak menentu, hidup segan dan mati pun tak mau (Ananta Toer, 2002).

Berawal dari kondisi itulah akhirnya muncul sikap masyarakat Samin yang seenaknya dan agak *nyleneh*. Sikap yang seenaknya dan agak *nyleneh* ini adalah sikap diam dan berpura-pura gila yang akhirnya menjadi '*gaya hidup*' masyarakat Samin. Dalam perkembangannya, gerakan yang dipimpin oleh Samin Surosentiko ini akhirnya berkembang menjadi gerakan keagamaan dan mengajarkan ajaran agama Adam. Ajaran agama Adam ini menjadi landasan bagi masyarakat Samin ketika mereka berpikir, bertindak dan bertingkah laku. Ajaran ini menjadi dasar bagi masyarakat Samin dalam mem-*filter* pengaruh-pengaruh dari masyarakat luar,

termasuk pengaruh dari televisi. Sebagai seorang pemimpin, Samin Surosentiko tidak mengizinkan anggota komunitasnya mengikuti pendidikan pada bangku-bangku formal di sekolah-sekolah pemerintah. Tujuannya, supaya anggota komunitas Samin tidak terpengaruh dari ajaran-ajaran masyarakat lainnya.

Pada saat ini, pemimpin komunitas Samin yang menggantikan Samin Surosentiko tetap berusaha untuk menjaga komunitas Samin supaya tetap menghidupi ajaran agama Adam. Oleh karena itu, pemimpin komunitas tetap berusaha supaya masyarakat tidak terpengaruh dengan ajaran-ajaran masyarakat di luar komunitas Samin dan ajaran-ajaran yang disebarakan melalui media massa (radio, televisi dan koran). Untuk menjaga pengaruh dari luar, salah satu ajaran Samin Surosentiko menjadi dasar yang bisa mem-filter pengaruh dari luar. Ajaran Samin Surosentiko tersebut secara lengkapnya adalah:

Tumindakipun sageda anglenggahi keleresan tuwin mawi lalampah ingkang ajeng, sampun ngantos miyar-miyur. Tekadipun sampun ngantos keguh dening godha rencana, tuwin sageda anglampahi sabar lair batosipun, amati sajroning urip. Tumindak ing kelairan sarwa kuwawi anyanggi sadaya lelampahan ingkang dhumawahing sariranipun, sanadyan kataman sakit, ngrekaos pagesanganipun, ketaman sok serik sarta pangawon-awon saking sanes, sadaya wau sampun ngantos ngresula sarta amales piawon, nanging panggalhipun sageda lestari enget.... (Hutomo, 1996:25).

Ajaran Samin Surosentiko yang mengajarkan supaya masyarakat Samin dapat bertindak dengan benar dan mantap, tidak berbelok-belok. Tekat yang dimiliki masyarakat Samin harus kuat dan tidak terpengaruh oleh godaan serta bisa melakukan semua itu dengan sabar lahir dan batin. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mbah Sampir dan Mbak Gunarti (tokoh masyarakat Samin) pada tanggal 23 Mei 2006, pandangan masyarakat Samin, ini menjadi dasar bagi masyarakat Samin dalam menghadapi pengaruh-pengaruh dari masyarakat luar dan dari media massa (televisi dan radio).

Menurut Mbah Sampir dan Mbak Gunarti, '*sedulur sikep*' (sapaan yang sering digunakan untuk menyebut masyarakat Samin), boleh menonton televisi dan mendengarkan radio, tetapi mereka tidak menggunakan 'tontonan' yang ada di televisi atau siaran yang ada di radio sebagai pedoman dalam kehidupan mereka. Hal ini didasarkan pada ajaran Mbah Samin (sapaan komunitas Samin untuk Samin Surosentiko) supaya tindakan komunitas Samin jangan sampai '*miyar-miyur*'. Artinya, tindakan masyarakat Samin itu harus teguh, tidak boleh berbelok-belok dan jangan sampai terpengaruhi dengan ajaran yang lain, termasuk dari televisi. Masyarakat Samin harus tetap tegak dan mantap dalam menghidupi ajaran yang diajarkan dalam agama Adam. Kearifan lokal masyarakat Samin dalam menghadapi terpaan media massa ini sejalan dengan ajaran budaya Jawa yang mengajarkan:

"Wong Jawa nggone rasa, pada gulangening kalbu, ing sasmita anrili lantip, kuwowo nahan hawa, kinemat mamoting driya" (Orang Jawa itu tempat perasaan, mereka selalu bergulat dengan kalbu atau suara hati agar pintar dalam menangkap maksud yang tersembunyi dengan jalan berusaha menahan nafsu, sehingga akal menangkap maksud yang sebenarnya (Budiono Herusatoto 1983: 87).

Menahan nafsu yang dimaksud dalam pernyataan di atas, termasuk menahan nafsu untuk tidak mengikuti ajaran-ajaran yang diajarkan oleh media massa (televisi, radio, internet dan Koran). Serta tidak mudah terpengaruh dengan tawaran-tawaran yang ditawarkan oleh televisi maupun radio melalui iklan maupun gaya hidup.

Dalam kehidupan masyarakat Samin, yang paling '*urgen*' dalam kehidupan ini adalah kebenaran tingkah laku, sikap serta pengucapannya. Apabila orang Samin bisa mengucapkan tetapi tidak bisa melakukan, maka hal ini dianggap sebagai suatu yang sia-sia. Sehubungan dengan prinsip hidup masyarakat Samin ini, Mbah Tarno, sesepuh masyarakat Samin di Sukolilo pada wawancara tanggal 26 Mei 2006 di desa Ngombong, Sukolilo, Pati mengatakan,

"Dadi apa sing diucapno ya kudu dipahami lan dilakokno. Yen wong iso ngucapno nanging ora iso nglakoni kuwi rak jenenge muspro" (jadi apa yang diucapkan ya harus dipahami dan dilakukan. Kalau orang bisa mengucapkan tetapi tidak bisa melakukan itu berarti sia-sia). Kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Samin, menjadi satu contoh kearifan lokal masyarakat dalam menghadapi terpaan media massa.

G. Kearifan Lokal beberapa Masyarakat Indonesia dalam menghadapi terpaan Media Massa (Sebuah hasil diskusi)

Berpijak dari fenomena tentang kearifan lokal masyarakat Samin dalam menghadapi terpaan media, kemudian muncul pertanyaan "Kearifan lokal seperti apa yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia dalam menghadapi terpaan media massa?" Terlebih kalau kita menyadari bahwa bangsa Indonesia merupakan bangsa yang sangat kaya dengan keanekaragaman budaya. Masyarakat yang sangat plural dengan keanekaragaman budaya dan bahasa.

Oleh karena itu, dalam bab ini akan mencoba menjelaskan tentang kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat dari beberapa daerah yang ada di Indonesia dalam menghadapi terpaan media massa dan dalam usaha untuk menciptakan masyarakat yang melek media. Paparan tentang kearifan lokal dalam menghadapi terpaan media massa dan dalam membentuk masyarakat yang melek media di bawah ini masih merupakan hasil pemikiran penulis dan hasil diskusi dengan beberapa orang yang tertarik dan mendalami tentang budaya yang mereka miliki. Oleh karena itu, tulisan tentang kearifan lokal dalam menghadapi terpaan media massa dan dalam membentuk masyarakat yang melek media di bawah ini masih perlu disempurnakan.

1. Kearifan Lokal Masyarakat Jawa dalam Menghadapi Terpaan Media Massa

Masyarakat Jawa merupakan masyarakat yang sangat kuat dengan tradisi dan budayanya. Dalam kehidupan mereka, budaya

menjadi landasan dalam menjalankan kehidupan mereka sehari-hari. Budaya yang terurai dalam nilai-nilai, norma dan pandangan hidup menjadi pedoman bagi masyarakat Jawa dalam kehidupan sehari-hari.

Ajaran-ajaran dalam budaya Jawa terus dihidupi oleh masyarakat Jawa sampai saat ini, termasuk pada era komunikasi pada saat ini. Di tengah-tengah terpaan informasi yang sangat tinggi, nilai dan norma yang diajarkan dalam budaya Jawa menjadi pedoman bagi masyarakat Jawa dalam menghadapi terpaan media massa. Dengan kata lain, kearifan lokal yang tersurat dalam ungkapan tradisional ini menjadi satu pedoman dalam menghadapi terpaan media massa dan menjadi pijakan dalam literacy media. Ada satu ungkapan sebagai wujud kearifan lokal dalam kehidupan masyarakat Jawa yang sering digunakan sebagai filter dalam menghadapi terpaan media massa. Ungkapan tersebut adalah, '*Ngelingana bibit kawite*' yang artinya, ingatlah akan asal usulnya.

Ungkapan tradisional masyarakat Jawa ini memiliki makna hendaknya orang menyadari akan dirinya, dari mana asalnya dan dilahirkan dari siapa. Dengan kata lain, orang harus memiliki kepribadian. Ungkapan ini mengandung nasihat agar orang Jawa senantiasa mawas diri, jangan mudah terbawa arus. Dalam usahanya untuk menempuh hidup, dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya, hendaknya kepribadian dirinya, kepribadian masyarakat dan kepribadian bangsanya harus tetap diingat dan tetap dijadikan dasar dalam kehidupan sehari-hari bahkan tetap terwujud dalam kehidupannya.

Ungkapan ini menjadi pedoman dalam kehidupan masyarakat Jawa dalam menghadapi pengaruh-pengaruh dari luar, termasuk pengaruh dari media massa. Dalam menempuh hidup dan dalam usaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya, kepribadian diri, kepribadian masyarakat dan kepribadian bangsa harus tetap diingat. Artinya, untuk mempertahannya jadi diri masyarakat dan bangsanya menjadi satu hal yang sangat penting. Budaya yang

dimiliki merupakan budaya yang harus dipertahankan dan tidak boleh tergantikan dengan budaya media.

Hal ini sesuai dengan falsafah hidup orang Jawa yang menekankan pada kewajaran dalam hidup dan kehidupan untuk mewujudkan keselarasan, keseimbangan dan keserasian yang disesuaikan dengan budaya yang mereka miliki. Bagi masyarakat Jawa, keselarasan, keserasian dan keseimbangan hidup merupakan nilai yang sangat dihargai (Dep P & K, 1984:13).

2. Kearifan Lokal Masyarakat Maluku dalam Menghadapi Terpaan Media Massa

Informasi tentang kearifan lokal masyarakat Maluku dalam menghadapi media massa, diperoleh dari studi pustaka tentang budaya masyarakat Maluku, serta dari hasil diskusi dengan Theo Litaay, S.H., LLM (dosen Fakultas Hukum, UKSW) dan Dr. Flip P. B. Litaay (dosen Fakultas Teologi, UKSW) yang tertarik dengan budaya Maluku dan Ambon pada FGD tanggal 16 Desember 2011.

Menurut Theo Litaay, S.H., LLM dan Dr. Flip P. B. Litaay, penggunaan koran dalam kehidupan masyarakat Maluku, secara khusus masyarakat Ambon bisa dikatakan sangat tinggi. Rata-rata setiap masyarakat Ambon dan lebih luas masyarakat Maluku memiliki kesadaran yang sangat tinggi dalam mengkonsumsi koran, secara khusus koran lokal, contohnya Radar Jawa Pos dan Amex. Masyarakat Ambon bukan hanya sebagai pembaca koran lokal, tetapi mereka juga sebagai narasumber.

Menurut Dr. Flip P. B. Litaay, penggunaan televisi dalam kehidupan masyarakat Ambon juga sangat tinggi, terutama TVRI. Sebetulnya masyarakat Ambon sendiri kurang begitu peduli dengan masalah politik dan ekonomi nasional, tetapi mereka lebih peduli dengan masalah politik dan ekonomi lokal. Konflik yang selama ini sering muncul sebetulnya bukan disebabkan karena masyarakat Ambon sendiri, tetapi lebih disebabkan karena ada pihak ketiga yang berusaha memecah belah persatuan masyarakat

Ambon. Sebagai upaya untuk mengembalikan kerukunan antar umat beragama di Ambon, maka penguatan komunitas dilakukan dengan kembali ke budaya lokal. Konflik ini membawa kesadaran bagi masyarakat Ambon untuk terus berada pada kearifan lokal masyarakat Ambon dan menghidupi budaya Ambon.

Menurut Theo Litaay, S.H., LL.M, bagi masyarakat Ambon, konflik yang pernah terjadi membuat mereka belajar untuk lebih teliti dalam menyeleksi informasi dan pengaruh yang masuk dalam kehidupan mereka. Ketika konflik itu terjadi, ada tim pencitraan yang berusaha mencitrakan tentang perdamaian. Pada saat ini memang dibutuhkan *social engineering*.

Pada saat terjadi konflik ini juga terjadi proses *de-Culturisasi*, yaitu pemurnian ajaran-ajaran agama dari adat. Maksudnya, ketika agama dirasakan tidak menjawab permasalahan-permasalahan konflik, kemudian dikembalikan ke adat atau budaya setempat. Prinsip yang digunakan adalah *Pela Gandong*. *Pela* adalah persaudaraan tradisional, sedangkan *Gandong* adalah saudara kandung. Pada saat terjadi konflik, hubungan *pela* itu tetap kuat. Hal ini terjadi karena setiap saat terjadi *panaspela*, yaitu penguatan persaudaraan kembali.

Kesadaran inilah yang membuat masyarakat Ambon untuk terus berusaha menghidupi budaya mereka. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan koran lokal. Akibatnya, penggunaan koran lokal yang dimiliki oleh masyarakat Ambon semakin tinggi. Koran lokal ini berisi informasi-informasi yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi, politik maupaun kegiatan-kegiatan lainnya yang terjadi dalam kehidupan masyarakat Ambon. koran lokal lebih banyak berisi tentang informasi yang berhubungan dengan masyarakat lokal, dibandingkan dengan informasi yang berhubungan dengan informasi nasional. Salah satu faktor yang mempengaruhi lokalitas yang sangat tinggi adalah letak geografis Ambon yang terletak di antara lautan yang sangat luas. Daratan lebih kecil dibandingkan dengan lautan, sehingga akses ke daratan

yang lain menjadi kecil. Bukti tentang tingginya penggunaan media massa juga dapat dilihat pada saat rekonsiliasi konflik. Pada saat rekonsiliasi konflik, diawali dengan rekonsiliasi media massa. Hal ini disebabkan karena kebanyakan orang-orang yang terlibat dalam rekonsiliasi ini adalah orang-orang yang terlibat dalam *Civil Society* (NGO). Setelah reformasi, terpaan media menjadi semakin tinggi. Sekalipun pada saat ini kecanggihan informasi belum begitu tinggi, tetapi media sub lokal semakin berkembang.

Dalam kaitannya dengan *Media Literacy*, salah satu cara yang digunakan pemerintah untuk mem-filter terpaan media massa dalam kehidupan masyarakat adalah dengan cara memberikan acara-acara dan kegiatan-kegiatan adat diwaktu senggang, sehingga masyarakat tidak memiliki banyak waktu luang untuk menonton televisi. Pada saat masyarakat memiliki waktu luang, maka pada saat itu acara yang ditayangkan adalah acara-acara lokal.

Akibatnya, acara-acara yang selalu ditonton oleh masyarakat adalah acara-acara lokal yang notabene dikontrol oleh pemerintah daerah. Selain itu, acara lokal yang ditayangkan oleh televisi ini lebih banyak diisi acara-acara sebagai wujud sosialisasi budaya lokal maupun kegiatan komunitas. Acara lokal ditayangkan sebagai satu kontrol sosial, di mana informasi lebih banyak didapat dari komunitas. Ada beberapa alasan mengapa media lokal lebih tinggi penggunaannya dibandingkan dengan media nasional, alasan tersebut adalah:

- a. Koran lokal terbit pagi hari, sedangkan koran nasional terbit dan sampai ditangan pembaca siang hari.
- b. Letak geografis masyarakat Ambon yang terpisah dengan laut membuat pembaca koran lokal cukup tinggi.
- c. Berita keluarga dalam media massa lokal sangat tinggi.

Sosialisasi yang dilakukan oleh media massa lokal ini sangat membantu dalam pelestarian dan penanaman budaya lokal dalam kehidupan masyarakat Ambon. Media massa lokal (televisi dan

koran) memberitakan orang-orang yang dekat dengan mereka. Fenomena di atas menunjukkan bahwa media massa lokal sangat laku. Kondisi ini menjadi satu keuntungan untuk mem-*filter* informasi yang berasal dari media massa kepada masyarakat. Artinya, filter dari informasi-informasi yang berasal dari media massa kepada masyarakat dapat dilakukan melalui cara-cara dan sikap hidup yang sudah dimiliki oleh masyarakat Ambon. Kebiasaan masyarakat mengkonsumsi media lokal membuat pemerintah sangat mudah untuk menyebarkan ajaran-ajaran lokal dan kearifan lokal melalui tayangan-tayangan media massa lokal tersebut. *Lokal knowledge* dan *indegeous lokal* dapat disampaikan melalui media massa lokal. Hal ini terjadi karena terjadi seleksi informasi dalam kehidupan masyarakat Ambon sehingga konflik dapat diminimalkan. Konflik yang terjadi di Ambon, penyebab konflik ini sebetulnya bukan dari masyarakat Ambon sendiri tetapi karena pihak ketiga yang berusaha untuk memecah belah masyarakat Ambon.

Selain ungkapan tentang *pela* dan *gandong*, ada ungkapan tradisional masyarakat Ambon sebagai bentuk kearifan lokal dalam media literasi. Ungkapan tradisional tersebut adalah *Adat enot rat naa "dunyai* = adat mengangkat martabat seseorang. Makna yang terkandung dalam ungkapan ini ialah memberi nasehat atau anjuran agar orang hendaknya menghargai dan menjunjung tinggi adat atau kebiasaan serta sopan santun yang telah ada di dalam masyarakat sejak dahulu. Hal ini disebabkan karena seseorang dihargai, dipandang atau dihormati dalam masyarakat karena adat, sopan santunnya atau tingkah lakunya yang baik. Nasihat dari pernyataan ini adalah agar dalam hidup sehari-hari harus berlaku sopan dan memperhatikan norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Kearifan lokal ini menjadi dasar pijakan untuk terus menggunakan budaya mereka dalam mengatur hidup mereka sehari-hari. Nasihat yang berpijak dari kearifan lokal ini juga

dipertegas dengan ungkapan tradisional lainnya, “*Adat ni dok nain ne hokum ni wai*” yang artinya adat punya kedudukan, hukum punya tempat. Maksudnya agar orang selalu taat pada norma-norma yang berlaku dalam masyarakat (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1984 : 16-17).

3. Kearifan Lokal Masyarakat Bali dalam Menghadapi Terpaan Media Massa

Masyarakat Bali merupakan masyarakat yang sangat terkenal dengan budaya yang mereka miliki. Kekayaan budaya serta kearifan lokal menjadi satu kekuatan tersendiri dalam kehidupan masyarakat Bali. Dalam kaitannya dengan media literasi, ada banyak kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Bali dalam mem-*filter* budaya-budaya luar yang masuk melalui media massa.

Sebagai tujuan wisata, pulau Bali merupakan pulau yang paling banyak diminati oleh masyarakat yang ada di seluruh bumi. Kondisi ini membawa dampak terhadap budaya-budaya yang masuk ke negeri ini, baik itu pengaruh budaya yang berasal dari negeri ini, maupun budaya yang berasal dari luar negeri.

Menurut Pak Henry, salah satu dosen Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga yang berasal dari Bali dalam FGD yang diadakan pada tanggal 13 Desember 2011, Bali merupakan Pulau wisata sehingga informasi itu dibawa dari luar ke Bali dalam jumlah yang besar. Kondisi ini membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat Bali. Café dan kehidupan malam menjadi hal yang biasa dalam kehidupan masyarakat Bali dan tanpa disadari membawa pengaruh yang besar dalam budaya Bali. Hal ini terjadi karena banyak orang yang berpendapat kalau tidak mengikuti budaya asing yang masuk, maka sering kali orang-orang itu dianggap tidak gaul.

Sekalipun budaya-budaya asing masuk ke Bali, tapi masyarakat bali masih tetap kuat memegang budaya mereka. Upacara Ngaben, Nyepi dan upacara-upacara tradisional lainnya

masih tetap dilakukan. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat Bali juga masih tetap menjalankan kehidupan sehari-harinya dengan mendasarkan pada nilai-nilai serta norma-norma yang mereka miliki.

Dalam kehidupan masyarakat Bali, memang budaya Bali yang masih kental bisa kita temukan pada masyarakat Bali yang ada di Bali Timur. Sedangkan di Bali Barat, masyarakat yang berada di Bali Barat sudah banyak yang terpengaruh dengan dengan masyarakat Jawa dan budaya Jawa. Masyarakat di Bali di Timur masih kuat menggunakan kasta.

Menurut Pak Henry, apabila Kasta ini dikaitkan dengan terpaan media massa dan terpaan informasi, tidak semua masyarakat Bali memiliki kesempatan dan hak untuk mengakses informasi. Hanya masyarakat yang berasal dari kasta tertentu yang memiliki kesempatan dan hak untuk mengakses informasi dan media massa. Masyarakat yang memiliki kesempatan dan hak untuk mengakses informasi itu adalah masyarakat pada kasta Bangsawan dan Ksatria. Kalau kasta di bawahnya tidak boleh mengakses informasi. Namun sistem kasta ini tidak berlaku lagi bagi masyarakat Bali Tengah dan Bali Barat.

Sedangkan menurut Daniel, (mahasiswa di Universitas Kristen Satya Wacana yang berasal dari Bali) dalam FGD yang diadakan pada tanggal 7 Desember 2011, orang tua yang ada di Bali selalu mengajarkan kepada anak-anaknya dengan ajaran "*Di ngendah-ngendah do ngawang-ngawang apang enggal Sukesi*" yang artinya jangan macam-macam, jangan main-main supaya cepat sukses. Ajaran ini mengajarkan supaya anak-anak tidak macam-macam dalam menghadapi hidupnya dengan memasukkan pengaruh-pengaruh yang tidak benar dari luar.

Bagi masyarakat Bali, budaya yang mereka miliki menjadi panutan yang sangat kuat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Masyarakat Bali sangat menghidupi budaya mereka dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Berpijak pada prinsip

ini, bagi masyarakat Bali pengaruh budaya luar tidak begitu berpengaruh dalam kehidupan mereka.

Budaya yang mereka miliki dan mereka hidup, serta kearifan lokal yang sangat melekat dalam kehidupan mereka menjadi filter yang sangat kuat terhadap pengaruh budaya luar, termasuk pengaruh dari media massa.

4. Kearifan Lokal Masyarakat Sumba dalam Menghadapi Terpaan Media Massa

Menurut Dr. Darma Putra, Doktor Sosilologi dari UKSW, kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Sumba adalah cara-cara yang digunakan oleh masyarakat untuk hidup. Pada saat ini, keadaan masyarakat justru sudah dipengaruhi oleh televisi. Contohnya penggunaan nama. Selama ini nama yang diberikan untuk anak-anak dengan menggunakan nama orang tua atau nenek moyang mereka sebagai bentuk kohesifitas. Tetapi sekarang karena pengaruh televisi, pemberian nama disesuaikan dengan nama-nama yang ada di masyarakat sebagai satu bentuk modernitas atau sesuai dengan nama-nama yang ada di Alkitab.

Pada tahun 1960-an, nilai-nilai dalam budaya sumba biasanya ditanamkan kepada anak-anak setelah makan siang lewat dongeng dan cerita-cerita. Selain itu penanaman nilai-nilai juga dilakukan secara massa melalui acara-acara adat seperti perkawinan ataupun dalam acara-acara tradisional lainnya. Pada saat ini kearifan lokal masyarakat Sumba dalam hal ini sudah mulai luntur. Kearifan lokal lainnya yang dimiliki oleh masyarakat Sumba adalah kearifan lokal dalam hal pertanian yang tujuannya adalah untuk bertahan hidup. Kearifan lokal dalam hal pertanian dilakukan dengan ritual dan upacara adat yang cara makan kacang bersama dan kemudian disembur-semburkan ke tanah dengan diiringi doa dan nyanyian. Tujuannya supaya tanaman yang ditanam bisa tumbuh dengan lebat.

Masyarakat Sumba mempunyai nama bulan yang sering disebut dengan bulan mati, yaitu bulan Juni-Juli. Pada bulan-bulan

ini mereka tidak boleh melakukan kegiatan apapun. Secara logika, bulan-bulan ini adalah masa-masa peralihan musim didaerah itu sehingga tidak bagus kalau digunakan untuk menanam.

Kearifan masyarakat Sumba dalam menonton televisi atau dalam mem-*filter* informasi dari tayangan media massa, sangat tergantung dari keluarga masing-masing. Masyarakat Sumba adalah masyarakat yang terbuka dan cenderung menerima informasi.

Menurut Andeka Rocky Tanaamah, S.Kom, M.Cs, (dosen Teknologi Informasi di UKSW) pada saat FGD yang diadakan pada tanggal 13 Desember 2011, informasi yang didapat oleh masyarakat Sumba masih sangat minim, termasuk informasi yang berasal dari media massa. Hanya masyarakat tertentu yang mendapatkan informasi dari media massa. Dalam kehidupan masyarakat Sumba, norma agama menjadi acuan dalam kehidupan mereka. Budaya dan agama merupakan satu kesatuan yang terpadu. Agama masyarakat Sumba adalah agama Marapu, sedangkan budaya mereka masih lisan. Karena kebanyakan masyarakat Sumba beragama Kristen, maka nilai-nilai yang dikembangkan pada masyarakat ini adalah nilai-nilai Kristen. Nilai-nilai Kristen yang dikembangkan adalah mengasihi. Agama Marapu dan Agama Kristen ternyata sangat sinkron.

Di Sumba ada sistem Kasta. Kasta terendah adalah hamba. Dengan adanya media massa ternyata membuat masyarakat Sumba yang berada di tingkatan hamba ini jadi memiliki kesempatan untuk sekolah. Berhubungan dengan informasi, untuk kasta yang berada di atas, kesempatan memperoleh informasi lebih banyak dibandingkan dengan mereka yang berada di kasta yang bawah.

Dalam hubungannya dengan *media literacy*, Marapu yang merupakan budaya lokal masyarakat Sumba menjadi benteng yang sangat kuat untuk mem-*filter* informasi-informasi yang berasal dari media massa.

5. Kearifan Lokal Masyarakat Sulawesi dalam Menghadapi Terpaan Media Massa

Kearifan lokal dalam menghadapi terpaan media massa untuk masyarakat Sulawesi, pada tulisan ini secara khusus akan dibahas untuk masyarakat Manado. Menurut Monika, mahasiswa UKSW yang berasal dari Manado, di Manado masih dilakukan ritual ulang tahun desa. Semua masyarakat dan tokoh masyarakat akan mengelilingi kampung supaya daerah itu diberkati.

Salah satu falsafah hidup orang Manado adalah "*Sitou Timou Tumou Tou*", artinya manusia hidup untuk menghidupkan orang lain. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan pendidikan yang tinggi. Budaya gotong royong masih sangat tinggi. Bahasa masyarakat Manado adalah bahasa Tong Skal. Bahasa ini di beberapa tempat masih ada yang diajarkan, tetapi ada yang sudah tidak mengajarkan. Konflik yang sering muncul dalam kehidupan masyarakat Manado lebih banyak disebabkan karena kesadaran terhadap budaya sudah semakin meluntur.

Menurut Mario (seorang mahasiswa UKSW yang berasal dari Minahasa) pada saat FGD yang diadakan pada tanggal 7 Desember 2011, salah satu falsafah hidup masyarakat Minahasa yang sering digunakan dalam hidup mereka adalah "*Torang Samoa Ba Sodara*" artinya, kita semua bersaudara. Prinsip lain yang diajarkan adalah supaya tidak tergantung pada orang lain, tetapi kalau orang lain tergantung pada kamu, maka bantulah mereka. Masalah agama, setiap orang tidak boleh mencampuri urusan agama orang lain karena agama itu privasi orang lain. Berdasarkan prinsip ini, maka toleransi beragama dalam kehidupan masyarakat Minahasa masih sangat tinggi. Contohnya dalam acara-acara keagamaan, semua masyarakat dari agama apapun akan ikut terlibat dalam acara keagamaan tersebut. Dalam hal *media literacy*, masyarakat Minahasa memiliki prinsip untuk tidak terlalu percaya dengan media. Mereka berpendapat bahwa media massa terlalu berpolitik.

Johan Tambotoh, S.Kom., M.Cs., (salah satu dosen FTI-UKSW yang berasal dari Minahasa) memberikan pendapat yang agak berbeda pada saat FGD yang diadakan pada tanggal 13 Desember 2011, masyarakat Minahasa memiliki budaya yang sangat terbuka. Akibatnya, masyarakat Minahasa juga memiliki sikap yang sangat terbuka terhadap informasi dan pengaruh dari masyarakat luar. Masyarakat Minahasa gampang sekali dipengaruhi budaya-budaya dari masyarakat luar. Prinsip yang sering mereka gunakan adalah "*Biarpun kalah Nasi, asal tidak kalah Aksi*".

Budaya Minahasa mudah sekali menerima budaya luar, apalagi budaya Barat. Khususnya budaya yang dibawa oleh misionaris-misionaris tersebut. Misalnya *gadget* dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat Minahasa dari desa sampai kota. jadi secara budaya, masyarakat Minahasa sangat mudah menerima budaya luar atau budaya asing. Apabila dikaitkan dengan *media literacy*, maka aspek agamalah yang bisa mem-filter pengaruh informasi yang disampaikan oleh media massa. Gereja memegang peran dalam menyaring budaya dari luar. Sebab Gereja bagi masyarakat Minahasa itu sendiri adalah budaya.

6. Kearifan Lokal Masyarakat Dayak dalam Menghadapi Terpaan Media Massa

Samuel Frederick Papilaya, S.Kom., M.Cs. (staf pengajar yang berasal dari UKSW) pada saat FGD yang diadakan pada tanggal 13 Desember 2011 mengatakan pada tahun 1991 warga Kalimantan sudah pakai parabola. Akibatnya informasi sudah sampai ke kota-kota sampai pelosok desa. Pada saat itu tidak pernah ada gejala informasi maupun protes-protes yang berasal dari masyarakat. Dari media massa ini, kemudian muncul internet dalam konteks Teknologi Informasi.

Dalam kaitannya dengan Teknologi Informasi, masyarakat Kalimantan tidak memiliki *aware* dengan Teknologi Informasi, artinya tidak memiliki kewaspadaan pada Teknologi Informasi.

Teknologi Informasi dianggap aman-aman saja. Karena tidak ada kewaspadaan terhadap kehadiran Teknologi Informasi, maka efek negatif dari kehadiran Teknologi Informasi ini tanpa disadari masuk dan mempengaruhi kehidupan masyarakat Kalimantan. Salah satu contoh yang terjadi karena tidak ada kewaspadaan dan kepekaan terhadap pengaruh negatif Teknologi Informasi ini adalah munculnya kasus pornografi yang dilakukan oleh beberapa pemuda yang berasal dari Kalimantan.

Darisisbudaya, menurut Samuel Frederick Papilaya Masyarakat Kalimantan yang tadinya memiliki agama Kaharingan (agama suku yakni animisme), karena pengaruh Teknologi Informasi dan media massa agama Kaharingan ini mulai ditinggalkan. Di Kalimantan ada dua budaya, Melayu dan Dayak. Dayak Beragama Kaharingan kemudian masuk Kristen. Semua rata-rata masuk Kristen meski beberapa ada percampuran yakni Kristen Kaharingan. Dalam hal ini tidak ada proses *mem-filter* media massa. Artinya media massa, bagi mereka masih aman-aman saja.

Sedangkan Pak Herry Susanto, M.Pd (dosen pendidikan yang ada di UKSW dan berasal dari Kalimantan) pada saat FGD yang diadakan pada tanggal 13 Desember 2011 mengatakan 'pada prinsipnya masyarakat Kalimantan adalah masyarakat yang sangat terbuka dengan informasi'. Sedangkan yang menjadi filter dari pengaruh informasi yang disampaikan oleh media massa adalah tetua adatnya karena di Kalimantan Barat masih berlaku hukum adat. Bahkan hukum adat ini masih dipegang kuat oleh masyarakat di Kalimantan Barat daripada hukum di Indonesia. Misalkan hukum adat mengatakan jika laki-laki membawa pulang perempuan malam-malam maka laki-laki itu harus menikahnya. Laki-laki itupun mengikuti hukum adat tersebut dan menikahi perempuan tadi. Adat di Kalimantan Barat masih dipelihara. Dan budaya luar tidak mengganggu hukum adat. Budaya luar boleh saja masuk namun pada prinsipnya, masyarakat Kalimantan berpedoman bahwa "Orang adat jangan diganggu". Hukum adat

tidak mengatur teknologi. Sebab teknologi belum ada saat teknologi berkembang.

H. Sebuah Kesimpulan Sementara tentang Kearifan Lokal Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Terpaan Media Massa

Kearifan lokal yang dimiliki oleh setiap masyarakat yang ada di negeri ini menjadi kekayaan yang luar biasa bagi negeri ini. Bukan hanya sebagai kekayaan, tetapi juga sebagai falsafah hidup yang memiliki nilai-nilai luhur yang sangat tinggi.

Kearifan lokal yang merupakan manifestasi dari budaya yang dimiliki oleh setiap masyarakat, dapat dijadikan dasar dalam hidup bermasyarakat dan dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Kearifan lokal ini juga yang dapat kita gunakan sebagai *filter* dalam menghadapi pengaruh perubahan jaman, tidak terkecuali dalam menghadapi terpaan media massa yang sangat tinggi. Oleh karena itu, berdasarkan paparan pada bab ini yang berusaha mengungkapkan kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat di negeri ini, diharapkan dapat menjadi pijakan untuk memikirkan strategi media literasi dengan berlandaskan pada kearifan lokal yang dimiliki oleh setiap masyarakat yang ada di negeri ini. Artinya, strategi media literasi yang diterapkan dalam masyarakat yang satu bisa jadi akan berbeda dengan masyarakat lainnya. Strategi media literasi akan sangat dipengaruhi dan ditentukan dengan kearifan lokal yang mereka miliki. Melalui pendekatan ini, impian untuk mewujudkan masyarakat yang melek media kemungkinan besar akan bisa tercapai. Semoga.