



Jurnal Studi Gender dan Islam

SENSITIVITAS GENDER DAN POLA KOMUNIKASI MAHASISWA/I
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
Alimatul Qibtiyah

RELIGIOUS FREEDOM FOR MINORITY MUSLIM GROUP BASED
ON GENDER IN INDONESIA
Rr. Siti Kurnia Widiastuti

ANALISIS GENDER TERHADAP PERAN PEREMPUAN PERAJIN BATIK
GUMELEM DALAM PELESTARIAN WARISAN BUDAYADAN PEMENUHAN
EKONOMI KELUARGA
Riris Ardhanariswari, Sofa Marwah

PENGARUH PEMAHAMAN DAN SENSITIVITAS GENDER TERHADAP *CIVIC
DISPOSITION* PADA PESERTA DIDIK MADRASAH ALIYAH
DI KABUPATEN BANTUL
Nurokhmah, Sunarso

PEREMPUAN MENGGUGAT (Kajian atas QS. al-Mujadilah [58]: 1-6)
Waryono

Musāwa

Jurnal Studi Gender dan Islam



Pusat Studi Wanita
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Managing Editor:
Witriani

Editor in Chief:
Marhumah

Editorial Board:
Siti Ruhaini Dzuhayatin (UIN Sunan Kalijaga)
Euis Nurlaelawati (UIN Sunan Kalijaga)
Masnun Tahir (UIN Mataram)
Siti Syamsiyatun (UIN Sunan Kalijaga)

Editors:
Muhammad Alfatih Suryadilaga
Alimatul Qibtiyah
Fatma Amilia
Zusiana Elly Triantini
Muh. Isnanto

TERAKREDITASI:
Nomor: 2/E/KPT/2015, Tanggal 1 Desember 2015

Alamat Penerbit/ Redaksi: Pusat Studi Wanita UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp./ Fax. 0274-550779
Email: pswsuka@yahoo.co.id
Website: psw.uin-suka.ac.id

Musāwa Jurnal Studi dan Islam diterbitkan pertama kali Maret 2002 oleh PSW UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta bekerjasama dengan Royal Danish Embassy Jakarta. Mulai tahun 2008 terbit dua kali dalam setahun, bekerjasama dengan The Asia Foundation (TAF), yaitu bulan Januari dan Juli.

Redaksi menerima tulisan dengan tema Gender, Islam, dan HAM berupa hasil penelitian yang belum pernah dipublikasikan atau diterbitkan di media lain. Naskah diketik dengan ukuran kertas A4, spasi 1,5, menggunakan font Times New Roman/ Times New Arabic, ukuran 12 point, dan disimpan dalam Rich Text Format. Artikel ditulis dalam 5.000 – 10.000 kata sesuai dengan gaya selingkung Musawa yang dapat dilihat di halaman belakang. Naskah dikirimkan melalui *Open Journal System* (OJS) Musawa melalui alamat : <http://ejournal.uin-suka.ac.id/musawa>. Editor berhak melakukan penilaian tentang kelayakan suatu artikel baik dari segi isi, informasi, maupun penulisan.

Daftar Isi

SENSITIVITAS GENDER DAN POLA KOMUNIKASI MAHASISWA/I UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA <i>Alimatul Qibtiyah</i>	153
RELIGIOUS FREEDOM FOR MINORITY MUSLIM GROUP BASED ON GENDER IN INDONESIA <i>Rr. Siti Kurnia Widiastuti</i>	169
ANALISIS GENDER TERHADAP PERAN PEREMPUAN PERAJIN BATIK GUMELEM DALAM PELESTARIAN WARISAN BUDAYADAN PEMENUHAN EKONOMI KELUARGA <i>Riris Ardhanariswari, Sofa Marwah</i>	188
PENGARUH PEMAHAMAN DAN SENSITIVITAS GENDER TERHADAP CIVIC DISPOSITION PADA PESERTA DIDIK MADRASAH ALIYAH DI KABUPATEN BANTUL <i>Nurokhmah, Sunarso</i> ,.....	200
PEREMPUAN MENGGUGAT (Kajian atas QS. al-Mujadilah [58]: 1-6) <i>Waryono</i>	214
KONSTRUKSI IDENTITAS PEREMPUAN MUSLIM DI PESANTREN (Studi di Pesantren Raudlatul Muta'allimin Cilendek Cibeureum Kota Tasikmalaya) <i>Isti'anah</i>	225
TUNGGU TUBANG : MARGINALISASI PEREMPUAN SEMENDE <i>Zainal Arifin & Maskota Delfi & Sidarta Pujiraharjo</i>	235
IBU RUMAH TANGGA MELAWAN TELEVISI: STUDI LITERASI MEDIA TELEVISI BAGI IBU RUMAH TANGGA DI TEGALREJO YOGYAKARTA <i>Yanti Dwi Astuti, Akhmad Rifai, Khoiro Ummatin</i>	248

IBU RUMAH TANGGA MELAWAN TELEVISI: STUDI LITERASI MEDIA TELEVISI BAGI IBU RUMAH TANGGA DI TEGALREJO YOGYAKARTA

Yanti Dwi Astuti, Akhmad Rifai, Khoiro Ummatin

UIN Sunan Kalijaga

yanti.astuti@uin-suka.ac.id; akhmad.rifai@uin-suka.ac.id; dan khoiro.ummatin@uin-suka.ac.id

Abstract

The phenomenon of the television industry that is focused on rating, sharing, and advertising makes television programs more focused on entertainment programs rather than educational programs. The audience groups of television are mostly housewives who stay more at home and they are as a key figure in the education of children in the family. Strengthening the literacy media in Tegalrejo becomes important as the demographic condition shows that mostly the household mothers have low education levels, heterogeneous, and relatively poor. They spend more time watching television without attempting to criticize the content of the program. Moreover, the impressions and attitudes of the housewife are heavily influenced by the frequency of watching television. Therefore, we need to strengthen their literacy media to prevent the negative effect of television and to shape the audience to be more critical and smarter in watching the television. This research uses community-based research (CBR), which actively involves the community. The implementation of strategy in media literacy training begins with the activities of related studies to gain a better understanding about the media literacy, the position and role of housewives in observing and selecting media content through seminars and workshops, pre-and post-test about media literacy. Furthermore, learn the discourse from various groups of societies related to their views and opinions on media literacy movement. After a series of activities have been completed, it was found the testimonies from participants about the broadcasting picture in Indonesia and an image, message, and their expectations for the improvement of broadcasting in Indonesia.

Key words: Literacy Media, Television, Empowering, Housewives

Abstrak

Fenomena industri televisi yang fokus pada rating, share dan advertising membuat program televisi lebih fokus pada program hiburan dan mengesampingkan program edukasi. Kelompok pemirsa televisi dari kalangan ibu rumah tangga tinggal lebih lama di rumah dan mereka adalah tokoh sentral dalam pendidikan anak-anak dalam keluarga. Penguatan media literasi di Tegalrejo menjadi penting karena kondisi demografi di daerah tersebut berpendidikan rendah, heterogen dan relatif miskin. Mereka menghabiskan lebih banyak waktu di depan televisi, menonton televisi di rumah tanpa ada usaha untuk mengkritik konten tayangan acara televisi dan sikap yang tampak pada ibu rumah tangga sangat dipengaruhi oleh jumlah frekuensi mereka menonton tayangan televisi sehingga perlu penguatan literasi televisi guna melawan dampak negative televisi dan mewujudkan penonton yang cerdas, kritis dalam menonton acara televisi. Penelitian ini merupakan bentuk penelitian yang melibatkan peran serta komunitas (Community Base Research). Strategi implementasi pelatihan literasi media diawali

dengan kegiatan studi terkait untuk memahami literasi media, posisi dan peran ibu rumah tangga dalam melihat dan memilih konten media melalui seminar dan workshop, pra dan post-test tentang literasi media. Selanjutnya, wacana dari berbagai kalangan masyarakat terkait pemikiran mereka terhadap gerakan literasi media. Setelah serangkaian kegiatan selesai, ditemukan kesaksian dari peserta tentang gambaran penyiaran di Indonesia dan sebuah citra, pesan dan harapan mereka untuk penyempurnaan penyiaran di Indonesia.

Kata Kunci: *Media Literasi, Televisi, Pemberdayaan, Ibu rumahtangga*

Pendahuluan

Penggemar televisi tetap melimpah di tengah tren penggunaan media sosial dan media *online*. Keunggulan televisi yang memadukan format audio dan visual secara langsung belum tertandingi oleh media elektronik lainnya. Industri televisi merupakan salah satu dari 16 subsektor industri kreatif yang akan dikembangkan oleh pemerintah melalui Badan Ekonomi Kreatif. Pada periode 2015-2019 pengembangan terutama difokuskan pada konten¹. Masa depan industri televisi di Indonesia cenderung makin cerah karena telah memiliki konsumen setia dan akan bermigrasi ke penyiaran digital. Dalam roadmap implementasi penyiaran televisi digital, Pemerintah merencanakan bahwa tahun 2018 akan dilakukan analog switch-off secara nasional. Oleh karena itu, sejak dini masyarakat dan para pelaku industri agar mempersiapkan diri untuk melakukan migrasi dari era penyiaran televisi analog menuju era penyiaran televisi digital. Sistem penyiaran televisi digital bukan hanya mampu menyalurkan data gambar dan suara tetapi juga memiliki kemampuan multifungsi dan multimedia seperti layanan interaktif. Jika TV analog hanya untuk satu saluran program, maka dengan sistem digital mampu digunakan untuk 12 saluran program. Artinya, akan ada banyak tawaran saluran program yang dikhawatirkan akan menurunkan kualitas siaran. Di sini masyarakat

akan mengalami banjir informasi sehingga butuh persiapan dini agar dapat menjadi penonton yang cerdas dan memiliki tingkat literasi media yang baik.

Popularitas televisi dan kemampuannya untuk menyebarkan informasi secara cepat menarik pengiklan dari sektor industri lainnya. Oleh karena itu, para pengelola televisi berlomba untuk mendesain program acara yang mampu menarik perhatian lebih banyak pemirsa atau dalam istilah pertelevisian disebut dengan usaha menaikkan rating. Acara yang memiliki rating yang tinggi akan menarik pengiklan dalam jumlah yang lebih besar dan tarif penayangan iklan yang lebih tinggi pula. Namun, fenomena ini membuat acara-acara televisi lebih terfokus pada acara yang bersifat hiburan dan mengesampingkan acara-acara yang bersifat mendidik. Dilihat dari segmentasi profesinya, salah satu kelompok audiens televisi yang paling banyak terpa oleh televisi adalah kalangan ibu rumah tangga. Ketika dihadapkan dengan kultur masyarakat Indonesia yang masih relatif patriarkal, ibu adalah pihak yang paling potensial bersentuhan dengan televisi karena mereka lebih banyak tinggal di rumah dan merupakan figur sentral dalam pendidikan anak dalam keluarga². Namun, yang sering terjadi adalah tidak adanya pengaturan waktu dan pendampingan anak pada saat mereka menyaksikan acara-acara televisi. Hal ini menyebabkan anak-

¹ Nila Kirana, "Televisi Masih Jadi Primadona," *Kompas*, 26 Juni 2016, <http://print.kompas.com/baca/2016/06/29/Televisi-Masih-Jadi-Primadona> (diakses pada 30 April 2016)

² Mario Antonius Birowo, ed., *Pengalaman Ibu-ibu Babarsari Membaca Televisi dalam Sasangka Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi* (Yogyakarta: Yayasan TIFA, 2010).

anak menonton acara televisi yang tidak pantas untuk mereka saksikan. Selain itu Komunitas Ibu Rumah Tangga seringkali diposisikan sebagai perempuan yang dimanipulasi, dieksploitasi dan dimarjinalkan dalam iklan di televisi. Sementara, anak merupakan amanah bagi kedua orang tuanya dan orangtua berkewajiban untuk memberikan pendidikan terbaik kepada anak-anaknya. Menurut pandangan Islam mengenai hak anak dalam mendapatkan pendidikan, erat kaitannya dengan tanggung jawab orang tua terhadap anaknya, orang tua terutama ibu berkewajiban memberikan perhatian kepada anak dan dituntut untuk tidak lalai dalam mendidiknya. Jika anak merupakan amanah dari Allah Swt., otomatis mendidiknya termasuk bagian dari menunaikan amanahNya, Sebaliknya melalaikan hak-hak mereka termasuk khianat terhadap amanah Allah SWT., (Q.S An-Nisa:58). Hasan³ menjelaskan bahwa pendidikan ibu terhadap anak tentunya akan berguna nantinya untuk perkembangan anak kedepannya. Anak tidak hanya membutuhkan perlindungan dari ibunya, anak juga membutuhkan perhatian, belaian kasih sayang dan segenap bimbingan yang mereka butuhkan, bahwa anak adalah amanat yang dititipkan Tuhan YME kepada orang tua yang diamanatkan untuk dapat menjaga, membimbing, mengarahkan, dan mendidik anak semampu mungkin. Sehingga pendidikan penguatan literasi media televisi haruslah diberikan kepada ibu-ibu agar ibu menjadi cerdas dalam mengkritisi acara televisi agar selanjutnya dapat membimbing dan mengawasi anak-anaknya dalam mengkonsumsi media, mengingat dahsyatnya pengaruh negative dari tayangan televisi bagi anak.

Fokus penelitian berbasis komunitas ini dikhususkan secara spesifik bagi pemberdayaan ibu-ibu PKK di Kampung Jatimulyo, Kelurahan Kricak Kecamatan Tegal Rejo, Kota Yogyakarta ini didasarkan pada data statistik Pemerintah

Kota Yogyakarta dalam Keputusan Walikota Yogyakarta No.616/KEP/2007 tentang Rencana Aksi Daerah Penanggulangan Kemiskinan Dan Pengangguran Kota Yogyakarta Tahun 2007-2011⁴ yang menjelaskan bahwa Kecamatan Tegal Rejo menempati urutan ke-2 kecamatan dengan jumlah keluarga dan penduduk miskin setelah Umbulharjo, dengan rincian jumlah keluarga miskin sebanyak 2.666 keluarga dari total 11.187 keluarga dan jumlah penduduk miskin sebanyak 7.166 orang dari total 40.804 orang penduduk. Kemiskinan penduduk ini diasosiasikan dengan tingkat pendidikan yang rendah. Di samping itu, data demografis yang diberikan oleh ibu Suyatmi Waridi menunjukkan sebagian besar para ibu juga tidak memiliki latar belakang pendidikan tinggi. Dari total 30 anggota PKK, 25 orang berpendidikan SMA dan 5 orang berpendidikan SMP. Tingkat pendidikan yang relatif tidak tinggi ini menjadi alasan yang cukup penting bagi penyelenggaraan pendampingan literasi media televisi bagi para ibu tersebut. Data demografis kota menyebutkan bahwa di Kecamatan Tegalrejo terdapat 1298 perempuan yang tidak bekerja, yang dapat diartikan lebih banyak tinggal di rumah dan memiliki waktu yang banyak untuk menonton televisi. Data lainnya yang diberikan oleh ibu ketua PKK menunjukkan bahwa profesi sebagian besar para ibu adalah ibu rumah tangga, dengan rincian 20 orang adalah ibu rumah tangga, 4 orang berprofesi sebagai pedagang, dan 6 orang lainnya berprofesi sebagai wiraswasta.

Berdasarkan data di atas, penguatan literasi media bagi ibu-ibu di Tegalrejo menjadi penting mengingat di wilayah ini secara demografis kondisi ibu-ibu rumah tangganya memiliki

³ Hasan, *Mendidik Anak Dengan Cinta* (Yogyakarta: Saujana, 2004), 34-35.

⁴ Walikota Yogyakarta, *Keputusan Walikota Yogyakarta Nomor 616/KEP/2007 Tentang Rencana Aksi Daerah Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran Kota Yogyakarta Tahun 2007-2011*, Yogyakarta: Pemerintah Kota Yogyakarta, 2007, https://warta.jogjakota.go.id/app/modules/upload/files/dok-perencanaan/rad_kemiskinan.pdf (diakses 25 Maret 2016).

tingkat pendidikan rendah, heterogen dan relatif miskin. Mereka banyak menghabiskan waktunya di depan televisi, asal menonton tayangan televisi tanpa ada upaya mengkritisi isi program tayangannya dan sikap yang tampak pada ibu rumah tangga banyak dipengaruhi oleh frekuensi menonton televisi sehingga butuh penguatan pengetahuan dan pemahaman tentang literasi media (melek media) agar dapat menggerakkan habitus baru berupa menonton Televisi secara kritis. Maka dari itu sangat prospektif dan urgent melaksanakan penelitian ini sebagai salah satu upaya perlindungan anak dari dampak negatif televisi karena ibu rumah tangga lebih banyak tinggal di rumah dan merupakan figur sentral dalam pendidikan anak dalam keluarga. Sehingga rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana Penguatan Pemahaman Literasi Media Televisi Bagi Ibu Rumah Tangga di kampung Jatimulyo, Kricak Kecamatan Tegal Rejo, Kota Yogyakarta.

Ada beberapa penelitian sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Iriantara⁵ menunjukkan betapa pentingnya literasi media karena kekhawatiran terpaan dampak negatif televisi antara lain: pengaruh jam belajar anak, pengaruh tayangan kekerasan, pengaruh tayangan pornografi, peniruan perilaku hidup konsumtif, peniruan perilaku yang bertentangan dengan ajaran dan nilai-nilai keluarga. Pada penelitian Hamilton⁶ konsumsi televisi anak-anak tidak terbatas pada acara-acara yang ditujukan kepada penonton muda-yang disertai muatan kekerasan yang tinggi di dalamnya, tetapi juga acara-acara yang dimaksudkan untuk penonton dewasa. Hal tersebut menimbulkan keprihatinan atas muatan isi siaran dimana masuknya materi-materi orang dewasa melalui media televisi membuat tidak

lagi murninya dunia anak-anak. Misalnya anak menjadi mengenal dunia glamor dan gemerlap, menyanyikan lagu cinta, dandanan, budaya instan yang sering tergambar yang tidak sesuai dengan tingkat usia anak-anak. Hasil penelitian Adayani dan Suranto⁷ menunjukkan kecenderungan anak untuk menonton acara televisi yang anti sosial. Hal ini diperparah dengan keterbatasan kemampuan orang tua (media literacy) dalam mendampingi anak, bahkan juga akibat kekurangpedulian orang tua, sehingga abai terhadap kondisi yang tengah terjadi antara televisi dan anak-anak⁸.

Tulisan ini adalah sajian hasil penelitian yang memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya dalam beberapa hal. Penelitian ini termasuk kategori penelitian berbasis komunitas atau sering disebut *Community Based Research* (CBR) dengan fokus dan obyeknya berada pada penguatan literasi televisi terhadap ibu rumah tangga yang berasal dari Tegalrejo Yogyakarta. Fokus penelitian pada komunitas ibu-ibu PKK yang merupakan perwakilan dari seluruh populasi ibu rumah tangga yang ada di lokasi penelitian dengan harapan setelah menerima pelatihan literasi media, nantinya akan menjadi motor penggerak kegiatan literasi media ibu rumah tangga yang ada dikampungnya sehingga kegiatan ini terus berjalan

General Director UNESCO, Koichiro Matsuura juga menjelaskan bahwa literasi lebih dari sekadar membaca dan menulis. Melainkan juga mencakup bagaimana kita berkomunikasi dalam masyarakat. Karena literasi berarti juga praktik dan hubungan sosial yang terkait dengan pengetahuan, bahasa dan budaya. Media Literacy di Indonesia lebih dikenal dengan istilah Melek Media. Allan Rubin menawarkan tiga definisi mengenai media literacy, pertama dari National

⁵ Yosol Iriantara, *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 217.

⁶ Barbara Krahe, *Perilaku Agresi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 153.

⁷ Rasyid. H, *Assesmen Perkembangan Anak Usia Dini* (Yogyakarta: Multi Pressindo, 2009), 120.

⁸ Rasyid. H, *Assesmen Perkembangan Anak Usia Dini*, 186.

Leadership Conference on Media Literacy⁹ yaitu kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan. Kedua dari ahli media Paul Messaris, yaitu pengetahuan tentang bagaimana fungsi media dalam masyarakat. Ketiga dari peneliti komunikasi massa, Justin Lewis dan Shut Jally, yaitu pemahaman akan batasan-batasan budaya, ekonomi, politik dan teknologi terhadap kreasi, produksi dan transmisi pesan. Rubin juga menambahkan bahwa definisi-definisi tersebut menekankan pada pengetahuan spesifik, kesadaran dan rasionalitas, yaitu proses kognitif terhadap informasi.

Literasi media fokus utamanya adalah evaluasi kritis terhadap pesan. Media literasi merupakan sebuah pemahaman akan sumber-sumber dan teknologi komunikasi, kode-kode yang digunakan, pesan-pesan yang dihasilkan serta seleksi, interpretasi dan dampak dari pesan-pesan tersebut. Terdapat dua pandangan mengenai media literacy yaitu dari Art Silverblatt¹⁰ dan James Potter¹¹. Silverblatt menyatakan bahwa seseorang dikatakan memiliki keterampilan literasi media apabila dirinya memuat faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Sebuah kesadaran akan dampak media terhadap individu dan masyarakat.
- b. Sebuah pemahaman akan proses komunikasi massa.
- c. Pengembangan strategi-strategi yang digunakan untuk menganalisis dan membahas pesan-pesan media.
- d. Sebuah kesadaran akan isi media sebagai 'teks' yang memberikan wawasan dan pengetahuan ke dalam budaya kontemporer manusia dan diri manusia sendiri.

⁹ Stanley J Baran dan Dennis K Davis, *Mass communication theory: foundations, ferment, and future* 3rd Edition (Wadsworth, USA: Belmont Calif, 2003), 212.

¹⁰ Art Silverblatt, *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages* (London: Praeger, 1995), 50-51.

¹¹ W. James Potter, *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach* (London: Sage, 2004), 23.

- e. Peningkatan kesenangan, pemahaman dan apresiasi terhadap isi media.

Dampak dari adanya literasi media ada tiga, yaitu: pertama, seseorang menjadi memiliki sikap preventif terhadap terpaan media, bukan resisten. Kedua, biasanya jika seseorang yang sudah media literate, tidak cukup hanya dengan menonton televisi saja, tetapi juga membuka twitter, mendengarkan radio, membaca koran atau membaca buku, mempunyai tanggung jawab sosial, setidaknya pada keluarga dan lingkungannya dan yang ketiga seseorang mampu untuk mengadvokasi terpaan media. Pada penelitian ini menekankan pada literasi media televisi yang dianggap sangat penting dalam menghadaapi fenomena dampak negative yang ditimbulkan oleh televisi.

Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bisa bersifat politis bisa pula informatif, hiburan dan pendidikan. Penyampaian isi pesan melalui televisi adalah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual. Saat ini TV banyak dieksploitasi dari pengguna jasa untuk menyampaikan berbagai macam kepentingan seperti politik, bisnis, ideologi, kesehatan dan lain sebagainya. Dari sekian banyak tayangan yang ada di televisi, sebagian besar masih berorientasi pada bisnis. Tayangan kekerasan misalnya, banyak dimanfaatkan sebagai komoditas yang menguntungkan dari dunia hiburan. Dari keseluruhan tayangan kekerasan, kekerasan fisik adalah yang paling banyak terjadi yaitu sebanyak 839 kejadian, atau 79,4% dari seluruh kejadian tayangan kekerasan. Tayangan kekerasan non fisik mencapai angka 218 kejadian, atau 20,6% dari seluruh kejadian tayangan kekerasan selama periode 2011. Berdasarkan laporan tahunan KPI tahun 2011 materi yang paling banyak diadakan adalah mengenai tema/alur/format

acara (17,32%). Selanjutnya secara berturut-turut adalah mengenai siaran yang tidak mendidik (10,03%), muatan kekerasan (6,76%), jam tayang yang tidak tepat (5,6%), dan muatan seks (5%)¹².

R, Mar'at mengungkapkan bahwa acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan bagi para penontonnya. Hal ini disebabkan oleh pengaruh psikologis dari televisi itu sendiri, di mana televisi seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga mereka terhanyut dalam keterlibatan akan kisah atau peristiwa yang disajikan oleh televisi¹³. Bila dihitung, masih sedikit jumlah stasiun televisi yang memperhatikan unsur pendidikan bagi pemirsanya. Padahal televisi merupakan media massa yang berfungsi sebagai alat pendidikan, informasi, dan hiburan¹⁴. Dari ketiga fungsi itu TV cenderung condong pada fungsi hiburan saja. Ini sangat ironis, karena melalui nilai-nilai yang ditanamkan lewat televisi, akan memberikan kesan tersendiri pada pemirsa dan berpengaruh pula terhadap pola sikap seseorang, terlebih lagi ibu rumah tangga yang menjadi audience terbesar televisi yang seringkali diposisikan sebagai perempuan yang dimanipulasi, dieksploitasi dan dimarjinalkan dalam iklan maupun program siaran TV. Ini semua terjadi karena *chain of activities* media massa cenderung dikuasai oleh aktivitas berantai kaum pria. Aktivitas berantai itu dimulai dari *creator* acara, fotografer, reporter, editor, layouter, kolomnis, dewan redaksi, juga konsumennya.

Stereotipe terhadap perempuan ditempatkan pada posisi yang negative dan tidak berdaya. Mayoritas masyarakat di dunia termasuk di Indonesia masih menganggap bahwa laki-laki

berada di wilayah kiri dalam artian aktif, beradab, rasional, cerdas. Sementara perempuan ditempatkan di wilayah kanan yaitu pasif, dekat dengan alam, emosional dan kurang cerdas. Stereotipe ini lah yang juga ditampilkan televisi melalui berbagai program acara dan produksi iklannya, ini melahirkan dampak buruk karena program-program televisi tersebut justeru melahirkan semacam peneguhan (reinforcement) terhadap stereotype yang telah ada.¹⁵ Konstruksi budaya mengenai perempuan dalam hal ini ibu rumah tangga selama ini masih selalu berkuat pada urusan domestik (rumah tangga). Ibu rumah tangga menurut kartono adalah perempuan yang mayoritas waktunya dipergunakan untuk mengajarkan dan memelihara anak-anaknya dengan pola asuh yang baik dan benar¹⁶. Ada beberapa versi pengertian istilah ibu rumah tangga. Merujuk pada situs Wikipedia ibu rumah tangga di artikan sebagai seorang perempuan yang tugas utamanya adalah mengelola seluruh kebutuhan rumah tangga mulai dari memasak makanan, membeli kebutuhan keluarga, membersihkan rumah, mencuci pakaian, sampai menjahit jika pakaian ada yang rusak, serta mengurus dan mendidik anak. Pengertian ibu rumah tangga yang lainnya adalah sosok ibu yang berperan dalam:

- a. Mengurus rumah tangga seperti memasak, mencuci, menyapu
- b. Mengasuh serta mendidik anak-anaknya dan sebagai salah satu kelompok dari peranan sosial.
- c. Memenuhi kebutuhan efektif dan social anak-anaknya.
- d. Menjadi anggota masyarakat yang aktif dan harmonis dilingkungannya yang diwujudkan dalam berbagai kegiatan seperti PKK, arisan,

12 Komisi Penyiaran Indonesia, *Laporan Akhir Tahun 2011*, Jakarta: KPI, 2011 http://www.kpi.go.id/index.php/id/download/laporan_tahunan/LAT_KPI_2011_Final.pdf (diakses pada 25 Maret 2016).

13 Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), 35.

14 Joseph R Dominick, *The Dynamics of Mass communication* (New York: Random House, 2000), 78-80.

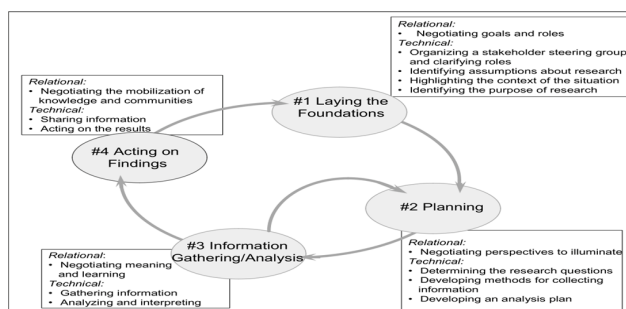
15 Yanti Dwi Astuti, "Media dan Gender (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan Televisi Swasta," *Profetik Jurnal Komunikasi*, Vol.09, No.02 (2016): 27.

16 Kartini Kartono, *Psikologi Umum* (Bandung: CV. Mandar Maju, 1990), 28-31.

pengajian dsb¹⁷.

Ibu merupakan sosok yang penting dalam keluarga. Kebanyakan ibu rumah tangga tidak bekerja di luar rumah karena pekerjaan mereka sudah banyak dan hampir tidak ada waktu untuk hal-hal lain. Apalagi jika memiliki anak lebih dari satu dan masih balita.

Penelitian ini dilaksanakan dalam beberapa tahap dengan model *Community Based Research (CBR)*. Pengertian CBR sebagai bentuk penelitian kolaboratif antara kalangan akademik dengan masyarakat yang menggunakan beragam macam metode dengan beragam sumber dan beragam bentuk diseminasinya bertujuan untuk menentukan tindakan dan perubahan sosial demi terwujudnya keadilan sosial. Seperti yang dikatakan Hanafi, CBR bukanlah penelitian yang dikendalikan oleh atau didasarkan pada metode tertentu. Sebagaimana dalam tradisi PAR yang dikembangkan baik oleh Orlando Fals Borda & Mohammad Anisur Rahman atau Stephen Kemmis & Robin McTaggart, penggunaan statistik seperti survey dan beberapa metode penelitian kuantitatif lainnya masih diperbolehkan dengan syarat tidak menyulitkan bagi masyarakat, dalam CBR pun metode-metode itu bisa dimanfaatkan dan bahkan dimungkinkan untuk membuat yang baru¹⁸. Pada penelitian ini golongan masyarakat yang dituju yaitu Ibu-Ibu PKK Kampung Jatimulyo, Kricak, Tegalrejo. Disini ibu-ibu PKK tidak hanya dijadikan subyek penelitian akan tetapi mereka berperan aktif terlibat dalam penelitian sehingga penguatan pemahaman literasi televisi ibu-ibu PKK dapat dilaksanakan dengan baik. Adapun keterlibatan tersebut dapat dilihat pada tahapan CBR dibawah ini:



Gambar 2. Skema Community Based Research¹⁹

Literasi Media Bagi Ibu Rumah Tangga

Analisis data yang diperoleh dari penggalan data dilapangan terkait penelitian berbasis komunitas dengan obyek kajian penguatan pemahaman literasi media terhadap ibu-ibu PKK di Tegalrejo ini dengan membedah keterampilan literasi media yang telah dimiliki ibu-ibu PKK dengan indikator analisis sesuai konsep literasi media sebagaimana analisis data di bawa ngan peserta diajak menonton berbagai tayangan televisi untuk kemudian mengkritisi dan mengisi lembar pengawasan isi siaran televisi. Tak kalah pentingnya dalam pelatihan ini, metode FGD juga diberikan dengan mendiskusikan secara interaktif terkait dengan Penyiaran kita, Isi acara Televisi, Acara yang disukai dan tidak disukai, Acara TV untuk anak-anak, dan Rekomendasi serta Testimoni.

Strategi Penelitian Komunitas Ibu-ibu PKK di Tegalrejo Yogyakarta.

Beberapa strategi kegiatan penelitian komunitas ibu-ibu PKK yang telah dilakukan adalah; Pertama, Penyiapan modul yang akan digunakan; Kedua, Workshop menyusun outline dari materi dalam modul; Ketiga, sosialisasi modul dan penjaringan calon fasilitator; Keempat, pendekatan pada komunitas ibu-ibu PKK sebagai calon peserta pelatihan; Kelima, fokus pada pelatihan kegiatan literasi media Televisi.

¹⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 33-36.

¹⁸ Mohammad Hanafi, "Participatory Action Research dan Community-based Research di UINSA," *UIN Surabaya*, diakses tanggal 4 Oktober 2017, <http://www.uinsby.ac.id/kolom/id/139/participatory-action-research-dan-community-based-research-di-uinsa>.

¹⁹ Geoffrey Brian Nelson, John Lord, dan Joanna Ochocka, *Shifting the paradigm in community mental health: Towards empowerment and community* (Toronto: University of Toronto Press, 2001), 83-84.

Penyiapan Modul Pelatihan

Salah satu persiapan pertama dan utama adalah penyiapan modul yang disusun oleh tim inti dari pengabdian masyarakat, anggota KPID, tokoh masyarakat, pegiat literasi media (LSM), praktisi media, akademisi dll. Modul pelatihan disusun sesuai dengan kebutuhan dalam pelatihan. Untuk memberikan praktik pemahaman literasi media di rumah masing-masing peserta, panitia juga telah menyiapkan stiker sebagai alat peraga yang berfungsi sebagai pengingat tatkalala sedang menonton televisi. Paling tidak sedikitnya 100 lembar stiker dibagikan kepada peserta dengan tagline ‘dampingi anak saat menonton Tv.

Tidak hanya itu saja, untuk lebih mengenalkan dan mempublikasikan akan pentingnya literasi media, pentingnya juga dibuatkan kaos yang diperuntukan bagi peserta pelatihan. Sehingga diberikan 100 pieces kaos lengan panjang yang dipakai peserta pelatihan saat kegiatan berlangsung. Kaos ini bertuliskan tagline “cerdas menonton tv” yang dimaksudkan sebagai alat peraga sekaligus pemberi informasi kepada masyarakat agar menonton tv dengan cerdas tentu penonton yang baik adalah penonton yang cerdas yang mampu memilah dan memilih mana tayangan bermanfaat mana yang tidak bermanfaat.



Gambar 1. Modul Pelatihan **Gambar 2. Alat peraga Stiker** **Gambar 3. Kaos Peraga**

Workshop Penyusunan Outline Materi Modul

Untuk memenuhi materi yang dimuat dalam modul pelatihan, terlebih dahulu diselenggarakan workshop penyusunan outline materi modul. Beberapa outline materi modul literasi media yang sudah disusun antara lain; pengaruh media televisi, analisis social, pendidikan orang dewasa (pedagogic), etika dan hukum penyiaran, teknik fasilitasi kegiatan literasi media, analisis tayangan televisi, pendampingan anak dalam menonton televisi, dan pengaduan, kampanye, dan pengorganisasian. Selanjutnya modul materi literasi media televisi yang disusun ini menjadi bahan untuk *Training of Trainers* (TOT) bagi para fasilitator dan relawan nantinya. Semua materi yang disiapkan untuk pelatihan literasi media televisi, disampaikan kepada para peserta nantinya dalam beragam metode, mulai dari ceramah, diskusi, bedah kasus, menonton televisi, bermain peran, praktek, dan pengamatan.

Sosialisasi Modul dan Penjaringan Calon Fasilitator

Setelah modul materi literasi media televisi disusun, langkah selanjutnya yaitu dilakukan sosialisasi modul kepada calon peserta, fasilitator, dan narasumber, bahkan kepada seluruh tim penyusun yang dari akademisi, pegiat literasi media, KPID, dan organisasi masyarakat lainnya . Sosialisasi ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman akan muatan modul materi literasi

media televisi yang akan digunakan sebagai panduan dalam pelatihan. Kemudian untuk melaksanakan kegiatan pelatihan literasi media televisi, maka diperlukan beberapa fasilitator yang akan memandu jalannya pelatihan. Upaya penjangkaran calon fasilitator pun telah dilakukan dengan merekrut akademisi dan praktisi penyiaran.

Pendekatan Pada Komunitas Ibu rumah tangga Sebagai Calon Peserta Pelatihan

Untuk mempermudah jalannya kegiatan pelatihan literasi media televisi, maka berbagai upaya ditempuh salah satunya dengan melakukan pendekatan langsung kepada komunitas ibu rumah tangga yang kebetulan kebiasaan mereka pertemuan di tiap tanggal, 4 dalam tiap bulannya. Namun sebelumnya kegiatan itu berlangsung, tim telah mengawalinya dengan bertemu ketua PKK di kampung Jatimulyo yang menjadi penggerak PKK setempat di kantor kelurahan Kricak kecamatan Tegalrejo Yogyakarta. Hasil dari kesepakatan dalam pertemuan dengan ketua PKK dan perwakilan ibu rumah tangga adalah penambahan jumlah dan cakupan wilayah peserta pelatihan literasi media yang tadinya hanya di kampung Jatimulyo namun diperluas cakupan pesertanya menjadi ibu rumah tangga perwakilan dari seluruh Kelurahan Kricak Kecamatan Tegalrejo.

Kesadaran Ibu Rumah Tangga Tegalrejo Terhadap Dampak Televisi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum literasi media atau tingkat kemelekan media di kalangan ibu rumah tangga di lokasi pelatihan ternyata belum sepenuhnya sadar dan mengetahui tentang dampak nyata dari televisi. Hal ini terjadi karena memang belum pernah ada kegiatan penyuluhan pelatihan literasi media televisi. Dengan demikian perlu adanya upaya

untuk melakukan literasi media di kalangan ibu rumah tangga secara terus menerus. Mengingat lokasi ini belum pernah tersentuh kegiatan literasi media televisi baik yang dilakukan oleh pemerintah, KPID, LSM, Ormas, ataupun instansi lainnya. Sehingga pemberian pelatihan literasi media televisi yang telah kami lakukan dirasakan sangat bermanfaat karena dimaksudkan untuk membentengi anak-anak dari bahaya tontonan televisi dan follow up dari kegiatan ini adalah bahwa setelah pelatihan dilaksanakan terdapat harapan agar ibu rumah tangga menjadi komunikator penggerak literasi media di lingkungan masing-masing.

Kegiatan pelatihan literasi media televisi hanya diperuntukkan bagi ibu rumah tangga dari Kecamatan Tegalrejo Kota Yogyakarta DIY yang berjumlah 100 orang peserta. Di mana mereka merupakan kader-kader penggerak PKK yang tersebar di berbagai Padukuhan, Rukun Warga (RW), dan Rukun Tetangga (RT). Dari jumlah itu dibagi dalam 2 (dua) kali gelombang pelatihan.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Literasi Media Televisi

Ibu-ibu PKK juga sekaligus merupakan ibu rumah tangga di dalam keluarga masing-masing diharapkan setelah mengikuti pelatihan ini memiliki kesadaran dan kemampuan untuk mempengaruhi lingkungan anggota keluarganya dalam hal pola menonton tayangan televisi dan menjelaskan dampak negative bahayanya tayangan televisi yang lebih mengedepankan program hiburan dari pada program pendidikan karena di setir oleh kepentingan kapitalisme media. Mereka juga adalah orangtua bagi anak-anak dalam keluarga yang diharapkan bisa melindungi anak-anak dari pengaruh tidak sehat terpaan tayangan televisi yang kurang mendidik dengan membekali kemampuan literasi televisi.

Strategi yang digunakan untuk menganalisis dan membahas pesan-pesan media televisi.

Dalam pelaksanaan pelatihan pemahaman literasi media ini dilakukan dengan beberapa strategi seperti *pre-test*, *post-test*, ceramah, focus group discussion, simulasi, menonton, kuis, dan lain-lain. Dalam proses pelatihan berlangsung, ada beberapa muatan materi yang diberikan antara lain; *pretest* yang dimaksudkan untuk memetakan sejauhmana pengetahuan peserta terkait dengan isi siaran Televisi sebelum peserta mengikuti pelatihan. Sedangkan *post-test* dilakukan untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar hasil serapan materi yang diberikan pasca pelatihan selesai. Kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh para narasumber baik akademisi, pakar, komisioner, maupun LSM.

Selain itu Simulasi dan praktik pemantauan juga dilakukan dengan peserta diajak menonton berbagai tayangan televisi untuk kemudian mengkritisi dan mengisi lembar pengawasan isi siaran televisi. Kemudian, dalam pelatihan ini, metode FGD juga diberikan dengan mendiskusikan secara interaktif terkait dengan dunia penyiaran di Indonesia, Isi acara Televisi, Acara yang disukai dan tidak disukai, Acara TV untuk anak-anak, dan

Rekomendasi serta Testimoni. Dapat dilihat dari table di bawah ini.

Tabel. 1. Jadwal Acara Pelatihan Literasi Media TV

No.	MATERI	PETUGAS
1.	Pre Test	PETUGAS
2.	Ceramah:Penyiaran dan Bahaya Menonton TV	Fasiitator
3.	Ceramah:Regulasi penyiaran: UU, P3SPS, dll	Imam Ghazali, S.Ag., M.A.
4.	Ceramah:Etika Penyiaran	Mohammad Zamroni, M.Si
5.	Simulasi & Praktik Pemantauan	Yanti Dwi Astuti, S.Sos, M.A.
6.	FGD & Testimoni : - Penyiaran kita - Isi acara Televisi - Acara yang disukai dan tidak disukai - Acara TV untuk anak-anak - Rekomendasi & Testimoni	Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si
7.	Post Test	Fasilitator

Setelah dilakukan strategi *pre-test* untuk memetakan sejauhmana pengetahuan peserta terkait dengan isi siaran TV sebelum peserta mengikuti pelatihan, terlihat bahwa komunitas ibu-ibu PKK ini masih belum menyadari bahaya laten yang dapat ditimbulkan dari media TV yang selama ini mereka konsumsi. Hal ini tergambar dari testimony beberapa peserta:

Saya menonton televisi untuk mengisi kekosongan waktu dan untuk hiburan, berbagai macam acara televisi saya konsumsi bersama anak-anak saya. Saya pikir, semua jenis tayangan acara TV cocok untuk ditonton asalkan baik, tidak membuat bosan dan bisa menjadi hiburan di rumah.²⁰

Saya menghidupkan TV mulai dari pagi hari, biasanya untuk menemani anak saya ketika saya sedang masak di dapur ataupun ketika saya mencuci pakaian, anak-anak saya apabila menonton televisi lebih tenang dan tidak rewel, karena ada yang menghibur dan menemani

²⁰ Sri Suharmi. (Peserta pelatihan Literasi Media TV), wawancara dengan penulis. 25 November 2016.

mereka. Televisi memang sangat membantu saya dalam hal mengganti menjaga anak sementara saya di dapur.²¹

Saya menonton TV untuk menghibur dan mencari informasi-informasi baru. TV saya anggap seperti teman dekat saya yang selalu menemani saya sepanjang waktu, sampai-sampai bila tidak menonton TV sehari seperti ada yang kurang saja.²²

Bila kita melihat ketiga testimoni di atas hasil pre-test menggambarkan bahwa peserta pelatihan literasi media masih belum menyadari akan pengaruh-pengaruh yang dapat di timbulkan oleh media televisi. Padahal media itu bukanlah saluran yang netral, media membawa nilai-nilai tertentu, baik yang disampaikan secara eksplisit maupun tersembunyi. Secara faktual, harus diakui bahwa menonton televisi sudah menjadi kebiasaan dan kebutuhan sehari-hari. Menonton televisi memang terkandung berbagai manfaat, seperti mendapatkan informasi terbaru dan teraktual. Namun, masyarakat harus selektif terhadap program tayangan televisi agar bisa mendapat nilai manfaat dalam menonton televisi.

Setelah peserta literasi media TV diberikan ceramah, kemudian focus grup discussion dan simulasi sesuai dengan yang tertera dalam jadwal acara dalam table di atas, selanjutnya dilakukan *post-test* untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar hasil serapan materi yang diberikan pasca pelatihan literasi media TV. Berdasarkan hasil *post-test* tergambar bahwa peserta sangat antusias dengan acara ini, mereka baru sadar akan pengaruh-pengaruh negative yang bisa ditimbulkan oleh TV. Hal ini tercermin dari beberapa testimoni peserta di bawah ini:

Setelah mengikuti pelatihan ini kami mendapat ilmu dan pengetahuan yang banyak dalam hal cara bagaimana memonitor anak dalam menonton

tayangan TV yang sesuai dengan umur dan alur cerita sesuai untuk anak-anak.²³

Saya baru menyadari bahwa bentuk Penyiaran TV Di Indonesia terlalu banyak menampilkan adegan yang tidak mendidik, baik dalam tata bahasa maupun cara berbusana, sehingga banyak ditiru oleh pemirsa yang masih kurang bisa memilih dan membedakan baik dan buruknya. Penonton, banyak menjadi korban sinetron, meniru gaya hidup maupun cara bergaul dan bicara. Banyak anak-anak menjadi korban iklan, sehingga sering meminta makanan cepat saji sesuai yang diiklankan di TV.²⁴

Pelatihan ini sangat baik dan berguna bagi masyarakat yang di wilayah kami dan bisa saya sebarakan ke masyarakat. Banyak tayangan TV yang kurang pas untuk anak-anak. Banyak TV yang ada pertengkaran, ada pembacokan, dan itu kurang baik untuk anak-anak. Saya dan bapak setiap hari menonton TV acara Mamah Dedeh dan berita, itu sangat baik. Kadang-kadang ada yang melihat sinetron yang baik dan yang mendidik. Ada acara yang banyak menentang masyarakat. jadi, meminta acara TV dikontrol sebelum tayang minta lebih pengawasannya.²⁵

Peningkatan kesenangan, pemahaman dan apresiasi terhadap program TV.

Temuan dilapangan mengungkap akan apresiasi dan antusiasme peserta literasi media yang ditunjukkan dengan kehadiran mereka yang tepat waktu, diskusi forum yang dinamis dan interaktif serta banyak ibu rumah tangga yang menginginkan follow-up kegiatan dengan meminta tim peneliti untuk tetap mendampingi mereka dalam hal memperkuat kecerdasan dalam menonton TV. Bahkan peserta juga menginginkan kegiatan ini tidak hanya diperuntukkan kepada

²³ Hesniwati. (Peserta pelatihan Literasi Media TV), wawancara dengan penulis. 25 November 2016.

²⁴ Hermeni. (Peserta pelatihan Literasi Media TV), wawancara dengan penulis. 25 November 2016.

²⁵ Suradiah. (Peserta pelatihan Literasi Media TV), wawancara dengan penulis. 25 November 2016.

²¹ Alfa Buchrotin. (Peserta pelatihan Literasi Media TV), wawancara dengan penulis. 25 November 2016.

²² Tunijah. (Peserta pelatihan Literasi Media TV), wawancara dengan penulis. 25 November 2016.

ibu rumah tangga namun juga kepada para remaja dan anak-anak di kampung mereka.

Kegiatan gelombang pertama ini disajikan dalam metode ceramah, focus group discussion, simulasi dan workshop. Tim peneliti dan narasumber pelatihan selain menuntun peserta untuk melakukan diskusi kelompok terkait simulasi tayangan program acara televisi seperti sinetron, infotainment, berita, tayangan acara anak, film dan variety show. Kemudian peserta diminta untuk menganalisis isi program tayangan tersebut kemudian memberikan testimoninya berupa tanggapan, saran dan kritik terhadap program acara. Upaya ini dilakukan agar peserta dapat menjadi motor penggerak literasi media di kampungnya dan lebih kritis terhadap isi media televisi yang merupakan institusi bisnis yang lebih mengedepankan unsur bisnis dan hiburan ketimbang memberikan informasi yang sehat dan mendidik.

Peningkatan kesenangan, pemahaman dan apresiasi terhadap program Tv setelah dilakukannya pelatihan penguatan pemahaman literasi media dapat terlihat dari terkumpulnya 90 testimoni dari peserta pelatihan yang terdiri dari tanggapan kritis terkait wajah industri penyiaran baik di televisi maupun di radio di Indonesia seperti yang disampaikan oleh beberapa peserta pelatihan literasi media berikut ini:

Penyiaran wajah TV kita kurang atau tidak mendidik karena banyak tayangan yang tidak perlu ditayangkan, penuh kebencian, Isinya: tidak mendidik. Akan berdampak tidak baik bagi anak dan orang banyak! generasi kita. Acara yang disukai adalah Olah raga (sepak bola, bulutangkis, basket), informasi tentang Kesehatan, talk show Mata najwa, acara music "Golden memory" dan acara anak "Sibolang".²⁶

Penyiaran TV di Indonesia sudah bermacam-macam acara. Banyak sekali acara yang tidak mengandung pengetahuan / edukasi. Terlalu

banyak acara sinetron-sinetron yang banyak berpengaruh pada kehidupan anak/remaja. Penyiaran acara anak juga ada terlalu sedikit. Penyiaran tidak mengutamakan edukasi / berita-berita baiktetapi lebih mengutamakan hiburan yang tidak bermutu (bersifat konsumtif). Mengenai isi acara TV saat ini terlalu banyak acara hiburan yang menurut saya tidak bermutu, sinetron remaja yang memberi contoh kurang baik (mengajarkan geng-gengan/bullying). Beberapa acara yang disukai adalah Laptop siunyl, on the spot, ini talk show.²⁷

Bentuk penyiaran dari media di Indonesia yang kami rasakan selama ini terlalu lebay, terlalu membesar-besarkan berita yang membuat masyarakat gelisah dan risau. Juga penyiaran di Indonesia sangat tidak mendidik karena banyak menayangkan hal yang berlebih-lebihan dan bersifat hiburan saja. misalnya Isi siaran yang terlalu banyak iklan, provokasi, hiburan yang sifatnya tidak mendidik untuk generasi penerus kita. Adapun beberapa acara yang disukai adalah Reality show yang mengajarkan kebaikan (Ruben Onsu), Mata Najwa, Religi, Golden memories.²⁸

Berdasarkan kutipan testimony para peserta di atas tergambar bahwa pelatihan penguatan pemahaman literasi media ini dikatakan berhasil mencapai tujuannya. Ini terlihat dari peningkatan pemahaman, kesenangan dan apresiasi yang disampaikan melalui *form pretest* dan *posttest*. Namun pencapaian ini belumlah sempurna mana kala tidak dipraktekkan secara nyata oleh para peserta pelatihan dalam kehidupan sehari-harinya.

Simpulan

Perempuan dalam hal ini ibu-ibu rumah tangga berada di garda terdepan dalam membangun interaksi pikiran dan tulisan, karena dalam ranah domestik perempuan memiliki peran strategis dalam mengembangkan gerakan literasi bagi

²⁶ S Kurniawati. (Peserta pelatihan Literasi Media TV), wawancara dengan penulis. 25 November 2016.

²⁷ H. Surani. (Peserta pelatihan Literasi Media TV), wawancara dengan penulis. 25 November 2016.

²⁸ Sulistyowati. (Peserta pelatihan Literasi Media TV), wawancara dengan penulis. 25 November 2016.

anak, tidak hanya literasi membaca dan menulis namun juga dalam dimensi yang lainnya seperti literasi media dilandasi semangat emansipasi dan perjuangan perempuan untuk mengawal lahir dan tumbuh kembangnya generasi penerus bangsa yang unggul. Literasi media ini tidak hanya untuk mengurangi bias gender dalam masyarakat, namun juga bisa diaplikasikan sebagai usaha menahan gempuran berbagai jenis media dalam kehidupan masyarakat. Melalui pendidikan literasi media, seseorang akan memahami bahwa sebagian besar isi media merupakan hasil konstruksi yang dibentuk. Media mengonstruksikan realitas untuk memenuhi kepentingan pemilik media atau bahkan memenuhi kebutuhan pasar.

Masyarakat sebenarnya diberi keleluasaan untuk melakukan pilihan, dengan cara selektif terhadap program tayangan televisi agar bisa mendapat nilai manfaat dalam menonton televisi. Memang solusi terbaiknya adalah dikembalikan kepada masyarakat, dengan memanfaatkan tayangan televisi secara bijak dengan melakukan proses selektif terhadap program siaran televisi, dan terus menerus mengedukasi anak-anak untuk mendapatkan program tayangan yang baik dan mendidik. Pada prinsipnya menonton televisi untuk mendapatkan informasi adalah baik. Maka dari itu, tontonlah televisi secukupnya dengan memilih program yang baik pula. Karena bermanfaat tidaknya kita menonton televisi adalah bergantung pada penonton televisi itu sendiri untuk bisa memilih program tayangan yang baik, dan meninggalkan tayangan yang tidak ada manfaatnya.

Oleh karena itu, siaran televisi yang membuat film hikmah dan mengandung pendidikan karakter harus diperbanyak. Film-film yang banyak mengajarkan mengenai teknik-teknik kejahatan, penayangannya harus lebih ketat lagi saringannya agar produksi tayangan seperti itu tidak merusak generasi muda dan anak-anak di kemudian hari. Kalau langkah-langkah bijak dari masyarakat dan

pemerintah tidak mendapat perhatian dari stasiun televisi, maka pilihannya adalah kita harus terus menerus melakukan kampanye kepada masyarakat luas dengan “stop melihat siaran televisi yang tidak mendidik”. Gerakan kolektif masyarakat ini harus berkelanjutan sifatnya, sehingga televisi yang bersangkutan tidak mendapatkan perhatian dari masyarakat lagi. Otomatis lambat laun televisi yang tidak mendidik itu akan tersisih dari persaingan televisi yang ada.

Jika ada tayangan yang meresahkan dengan konten yang melanggar peraturan, masyarakat dapat berkeluh kesah dan meminta KPI/KPID, Pemerintah, bersama-sama masyarakat untuk bertindak cepat dan tegas mengantisipasi hal itu. Kalau langkah-langkah bijak dari masyarakat dan pemerintah tidak mendapat perhatian dari stasiun televisi, maka pilihannya adalah kita harus terus menerus melakukan kampanye kepada masyarakat luas dengan “stop melihat siaran televisi yang tidak mendidik”. Gerakan kolektif masyarakat ini harus berkelanjutan sifatnya, sehingga televisi yang bersangkutan tidak mendapatkan perhatian dari masyarakat lagi. Otomatis lambat laun televisi yang tidak mendidik itu akan tersisih dari persaingan televisi yang ada. Paling tidak melalui pelatihan penguatan pemahaman literasi televisi bagi ibu rumah tangga yang telah kami lakukan dapat memberikan sumbangsih dalam pencerdasan masyarakat terhadap terpaan dampak negative televisi. Harapannya pasca pelatihan diharapkan seluruh peserta dari ibu rumah tangga dapat melawan dampak buruk televisi dan dapat menjadi kader penggerak literasi media televisi bagi keluarga dan lingkungan masyarakatnya. Karena ibu menjadi salah satu ujung tombak dalam literasi media terutama bagi anak-anaknya.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Yanti Dwi. “Media dan Gender (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan Televisi Swasta.” *Profetik*

- Jurnal Komunikasi*, Vol.09 No.02 (2016): 27. Baran, Stanley J and Dennis K Davis. Mass communication theory : foundations, ferment, and future 3rd Edition. Wadsworth, USA: Belmont Calif, 2003.
- Birowo, Mario Antonius, ed. *Pengalaman Ibu-ibu Babarsari Membaca Televisi dalam Sasangka Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi*. Yogyakarta: Yayasan TIFA, 2010.
- Darmanto dan Cahyono, ed. *Ibu-ibu Rumah Tangga di Terban Membaca Televisi dalam Sasangka 'anamah Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi*. Yogyakarta: Yayasan TIFA, 2010.
- Dominick, Joseph R. *The Dynamics of Mass communication*. New York: Random House, 2000.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Hasan. *Mendidik Anak Dengan Cinta*. Yogyakarta: Saujana, 2004.
- Iriantara, Yosol. *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013.
- Kartono, Kartini. *Psikologi Umum*. Bandung: CV. Mandar Maju, 1990.
- Krahe, Barbara. *Perilaku Agresi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Nelson, Geoffrey Brian, John Lord, and Joanna Ochocka, *Shifting the paradigm in community mental health: Towards empowerment and community*. Toronto: University of Toronto Press, 2001.
- Perbawaningsih, Yudi, ed. *Efektivitas Program Pelatihan Literasi Media Pada Kaum Ibu di Perkotaan dalam Sasangka Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi*. Yogyakarta: Yayasan TIFA, 2010.
- Potter, W. James. *Media Literacy*. Upper Sadler River, New Jersey: Prentice Hall, 2005.
- Potter, W. James. *Media Literacy: A Cognitive Approach*. London: Sage Publication, 2004.
- Rasyid. H, *Assesmen Perkembangan Anak Usia Dini*. Yogyakarta: Multi Pressindo, 2009.
- Silverblatt, Art. *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. London: Praeger, 1995.
- ### Sumber Online
- Hanafi, Mohammad. "Participatory Action Research dan Community-based Research di UINSA." *UIN Surabaya*. Diakses tanggal 4 Oktober 2017, <http://www.uinsby.ac.id/kolom/id/139/participatory-action-research-dan-community-based-research-di-uinsa>.
- Kirana, Nila. "Televisi Masih Jadi Primadona." *Kompas*. 26 Juni 2016. <http://print.kompas.com/baca/2016/06/29/Televisi-Masih-Jadi-Primadona> (diakses pada 30 April 2016).
- Komisi Penyiaran Indonesia. *Laporan Akhir Tahun 2011*. Jakarta: KPI, 2011 http://www.kpi.go.id/index.php/id/download/laporan-tahunan/LAT_KPI_2011_Final.pdf (diakses pada 25 Maret 2016).
- Walikota Yogyakarta. *Keputusan Walikota Yogyakarta Nomor 616/KEP/2007 Tentang Rencana Aksi Daerah Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran Kota Yogyakarta Tahun 2007-2011*. Yogyakarta: Pemerintah Kota Yogyakarta, 2007, https://warta.jogjakota.go.id/app/modules/upload/files/dok-perencanaan/rad_kemiskinan.pdf (diakses 25 Maret 2016).

STANDAR PENULISAN ARTIKEL MUSAWA

NO	BAGIAN	STANDAR PENULISAN
1.	Judul	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ditulis dengan huruf kapital. 2) Dicitak tebal (bold).
2.	Penulis	<ol style="list-style-type: none"> 1) Nama penulis dicetak tebal (bold), tidak dengan huruf besar. 2) Dilengkapi dengan identitas penulis (nama instansi dan email penulis) Contoh : Inayah Rohmaniyah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta rochmaniyah@yahoo.com
3.	Heading	<p>Penulisan Sub Judul ataupun sub-sub judul tidak menggunakan abjad ataupun angka. Contoh:</p> <p>Pendahuluan Sejarah Pondok Pesantren... Lokasi Geografis (dst).</p>
4.	Abstrak	<ol style="list-style-type: none"> 1) Bagian Abstrak tidak masuk dalam sistematika A, B, C, dst. 2) Tulisan Abstrak (Indonesia) atau Abstract (Inggris) atau ملخص (Arab) dicetak tebal (bold), tidak dengan huruf besar. 3) Panjang abstrak (satu bahasa) tidak boleh lebih dari 1 halaman jurnal (maksimal 250 kata)
5.	Body Teks	<ol style="list-style-type: none"> 1) Teks diketik 1,5 spasi, 5.000 – 10.000 kata, dengan ukuran kertas A4. 2) Kutipan langsung yang lebih dari 3 baris diketik 1 spasi. 3) Istilah asing (selain bahasa artikel) dicetak miring (<i>italic</i>). 4) Penulisan transliterasi sesuai dengan pedoman transliterasi jurnal Musāwa.
6.	Footnote	<ol style="list-style-type: none"> 1) Penulisan: Pengarang, <i>Judul</i> (Kota: Penerbit, tahun), hlm. Contoh: Ira M. Lapidus, <i>Sejarah Sosial Ummat Islam</i>, terj. Ghufroon A. Mas'udi (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1988), 750. 2) Semua judul buku, dan nama media massa dicetak miring (<i>italic</i>). 3) Judul artikel ditulis dengan tanda kutip ("judul artikel") dan tidak miring. 4) Tidak menggunakan <i>Ibid</i>, <i>Op. Cit</i> dan <i>Loc. Cit</i>. 5) Pengulangan referensi (<i>footnote</i>) ditulis dengan cara: Satu kata dari nama penulis, 1-3 kata <i>judul</i>, nomor halaman. Contoh: Lapidus, <i>Sejarah sosial</i>, 170. 6) Setelah nomor halaman diberi tanda titik. 7) Diketik 1 spasi.

7.	Bibliografi	<ol style="list-style-type: none"> 1) Setiap artikel harus ada bibliografi dan diletakkan secara terpisah dari halaman body-teks. 2) Kata DAFTAR PUSTAKA (Indonesia), REFERENCES (Inggris), atau مصادر (Arab) ditulis dengan huruf besar dan cetak tebal (bold). 3) Contoh penulisan: Lapidus, Ira M., <i>Sejarah Sosial Ummat Islam</i>, terj. Ghufron A.M., Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1988. 4) Diurutkan sesuai dengan urutan alfabet.
----	-------------	--

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam tulisan berbahasa Inggris pada Jurnal *Musāwa* ini adalah literasi model L.C. (*Library of Congress*). Untuk tulisan berbahasa Indonesia, memakai model L.C. dengan beberapa modifikasi.

A. Transliterasi Model L.C.

ح = ḥ	ج = j	ث = th	ت = t	ب = b	ا = -
س = s	ز = z	ر = r	ذ = dh	د = d	خ = kh
ع = ‘	ظ = ḡ	ط = ṭ	ض = ḍ	ص = ṣ	ش = sh
م = m	ل = l	ك = k	ق = q	ف = f	غ = gh
	ي = y	ء = ‘	ه = h	و = w	ن = n

Pendek a = i = u =

Panjang ā = ū = ī =

Diftong ay = aw =

Panjang dengan *tashdid* : iyy = ; uww =

Ta’marbūtah ditransliterasikan dengan “h” seperti *ahliyyah* = أهلية atau tanpa “h”, seperti *kulliyya* = كلية ; dengan “t” dalam sebuah frasa (*contract phrase*), misalnya *surat al-Ma’idah* sebagaimana bacaannya dan dicetak miring. Contoh, *dhālika-lkitābu la rayba fih* bukan *dhālika al-kitāb la rayb fih*, *yā ayyuhannās* bukan *yā ayyuha al-nās*, dan seterusnya.

B. Modifikasi (Untuk tulisan Berbahasa Indonesia)

1. Nama orang ditulis biasa dan diindonesiakan tanpa transliterasi. Contoh: As-Syafi’i bukan al-Syāfi’i, dicetak biasa, bukan *italic*.
2. Nama kota sama dengan no. 1. Contoh, Madinah bukan Madīnah; Miṣra menjadi Mesir, Qāhirah menjadi Kairo, Baghdād menjadi Baghdad, dan lain-lain.
3. Istilah asing yang belum masuk ke dalam Bahasa Indonesia, ditulis seperti aslinya dan dicetak miring (*italic*), bukan garis bawah (*underline*). Contoh: ...*al-qawā’id al-fiqhiyyah*; *Isyrāqiyyah*; *‘urwah al-wusqā*, dan lain sebagainya. Sedangkan istilah asing yang sudah populer dan masuk ke dalam Bahasa Indonesia, ditulis biasa, tanpa transliterasi. Contoh: Al-Qur’an bukan Al-Qur’ān; Al-Hadis bukan al-Hadīth; Iluminatif bukan illuminatif, perenial bukan perennial, dll.
4. Judul buku ditulis seperti aslinya dan dicetak miring. Huruf pertama pada awal kata dari judul buku tersebut menggunakan huruf kapital, kecuali *al-* yang ada di tengah. Contoh: *Ihyā ‘Ulūm al-Dīn*.

ISSN: 1412-3460



1 4 1 2 3 4 6 7