

MONOGRAF



# MODEL LITERASI MEDIA

*Pendekatan Local Wisdom  
Masyarakat Melayu*



FATMAWATI

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113**  
**Undang-undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

1. **Setiap Orang** yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

# **MODEL LITERASI MEDIA**

Pendekatan Local Wisdom  
Masyarakat Melayu

Fatmawati



# **MODEL LITERASI MEDIA**

## **Pendekatan Local Wisdom Masyarakat Melayu**

Diterbitkan pertama kali oleh CV Amerta Media

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang *All Rights Reserved*

Hak penerbitan pada Penerbit Amerta Media

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa seizin tertulis dari Penerbit

**Anggota IKAPI**

Cetakan Pertama: Agustus 2021

15 cm x 23 cm

**ISBN:**

**978-623-6385-77-7**

**Penulis:**

Fatmawati

**Desain Cover:**

Moushawi Almahi

**Tata Letak:**

Ladifa Nanda

**Diterbitkan Oleh:**

CV. Amerta Media

**NIB. 0220002381476**

Jl. Raya Sidakangen, RT 001 RW 003, Kel, Kebanggan, Kec. Sumbang,  
Banyumas 53183, Jawa Tengah. Telp. 081-356-3333-24

Email: [mediaamerta@gmail.com](mailto:mediaamerta@gmail.com)

Website: [www.penerbitbuku.id](http://www.penerbitbuku.id)

Whatsapp : 081-356-3333-24

Isi di luar tanggung jawab penerbit Amerta Media

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas limpahan rahmatNya, buku ini dapat hadir di tangan pembaca. Teriring salam dan sholawat kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita dapat mentauladani beliau dan menjadi bagian dari umat yang senantiasa menyeru dalam kebaikan, mencerahkan semesta dengan karya, serta bermanfaat bagi sesama. Buku ini merupakan suatu pengkajian ilmu komunikasi yang secara spesifik membahas tentang model literasi media baru yang berbasis kearifan lokal masyarakat Melayu di provinsi Riau. Hasil penelitian disajikan dalam ide/gagasan yang dituangkan pada sebuah model literasi media baru yang merupakan hasil eksplorasi melalui *Focus Group Discussion (FGD)*. Penulisan buku ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana nilai-nilai kearifan lokal budaya masyarakat Melayu sebagai sebuah manifestasi yang harus tetap dipertahankan dan dimanfaatkan sebagai pendekatan untuk kecakapan bermedia. Selain FGD bersama *keyinformant* yang terdiri dari para budayawan, akademisi, praktisi media, dan tokoh masyarakat, data penelitian ini juga diperoleh dari hasil wawancara kepada masyarakat (remaja di kota Pekanbaru). Terimakasih disampaikan kepada semua pihak yang mendukung penulis dalam menyelesaikan buku ini, terutama suami, anak-anak tercinta dan guru dari berbagai elemen kehidupan yang membimbing dan mengajarkan banyak hal sampai hari ini. Diharapkan buku ini dapat membantu pembaca dalam memahami ilmu komunikasi melalui pengkajian literasi media khususnya media baru bernama internet. Saran dan kritik sangat diharapkan oleh penulis guna memperbaiki tulisan selanjutnya.

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> -----	i
<b>TENTANG BUKU</b> -----	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> -----	v
<b>DAFTAR ISI</b> -----	vi
<b>BAB 1</b>	
Pengantar-----	1
<b>BAB 2</b>	
Literasi Media-----	5
<b>BAB 3</b>	
Media Baru-----	19
<b>BAB 4</b>	
Aktivitas Masyarakat Di Media Baru -----	27
<b>BAB 5</b>	
Kearifan Lokal Masyarakat Melayu -----	33
<b>BAB 6</b>	
Pemetaan Nilai Budaya Masyarakat Melayu dan Model Literasi Media Baru Berbasis Kearifan Lokal -----	47
<b>BAB 7</b>	
Penutup-----	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> -----	72
<b>GLOSARIUM</b> -----	75
<b>PROFIL PENULIS</b> -----	77

# Bab 1

## **PENGANTAR**

Perkembangan media saat ini telah memberikan dampak yang begitu luas dalam kehidupan manusia. Suguhan media tampil dengan berbagai ragam hingga mampu “menguasai” setiap aspek kehidupan masyarakat sebagai khalayak media. Masyarakat seolah menjadikan media sebagai bagian dari kebutuhan pokok selayaknya makan, minum dan tempat tinggal. Media yang cukup menyita perhatian besar masyarakat di dunia adalah Media Baru.

Media baru sebagai salah satu pilihan media yang paling populer di masyarakat saat ini. Kemampuannya memberikan kepuasan terhadap berbagai kebutuhan masyarakat akan informasi menjadikan masyarakat “candu”. Menurut data dari *We Are Social* mengungkapkan tahun 2021, terjadi peningkatan pengguna internet di Indonesia yakni sebesar 202,6 Juta. Media yang sangat populer di kalangan pengguna internet di Indonesia secara berurutan adalah Youtube, WA (Whatsapp), Instagram, Facebook, dan Twitter (*Wearesocial.com*, 2021).

Dampak positif dan negatif dari isi pesan media menjadi santapan setiap waktu yang harus dinikmati oleh masyarakat. Kehadiran media baru menjadi pelengkap yang sempurna dari keragaman media saat ini. Ribuan kasus yang muncul karena ketidakmampuan khalayak dalam menerima dan mengadopsi media baru tersebut dengan cara bijak. Oleh karena itu literasi media baru menjadi suatu keniscayaan sebagai upaya untuk menghindarkan diri dari terpaan pengaruh negatif media tersebut.

Menurut Baran (2010) mengonsumsi isi media merupakan hal yang mudah, namun ketika mengonsumsi diperlukan beberapa keterampilan dan keahlian agar tidak terpengaruh konten media yang berbahaya. Oleh karena itu keterampilan dan keahlian

yang khusus dibutuhkan, diantaranya: 1) kemampuan dan keinginan untuk menciptakan upaya memahami isi, memberi perhatian, dan menyaring *noise*. 2) pemahaman tentang kekuatan isi media. 3) kemampuan untuk membedakan reaksi emosional dari reaksi logis ketika merespon isi media dan bertindak didalamnya. Dalam pendapat yang senada juga dikatakan oleh Devito (2011) yakni dengan menawarkan cara-cara untuk memunculkan kepekaan seseorang dalam penggunaan dan pengkajian konten media. Hal ini diperlukan agar setiap akses kepada media berasaskan pada kebutuhan pokok individu bukan hanya untuk pencarian kesenangan semata.

Saat ini kampanye literasi media telah banyak dilakukan di kalangan masyarakat, baik dari umum, akademisi dan lembaga nonprofit (Kurnia & Astuti, 2017). Namun model literasi yang lebih banyak dianut di kalangan masyarakat Indonesia masih berkiblat pada model-model yang ditawarkan oleh Negara Barat (Amerika Serikat dan Eropa). Dengan struktur budaya masyarakat yang berbeda, baik dari segi geografis, demografis dan psikografis model yang dianut oleh masyarakat budaya Barat mengalami kesulitan jika harus diterapkan pada masyarakat Indonesia. Negara Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang mengakar dari Sabang hingga Merauke. Kekayaan budaya tersebut semestinya menjadi dasar untuk membangun model literasi berbasiskan kearifan lokal yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Kellner (2018) mengatakan bahwa kearifan lokal dapat menjadi rujukan untuk menfilter budaya asing sesuai dengan watak dan kemampuan sendiri, termasuk budaya Melayu yang dimiliki oleh masyarakat Riau.

Budaya Melayu telah mengakar dan menjadi bagian dari identitas sebagian besar masyarakat Indonesia, di samping budaya lainnya. Riau menjadi salah satu Provinsi di Indonesia yang sangat kental dengan budaya Melayu. Mayoritas penduduknya terdiri atas masyarakat dengan suku adat Melayu. Istilah Melayu sendiri berasal dari sebuah nama kerajaan yang berada di Jambi. Sebutan Melayu diperuntukkan bagi masyarakat yang menganut agama Islam, berada di bumi Melayu dan memiliki adat Melayu.

Masyarakat Melayu sangat memegang teguh adat dan budaya yang dimilikinya. Namun perkembangan media dan komunikasi pada saat ini menjadikan nilai-nilai budaya Melayu menjadi terancam punah. Banyak kalangan masyarakat, terutama generasi muda tidak mengenal nilai-nilai budaya Melayu yang menjadi kebanggaan dan ciri khas dari budaya tersebut. Buku ini memuat pengkajian tentang hasil eksplorasi pengalaman dan pengetahuan narasumber tentang budaya Melayu sebagai nilai-nilai budaya lokal untuk dijadikan sebagai cara masyarakat Melayu menghadapi terpaan media baru. Derasnya arus informasi dan besarnya pengaruh negatif yang dapat muncul dari media baru harus dihadapi dengan kemampuan masyarakat cerdas bermedia.

Buku monograf ini merupakan hasil penelitian yang berjudul *Model Literasi Media Baru Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Melayu*. Model literasi media disusun dari hasil *Focus Group Discussion* (FGD) dari para ahli terkait, yang terdiri dari Budayawan, Praktisi Media, Akademisi, Tokoh masyarakat dan Masyarakat. Buku ini terdiri atas 8 bab yang saling terkait, yakni Bab 1 menjadi pembuka Bab yang akan berisi Pengantar; Bab 2 dan 3 menjelaskan tentang Kajian Literatur terkait topik penelitian yaitu Literasi Media dan Media Baru; Bab 4 memaparkan Aktivitas Masyarakat di Media Baru. Data diperoleh dengan cara *interview* mendalam bersama 10 masyarakat dari berbagai segmen, baik secara usia, pendidikan dan pekerjaan; Bab 5 menjelaskan tentang Kearifan Lokal Masyarakat Melayu; Bab 6 Pemetaan Nilai-Nilai Budaya Masyarakat Melayu dan Model Literasi Media Baru Berbasis Kearifan Lokal; dan terakhir Bab 7 Penutup.



## Bab 2

# LITERASI MEDIA

Dalam bahasa sederhana, istilah literasi diartikan sebagai kemampuan membaca/memahami. Keterampilan membaca (juga memahami) setiap orang berbeda. Karena pada dasarnya pemahaman terkait objek tertentu juga dapat memiliki makna yang berbeda jika dilihat dari sudut pandang yang berbeda oleh setiap orang. Dalam Potter (2014), menjelaskan tentang literasi sebagai kecakapan seseorang dalam membaca, menulis, berbicara, berpikir dan menonton. Oleh karena itu, literasi tidak sebatas orang membaca saja, tetapi lebih daripada itu. Setiap kegiatan kita harus memiliki kecakapan agar berdaya guna, tidak menjerumuskan diri sendiri dan juga orang lain. Hal ini menjadi tujuan utama literasi. Fokus kajian dalam buku ini menitikberatkan pada literasi di media. Kehadiran beragam media saat ini memberikan dampak cukup besar bagi dunia. Media hadir dalam bentuk dan kecepatan yang tak terbendung. Belum lagi isi Media yang sering kali dipengaruhi oleh kekuatan modal dan kekuatan politik tertentu. Sementara itu, pemerintah belum memiliki regulasi yang kuat untuk memberikan perlindungan kepada publik. Oleh karena itu literasi media menjadi sebuah jalan bagi publik untuk lebih berdaya di hadapan terpaan media yang begitu dahsyat.

Terkait definisi literasi media, banyak para ahli mendefinisikan dengan berbagai ragam diantaranya:

- a. Potter (2001), Literasi Media adalah suatu perspektif yang digunakan secara aktif ketika berhadapan dengan media untuk menafsirkan makna dari pesan yang kita hadapi;
- b. Livingstone (2003), Literasi Media yaitu Kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuk medium;

- c. Devito (2008), Literasi Media adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, mengakses dan memproduksi pesan komunikasi massa;
- d. Hobbs (1996), Literasi media dimaknai sebagai suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media;
- e. Rubin (1998), Literasi Media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut;

Dari beragam definisi tentang literasi media, maka dapat disimpulkan bahwa literasi media sebagai *kemampuan untuk menggunakan media yang terdiri dari mengakses, menganalisis, mengevaluasi, memproduksi dan mengomunikasikan kembali kedalam berbagai bentuk pesan.*

Kehadiran media hari ini telah menjadi sebuah kebutuhan bagi banyak kalangan. Masyarakat seperti tidak dapat dilepaskan dari media. Media dibutuhkan untuk memenuhi berbagai kepentingan masyarakat, misalnya untuk akses informasi, jalinan pertemanan, pekerjaan, dan yang lainnya. Dalam konteks peningkatan pengetahuan, Silverblatt, mengatakan bahwa ada empat hal utama yang dibutuhkan orang untuk menginterpretasikan pesan-pesan media, yaitu pemahaman terhadap proses, konteks, struktur, dan nilai-nilai produksi. Sedangkan Messaris menjelaskan bahwa literasi media sebagai pengetahuan tentang bagaimana media massa menjalankan fungsinya dalam masyarakat. Idealnya, pengetahuan tersebut seharusnya mencakup semua aspek pekerjaan media, yaitu landasan ekonomi, struktur organisasi, efek psikologis, konsekuensi sosial, dan diatas semuanya adalah 'bahasa' media, yaitu konvergensi-konvergensi representasional dan strategi-strategi retorik dari iklan, program-program televisi, dan bentuk-bentuk lain dari isi media massa.

Dalam lingkup perpaduan antara kecakapan dengan pengetahuan, *The National Leadership Conference on Media Literacy* mengatakan bahwa seseorang yang melek media dapat

menginterpretasikan, mengevaluasi, menganalisis dan memproduksi pesan-pesan baik media cetak maupun penyiaran. Dari aspek tujuan, literasi media yaitu: perbaikan dan peningkatan kehidupan individu-individu, pengajaran (literasi media perlu dimasukkan dalam kurikulum pendidikan), dan literasi media sebagai aktivisme atau gerakan sosial.

Pemikiran teoritik tentang literasi media merupakan produk dari sejarah intelektual Barat (*Western*). Dalam pemikiran tersebut terkandung paling tidak dua pernyataan penting tentang literasi media, yaitu: a) literasi media mendorong munculnya pemikiran kritis dari masyarakat terhadap program-program yang disajikan media, dan b) literasi media memungkinkan terciptanya kemampuan untuk berkomunikasi secara kompeten dalam semua bentuk media, lebih bersikap proaktif daripada reaktif dalam memberi makna terhadap program-program yang disajikan media (Rahardjo dkk, 2012). Oleh karena sumbernya masih berkiblat pada dunia barat, maka banyak model yang dianut tidak mampu menjadi solusi yang baik, karena perbedaan karakteristik budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat kita dan masyarakat Barat.

Di Indonesia, sejarah munculnya literasi media berawal dari beberapa organisasi nirlaba Rumah Sinema (2004), Yayasan Pengembangan Media Anak (2005) dan Remotivi (2010). Selanjutnya diikuti oleh beragam bentuk program pemberdayaan yang dilakukan oleh para komunitas dengan wujud kegiatan konferensi, publikasi dan *workshop* terkait literasi media. Mulai tahun 2010, Komisi Penyiaran Indonesia juga menyambut baik gerakan literasi media. Di Negara-negara maju di dunia, literasi media bahkan telah diberikan pada sekolah tingkat dasar. Hal ini karena melihat kenyataan bahwa sulitnya menghindari media, terutama bagi anak-anak yang belum memiliki kemampuan “membaca” media dengan baik. Bahkan literasi media tersebut telah dimasukkan menjadi bagian dari kurikulum di jenjang pendidikan tersebut. mereka percaya bahwa dengan memiliki budaya literasi yang baik, maka akan dapat menunjang kemajuan suatu bangsa.

Bahkan *Europe Commission* telah merancang sebuah *framework* untuk mengukur tingkat literasi media yang dikenal dengan *Individual Competences*. *Individual competences* dapat didefinisikan sebagai kemampuan seorang individu dalam mengakses dan menggunakan media (*Practical use*) serta kemampuan kognitif yaitu menganalisa dan memahami isi pesan media secara kritis. *Individual competences* terdiri atas dua kategori yaitu: *Personal Competences* dan *Social Competences*. Kategori pertama yakni *Personal Competences* terbagi menjadi dua bagian *technical skill* dan *critical understanding competences*; sedangkan kategori kedua yakni *Social Competences*, *communicative* dan *participative abilities*, yaitu kemampuan berkomunikasi dan berpartisipasi melalui media.

*Framework* hasil rancangan *Europe Commission* tersebut menjadi penting untuk diterapkan pada era media digital sebagai bagian dari gerakan literasi media digital. Penelitian ini menitikberatkan pada literasi media pada media baru yang bernama internet. Media internet adalah bagian dari media digital. Perkembangan media digital hari ini memberikan banyak perubahan terhadap aktivitas manusia. Kemampuan media digital dalam memberikan berbagai kemudahan dan menyelesaikan banyak persoalan menjadikan manusia menjadi sangat tergantung pada media digital hari ini.

Era digital terlahir dengan kemunculan jaringan internet khususnya teknologi informasi komputer. Media baru era digital memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan atau internet. Media massa beralih ke media baru atau internet karena ada pergeseran budaya dalam sebuah penyampaian informasi. Kemampuan media era digital ini lebih memudahkan masyarakat dalam menerima informasi lebih cepat. Terutama kehadiran media sosial. Salah satu permasalahan terbesar dari penggunaan media baru adalah kemunculan konten negatif di media digital berupa *Hoaks*. Pemerintah menyebutkan bahwa saat ini Indonesia dalam keadaan mengkhawatirkan karena banyaknya konten negatif yang berseliweran di berbagai media sosial. Di Indonesia, banyak kasus yang muncul bersumber dari media digital, mulai dari dunia politik, ekonomi, kesehatan dan juga sosial. Penyalahgunaan media digital terjadi di semua level, baik personal, sosial dan bahkan nasional.

Oleh karena itu literasi media digital menjadi sebuah keniscayaan. Belakangan banyak sekali dilakukan berbagai gerakan literasi media digital, baik dilakukan oleh masyarakat umum, akademisi maupun lembaga-lembaga non-profit. Penelitian terkait literasi digital juga telah banyak dilakukan dan dikembangkan. *ICT Watch* merilis tawaran alternatif “Kerangka Literasi Digital Indonesia” yang terdiri atas 3 pilar yaitu: 1). Proteksi (*safeguard*), 2). hak-hak (*rights*), dan 3). Pemberdayaan (*empowerment*). Proteksi (*safeguard*): pada bagian ini memberikan pemahaman tentang perlunya kesadaran dan pemahaman atas sejumlah hal terkait dengan keselamatan dan kenyamanan siapapun pengguna Internet. Hak-hak (*rights*): ada sejumlah hak-hak mendasar yang harus diketahui dan dihormati oleh para pengguna Internet. Hak tersebut adalah terkait kebebasan berekspresi yang dilindungi (*freedom of expression*) serta hak atas kekayaan intelektual (*intellectual property rights*). Pemberdayaan (*empowerment*): Internet tentu saja dapat membantu penggunaannya untuk menghasilkan karya serta kinerja yang lebih produktif dan bermakna bagi diri, lingkungan maupun masyarakat luas ([www.literasidigital.id](http://www.literasidigital.id)). Model tersebut Digambarkan sebagai berikut:



**Model Kerangka Literasi Digital Indonesia**

Sumber: ICW Watch, 2020

Secara konseptual, literasi media digital memiliki persamaan dengan konsep literasi media pada umumnya. Namun Buckingham (2006) memberikan pandangan yang berbeda bahwa literasi media hanya mengacu kepada keterampilan menggunakan media audio visual sedangkan literasi digital lebih dari itu. Literasi digital merupakan keterampilan menggunakan media secara efektif sehingga individu dapat mengetahui tempat dan informasi yang relevan.

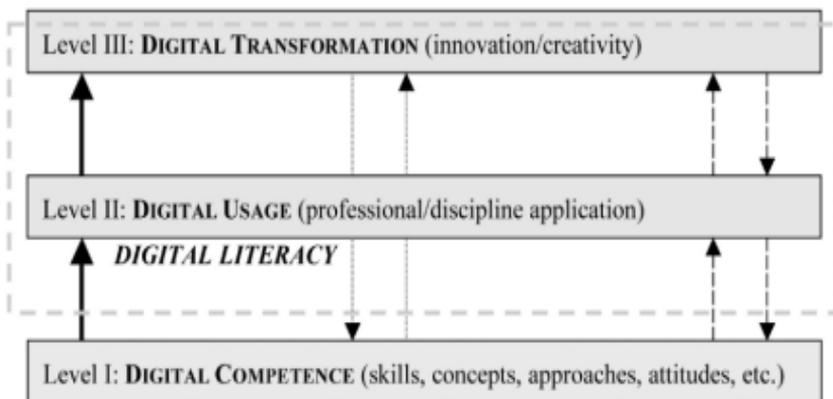
Untuk lebih memahami konsep literasi digital, berikut definisinya dari berbagai sumber:

- a. Paul Gilster (1997) mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital
- b. Bawden (2001), literasi digital berakar pada literasi komputer dan literasi informasi.
- c. UNESCO, mendefinisikan upaya untuk memahami perangkat teknologi komunikasi dan informasi.
- d. *National Institute For Literacy*, bentuk kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah pada tingkat permasalahan yang berbeda-beda
- e. Martin (2008) literasi digital merupakan gabungan dari beberapa bentuk literasi yaitu: komputer, informasi, teknologi, visual, media dan komunikasi.

Douglas A.J. Belshaw (2012) mengatakan bahwa ada delapan elemen esensial untuk mengembangkan literasi digital, yaitu:

- a. *Kultural*, yaitu pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital
- b. *Kognitif*, yaitu daya pikir dalam menilai konten
- c. *Konstruktif*, yaitu reka cipta sesuatu yang ahli dan aktual
- d. *Komunikatif*, memahami kinerja jejaring & komunikasi dunia digital
- e. Kepercayaan diri yang bertanggung jawab
- f. *Kreatif*, melakukan hal baru dengan cara baru
- g. *Kritis* dalam menyikapi konten
- h. Bertanggung jawab secara sosial.

Terkait kemampuan seseorang dalam melakukan literasi digital, Lankshear & Knobel membuat tingkatan yakni:



### Tingkat Literasi Digital

Sumber: Lankshear & Knobel (2008)

Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa: tingkatan pertama dalam literasi digital adalah *Digital Competence*. Dalam hal ini seseorang harus menguasai kemampuan dasar, konsep, pendekatan dan tindakan ketika berhadapan dengan media digital. Tingkatan yang kedua adalah *Digital Usage*. seseorang dapat menerapkan aplikasi untuk tujuan produktif/profesional misalnya menggunakan media digital untuk pendidikan, aktivitas politik, bisnis, kampanye sosial, dan lain-lain. Tingkatan terakhir, *Digital Transformation*, seseorang mampu menggunakan media digital untuk melakukan inovasi dan kreatifitas bagi masyarakat luas.

Konsep literasi media ini dekat dengan pendidikan bermedia. Melalui pendidikan bermedia, seseorang akan dapat berpikir kritis, merefleksikan nilai-nilai pribadinya dan menggunakan media untuk berkreasi, berinovasi untuk memecahkan masalah. Buckingham (2004) mengkategorikan pendidikan media ini menjadi empat kategori, diantaranya:

1. *Protectionist model*, berasumsi bahwa budaya populer yang ditawarkan media bersifat lebih rendah nilai daripada budaya klasik. Model ini diterapkan pada khalayak dengan tingkat

pendidikan dan pengetahuan terbatas. Bentuk kegiatannya: Diet media, pengaturan jadwal bermedia.

2. *Uses and gratification model*, khlayak dianggap sebagai entitas aktif yang memiliki kemampuan luar biasa untuk memilih dan memilah sendiri konten media. Dalam model ini khalayak memiliki kemampuan untuk memutuskan sendiri untuk memilih media.
3. *Cultural studies model*, beranggapan bahwa pengertian budaya sangat luas sehingga mencakup lingkungan sosial. Sehingga pendidikan bermedia juga harus mencakup ranah yang lebih luas yaitu kesadaran politik. Khalayak diharapkan mampu tidak sekedar memilih dan memahami konten media tetapi juga bersikap terhadap isu-isu di media. Sehingga demokratisasi dapat berjalan.
4. *Active audience model (inquiry model)*, metode ini yakin bahwa khalayak mampu mengintrepretasikan konten media berdasarkan latar belakang pengetahuan yang dimiliki. Jadi penonton yang memiliki latar belakang sosial dan kultural yang berbeda akan memahami media dengan cara yang berbeda.

## **Kegiatan Literasi Digital di Indonesia**

Pertumbuhan media saat ini terasa begitu cepat, baik dari sisi konten, teknologi dan aplikasi yang tersedia. Setiap waktu kita disuguhkan oleh beragam aplikasi-aplikasi yang terus bermunculan. Namun perkembangan tersebut tidak diimbangi dengan kemampuan manusia untuk dapat melakukan filter terhadap media tersebut. Hoaks semakin banyak, tingkat seleksi dan pemahaman pesan-pesan komunikasi yang muncul di media tidak mampu ditangkap oleh kita dengan cukup bijak. Koltay mengemukakan bahwa perlunya literasi digital sesungguhnya karena banyak factor, diantaranya: faktor Pertama, peran penting informasi dalam proses demokrasi. Kedua, peran penting partisipasi budaya dan kewarganegaraan. Ketiga, berkembangnya budaya populer membuat anak dan remaja semakin banyak mengakses media digital (Koltay, 2011).

Literasi Digital di Indonesia pada awalnya dimulai ketika pemberlakuan kurikulum 2006/KTSP. Integrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi diintegrasikan dengan mata pelajaran lain, sehingga TIK diusulkan untuk ditiadakan). seiring dengan peristiwa itu, kegiatan literasi digital terus dilakukan dari berbagai elemen, baik para akademisi, pemerintah dan relawan.

Diantara relawan yang terus melakukan kampanye tentang literasi digital dengan konsisten dan solid adalah Japelidi (Jaringan Pegiat Literasi Digital). Komunitas ini merupakan kumpulan dari mayoritas akademisi yang berasal dari seluruh Indonesia. Japelidi telah menghasilkan banyak sekali kegiatan-kegiatan kampanye yang dilakukan ke seluruh pelosok Indonesia. Selain itu hasil-hasil penelitian yang dipublikasikan dalam bentuk artikel di jurnal, buku dan para anggotanya telah menjadi narasumber rujukan untuk literasi digital di Indonesia.

Salah satu hasil riset dari anggota komunitas Japelidi yang telah dipublikasikan di Jurnal Nasional berjudul Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran dan Mitra. Riset ini memberikan gambaran umum bagaimana aktivitas literasi digital di Indonesia. sebagian dari hasil penelitiannya mengemukakan data berikut: dilihat dari *ragam kegiatan*, sosialisasi atau ceramah (29,64%) adalah kegiatan literasi digital yang paling sering dilakukan, diikuti oleh workshop atau pelatihan (20,9%), seminar atau diskusi (14,32%), penelitian (11,33%), talkshow (11,08%), publikasi (4,78%), kampanye dan advokasi (4,28%), lain-lain (kompetisi dan pendampingan dan pembentukan unit anti hoaks) sebesar 2,01% dan kurikulum (1,51%). Dilihat dari kelompok sasaran, remaja dan pelajar (29,55%) merupakan sasaran utama kegiatan literasi digital di 9 kota di Indonesia. Hal ini dikarenakan kaum muda dianggap sebagai kelompok yang paling rentan dan dianggap paling banyak mendapatkan pengaruh buruk dari media digital. Atau sebaliknya, mereka dianggap sebagai agen perubahan yang diharapkan bisa turut ambil bagian dalam mengatasi berbagai persoalan masyarakat digital. Selain siswa/pelajar/remaja, kelompok sasaran kegiatan literasi digital adalah mahasiswa (18,5%), masyarakat umum (15,22%), orangtua (12,23%), guru dan dosen (10,14%). Sisanya

menarget pihak-pihak seperti ormas, LSM, pemerintah, dan media, dengan porsi sebesar 6,86%. Di urutan terbawah terletak peneliti sebagai target sasaran kegiatan literasi digital (0,29%) (Kurnia dan Astuti, 2017).

Gambaran penelitian diatas sesungguhnya tidak dapat disamakan dengan kondisi di seluruh Indonesia, namun setidaknya karakteristik secara umum baik geografis dan psikografis adalah sama. Penelitian itu dilakukan di 9 kota besar di Indonesia (Yogyakarta, Salatiga, Semarang, Surakarta, Malang, Bandung, Banjarmasin, Bali, dan Jakarta. Oleh karena itu bisa saja kita merujuk pada hasil penelitian tersebut. Bahwa memang kondisi secara umum literasi digital di Indonesia masih memerlukan gerakan yang massif dari seluruh elemen, baik dari sisi penggerak dan aktivitasnya.

Di Indonesia secara terstruktur konsep literasi media belum banyak diterapkan. Di Sekolah-sekolah kegiatan literasi media menjadi bagian dari *supporting education* melalui kegiatan ekstrakurikuler. Fokus kegiatan literasi hanya pada literasi baca, bahkan nyaris tidak menyentuh literasi media (khususnya media digital). Padahal jika melihat perkembangan media hari ini, pengguna terbanyak justru berasal dari anak-anak dan remaja. Meskipun telah masuk menjadi bagian dari instrumen penilaian didalam proses akreditasi sekolah (IASP 2020), namun instrumen tersebut seringkali diabaikan oleh beberapa stakeholder sekolah. Jika ada hanya menjadi prasyarat untuk menambah poin penilaian akreditasi saja. Fasilitas yang sering disediakan adalah pojok baca, majalah dinding, dan budaya baca sebelum memulai pelajaran. Sedangkan di tingkat perguruan tinggi, justru tidak banyak yang memberikan perhatian khusus pada literasi media. Di Indonesia hanya ada beberapa program studi yang memasukkan literasi media sebagai bagian dari kurikulum. Padahal jika melihat di Negara-negara maju, literasi media justru telah ada sejak pendidikan tingkat dasar. Hal ini didasari karena media menjadi kebutuhan pokok masyarakat saat ini. Pentingnya menanamkan literasi media sejak dini karena media memiliki pengaruh yang cukup besar, baik positif maupun negatif.

Dari keempat model yang dikemukakan oleh Buckingham, ternyata terjadi di Indonesia. Jika di negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Inggris model pendidikan media bergerak berubah dari model proteksionisme menuju model *cultural studies* dan *active audience*, maka di Indonesia keempat model itu diterapkan bersamaan oleh kelompok yang berbeda. Perbedaan pilihan metode ini disebabkan oleh perbedaan asumsi mengenai sifat khalayak sendiri. Jika pendidik literasi media menganggap khalayak bersifat pasif maka *protectionism model* yang dipilih sebaliknya jika khalayak dianggap aktif maka *cultural studies* dan *active audience* yang digunakan (rumah cinema).

## Literasi Media di Pekanbaru

Seperti kondisi secara umum di berbagai kota di Indonesia, kegiatan literasi media di Riau juga relatif sama. Literasi media saat ini terfokus pada satu media baru yang bernama internet. Kegiatan umumnya dilakukan dalam bentuk kampanye, seminar yang diselenggarakan oleh pemerintah melalui dinas-dinas terkait). Selain itu bentuk kegiatan pengabdian masyarakat juga dilakukan oleh kalangan akademisi dari berbagai perguruan tinggi, media dan lembaga swadaya masyarakat, seperti *Riau Literacy Community* (RLC), Forum Literasi Riau (FLR), Istimewa (komunitas literasi di Riau), dan komunitas yang lainnya. Dari kalangan lembaga pendidikan (non perguruan tinggi), fokus kegiatan literasi pada literasi baca, karena menganggap literasi baca masyarakat Riau masih sangat rendah. Oleh karena itu kegiatan literasi di sekolah-sekolah focus pada menumbuhkan minat baca peserta didik. Hanya sebagian kecil saja, kegiatan literasi ditambahkan dengan literasi media digital.

Penelitian-penelitian tentang literasi media di Provinsi Riau lebih banyak dilakukan di kota Pekanbaru sebagai ibu kota provinsi. Berikut beberapa diantar penelitian yang ada: Fatmawati dan Benni Handayani (Fenomenologi Literasi Media di Kota Pekanbaru); Sefrita Zaher dan Elfiandri (Literasi Media Mahasiswa di Kota Pekanbaru); Yuri Yolanda (Peranan Aliansi Jurnalis Independen Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Literasi Berita di

Kota Pekanbaru); Uthi Kurnia, dkk (Literasi Media Baru Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau); dan lain-lain.

Berikut pemaparan para narasumber dalam FGD tentang gambaran umum literasi media digital di provinsi Riau:

a. Akademisi

- 1) *“Saya dan beberapa teman dosen beberapa kali melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema kegiatan Pemetaan Literasi Media di Kota Pekanbaru. Kami memilih beberapa sekolah menengah atas yang baru didirikan dan sekolah-sekolah favorit yang memiliki program literasi yang baik di tingkat nasional. Dari hasil pemetaan dapat kami sampaikan bahwa secara umum siswa memiliki kemampuan literasi media pada tahap awal, yakni cukup menangkap dan membaca pesan di media saja, tanpa perlu melakukan analisis terhadap isi pesan media tersebut. Bahkan sebagian siswa mengaku bahwa memiliki kebiasaan share pesan di media tanpa menganalisis terlebih dahulu apakah berita tersebut benar atau hoaks....”*
- 2) *“Untuk skill akses internet, generasi Z paling jago. mereka ablinya. kemampuan mereka berselancar tidak perlu diragukan. Namun sayangnya seringkali itu tidak diimbangi dengan kemampuan lainnya yakni bagaimana menganalisis, mengevaluasi pesan media tersebut”*

b. Praktisi Media

- 1) *“Kita lihat bagaimana arus pesan di media sosial itu berjalan sangat cepat dan tinggi intensitasnya. Bahkan kita sering menerima broadcast sebuah berita di grup 3-5 kali dengan konten yang sama. Parahnya konten tersebut seringkali berisi pesan yang kurang bermanfaat, atau bahkan berita hoaks yang hanya bertujuan untuk mencari pembaca terbanyak. Ini menggambarkan bahwa fenomena tersebut adalah sebuah fakta bagaimana pengguna media masih sangat minim literasi bermediannya....”*
- 2) *“...masih banyak diantara kita yang suka menggunakan media hanya dengan motif ikut trend. di HP kita kadang banyak sekali akun media social yang dimiliki, ada WA, FB, IG, Twitter, Telegram, dan yang viral tik tok, semua ada... padahal fungsi media itu sama saja. semua terkoneksi. buat status di satu medsos, untuk semua media....”*

3) *“keterampilan dominan ada pada akses media. Bahkan para remaja jauh lebih hebat kemampuan menguasai media di tahap secara teknis mengakses, menggunakan berbagai fitur, namun untuk menganalisis apakah konten itu diperlukan atau tidak, saya kira hanya kecil...”*

c. Budayawan

*“Budaya ketimuran itu kental sekali di masyarakat. Masih cukup banyak orang yang memiliki sikap sungkan dalam bermedia. Ini sesungguhnya tidak diperlukan kalau dalam konteks literasi media. Setiap orang bahkan sampai memiliki puluhan grup di media sosialnya. Grupnya ada dari sekolah paling dasar sampai perguruan tinggi, belum lagi grup-grup kesamaan hobby, atau kegiatan informal lainnya, dan grup khusus keluarga, baik keluarga inti maupun keluarga besar. Keinginan untuk keluar dari salah satu grup bukanlah persoalan mudah, ada rasa tidak enak, sungkan dan enggan karena takut dianggap tidak sopan, sombong, dll....”*

Berdasarkan hasil petikan wawancara tersebut dapat digambarkan bahwa perilaku masyarakat Riau (remaja) dalam menggunakan media (khususnya media sosial) masih belum memahami konteks literasi media secara tuntas. Pengguna media memiliki kemampuan mengakses media dengan cukup baik dan mementingkan *tren* dalam penggunaan media. Tahap Literasi media selanjutnya yakni proses menganalisis, mengevaluasi, memproduksi dan mengomunikasikan kembali kedalam berbagai bentuk pesan hanya dilakukan sebagian kecil pengguna media.



## Bab 3

# **MEDIA BARU**

Pada akhir abad ke-20 kehadiran media baru mulai diakui di masyarakat. Media baru dianggap mampu memberikan solusi di berbagai permasalahan dunia. Apa yang dikatakan Mc Luhan terkait *Global Village*, hal ini dapat terealisasi dengan kehadiran media baru tersebut. Istilah media baru diartikan sebagai konvergensi teknologi komunikasi dan informasi yang terhubung dengan sistem komputer dan berjejaring. Dunia digital menjadi salah satu karakteristik khas dari media baru ini. Kehadirannya memerlukan kecakapan khusus, karena tampilan yang disuguhkan memberikan kesan yang interaktif, manipulatif, cepat, padat dan masif.

Wujud nyata dari media baru tersebut adalah: internet. Internet dapat diakses melalui berbagai media, contohnya: *Handphone*, dan *computer*. Melalui jaringan internet, setiap orang dapat terkoneksi dimanapun, kapanpun dan dengan cara apapun. Teknologi media baru juga memberikan banyak kemudahan dan efisiensi dari sisi budget. Banyak orang tidak lagi merasa harus mengeluarkan biaya yang tinggi untuk dapat bertemu (red: berkomunikasi) dengan orang di belahan dunia manapun. Flew (2005) mendefinisikan Media baru dengan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Kemampuan internet untuk dapat menghubungkan setiap orang dalam jaringan yang begitu besar dan luas tak pernah terpikirkan sebelum kehadiran media baru ini.

Salah satu jenis media baru yang sangat populer di kalangan masyarakat dunia saat ini adalah Media Sosial. Media sosial bahkan menjadi salah satu sumber referensi banyak orang ketika ingin

mengetahui informasi apapun yang terjadi di seluruh dunia. Arus informasi yang begitu cepat menjadikan posisi media sosial hari ini begitu penting. Banyak kebijakan dan keputusan di sebuah organisasi disampaikan melalui media sosial. Derasnya arus informasi melalui media sosial ini memerlukan kecakapan yang baik dari penggunanya. Karena melalui media sosial berbagai penipuan, peredaran narkoba, *trafficking*, Hoaks dan kejahatan kriminal lainnya mengancam setiap orang yang menggunakan media sosial. Kotler&Keller (2012) mendefinisikan media sosial sebagai sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Media sosial ini berbentuk situs jaringan sosial yang berbasis *web*. Di hampir seluruh dunia, masyarakat begitu menggemari media sosial, tak terkecuali Indonesia.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) di Indonesia mengatakan bahwa pengguna internet saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Bahkan Indonesia menempati peringkat 5 pengguna Twitter terbesar di dunia. 65 juta pengguna Facebook aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile per harinya. Data tersebut juga senada dengan hasil survey dari WeAreSocial.com (2021) sebagaimana yang tertera dalam gambar:

## Gambar 2. Penggunaan Media Sosial di Indonesia



Sumber: WeAreSocial.com (2021).

WeAreSocial.com melansir hasil surveinya tentang penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia. Dari jumlah penduduk Indonesia sebanyak 274.9 juta, sebanyak 202.6 juta pengguna internet dan 170 juta sebagai pengguna aktif media sosial. Diantara media sosial yang banyak diminati adalah *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*, *Twitter*, *Youtube* dan *Blog*.

### a. *Instagram*



Instagram terdiri dari dua kata yaitu *insta* dan *gram*. “*Insta*” berarti instan dan terinspirasi dari kamera polaroid kala itu yang secara instan mencetak foto setelah objek berhasil difoto. Sedangkan “*gram*” yang diambil dari istilah telegram yang bermakna sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat dan efisien. Instagram ditemukan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Melalui platform aplikasi jejaring sosial instagram ini seseorang dapat mengambil foto, mengedit, menerapkan filter

digital, dan mengunggahnya dengan berbagai fitur, seperti kolom komentar, dan fitur DM (*Direct Message*) yang memungkinkan penggunanya untuk bertukar pesan. Instagram ini menjadi media sosial yang sangat digemari oleh anak remaja, khususnya yang memiliki kesenangan di bidang fotografi.

b. Facebook



Facebook juga terdiri dari dua suku kata yaitu *face* (muka), *book* (buku). Salah satu jenis media sosial yang juga digemari oleh masyarakat dari berbagai elemen ini berfungsi untuk berinteraksi dengan seseorang di berbagai belahan dunia. Selain dapat bertukar pesan, dengan facebook seorang pengguna dapat menciptakan halaman pribadi, menambahkan teman, membuat dan mengupdate status, membagikan berbagai jenis konten, dan lain-lain.

c. Whatsapp



Saat ini Whatsapp (WA) merupakan salah satu jejaring sosial yang digunakan untuk mengirim pesan instan paling populer. Whatsapp adalah salah satu media sosial untuk bertukar pesan tanpa dipungut biaya, dengan menggunakan data internet. WA pertama kali diciptakan tahun 2009. WhatsApp berguna untuk melakukan interaksi melalui pesan teks dan suara.

d. Twitter



Twitter adalah salah satu jaringan sosial dan layanan mikroblogging yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan hingga 280 karakter yang disebut tweet. Media sosial ini didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006. Melalui twitter ini seseorang memperoleh jaringan informasi *real-time* yang menghubungkan penggunanya dengan cerita, ide, pendapat dan berita terbaru tentang apa saja yang dianggap menarik oleh banyak orang.

e. Youtube



Sebuah situs web berbagi video yang dibuat pada tahun 2005. Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton serta berbagi video. Konten video positif apapun bisa diakses melalui aplikasi tersebut.

f. Blog



Blog adalah penyedia akun Website gratis yang mengandung konten personal dalam bentuk artikel, video, foto, dan link ke website lain yang disediakan oleh penulis. Blog berisi pemikiran satu atau beberapa penulis dan memiliki urutan posting secara kronologis (dari konten terbaru ke konten terlama).

Beragam media baru yang hadir saat ini diperlukan pemahaman terkait karakteristik dari masing-masing media tersebut. Berikut karakteristik media baru:

- a. **Digital.** Media baru memiliki karakteristik sebagai media yang memiliki data dan konten yang bersifat digital. Konten digital pada dasarnya adalah data komputer, atau data elektronik yang berupa angka-angka yang dapat diterjemahkan oleh komputer atau perangkat keras yang dapat mengubah data tersebut dapat dipahami oleh pengguna komputer.
- b. **Interaktivitas.** Dalam media lama, kita nyaris tidak bias melakukan kegiatan interaktif dengan lawan bicara. Namun media baru memberi kesempatan kepada khalayak media untuk saling terhubung dan berinteraksi. Khalayak dapat terlibat langsung dalam proses diskusi atau saling mengomentari sebuah berita atau sebuah komentar dari seseorang tertentu di dalam suatu berita tersebut. Ruang untuk terlibat dalam diskusi sangat luas karena terdapat fitur semacam komentar yang menyediakan akses untuk berinteraksi dengan media ataupun dengan orang lain. Karakteristik ini pula yang sering memicu konflik di ruang maya. Karena beragam latar belakang khalayak memberikan respon terhadap obyek tertentu, dengan kapasitas pengetahuan dan pengalaman yang berbeda. Dalam konteks keterhubungan yang lain, media baru menghadirkan konektivitas. Pengguna di media baru dapat saling terhubung dengan media lain yang ada di internet. Misalnya, akun email yang terkoneksi dengan fitur media lain, atau akun sosial media yang dapat digunakan untuk berlangganan di salah satu media massa *online*, dan lain sebagainya. Dengan demikian pengguna dapat menggunakan satu akun email untuk terhubung ke berbagai jenis media dan melakukan aktivitas komentar, membaca, berlangganan, dan lain sebagainya.
- c. **Simulasi**  
Simulasi merupakan sebuah representasi dari suatu peristiwa atau suatu kejadian, objek, atau hal lain yang dapat menambah pemahaman terhadap hal tersebut tanpa harus memasuki atau mengalami kejadian atau benda asli secara langsung. Dengan adanya virtualisasi dan teknologi digital, media baru dapat

menghadirkan sebuah simulasi terhadap suatu objek atau suatu peristiwa tertentu.

- d. **Virtual.** Karakteristik media baru selanjutnya adalah bersifat Virtual. Obyek yang terdapat dalam media tidak dalam wujud nyata seperti media lama, dapat dipegang dan diraba. Namun media baru menyediakan obyek secara virtual.
- e. **Hipertekstual.** Pada media baru terdapat hiperteks-hiperteks yang memungkinkan pengguna untuk mengakses konten yang lain dengan cepat. Hipertekstual membuat orang dapat dengan mudah berpindah konten, melakukan pencarian konten, dan lain sebagainya. Pada semua media baru, hiperteks pasti terdapat pada hampir setiap halaman yang dimiliki oleh media baru.
- f. **Individualitas.** Media baru membuka kesempatan kepada khalayak media untuk menunjukkan adanya kecenderungan pada dunia luas mengenai dirinya, tentang jati dirinya, tentang diri mereka dengan tanpa berpikir ada hubungan dan kepentingannya dengan pihak lain.
- g. **Kecepatan.** Media baru memberikan akses yang sangat cepat. Media baru juga menghadirkan sebuah variasi konten yang sangat luas. Tidak hanya berita berupa teks, akan tetapi berita berupa video reportase, gambar, infografis, *live*.
- h. *Broadcast* dan lain sebagainya dapat diakses secara langsung tanpa perlu berpindah-pindah dari satu situs, misalnya. Oleh karena itu setiap orang dapat menggunakan media baru untuk melakukan banyak hal. Media baru yang memiliki media akses melalui internet, memungkinkan media ini untuk terhubung dan diakses oleh semua orang dari semua wilayah, dan semua orang dari kelompok umur. Oleh karena itu, penetrasi informasi media baru sangat luas.



## Bab 4

# **AKTIVITAS MASYARAKAT DI MEDIA BARU**

Saat ini media baru menjadi media primadona bagi sebagian besar masyarakat di seluruh dunia. Kebutuhan akan informasi apapun dapat dicari melalui media baru ini. Oleh karena itu aktivitas masyarakat menjadi seolah tak bisa dilepaskan dari media baru. Pada bab ini, penulis memaparkan hasil pengalaman dan pengetahuan informan tentang aktivitasnya menggunakan media baru (internet). Penulis menetapkan informan dengan teknik *purposive sampling*, diantaranya: seseorang yang lahir dan besar di Riau, aktif menggunakan media sosial; dan berusia 15- 25 tahun (remaja). Berdasarkan kriteria tersebut, penulis menetapkan 10 orang informan. Informan yang diwawancarai terdiri dari 10 orang yang merupakan anggota masyarakat dengan berbagai karakteristik, baik usia, jenis kelamin, status, dan pekerjaannya. Berikut adalah Deskripsi informan tersebut:

**Tabel 1. Deskripsi Informan**

Informan	Karakteristik			
	Usia	Sex	Status	Pekerjaan
RN	23	Perempuan	Mahasiswa	Wiraswasta
YG	21	Laki-Laki	Mahasiswa	Tidak ada
ZN	18	Laki-Laki	Mahasiswa	Tidak ada
UJ	16	Laki-Laki	SMA	Tidak ada
NJ	16	Perempuan	SMA	Tidak ada
AN	17	Perempuan	SMA	Tidak ada
AR	21	Laki-laki	Mahasiswa	Tidak ada
FT	22	Perempuan	Mahasiswa	Wiraswasta

Informan	Karakteristik			
	Usia	Sex	Status	Pekerjaan
NY	21	Perempuan	Wiraswasta	Wiraswasta
SA	25	Laki-laki	Wiraswasta	Wiraswasta

Sumber: Data primer, 2021

Table 1 menggambarkan tentang rekapitulasi identitas informan. Riset ini memiliki dua kelompok informan, yakni kelompok pertama adalah informan dalam *Focus Group Discussion* (FGD). Sedangkan informan pada table 1 adalah informan yang berasal dari elemen masyarakat dengan kategori usia remaja. Pada bab ini, data yang disajikan merupakan hasil wawancara mendalam terhadap informan dari kategori remaja. Penulis ingin memberikan gambaran umum tentang aktivitas dari para remaja dengan kriteria yang telah ditentukan dalam menggunakan media, khususnya media sosial. Alasan pemilihan informan ini adalah karena remaja merupakan pengguna terbesar media sosial di Indonesia. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia adalah generasi milenial dan generasi Z.

Dari hasil wawancara bersama seluruh informan remaja tersebut dapat diketahui bahwa informan remaja seluruhnya aktif menggunakan berbagai media social, diantaranya: Instagram (Ig), Whatsapp (WA), Facebook (Fb), Twitter, youtube dan juga Blog. Berikut data penggunaan media sosial oleh paar informan:

**Tabel 2 Aktivitas di Media Baru**

No	Informan	Media Sosial					
		Ig	Fb	WA	Twitter	Youtube	Blog
1	RN	√	√	√	X	√	X
2	YG	√	√	√	√	√	√
3	ZN	√	X	√	√	√	X
4	UJ	√	√	√	X	√	√
5	NJ	√	√	√	X	√	X
6	AN	√	√	√	X	√	√
7	AR	√	√	√	√	√	√

No	Informan	Media Sosial					
		Ig	Fb	WA	Twitter	Youtube	Blog
8	FT	√	√	√	X	√	X
9	NY	√	√	√	X	√	X
10	SA	√	√	√	√	√	X

Sumber: Data Primer, 2021

Dari tabel 2 dapat digambarkan bahwa seluruh informan penelitian menggunakan media sosial Instagram, Whatsapp, dan Youtube. Sedangkan Facebook digunakan 9 dari 10 informan, alasan informan yang tidak menggunakan Fb adalah karena dirasa tidak memiliki manfaat dan telah terwakili oleh instagram dan media social lainnya. Demikian pula dengan penggunaan media sosial Twitter, informan yang menggunakan twitter hanya ada 4 dari 10, hal ini karena Twitter dianggap sebagai media sosial yang lebih banyak menampilkan perdebatan pendapat diantara para penggunanya. Namun penggunaan blog diakui lebih jarang dilakukan, selain karena sudah tidak “zaman-nya” lagi, blog juga lebih ribet dalam aplikasinya. Penggunaan media sosial Youtube diakui informan paling banyak dan paling diminati karena dianggap memberikan banyak hiburan dan manfaat terkait informasi yang diinginkan oleh para remaja.

Berdasarkan wawancara mendalam bersama informan (Masyarakat) tentang aktivitas masyarakat terhadap media baru terdiri atas:

**Tabel 3 Aktivitas di Media Baru**

No	Informan	Aktivitas
1	RN	Jualan, pertemanan, hiburan, bekerja
2	YG	Pertemanan, sumber informasi, hiburan, belajar
3	ZN	Sumber informasi, belajar
4	UJ	Sumber informasi, belajar, pertemanan
5	NJ	Sumber informasi, hiburan, pertemanan, belajar
6	AN	Sumber informasi, hiburan, pertemanan, belajar
7	AR	Sumber informasi, hiburan, pertemanan
8	FT	Sumber informasi, bekerja, pertemanan, belajar

No	Informan	Aktivitas
9	NY	hiburan, pertemanan
10	SA	Sumber informasi, hiburan, pertemanan

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 3 di atas, maka penulis dapat menggambarkan bahwa aktivitas yang muncul dari media baru terdiri dari 6 kategori, yakni: *pertama*, sumber informasi. Mayoritas narasumber menjelaskan bahwa internet digunakan sebagai media utama dalam mencari informasi. Ketika seseorang menemui kesulitan di berbagai aspek kehidupan, rujukan pertama yang dijadikan sebagai sumber untuk mencari solusi adalah internet. *Kedua*, pertemanan. Alasan kedua seseorang menggunakan internet adalah menjalin pertemanan. Hal ini dilakukan melalui media sosial, misalnya: *Whatsapp*, Telegram, Instagram, Twitter, Facebook, dll. Melalui media baru, setiap orang dapat memiliki dan menjalin pertemanan dengan siapapun dan dimanapun keberadaannya tanpa terbatas jarak, ruang dan waktu.

*Ketiga* adalah hiburan. Internet menjadi sarana hiburan yang murah, mudah dan bervariasi. Media baru menyediakan berbagai ragam hiburan yang disuguhkan, mulai dari aplikasi Tik Tok, Youtube, Instagram, dan TV Streaming yang tersedia didalamnya. *Keempat*, belajar. Mayoritas informan mengatakan bahwa internet sebagai media belajar dalam segala hal. Banyak orang pintar dan belajar otodidak dengan bantuan media baru ini. *Kelima*, Bekerja. Informan juga mengatakan bahwa dengan internet bekerja menjadi lebih mudah. Banyak pekerjaan yang dapat diselesaikan dengan bantuan internet. *Keenam*, jualan. Aktivitas yang juga dilakukan oleh informan terhadap media baru adalah berjualan. Media baru sangat membantu memudahkan informan untuk mempromosikan produknya kepada calon konsumen.

Keenam aktivitas informan terhadap media baru di atas memberikan gambaran bahwa media baru menjadi bagian yang penting dari aktivitas masyarakat saat ini. Namun diantara aktivitas tersebut, memiliki potensi bahaya yang begitu besar. Apalagi jika berhubungan dengan Hoaks. Kemampuan masyarakat dalam melakukan filter terhadap terpaan media baru juga beragam.

Siapa pun dapat terkena dampak negatif media.

Aktivitas penggunaan media sosial bagi para remaja merupakan hal yang penting dan sering dilakukan. Bahkan diantara informan mengakui media sosial itu selayaknya makan. Kebutuhan terhadap media sosial menjadi bagian dari kebutuhan pokok. Intensitas penggunaan media sosial juga diakui oleh para remaja sangat besar. Alokasi waktu yang dibutuhkan bisa mencapai 5-8 jam perhari. Aktivitas bermedia sosial biasa dilakukan pada waktu bangun tidur, ketika sedang tidak belajar (sekolah/bekerja), dan menjelang tidur. Salah satu Informan mengakui setelah bangun tidur, yang pertama kali dicari dan dilihat adalah Handphone. Waktu yang dihabiskan dapat melampaui 2-3 jam jika tidak ada aktivitas lain di hari tersebut.

Pengalaman melakukan literasi media juga dieksplor oleh penulis terkait bagaimana informan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi pesan serta mengomunikasikan kembali kedalam berbagai bentuk pesan. *Kegiatan mengakses* adalah kemampuan informan dalam mencari, memperoleh, dan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Kemampuan ini juga termasuk dalam hal kemampuan informan untuk menggunakan media secara teknis. *Kegiatan menganalisis* adalah kemampuan informan dalam menjelaskan isi pesan, kegunaannya, dampaknya terhadap kebutuhan pengguna sendiri. *Kegiatan mengevaluasi* adalah kemampuan informan dalam melakukan evaluasi terhadap pesan dengan kriteria kejujuran dan kebenaran dari isi pesan tersebut. *Kegiatan memproduksi* adalah kemampuan informan dalam menciptakan pesan berupa ide/gagasan yang efektif.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam bersama seluruh informan tersebut, dapat digambarkan sebagai berikut:

**Tabel 3 Aktivitas di Media Baru**

No	Informan	Akses	Analisis	Evaluasi	Produksi
1	RN	√	√	√	√
2	YG	√	√	X	X
3	ZN	√	√	√	X
4	UJ	√	X	X	X
5	NJ	√	X	X	X

No	Informan	Akses	Analisis	Evaluasi	Produksi
6	AN	√	√	√	√
7	AR	√	√	√	X
8	FT	√	√	√	X
9	NY	√	√	X	X
10	SA	√	√	X	X

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa keseluruhan informan memiliki kemampuan untuk mengakses media dengan baik. Informan mengaku bahwa teknologi komunikasi adalah sebuah kebutuhan saat ini, sehingga informan merasa perlu untuk memiliki kemampuan untuk dapat mengakses berbagai media internet. Kemampuan mengakses ini diakui oleh informan berasal dari belajar secara otodidak dari internet. Namun beberapa informan juga mengaku pada awalnya harus bertanya pada teman atau saudara untuk memberikan informasi terkait keterampilan mengakses media. Sebanyak dua orang informan mengaku tidak dapat melakukan tahap analisis pesan media dengan cukup baik. Hal ini dikarenakan usia informan yang masih muda dan mengaku sebagai khalayak media seringkali hanya untuk tujuan mencari hiburan semata, tanpa perlu melakukan analisis terhadap pesan media yang diaksesnya. Separuh dari seluruh informan mengaku bahwa tidak melakukan proses evaluasi terhadap isi konten media. Informan mengaku tidak begitu memperhatikan apakah pesan yang diterima itu hoaks atau tidak. Sehingga ketika informan menganggap pesan tersebut menarik maka dengan segera langsung diteruskan ke teman-temannya melalui berbagai media sosial yang ada.

Selanjutnya pada tahap produksi, hanya ada dua informan yang mengaku telah melakukan proses ini. Kemampuan informan dalam melakukan proses produksi diakui karena dapat menunjukkan eksistensi dirinya di lingkaran pertemanannya. Oleh karena itu informan menganggap penting untuk dapat menciptakan sendiri isi pesan media untuk dishare kepada orang lain.

## Bab 5

# **KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT MELAYU**

Setiap masyarakat lahir dan besar dengan budaya tertentu. Budaya dijadikan sebagai acuan dalam menjalankan kehidupan baik secara individu maupun sosial (bermasyarakat). Cara orang berpikir, berbicara dan bertindak dilandasi oleh budaya dimana ia berada. Budaya menjadi identitas diri baik secara individu maupun kelompok di masyarakat. 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 Raharjo, dkk. 2012) menyebutkan bahwa salah satu fungsi dari budaya adalah sebagai *identity meaning function*, 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 dimiliki menjadi pijakan bagi masyarakat yang memiliki budaya tersebut untuk memberikan makna dan nilai terhadap segala hal yang terjadi didalam hidupnya. Makna dan nilai ini menjadi satu hal yang sangat penting bagi identitas diri mereka.

Secara etimologis, kearifan bermakna bijaksana, cerdas dan pandai dalam melakukan sesuatu tindakan atau perbuatan serta didasari oleh keilmuan. 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 local 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 yang berdasarkan budaya media (Raharjo, dkk. 2012).

Buku ini merupakan hasil pengkajian penulis terhadap kearifan lokal masyarakat Melayu. Budaya Melayu sebagai pendekatan kearifan lokal masyarakat di Provinsi Riau. Pendekatan kearifan lokal ini dianggap cukup efektif untuk dapat mengalihkan perhatian masyarakat kedalam “godaan dan tipuan” media yang begitu dahsyat. Pengalihan perhatian masyarakat menjadi penting sebagai bagian dari menghidupkan kembali nilai-nilai dan budaya masyarakat lokal. Selain itu juga agar terciptanya sebuah pendekatan “ketimuran” literasi media lebih banyak dikenal dan diterapkan di masyarakat Indonesia.

Pada bab 5 ini penulis memaparkan tentang Kearifan Lokal Masyarakat Melayu. Data terkait ini diperoleh oleh penulis dari hasil *Focus Group Discussion* bersama para informan yang telah ditentukan berdasarkan *purposive sampling*. Kriteria dalam penentuan sample adalah sebagai berikut:

- a. Seseorang yang lahir dan dibesarkan di Riau
- b. Mengetahui budaya melayu
- c. Mengetahui perkembangan media

Berdasarkan kriteria tersebut, penulis memperoleh sejumlah 10 orang sebagai informan kunci. Informan tersebut terdiri dari:

- a. Budayawan
- b. Praktisi media
- c. Akademisi
- d. Tokoh masyarakat

Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa orang Melayu memiliki warisan budaya yang sangat besar. Kebesaran warisan budaya ini menjadi kebanggaan bagi masyarakat Riau. Sejarah tentang budaya Melayu merujuk pada tiga kitab utama yaitu: *Sulalatus Salathin*; *Tuhfat an-Nafis*; dan *Hikayat Siak*.



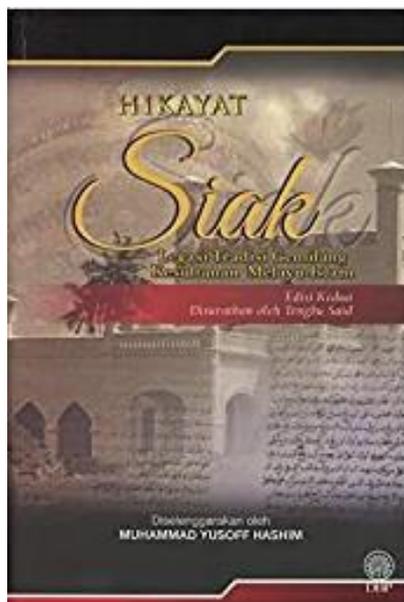
*Sulalatus Salathin*

Pertama adalah kitab *Sulalatus Salathin*, Karya dari Tun Sri Lanang yang ditulis pada tahun 1612 M. *Sulalatus Salathin* berarti ‘Silsilah Para Sulthan’. di buku ini dijelaskan bahwa para Raja dan Sulthan Melayu berasal dari keturunan Iskandar Zulkarnain yang merupakan Raja Yunani yang menguasai sepertiga dunia.



*Tuhfat an-Nafis*

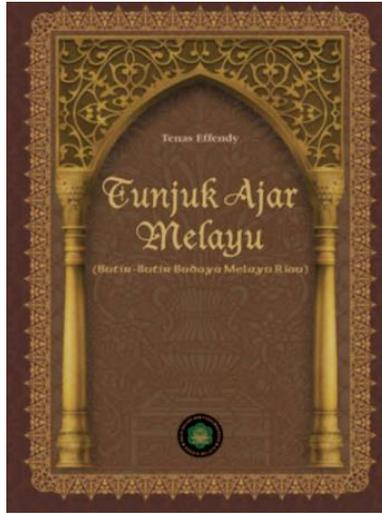
Kedua adalah *Tuhfat an-Nafis*, adalah buku yang berupa sejarah karangan Raja Ali Haji, sastrawan dari Riau dan pangeran Kesultanan Riau-Lingga keturunan Bugis yang ditulis pada tahun 1885 dalam huruf Jawi. *Tuhfat an-Nafis* berarti 'bingkisan yang amat berharga'. Dalam buku ini dicatat kejadian-kejadian yang berlangsung pada abad ke-18 dan 19 di berbagai negeri Melayu.



*Hikayat Siak*

Ketiga adalah *Hikayat Siak*. Karya dari Tengku Said yang ditulis pada abad ke -19 dan berisi tentang kisah sejarah kerajaan Siak. Warisan budaya Melayu sangat beragam, dimulai dari budaya yang berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*). Budaya yang berwujud terdiri atas beberapa kategori, diantaranya: bentuk rumah (rumah pribadi, kerajaan/istana, masjid), ragam hias Melayu (motif ukiran, tenun, dan beberapa perlengkapannya), ragam seni (seni teater, seni sastra, seni tari, seni rupa).

Sedangkan budaya yang tidak berwujud secara umum termaktub dalam pedoman hidup orang Melayu. Suku Melayu adalah salah satu suku mayoritas yang ada di provinsi Riau. Oleh karena keberadaannya cukup mendominasi, orang Riau lebih dikenal dengan sebutan orang Melayu. Melayu sangat identik dengan Islam. Hal ini tercermin dari perilaku dan pandangan hidup masyarakatnya yang sangat berpegang teguh pada nilai-nilai dan ajaran keislaman. Masyarakat Riau yang memegang teguh budaya Melayu memiliki sebuah pedoman hidup yang tertuang dalam “Tunjuk Ajar”.



### **Buku Tunjuk Ajar Melayu**

Tunjuk Ajar Melayu (TAM) merupakan sebuah acuan, pedoman, pegangan dan landasan masyarakat Melayu dalam menjalankan hidup dan kehidupannya sehari-hari. Oleh karena Tunjuk Ajar ini bersumber pada tradisi lisan, seorang Sastrawan Riau bernama Tenas Effendy (1936-2015) menuliskannya dalam buku yang diberi nama Tunjuk Ajar. Masyarakat Melayu sangat menjunjung tinggi Tunjuk Ajar Melayu sebagai nilai-nilai budaya lokal yang perlu terus dilestarikan, seperti yang telah dikatakan oleh informan yang berasal dari budayawan berikut:

*“Tunjuk ajar Melayu itu ibarat pakaian, rumah dan Tulang bagi orang Melayu. Ia paket lengkap dan sangat bermanfaat untuk orang Melayu dalam menjalankan nasihat dan petuah. Tunjuk Ajar Melayu adalah kitab yang memiliki sastra tinggi yang merupakan manifestasi budaya bagi masyarakat Melayu Riau. Tenas Effendy memiliki cita-cita besar agar masyarakat Melayu mempedomani kitab ini dan tak kehilangan arah dalam mencapai tujuan hidup. Karena saat ini perkembangan zaman memberikan banyak sekali kesenangan dan godaan yang seringkali manusia tak sanggup menghadapinya.....”*



**Foto Tennes Effendy**

Dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, masyarakat yang mengatakan dirinya orang Melayu harus tunduk dan patuh pada jati diri dan identitas Melayu. Analogi Pakakaian merupakan simbol pelindung diri dan citra diri seseorang; rumah sebagai simbol karakter penghuninya juga melindungi diri. Sedangkan Tulang adalah simbol penopang atau penyangga tubuh manusia. Oleh karena itu fungsi ketiga analogi tersebut adalah pelindung dan penyangga diri manusia.

Tunjuk Ajar Melayu ditulis dalam bahasa sastra yang sangat tinggi dalam bentuk syair, pantun dan gurindam yang merupakan akhlak, watak dan perilaku masyarakat Melayu. Berikut adalah petikan definisi Tunjuk Ajar dalam buku tersebut:

*“....yang disebut tunjuk ajar,  
mencelikkan mata,  
menyaring telinga,  
membersihkan hati,  
menyempurnakan budi membaiki pekerti”.*

Lebih lanjut menurut budayawan Riau bahwa Tunjuk Ajar Melayu berisi perpaduan antara ajaran Islam, norma sosial dan tafsir budaya. Dalam kehidupan masyarakat Melayu, pedoman

utama ajaran Islam yang bersumber pada Kitabullah (*Alqur'an*) dan Sunnah Nabi (*Hadisi*). Norma sosial dan budaya masyarakat harus bersumber pada ajaran Islam. Sebagai masyarakat Melayu, orang Riau harus menjunjung tinggi Tunjuk Ajar karena mampu memberikan manfaat dan mengandung nilai positif dalam hidup dan kehidupan sehari-hari baik bagi individu, hubungan keluarga, sesama orang Melayu, dan hubungan sosial dengan masyarakat luas. Menurut informan dikatakan bahwa segala perilaku seseorang dalam menjalankan kehidupan pribadi dan sosial telah diatur dalam Tunjuk Ajar.

*“Hidup bermasyarakat itu gampang-gampang susah. Menjaga marwah diri juga marwah orang di sekitar kita. Kalau dalam berinteraksi lalu ada ketersinggungan, itu berpotensi konflik. Orang Melayu punya cara unik untuk menjaga agar konflik itu menjadi sesuatu yang tidak berlarut-larut. Pantun, Syair dan Gurindam ini menjadi media yang santun untuk merespon segala tindak tanduk kita, dan itu efektif digunakan”*

Dari hasil *focus group discussion*, seluruh informan sepakat bahwa masyarakat perlu menjaga adat istiadat dan kekayaan budaya lokal sebagai bagian dari kekayaan yang harus diwariskan secara turun-temurun. Perkembangan media harus dijadikan sebagai faktor penunjang untuk mengembangkan adat istiadat dan budaya itu sendiri, bukan melemahkan atau bahkan menghilangkan. Ungkapan yang sangat familiar bagi masyarakat Melayu terkait pentingnya adat istiadat:

*“Apa tanda Melayu sejati? Adat resamnya pakaian diri.  
Apa tanda Melayu terbilang? Adat dipakai pusaka disandang.  
Apa tanda Melayu bertuah? Memegang amanat ia amanah”.*

Menurut Effendi (2004), menjadi seorang Melayu yang ideal, seseorang harus memahami, menjalankan, dan menghayati adat. Senada yang disampaikan oleh Husin Embi *et al.* (2004), masyarakat Melayu kaya dengan adat-istiadat, yang diwarisi secara turun-temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya, seperti dalam ungkapan berikut:

*“Kecil dikandung ibu,  
 Besar dikandung adat,  
 Mati dikandung tanah.  
 Biar mati anak,  
 Jangan mati adat.  
 Laksmana berbaju besi,  
 Masuk ke hutan melanda-landa,  
 Hidup berdiri dengan saksi,  
 Adat berdiri dengan tanda”*

Empat kategori nilai-nilai Budaya yang merupakan kearifan lokal masyarakat Melayu adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Kearifan Lokal Melayu**

No	Kategori Adat	Sumber
1	<b>Adat yang Sebenar Adat</b>	Ajaran agama Islam
2	<b>Adat yang Diadatkan</b>	Mufakat dari masyarakat tertentu
3	<b>Adat yang Teradat</b>	Kebiasaan-kebiasaan yang secara berangsur-angsur atau cepat menjadi adat
4	<b>Adat-istiadat</b>	Kumpulan dari berbagai kebiasaan

Sumber: FGD, 2021

Tabel 5.1 merupakan kearifan lokal masyarakat Melayu. Empat kategori ini adalah jenis adat yang dimiliki oleh masyarakat Melayu. Keempat nilai ini selalu berjalan seiring dan bersinergi mengawal ragam budaya Melayu. Kategori pertama adalah yang paling utama dan menjadi pedoman bagi kategori kedua, ketiga dan keempat. Adat pertama ini harus tepat penerapannya, tidak boleh dlebihkan atau dikurangi. Ajaran harus dilakukan sesuai tuntunan agama dan perintah Allah SWT. Adat kedua adalah, adat yang diadatkan. Ketentuan dan dasar dari jenis adat ini adalah dari hasil musyawarah mufakat. Oleh karena itu adat ini dapat berubah

seiring perkembangan zaman. Biasanya perubahan akan dipertimbangkan dan disepakati melalui undang-undang kerapatan adat. Wujud dari adat ini adalah sistem-sistem sosial yang dibentuk secara bersama, misalnya terkait dengan sistem politik, pemerintahan, dan lain-lain. Adat ketiga adalah adat yang teradat. Adat ini adalah kebiasaan-kebiasaan di tengah masyarakat yang secara berangsur menjadi sebuah adat. Masyarakat Melayu menyadari zaman pasti berubah, dan setiap perubahan harus berdasarkan pada ketentuan Allah. Adat ini memberi ruang bagi masyarakat untuk mengikuti perubahan zaman. Misalnya zaman dulu, tarian Zapin hanya dilakukan oleh para lelaki Melayu di upacara perkawinan, namun saat ini dengan berbagai kreasi, tarian ini digunakan untuk menyambut tamu dan dapat dilakukan baik laki-laki dan perempuan. Sedangkan adat terakhir adalah adat istiadat, merupakan kumpulan dari berbagai upacara khusus. Dalam adat istiadat masyarakat Melayu, dibedakan berdasarkan kategori berikut:

**Tabel 5. Adat Istiadat Masyarakat Melayu**

No	Kategori Adat Istiadat	Kegiatan
1	Adat-istiadat yang berkaitan dengan siklus hidup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bersalin</li> <li>• Semasa anak-anak</li> <li>• Perkawinan</li> <li>• Kematian</li> </ul>
2	Adat yang berkait dengan kegiatan pertanian dan maritim	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuka lahan</li> <li>• Bercocok tanam</li> <li>• Turun perahu</li> </ul>
3	Adat pengobatan melalui bomoh (dukun, pawang).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adat berobat</li> </ul>
4	Adat olah raga tradisi dan seni pertunjukan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bersilat</li> <li>• Menghadap guru</li> <li>• Pertunjukan</li> </ul>
5	Adat makan atau jamuan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan dan minum</li> <li>• Menghidang</li> <li>• Menjamu</li> </ul>

No	Kategori Adat Istiadat	Kegiatan
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjamu ketua/kepala adat</li> </ul>
6	Adat-istiadat pelantikan pengurus adat	Pelantikan
7	Adat-istiadat komunikasi budi bahasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berbahasa</li> <li>• Bertegur sapa</li> </ul>
8	Adat-istiadat takwim Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maulud nabi</li> <li>• Menyambut awal muharram</li> </ul>

Sumber: FGD, 2021

Seharusnya setiap orang Melayu selalu berpedoman pada empat kategori adat tersebut. Namun perkembangan zaman telah memberikan pengaruh cukup besar bagi keutuhan adat Melayu, bahkan tidak jarang generasi muda saat ini tidak tahu dan mengenal adat-adat tersebut. Sebagai sebuah pedoman, pegangan, petunjuk yang sangat kompleks, Tunjuk Ajar Melayu terdiri dari 29 nilai-nilai berikut:

1. Takwa kepada Tuhan
2. Menyukuri nikmat-Nya
3. Ketaatan kepada ibu dan bapak
4. Taat setia kepada pemimpin
5. Kebersamaan, persebatian, gotong royong, tenggang rasa
6. Keadilan dan kebenaran
7. Ikhlas dan rela berkorban
8. Kerja keras, rajin, dan tekun
9. Percaya diri dan mandiri
10. Budiman
11. Bertanggung jawab
12. Tahu malu
13. Kasih sayang dengan sesama
14. Tahu hak dan milik
15. Musyawarah dan mufakat
16. Keberanian
17. Kejujuran

18. Hemat dan cermat
19. Rendah hati
20. Baik sangka
21. Sifat perajuk
22. Tahu diri
23. Keterbukaan
24. Pemaaf, pemurah, dermawan
25. Amanah
26. Menghargai dan memanfaatkan
27. Berpandangan jauh kedepan
28. Hidup sederhana

Dari semua nilai tersebut sungguh menjadi sebuah manusia yang sempurna jika mampu menjadikannya pedoman dan amalan di setiap sisi kehidupan manusia. Oleh karena itu Tunjuk Ajar Melayu dikatakan sebagai pegangan, azimat, pakaian, rumah, tulang, jagaan, amalan dan timang-timangan bagi diri. Sedangkan siapa yang melanggar nilai-nilai tersebut dikatakan sebagai: tidak jadi orang, tidak selamat, tidak terpuji, tidak bertuah, tidak terpancang, tidak sentosa, tidak terpilih, tidak diberkahi, dan tidak disayangi (lamriau.id).

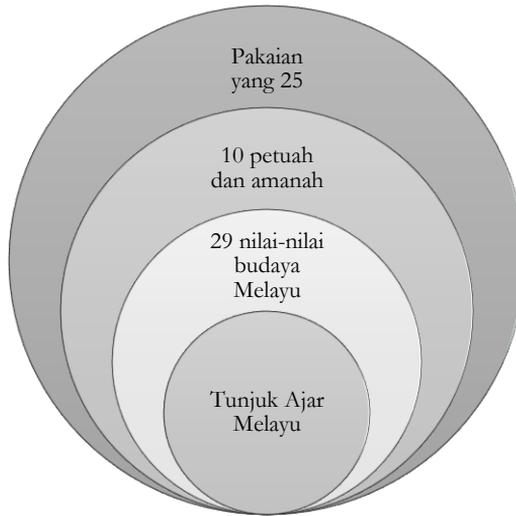
Sedangkan petuah dan amanah dalam TAM terdiri dari sepuluh tema:

1. Petuah amanah guru kepada murid
2. Petuah amanah orang tua kepada anak
3. Petuah amanah kehidupan rumah tangga
4. Petuah amanah yang bersifat umum
5. Petuah amanah mendidik dan membela anak
6. Petuah amanah kesetiakawanan sosial
7. Petuah amanah menghadapi hari kemudian
8. Petuah amanah pembinaan rumah tangga dan keluarga sejahtera
9. Petuah amanah kepemimpinan
10. Petuah amanah alam lingkungan

Selanjutnya Tenas Effendi juga mengenalkan “Pakaian yang Dua Puluh Lima” sebagai sifat-sifat yang harus dimiliki oleh masyarakat Melayu. Pemikiran Tenas Effendy tentang “Sifat yang Duapuluh Lima” atau “Pakaian yang Duapuluh Lima” dalam salah satu karangan beliau yang berjudul *“Tegak Menjaga Tuah, Duduk Memelihara Marwah; Mengenal Sosok, Pikiran, dan Pengabdian H. Tenas Effendy”*, yang poin-poinnya sebagai berikut:

1. Sifat tahu asal mula jadi, tahu berpegang pada Yang Satu
2. Sifat tahu membalas budi
3. Sifat hidup bertenggangan, mati berpegangan
4. Sifat tahu ‘kan bodoh diri
5. Sifat tahu diri
6. Sifat hidup memegang amanah
7. Sifat benang arang
8. Sifat tahan menentang matahari
9. Sifat tahu menyimak pandai menyimpai
10. Sifat menang dalam kalah
11. Sifat tahan berkering mau berbasah
12. Sifat tahu unjuk dengan beri, tahu hidup bertenggangan
13. Sifat timbang dengan sukat
14. Sifat tahu ‘kan malu
15. Sifat berpada-pada
16. Sifat ingat dengan minat
17. Sifat hemat dan cermat
18. Sifat tahu harta mempunya, tahu pinjam memulangkan
19. Sifat tahu hidup meninggalkan, tahu mati mewariskan
20. Sifat lasak mengekas, tekun mengais
21. Sifat menggulut air setimba
22. Sifat merendah menjunjung tuah
23. Sifat lapang terbuka tangan
24. Sifat berbaik sangka
25. Sifat Yang Pucuk.

Dari hasil deskripsi tentang nilai-nilai kearifan lokal masyarakat Melayu dapat digambarkan sebagai berikut:



### **Kearifan Lokal Masyarakat Melayu**

## Bab 6

# **PEMETAAN NILAI BUDAYA MASYARAKAT MELAYU DAN MODEL LITERASI MEDIA BERBASIS KEARIFAN LOKAL**

Dalam konteks budaya masyarakat Melayu, era perkembangan zaman hari ini termasuk dalam dua kategori adat, yakni: *adat yang teradat* dan *adat istiadat*. Pembahasan lebih lanjut terkait bagaimana media baru dalam konteks budaya masyarakat Melayu serta bagaimana menggunakan kearifan lokal sebagai bagian dari melakukan literasi media akan dibahas pada Bab ini.

earifan lokal menjadi salah satu cara yang dapat digunakan oleh masyarakat dalam menfilter media baru. di lingkungan akademis, masih belum banyak para peneliti yang menfokuskan kajian tentang bagaimana kearifan lokal tersebut dijadikan sebuah manifestasi sebagai upaya untuk melakukan filter terhadap media, khususnya media baru. Berikut adalah beberapa peneliti yang menulis tentang hasil riset dan kajiannya tentang literasi media dan kearifan lokal:

**Tabel 6. Riset tentang Literasi Media dan Kearifan Lokal**

Peneliti/Judul	Hasil Riset
<b>Rini Darmastuti</b> Kearifan Lokal Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Terpaan Media	Kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia menjadi kekayaan dan falsafah hidup yang memiliki nilai-nilai luhur yang sangat tinggi.

Peneliti/Judul	Hasil Riset
<p><b>Ahmad Sihabudin</b> Literasi Media dengan Memberdayakan Kearifan Lokal</p>	<p>Kearifan lokal merupakan manifestasi budaya yang dimiliki masyarakat, dapat digunakan sebagai filter dalam menghadapi pengaruh budaya asing atas terpaan media. Bahkan strategi literasi media dapat dipengaruhi keberadaan kearifan lokal di masyarakat sebagai konsumen media.</p>
<p><b>Fitryarini, dkk</b> Model Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal pada Suku Dayak Tunjung dan Dayak Benuaq di Kutai Barat</p>	<p>Pertama, kesadaran masyarakat melalui kearifan lokal dalam literasi media belum mampu memaksimalkan potensinya sendiri disebabkan masyarakat masih menjadi pengguna media yang pasif serta kurangnya dukungan dari pemerintah dalam membentuk masyarakat cerdas bermedia. Kedua, model literasi media yang digunakan kedua suku adalah Protectionist Model berbasis kearifan lokal meliputi 4 elemen yaitu kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan memproduksi pesan.</p>
<p><b>Rini Darmastuti</b> Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Bali</p>	<p>Pertama, Nawangleh dan Tri Hita Karana merupakan kearifan lokal masyarakat Bali; Kedua, Prinsip Nawangleh dan kearifan lokal Tri Hita Karana (THK) sebagai dasar untuk menyaring, memilah dan memilih pesan yang ditayangkan Televisi; Ketiga, Opinion leader menyampaikan pesan literasi media adalah Kelian Adat di Banjar Adat dan pemimpin di sanggar (untuk ibu rumah tangga), ketua karangtaruna (untuk anak remaja) dan guru di sekolah (untuk anak-anak Sekolah Dasar).</p>
<p><b>Rila Setyaningsih</b> Model Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat</p>	<p><i>pertama</i>, kesadaran masyarakat melalui kearifan lokal dalam literasi media belum mampu memaksimalkan potensinya sendiri disebabkan masyarakat masih menjadi</p>

Peneliti/Judul	Hasil Riset
Dongkelan Kauman, DIY	pengguna media yang pasif akan tetapi terdapat Kelompok Penggiat Sekolah Masyarakat Desa yang menjadi pusat kegiatan masyarakat termasuk literasi media. <i>Kedua</i> , model literasi media yang digunakan masyarakat Kampung Dongkelan Kauman adalah <i>Protectionist</i> . Model berbasis kearifan local meliputi 4 elemen yaitu kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan memproduksi pesan. <i>Ketiga</i> , memaksimalkan peran Sekolah Masyarakat Desa untuk meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat.
<b>Mazdalifah, dkk</b> Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal di Tanjung Pura Kabupaten Langkat Sumatera Utara	Masyarakat Melayu Tanjung Pura mempunyai kearifan lokal dalam bentuk kebiasaan tutur kata sopan dan lembut, menggunakan kata berkias yang disebut dengan pantun. Kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat Melayu Tanjung Pura dapat menjadi benteng saat menghadapi pesan buruk Hoaks dan Hatespeech.

Kearifan budaya lokal masyarakat Melayu sangat beragam, oleh karena itu perlu pemetaan terhadap nilai-nilai tersebut agar dapat digunakan sebagai filter bermedia bagi masyarakat Melayu. Hasil FGD dipaparkan bahwa rujukan nilai lokal masyarakat Melayu tetap pada Tunjuk Ajar Melayu yang merupakan manifestasi budaya Melayu yang sangat lengkap dan detil sebagai acuan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Melayu.

Narasumber Budayawan I:

*“Orang Melayu cukup berpedoman pada Tunjuk Ajar Melayu. Semua ajaran ada disana, dari mulai bersosialisasi dengan masyarakat sampai terapannya pada bagaimana bermedia....”*

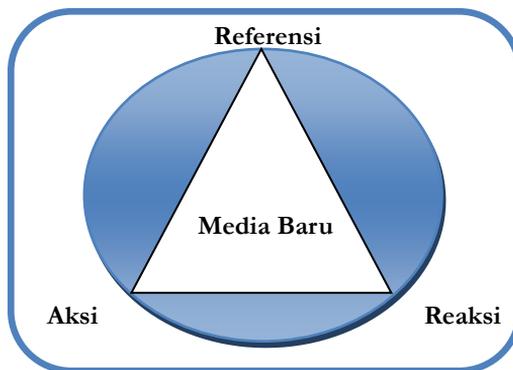
Narasumber Akademisi:

*“Perlu mengembalikan semua tatanan pada Tunjuk Ajar. Orang Melayu harusnya tidak merasa kesulitan untuk mencari referensi, tinggal dipilah dan dipilih mana nilai-nilai yang terkandung didalamnya relevan untuk digunakan”*

Narasumber Tokoh Masyarakat:

*“...sudah saatnya kita membumikan kembali ajaran terbaik yang bermuara pada Tunjuk Ajar Melayu. Karena saat ini banyak diantara kita, apalagi generasi muda yang tidak mengenal dan memahaminya.”*

Namun dalam konteks literasi media, nilai-nilai yang terdapat didalam Tunjuk Ajar Melayu sangat luas dan komprehensif. Oleh karena itu perlu dilakukan pemetaan lebih lanjut terkait nilai-nilai yang relevan digunakan sebagai bagian dari upaya filter masyarakat dalam bermedia, khususnya media sosial. Pemetaan dilakukan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi kebiasaan-kebiasaan seseorang ketika bermedia atau dalam istilah yang umum adalah aktivitas seseorang dalam bermedia. Berbicara tentang aktivitas orang di media, tentu sangat beragam. Namun bermedia sosial merupakan bagian dari komunikasi kita kepada seseorang atau lingkungan. Oleh karena itu penulis membaginya menjadi tiga kategori yakni: Aksi, Reaksi dan Referensi. Berikut gambaran aktivitas di media:



**Aktivitas di Media**

Pertama, *Referensi*. Setiap orang butuh rujukan atau referensi. Referensi diartikan sebagai sumber informasi atau petunjuk. Sumber ini dapat berasal dari siapa saja yang dianggap memiliki kredibilitas sumber (*resources credibility*). Tujuan dari perlunya referensi adalah: untuk memberikan informasi tentang obyek; memperjelas pemahaman tentang obyek; mencari kebenaran yang sesungguhnya tentang obyek; mencari alternatif solusi tentang obyek. Dalam konteks orang bermedia, banyak diantara khalayak menggunakan media untuk tujuan mencari referensi. Karena media merupakan sumber informasi yang memiliki rujukan sangat beragam, maka menjadikan media sebagai referensi memerlukan literasi yang cukup baik agar tidak terjerumus.

Kedua *aksi*, *Aksi* diartikan sebagai kegiatan yang umumnya dilakukan oleh seseorang melalui media. Media memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kehidupan manusia. Pengaruh yang paling besar adalah dampak negatif yang ditimbulkan oleh media itu sendiri. Terpaan media yang begitu besar dan kuat memberikan perubahan besar terhadap diri seseorang. Dari hasil wawancara dengan informan yang telah dipaparkan di bab 4, bahwa informan melakukan 6 jenis aktivitas dalam bermedia, yakni: menjalin pertemanan, berbisnis, mencari hiburan, belajar, sumber informasi dan bekerja.

Media baru saat ini telah banyak menghilangkan nilai-nilai sosial kita sebagai makhluk sosial. Disamping banyaknya pengaruh negatif yang diberikan oleh media, seseorang harus mampu mengambil nilai positif dari setiap perubahan. Karena media baru merupakan hasil kemajuan teknologi yang harus dihadapi. Beradaptasi dengan media baru adalah sebuah keniscayaan, namun adaptasi tersebut sebaiknya memberikan pengaruh positif kedalam perubahan hidup kita.

Ketiga adalah *Reaksi*. Reaksi adalah kegiatan yang timbul akibat dari suatu gejala. Kegiatan ini dapat dilakukan oleh seseorang dengan beragam bentuk, baik ungkapan perasaan atau tindakan. Media baru dalam hal ini media social (facebook, Whatsapp, Youtube, Twitter, Instagram) dapat menyebabkan reaksi yang sangat beragam, mulai dari kesenangan, kesedihan, kebencian, kegalauan, kepanikan, ketakutan dan bahkan kekacauan.

Reaksi yang muncul ini dapat diberikan seseorang ketika mendapatkan unggahan atau postingan seseorang di media sosial.

Menurut narasumber, ada banyak nilai-nilai kearifan lokal yang dapat digunakan oleh masyarakat Riau sebagai upaya untuk menfilter media baru. Tunjuk ajar telah menjadi pedoman yang patut untuk dipelajari kembali dan diterapkan dalam kehidupan masyarakat. Nilai-nilai kearifan lokal yang terdapat dalam Tunjuk Ajar Melayu dipilih berdasarkan relevansinya dengan literasi media baru bagi masyarakat Melayu di Riau. Berikut adalah kategorisasi hasil pemetaan nilai-nilai kearifan lokal masyarakat Melayu yang berasal dari nilai-nilai yang terkandung dalam Tunjuk Ajar Melayu:

**Tabel 7. Pemetaan Nilai-Nilai Kearifan Lokal**

Nilai-Nilai Kearifan Lokal	Kategorisasi
Takwa kepada Tuhan	Referensi
Menyukuri nikmat-Nya	Reaksi
Ketaatan kepada ibu dan bapak	Referensi
Taat setia kepada pemimpin	Referensi
Kebersamaan, persebatian, gotong royong, tenggang rasa	Aksi
Keadilan dan kebenaran	Aksi
Ikhlas dan rela berkorban	Aksi
Kerja keras, rajin, dan tekun	Aksi
Percaya diri dan mandiri	Aksi
Budiman	Aksi
Bertanggung jawab	Aksi
Tahu malu	Aksi
Kasih sayang dengan sesama	Aksi
Tahu hak dan milik	Aksi
Musyawahar dan mufakat	Aksi
Keberanian	Aksi
Kejujuran	Aksi
Hemat dan cermat	Aksi
Rendah hati	Reaksi
Baik sangka	Reaksi
Sifat perajuk	Reaksi

Nilai-Nilai Kearifan Lokal	Kategorisasi
Tahu diri	Reaksi
Keterbukaan	Aksi
Pemaaf, pemurah, dermawan	Aksi
Amanah	Aksi
Menghargai dan memanfaatkan	Aksi
Berpandangan jauh kedepan	Aksi
Hidup sederhana	Aksi

Sumber: Hasil FGD, 2021

Berdasarkan hasil kategorisasi tersebut, selanjutnya dilakukan reduksi terhadap kata atau istilah yang dapat diberikan makna sama terhadap implementasinya dalam bermedia. Para narasumber juga memberikan masukan tentang istilah terhadap nilai-nilai kearifan lokal Melayu yang memiliki interpretasi sama dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Tunjuk Ajar Melayu. Hasil FGD diperoleh empat nilai-nilai lokal yang representasi terhadap kategorisasi yang telah dibuat yakni:

### 1. Referensi – Orang Patut (O)

Narasumber Budayawan:

*“Bicara tentang Tunjuk Ajar Melayu sesungguhnya sudah sangat lengkap, ibarat manual kehidupan kita. Dalam beragama, bersosial, dan juga perilaku individu terhadap diri dan semua makhluk ciptaan Tuhan, orang Melayu harus kembali percaya pada ‘Orang Patut’, mereka ini orang tua yang tidak akan menjerumuskan. Mereka adalah orang ahli, pinter dan mengerti. Media boleh saja tahu segala hal, tapi media itu juga racun yang akan menjerumuskan jika tidak pandai menggunakannya”.*

Narasumber Akademisi:

*“...Orang Melayu mengenal Orang patut, dia adalah orang yang dianggap ‘tabu’ tentang banyak hal. dalam koonteks akademisi istilah ini lebih pas disebut ‘profesional’. bisa dari kalangan mana saja, yang jelas ia pasti lebih mengerti dan memahami apa yang dibicarakan”.*

Saat ini banyak orang menjadikan media (internet) sebagai referensi dalam menyelesaikan masalah di kehidupannya. media baru telah berubah menjadi rujukan yang instan dalam memberikan berbagai informasi kepada siapapun, dimanapun dan kapanpun. Bahkan ada banyak orang yang tidak menempuh pendidikan formal hanya belajar dari internet. misalnya: Fotografer, secara formal menjadi fotografer profesional dapat ditempuh dari pendidikan formal di beberapa program studi, misalnya Fotografi, Ilmu Komunikasi, Seni, Desain Grafis, dan lain-lain. Namun kehadiran internet telah memberikan peluang bagi beberapa orang yang tidak melalui proses pendidikan formal tersebut, tetapi memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik di bidang fotografi. Orang tersebut dapat belajar secara otodidak melalui internet. Internet banyak sekali memberikan referensi baik berupa tulisan maupun video yang dapat dipelajari oleh seseorang secara mandiri. banyak orang juga bertindak menjadi 'guru' dengan membuat ulasan terkait topik tertentu, dan ulasan tersebut dimanfaatkan oleh orang lain sebagai referensi.



**SNAPSHOT** TIPS & TUTORIAL YANG BARU PRODUK INSPIRASI IMAGE SQUARE

Tips & Tutorials >> Lessons

## Dalam Fokus: Dasar-Dasar Kamera

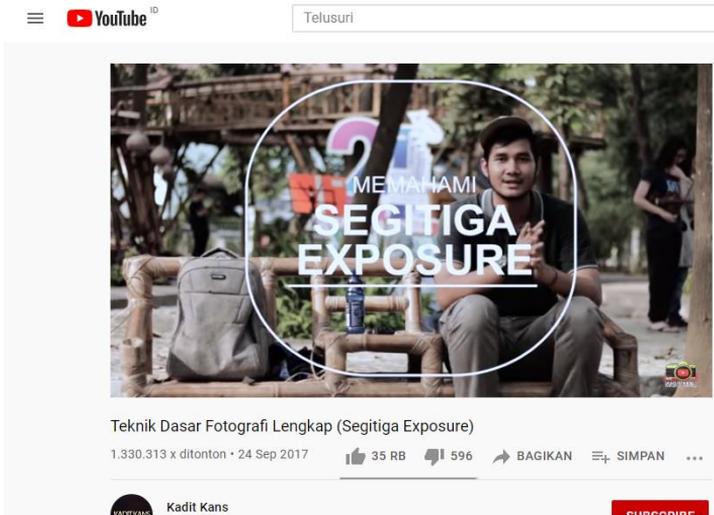
371.52 k  
328

2017-05-25

*Anda bingung mengenai makna dari berbagai istilah, seperti "shutter speed" (kecepatan rana), "aperture" (bukaan diafragma), "ISO speed" (kecepatan ISO), "exposure compensation" (kompensasi pencahayaan), "white balance"? Jangan takut - serial yang kami sajikan mengenai Dasar-Dasar Kamera akan membimbing Anda ke setiap konsep dasar fotografi yang penting ini. Tidak aja Anda akan mengenal kamera dengan lebih baik, tetapi juga memahami lebih baik tentang bagaimana menyiasati mode dan pengaturan kamera untuk mendapatkan bidikan yang mengagumkan!*

Referensi Belajar Fotografi (Website)

Sumber: tangkapan layar dari snapshot.canon-asia.com, 2021



### Referensi Belajar Fotografi (Youtube)

Sumber: Tangkapan layar dari akun youtube kadit kans, 2021

Selain itu banyak hal lain yang dapat dipelajari oleh seseorang melalui media internet, misalnya: belajar masak, tutorial kecantikan, referensi tentang ilmu pengetahuan, hobby/kesenangan dan lain-lain. Disamping ada banyak hal positif, internet juga menyuguhkan informasi-informasi yang berisi hal-hal yang negatif, misalnya: berita-berita pornografi, penipuan, jual beli *online* barang-barang berbahaya atau terlarang, seperti narkoba, prostitusi online, dan masih banyak berita-berita yang bersifat hoaks. beberapa pengamat media mengatakan justru hal pengaruh negative di media internet ini yang memiliki porsi besar di tengah masyarakat. oleh karena itu literasi media menjadi sebuah keniscayaan agar media tidak memberikan dampak buruk di tengah masyarakat, terutama bagi generasi muda sebagai penerus bangsa.

Masyarakat Melayu yang berada di Riau merupakan orang-orang dengan karakteristik yang beragam, baik dari segi usia, latar belakang pendidikan dan pekerjaan. Kebutuhan terhadap media baru setiap orang berbeda-beda, ada yang bertujuan untuk hiburan, pendidikan, menunjang pekerjaan atau

sekedar menjalin pertemanan. dalam praktik bermedia, tidak sedikit orang yang percaya dan mengonsumsi berita yang tidak benar (hoaks). Berita tersebut tidak memiliki referensi yang valid, karena kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan.



### Contoh Berita Hoaks

Sumber: Tangkapan layar dari website kominfo.go.id, 2021

Pada dasarnya Hoaks telah ada sejak dulu, namun keberadaan internet telah menyebabkan penyebaran hoaks semakin masif. Sub Direktorat Pengendalian Konten Internet Ditjen Aplikasi Informatika Kominfo menyebut ada 1.387 hoaks selama pademi covid-19 di Indonesia. di Indonesia, berita hoaks biasanya muncul sangat tinggi intensitasnya ketika sedang ada bencana alam. Hal ini terbukti pada masa pandemi Covid-19, peredaran Hoaks semakin tinggi, terutama di ruang digital (media sosial dan portal berita yang tidak resmi).

Dari fenomena diatas, dalam konteks budaya masyarakat Melayu perlu untuk mengembalikan referensi kepada orang yang tepat. Karena keberadaan internet membuat satu sama lain justru berpotensi konflik. Banyak orang telah merasa kehilangan sumber referensi terutama dari pihak yang berkompeten. Masyarakat Melayu mengenal “Orang Patut”, yaitu seseorang

yang dianggap mampu menjadi contoh, dapat memberi solusi, terpercaya, adil, dan mampu memberikan kedamaian dan ketenangan di tengah masyarakat. Pada zaman dulu, Orang Patut berasal dari pemimpin kerajaan, Tetua atau ketua adat. Namun seiring perkembangan zaman, narasumber dari kalangan budayawan mengatakan bahwa Orang Patut telah mengalami pergeseran tidak hanya berasal dari kerajaan atau sebagai ketua adat tetapi dapat berasal dari seseorang yang memiliki kebijaksanaan dan mampu memberikan solusi terkait permasalahan yang sedang terjadi. orang tersebut dapat saja berasal dari: tokoh masyarakat, akademisi dan praktisi. Pada prinsipnya orang patut adalah orang yang memiliki kredibilitas sumber terhadap masalah yang sedang terjadi.

Sifat-sifat Utama Pemimpin dalam Perspektif Budaya Melayu Menurut Tenas Effendi (2013), adat Melayu sangat mengutamakan pemimpinnya, yang disanjung dengan bermacam sebutan, dan dijadikan lambang budaya yang sarat nilai-nilai dasar identitas Melayu yang Islami. Melalui ungkapan adat dinyatakan bahwa pemimpin adalah:

*orang yang dituakan oleh kaumnya,  
yang dikemukakan oleh bangsanya,  
yang ditinggikan seranting,  
yang didahulukan selangkah,  
yang disanjung dijunjung tinggi,  
yang disayang serta dihormati.*

Selain itu, pemimpin dalam adat Melayu adalah:

*bagaikan kayu besar di tengah padang,  
yang dari jauh mula nampak,  
yang dari dekat mula bersua,  
yang ke atas ia berpucuk,  
yang di tengah ia berbatang,  
dan yang di bawah berurat tunggang,  
rimbun daunnya tempat berteduh,  
kuat dahannya tempat bergantung,  
besar batangnya tempat bersandar,  
dan kukuh akarnya tempat bersila.*

Seterusnya pemimpin dalam konteks adat Melayu adalah  
*bagaikan tanjung pempunan angin,  
bagaikan teluk timbunan kapar,  
bagai pucuk jala pempunan ikan,  
kemuncak payung panji.*

Yang disebut dengan pemimpin umat adalah  
*yang menjunjung amanah laut dan darat,  
sumpah dipegang, janji diingat,  
mengabdikan untuk kepentingan umat,  
kepentingan sendiri tiadalah ingat.*

Kewajiban pemimpin menurut adat Melayu adalah  
*membawa kesejahteraan umat,  
mana yang kusut wajib diselesaikan,  
mana yang keruh wajib dijernihkan,  
mana yang melintang wajib diluruskan,  
mana yang berbonggol wajib ditarakkan,  
mana yang kesat wajib diampelaskan,  
mana yang menyalah wajib dibetulkan.*

Pemimpin berkewajiban memberikan contoh teladan, menyampaikan tunjuk ajaran, memelihara kampung halaman, menjaga alam lingkungan berpijak pada keadilan, berdiri di atas kebenaran, menjaga marwah diri, umat, kampung, bangsa, adat dan lembaga, serta hukum dan undang-nya. Begitu beratnya tugas dan kewajiban pemimpin, maka seorang pemimpin dalam adat Melayu wajib mendasarkan semua keputusan dan kegiatannya pada nilai-nilai agama Islam. Pemimpin yang mendasarkan diri pada agama akan menjadi seorang yang berkepribadian terpuji, handal, piawi, arif, bijaksana, adil, jujur, amanah, cerdas, berani, tabah, dan berbagai akhlak terpuji lainnya (Effendi, 2013:4).

Jika dikaitkan dalam konteks literasi media baru, sebaiknya setiap orang kembali memiliki rujukan atau referensi berupa orang-orang yang memiliki kredibilitas baik, punya pengalaman dan pengetahuan tentang topik yang dihadapi dan

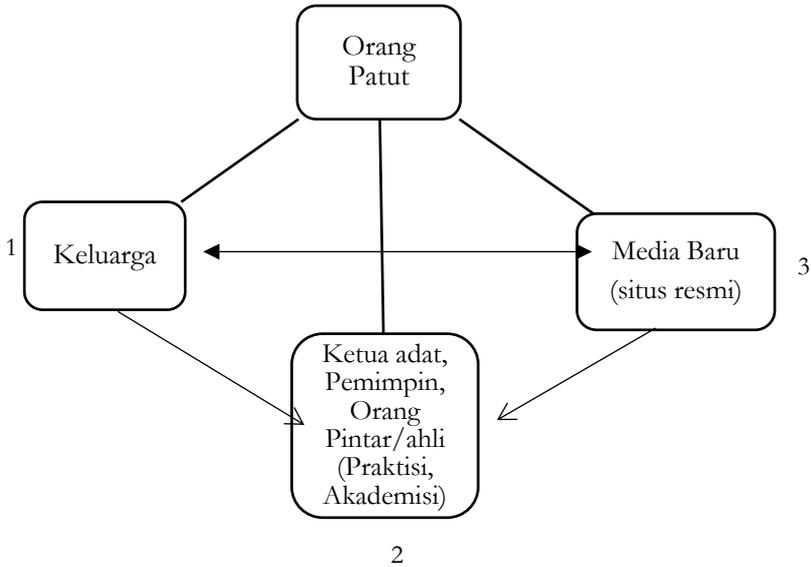
bijaksana dalam memberikan solusi. Misalnya: menghadapi berbagai simpang siur berita tentang keamanan vaksinasi Covid-19. Dalam konteks ‘Orang Patut’ versi masyarakat Melayu, mereka terdiri dari: para tenaga medis (terutama dokter yang terkait dengan penyakit tersebut), Satuan Tugas (Satgas) dan Covid-19. Selain pihak tersebut sebaiknya tidak menjadi rujukan. di media internet, terutama di media sosial. Rujukan dapat juga diperoleh melalui website resmi yang dimiliki oleh pemerintah terkait, misalnya: [covid19.go.id](https://covid19.go.id), [kemkes.go.id](https://kemkes.go.id), [bnpb-inacovid19.hub.arcgis.com](https://bnpb-inacovid19.hub.arcgis.com), dan beberapa situs resmi satgas Covid-19 milik pemerintah daerah.

Contoh lain pada gambar 3, berita tentang penerimaan CPNS tahun 2021. Di Indonesia berita yang paling banyak diminati oleh pembaca adalah tentang lowongan kerja, terutama CPNS, masalah politik, kasus korupsi, berita gosip dari para aktris, dan tentang berbagai fenomena bencana. berita yang berhubungan dengan hal-hal diatas menjadi pusat perhatian bagi masyarakat. Oleh karena itu berita-berita tersebut selalu dimanfaatkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab demi memperoleh keuntungan dengan mendapatkan jumlah pembaca terbanyak. Terkait berita tentang penerimaan CPNS, maka sebaiknya masyarakat langsung membuka situs resmi dari instansi pemerintah, misalnya: [sscasn.bkn.go.id](https://sscasn.bkn.go.id), situs kementerian terkait ([kemkes.go.id](https://kemkes.go.id), [cpns.kemenkumham.go.id](https://cpns.kemenkumham.go.id), [cpns.kemdikbud.go.id](https://cpns.kemdikbud.go.id), dll). Selain itu kita juga harus membiasakan diri untuk melakukan konfirmasi berita ke lebih dari 2 situs resmi dan juga pihak ‘orang patut’ yang memiliki kredibilitas sumber terhadap topik yang kita cari.

Pada konteks sosial, rujukan keluarga juga menjadi hal yang diperlukan. Hal ini karena semakin banyaknya fenomena buruknya komunikasi keluarga sehingga memberikan dampak yang cukup besar bagi kenakalan remaja. Narasumber FGD dari kalangan akademisi sepakat bahwa keluarga seharusnya menjadi rujukan pertama anak ketika sedang mengalami masalah. Namun saat ini banyak orang tua yang tidak memberikan alokasi waktu yang cukup untuk membuka komunikasi di lingkungan keluarga hingga anak-anak seringkali mencari

referensi melalui media internet. Seiring dengan perkembangan media, saat ini keluarga telah kehilangan dimensi fisik, dan telah diambil alih oleh dimensi virtual. Rutinitas dan kesibukan orang tua bekerja di luar menjadikan interaksi virtual mendominasi komunikasi keluarga. Kondisi ini sesungguhnya cukup berbahaya karena seharusnya keluarga menjadi tempat pendidikan dan pembentukan karakter pertama sebelum ia memasuki dunia sosial yang lebih luas. Menurut Wijaya (1987) ciri-ciri komunikasi dalam keluarga adalah sebagai berikut:

- a) Keterbukaan (*openess*) adalah sejauh mana individu memiliki keinginan untuk terbuka dengan orang lain dalam berinteraksi. Keterbukaan yang terjadi dalam komunikasi memungkinkan perilakunya dapat memberikan tanggapan secara jelas terhadap segala pikiran dan perasaan yang diungkapkannya.
- b) Empati (*Empathy*) adalah suatu perasaan individu yang merasakan sama seperti yang dirasakan orang lain, tanpa harus secara nyata terlibat dalam perasaan ataupun tanggapan orang tersebut.
- c) Dukungan (*Support*), adanya dukungan dapat membantu seseorang lebih bersemangat dalam melakukan aktivitas serta meraih tujuan yang diinginkan. Dukungan ini lebih diharapkan dari orang terdekat yaitu, keluarga.
- d) Perasaan Positif (*Positiveness*) yaitu dimana individu mempunyai perasaan positif terhadap apa yang sudah dikatakan orang lain terhadap dirinya.
- e) Kesamaan (*Equality*) disini dimaksudkan individu mempunyai kesamaan dengan orang lain dalam hal berbicara dan mendengarkan.



**Orang Patut versi Masyarakat Melayu**

Sumber: FGD, 2021

**2. Aksi – Batobo (B) dan Lasak (L)**

**Batobo (B)**

Saat ini media baru menjadi sangat diminati karena banyak hal yang dapat dilakukan melalui media tersebut. Pada bab 4 telah digambarkan melalui wawancara mendalam, informan dalam hal ini adalah lapisan masyarakat (usia) memiliki 6 ragam aktivitas di media internet yaitu: menjalin pertemanan, bekerja, bisnis, sumber informasi, belajar dan hiburan. Banyak riset terkait juga hampir senada dengan apa yang dikatakan oleh para informan tersebut, diantaranya:

Peneliti	Media	Motif
Witanti Prihatiningsih	Instagram	Kebutuhan kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan berkhayal.

<b>Peneliti</b>	<b>Media</b>	<b>Motif</b>
Rahman, neisy aulia	Twitter	Motif yang paling tinggi, sedangkan motif hiburan merupakan motif terendah.yang dapat mendorong keinginan nasabah dalam pemanfaatan media sosial twitter @bni.
Claudino Ladipa, dkk	Facebook	memperoleh hiburan dan membangun relasi motif tersebut digunakan untuk memperoleh hiburan ditengah kondisi pengelihatn yang terbatas
Selfi Budi Helpiastuti	Facebook	Bersosialisasi, menjalin pertemanan, menyalurkan aspirasi, menampilkan identitas diri, menunjukkan prestasi
Ascharisa Mettasatya Afrilia	New Media	Media sosial menjadi “ruang publik” dan dianggap sebagai media yang lebih kredibel untuk berdiskusi, bertukar pengalaman, bahkan mengkultuskannya sebagai label kekinian demi menjaga gengsi
Abd. Mukit dan Miftahus Sa'diyah	Whatsapp	Motif ingin tahu, menghibur, dan media ekpresi.

Setiap orang memiliki motif yang berbeda-beda dalam bermedia. Internet menjadi sangat diminati oleh banyak kalangan karena mampu memberikan ‘apa saja’ yang diinginkan dan dibutuhkan oleh manusia. Namun kemampuan media baru dalam memberikan ‘apapun’ itu harus diimbangi dengan kemampuan kita untuk dapat menggunakan media dengan cerdas, kritis, dan berdampak positif bagi kehidupan kita. Salah satu fenomena kehadiran media baru saat ini adalah menjadikan manusia bersifat individualistic dan egois. Sebagai bagian dari

nilai-nilai luhur bangsa Indonesia dan merupakan nilai-nilai lokal masyarakat Melayu di Riau, seharusnya masyarakat berpegang teguh pada sikap saling tolong-menolong, gotong royong, persebatian dan kebersamaan. Sebuah istilah lokal yang berasal dari provinsi Riau yang memiliki makna sama yakni *Batobo*.

*Batobo* berasal dari istilah gotong royong dalam mengerjakan sawah atau lading. Pada zaman dahulu ketika media belum mengalami perkembangan seperti saat ini, kegiatan *batobo* ini sangat banyak dilakukan di Riau. Riau yang memiliki bentangan alam yang begitu luas dengan pertanian dan perkebunan, menjadikan masyarakat selalu melakukan *batobo* dalam menggarap sawah atau ladangnya. Sesungguhnya hampir semua masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan gotong royong seperti *batobo*, hanya dalam istilah yang berbeda, misalnya: *Sabilulungan* (Jawa Barat); *Ammosi* (Sulawesi Selatan); *Helem Foi* (Papua); *Masohi* (Maluku); *Ngacau Gelamai* (Bengkulu), dan lain-lain.

Dalam perkembangan zaman saat ini, kegiatan gotong royong semacam itu nyaris hilang dan luntur di tengah masyarakat. Rasa kebersamaan, tolong menolong, persaudaraan seolah luntur oleh kemajuan zaman. Oleh karena itu para narasumber memberikan rekomendasi terhadap istilah *batobo*. Para narasumber masih percaya nilai-nilai luhur kegotongroyongan masih ada di benak masyarakat Indonesia, juga masyarakat Melayu di Riau. Oleh karena itu penting untuk menghidupkan dan menggaungkan kembali agar jiwa komunal masyarakat Indonesia tetap menjadi pemersatu Bangsa dan Negara.

Dalam konteks literasi media baru, nilai ini dianggap sangat relevan. Media baru harus menjadi sebuah teknologi komunikasi yang mampu memberikan kontribusi positif bagi kehidupan masyarakat. Kemampuan media baru dalam memberikan informasi yang cepat, dan mampu menjangka khalayak yang luas dapat dijadikan sebagai ‘pertolongan’ bagi manusia untuk hal-hal yang bersifat kemanusiaan. Misalnya ketika ada seseorang yang hilang, dengan bantuan media baru

(melalui media sosial) dapat dengan mudah dan cepat menyebarkan berita tentang ciri-ciri orang tersebut. Melalui grup-grup di media sosial, maka keberadaan tentang orang hilang tersebut dapat segera ditemukan. Dalam kasus yang lain, ketika seseorang membutuhkan bantuan donor darah untuk keluarga tertentu, dengan cepat informasi tersebut dapat disampaikan melalui media dan memberikan dorongan kepada siapa saja yang merasa memiliki ciri-ciri golongan darah yang dibutuhkan akan segera dapat diberikan kepada orang yang bersangkutan. *Batobo* adalah nilai kearifan lokal Melayu yang dapat dijadikan sebagai upaya untuk melakukan mengevaluasi dan menganalisis isi pesan media. Pengguna media dapat memilih dan memilah konten media yang dapat memberikan kontribusi positif dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Sehingga hal ini sangat relevan dengan konsep beragama dalam ajaran Islam yakni *Hablum minallah* (Hubungan dengan manusia). Nilai nilai budaya paling utama dalam budaya Melayu adalah Adat yang sebenar Adat (Ajaran Agama Islam).

### **Lasak (L)**

*Lasak* adalah sebuah diksi yang dimiliki oleh masyarakat Melayu Riau, bermakna kerja keras dan tekun. Sesungguhnya istilah *lasak* ini justru bertolak belakang dengan satu istilah yang sering dilabelkan pada masyarakat Riau, yakni Pemalas. Stigmatisasi itu sesungguhnya tidak dapat dibuktikan secara ilmiah, karena tentu saja ungkapan itu hanya dimiliki secara individu dari masyarakat Melayu, bukan sebagai budaya masyarakat Melayu. Ungkapan terkait istilah *lasak* ini tertera dalam:

*“lasak mengekas takkan melengas  
tekun mengais rezeki tak habis  
rajin bekerja takkan terbina  
mau bersusah hidup menakab  
mau berpenat hidup selamat  
mau berlenjin hidup terjamin  
dalam bersusah banyak faedah  
dalam berpenat banyak yang dapat*

*dalam berletih banyak yang boleh  
dalam bekerja banyaklah jasa “apa tanda Melayu jati  
bekerja keras dimanapun jadi  
apa tanda Melayu jati  
bekerja keras sepenuh  
apa tanda Melayu jati  
bekerja tidak nanti menanti  
apa tanda Melayu jati  
bekerja tidak iri mengiri  
apa tanda Melayu jati  
bekerja dengan budi pekerti”*

Sifat lasak dalam berusaha, tekun dalam bekerja keras, cerdas dalam mencari peluang hidup, bersemangat dalam berkarya, aktif dan rajin menciptakan peluang kerja untuk memenuhi semua keperluan hidup, diri sendiri, keluarga, masyarakat dan bangsanya. Orang tua-tua Melayu mengatakan, bahwa sifat ini adalah cerminan dari rasa kemandirian dalam menghadapi hari depannya agar dapat “duduk sama rendah dan tegak sama tinggi” dengan masyarakat atau bangsa lainnya, serta melepaskan dirinya dari sifat ketergantungan kepada orang lain. Kerja keras berarti berusaha sekuat tenaga untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Bekerja atau berikhtiar merupakan kewajiban semua manusia. Karena itu untuk mencapai tujuan hidup manusia harus bekerja keras terlebih dahulu. Dalam lingkup belajar, kerja keras sangat diperlukan sebab belajar merupakan proses yang membutuhkan waktu. Orang akan sukses apabila ia giat belajar, tidak bermalas-malasan. Dalam kehidupan orang Melayu, etika atau budaya kerja mereka telah diwariskan oleh orang tuanya secara turun temurun. Masyarakat Melayu dulunya memiliki budaya kerja yang disebut “semangat kerja” yang tinggi, semangat yang mampu mengangkat hakikat dan martabat kaumnya “*untuk duduk sama rendah tegak sama tinggi*” dengan masyarakat dan bangsa lain. Bekerja keras adalah bekerja dengan gigih dan sungguh-sungguh untuk mencapai suatu cita-cita. Bekerja keras tidak mesti “banting tulang” dengan

mengeluarkan tenaga secara fisik, akan tetapi sikap bekerja keras juga dapat dilakukan dengan berpikir sungguh-sungguh dalam melaksanakan pekerjaannya. Kerja keras yaitu bekerja dengan sungguh-sungguh untuk mencapai tujuan atau prestasi kemudian disertai dengan berserah diri (tawakkal) kepada Allah baik untuk kepentingan dunia juga untuk kepentingann akhirat.

Dalam konteks konteks literasi media baru, *lasak* dimaknai sebagai sikap rajin, tekun, dan kreatif dalam menggunakan media baru agar berkontribusi positif terhadap kehidupan sehari-hari oleh masyarakat Melayu. Beberapa narasumber yang berasal dari praktisi media mengatakan, bahwa setiap orang tidak dapat menghindari kemajuan dan perkembangan media saat ini, yang dapat dilakukan adalah dengan terus adaptif terhadap perkembangan media baru tersebut. Fenomena anak-anak atau generasi muda lebih ‘pandai’ bermedia baru dibandingkan dengan orang tua. generasi muda saat ini sangat *aware* terhadap berbagai kemajuan teknologi komunikasi yang ada. Hal ini juga karena tuntutan dari berbagai aspek kehidupan, diantaranya: untuk kebutuhan sekolah (*e-learning*) dan juga pergaulan. Konsep *lasak* dapat dijadikan sebagai sebuah pendekatan positif bagi masyarakat Melayu Riau agar dapat cerdas bermedia (literasi media), khususnya dalam hal kemampuan memproduksi pesan media secara arif dan bijaksana. Kemampuan produksi pesan media secara *lasak* akan meningkatkan kreatifitas dan inovasi pada setiap individu sehingga hal ini akan memberikan kontribusi positif bagi penciptakan karya original.

### 3. Reaksi – Merajok (M)

Narasumber Budayawan:

*“Saya pikir sebagian besar orang Melayu telah melakukan ini. Merajok itu memang karakter khas kita. Tapi itu nilai positif buat orang Melayu. Berkonflik dengan orang Melayu, cukup hadapi dengan ‘merajok’. Merajok bukan tak nak berkalau, tapi memberi respon dengan cara arif, bijak. Dalam bahasa kita itu ‘menyindir’ dengan cara santun sehingga orang tersebut akan merasa dan menyadari telah berbuat salah. Di media social kita sering menjumpai orang ‘merajok’....”.*

Narasumber Tokoh Masyarakat:

*“...sifat perajuk orang melayu sudah jadi ciri khas. Perajuk dalam konteks Jawa bisa jadi itu bagian dari sifat orang yang rendah hati, tidak sombong, suka mengalah, tabu malu, tabu diri. dan itu kita”.*

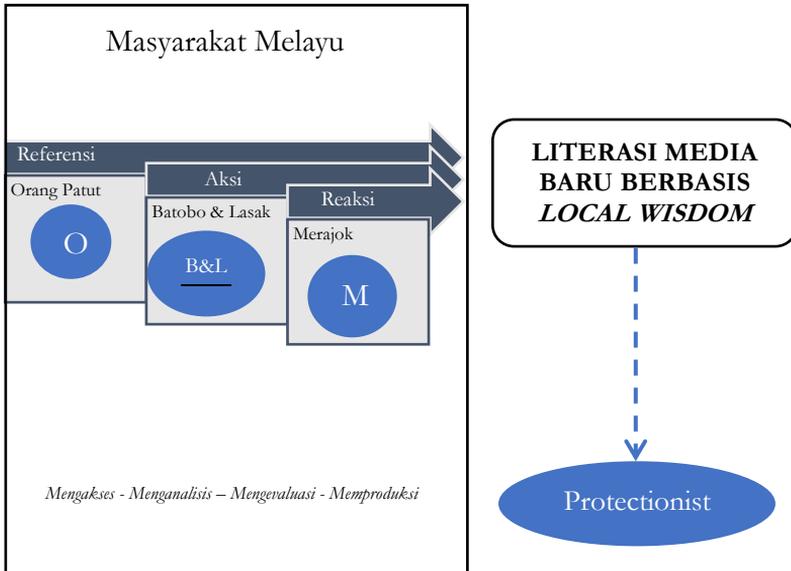
Sifat Merajok merupakan bagian dari reaksi yang dimiliki oleh masyarakat Melayu. Penggunaan media sosial saat ini juga digunakan sebagai ajang pamer oleh sebagian kalangan. Pamer ini sesungguhnya bagian dari keinginan seseorang untuk menunjukkan eksistensi diri kepada dunia, terutama lingkungan terdekatnya. Meskipun sebagian orang juga menganggap bahwa eksistensi diri tersebut dekat sekali dengan sikap narsistik. Melalui media baru, seseorang lebih ekspresif meluapkan perasaan, baik kesenangan, kesedihan, kesuksesan dan bahkan kegagalannya. Media baru memberi ruang kepada setiap orang untuk menunjukkan ‘diri’ dan ada khalayaknya sebagai penontonnya. Sebuah penelitian yang dilakukan di Queen’s University Belfast menemukan bahwa seorang narsistik dapat memengaruhi kesejahteraan mental. Hal ini tentu mematahkan pendapat banyak orang yang memiliki pandangan negatif terhadap orang narsistik karena dianggap sebagai orang yang memiliki gangguan kejiwaan dan depresi.

Penelitian tentang narsistik itu membagi subklinis ketanggahan mental, dan stres yang dialami. Dari hasil itu, para ilmuwan menguraikan bahwa ada dua bentuk narsistik yang dominan, yaitu rentan (*vulnerable*) dan kekaguman (*grandiose*). Narsistik adalah bagian dari segitiga gelap (*dark triad*), selain Machiavellianisme dan psikopat. Narsistik rentan (*vulnerable*) cenderung lebih defensif dan memandang perilaku orang lain sebagai musuh, sedangkan narsistik kekaguman (*grandiose*) biasanya memiliki perasaan bahwa dirinya penting serta terlalu sibuk dengan status dan kekuasaan. Tim peneliti mencatat adanya hubungan antara sifat-sifat narsistik kekaguman (*grandiose*) dan kesejahteraan mental. Mereka mengklaim bahwa atribut yang ditemukan di antara individu dengan sifat narsistik kekaguman, termasuk rasa percaya diri, dapat mengurangi kemungkinan menderita gejala depresi atau stres. Riset itu

membantu menjelaskan variasi gejala depresi di masyarakat. Meski tidak semua dimensi narsistik baik, aspek-aspek tertentu ternyata dapat mengarah pada hasil yang positif. Riset ini juga menampilkan keragaman sudut pandang bahwa sifat-sifat seperti narsistik tak boleh dilihat sebagai baik atau buruk, tetapi sebagai produk evolusi dan ekspresi dari sifat manusia Dzulfaroh (2019).

Dalam konteks literasi media, nilai merajok dapat dijadikan sebagai langkah mengevaluasi dan menganalisis pesan media secara bijak. Reaksi berlebihan yang dapat memicu konflik tidak akan menjadi solusi atas permasalahan yang dihadapi sesama khalayak media. Pengguna media sosial sangat beragam, ia bebas berekspresi dan menuliskan apapun yang dirasakannya. Seringkali *caption*-nya dengan sengaja menyindir dan memicu konflik antar sesama. Oleh karena itu sebagai khalayak media sebaiknya tidak menggunakan perasaan dalam memaknai isi pesan yang ada di media. Nilai-nilai Melayu mengajarkan bahwa menjadi manusia selayaknya tidak sombong, dan tahu diri. Merajok mengandung sikap positif yang mengandung nilai ‘mengalah’ atau usaha untuk tidak berkonflik dengan sesama. Sikap ini sangat penting dalam penggunaan media karena dapat meredam konflik horizontal.

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat digambarkan model literasi media baru berbasis kearifan lokal masyarakat Melayu adalah:



### **Model Literasi Media Baru Berbasis *Local Wisdom* Melayu “OBALAME”**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam melalui *Focus Group discussion* bersama seluruh narasumber dikatakan bahwa masyarakat Melayu di Riau dapat merujuk Tunjuk Ajar Melayu sebagai pedoman dalam melakukan literasi media baru. Keseluruhan narasumber sepakat bahwa diperlukan pemilihan dan pemilahan terhadap nilai-nilai budaya lokal masyarakat melayu dalam Tunjuk Ajar tersebut agar dapat sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Literasi media adalah sebuah langkah cerdas bermedia yang terdiri dari mengakses, mengevaluasi, menganalisis, dan memproduksi pesan media. Langkah ini dapat ditempuh dengan menggunakan nilai-nilai lokal budaya Melayu. Pendidikan bermedia yang dikemukakan oleh Buckingham dalam konteks literasi media berbasis kearifan lokal ini adalah dengan menggunakan Pendekatan *Protectionist*. Model *Protectionist* ini diterapkan dengan cara mengenalkan kepada generasi muda tentang keragaman budaya Melayu sebagai sebuah manifestasi dari nilai-nilai lokal Melayu. Konsep ‘OBALAME’ (Orang Patut – Batobo – Lasak – Merajok)

merupakan nilai kearifan lokal masyarakat Melayu yang dapat digunakan sebagai upaya untuk melakukan filter terhadap media baru bernama internet.

## Bab 7

# **PENUTUP**

Buku monograf ini adalah sebuah kajian dari hasil penelitian tentang Model Literasi Media Baru Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Melayu. Dalam penelitian ini menemukan beberapa hal berikut:

- a. Konsep OBALAME (Orang Patut – Batobo – Lasak – Merajok) merupakan nilai-nilai kearifan lokal masyarakat Melayu yang dapat digunakan sebagai model literasi media baru.
- b. Konsep OBALAME adalah nilai-nilai kearifan lokal masyarakat Melayu yang digunakan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan memproduksi isi pesan media baru.
- c. Model literasi media baru yang digunakan adalah pendekatan Protectionist, yakni pendekatan literasi media dengan cara mengenalkan kepada generasi muda tentang keragaman budaya Melayu sebagai sebuah manifestasi dari nilai-nilai lokal Melayu.
- d. Orang patut sebagai agen utama yang menjadi rujukan masyarakat Melayu dalam mencari referensi untuk memecahkan permasalahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andres and James Dureen. (2003). *Media Literacy in School: Practice, Production and Possession.*, Paul Chapman Publishing A Sage Publishing Company.
- Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukiati (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Baran, Stanley J. (2010). *Introduction to Mass Communication*, Sixth Edition. Ney York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- \_\_\_\_\_, (2011). *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya (terjemahan)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bawden, D. (2001). *Information and digital literacies: a review of concepts*. Journal of documentation, 57(2), 218-259.
- Belshaw, D. (2012). *What is 'digital literacy'? A Pragmatic investigation* (Doctoral dissertation, Durham University). [http://etheses.dur.ac.uk/3446/1/Ed.\\_thesis\\_\(FINAL\\_TO\\_UPLOAD\).pdf](http://etheses.dur.ac.uk/3446/1/Ed._thesis_(FINAL_TO_UPLOAD).pdf).
- Buckingham, David. (2006). *Defining Digital Literacy: What do young people need to know about digital media?*. Digital Kompetanse." 4-2006. 1. 263- 276.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of the Internet*. *Research in Comparative and International Education*,2(1), 43-55.
- Dewdney, A & Ride, P. (2006). *The New Media Handbook*. London: Routledge.
- Devito, Joseph A. (2008). *Essentials of Human Communication, Sixth Edition*. Boston: Pearson Education, Inc.
- \_\_\_\_\_, (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Dzulfaroh (2019), <https://www.kompas.com/tren/read/2019/11/19/062900665/ta-k-selalu-buruk-narsis-di-media-sosial-bikin-orang-terhindar-dari-depresi?page=all>.
- Elcom. (2009). *Twitter: Best Social Networking*. Jakarta: Andi.

- Fatmawati dan Benni Handayani (2019). *Fenomenologi Literasi Media di Kota Pekanbaru*. Jurnal Ranah Komunikasi. Vol.3, 12-22.
- Fico, F., Lacy, S., Wildman, S. S., Baldwin, T., Bergan, D., & Zube, P. (2013). *Citizen journalism sites as information substitutes and complements for United States newspaper coverage of local governments*. *Digital Journalism*, 1(1), 152-168.
- Fitryani, Inda, dkk. (2014). *Model Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal pada Suku Dayak Tunjung dan Dayak Benuaq di Kutai Barat*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 17. No. 3, Maret 2014 (207-219).
- Flew, Terry.(2005). *New Media: An Introduction*. 2nd Edition. New York: Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_, (2002). *New Media: An Introduction*. South Melbourne: Oxford University Press.
- Folkerts, Jean&Stehen Lacy. *The Media in Your Life, An Introduction to Mass Communication*. Third Edition. Bostons: Pearson Education, Inc.
- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory* (8th ed.). New York: McGraw Hill.
- Kellner, Douglas (2018). *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, Politik antara Modern dan Postmodern*, Yogyakarta: Jalasutra..
- Lankshear, Colin, and Knobel, Michele (2008). *Digital Literacies: concepts, policies and practices*. New Literacies and Digital Epistemologies, 30 . Peter Lang Publishing, New York, USA.
- Littlejohn, S. W. (1999). *Theories of Human Communication 6<sup>th</sup> Edition*. Belmont, CA: Wadsworth
- Martin, Allan. (2008). *Digital Literacy and the 'Digital Society'* dalam Lankshear, C and Knobel, M (ed). *Digital literacies: concepts, policies and practices*. Die Deutsche Bibliothek
- Koltay, Tibor. (2011). *The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy*. Media, Culture, & Society. 33(2). 211-221
- Kurnia, Novi dan Astuti, Santi Indra. (2017). *Peta Gerakan Literasi Digital Di Indonesia: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran Dan Mitra*, Jurnal INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi Volume 47. Nomor 2, 149-166.

- Kurnia, Uthi, dkk (2019). *Literasi Media Baru Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau*. Jurnal Pustaka Budaya, Vol. 6 No.1, 44-54.
- Pratiwi, N dan Pritanova, N. (2017). *Pengaruh Literasi Digital terhadap Psikologis Anak dan Remaja*. Jurnal Semantik. Vol 6, (1). 11-24.
- Potter, James W. (2014). *Media Literacy* (7th ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publication
- Rahardjo, Turnomo, dkk. (2012). *Literasi Media dan Kearifan Lokal: Konsep dan Aplikasi*. Mata Padi Pressindo.
- Shuter, R. (2012). Intercultural new media studies the next frontier in intercultural communication. *Journal of Intercultural Communication Research*, 41(3), 219-237.
- Syaripudin, Asep, dkk (2020). *Kerangka Literasi Digital Indonesia*. Jakarta: ICWWatch.
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing Communication Theory Analysis and Application* (4 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Wijaya, H.A.W.(1987). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yolanda, Yuri (2018). *Peranan Aliansi Jurnalis Independen Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Literasi Berita di Kota Pekanbaru*. Jurnal Online Mahasiswa, Vol. 5 Edisi 1, 1-10.
- Zaher, Sefrita dan Elfiandri (2019). *Literasi Media Mahasiswa di Kota Pekanbaru*. Jurnal JRMDK. Vol.1. No. 4, 276-295.

# GLOSARIUM

## A

Azimat : Barang (tulisan) yang dianggap mempunyai kesaktian dan dapat melindungi pemiliknya, digunakan sebagai penangkal penyakit dan sebagainya.

## B

Batobo : Sebuah istilah yang berasal dari bahasa Melayu Riau bermakna kegiatan gotong royong untuk mengerjakan ladang yang dilakukan bersama-sama.

## G

Generasi Z : Generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai dengan tahun 2012, dan generasi ini lahir setelah generasi Y, dianggap sebagai generasi internet (*iGeneration*).

Gurindam : Salah satu jenis puisi yang memadukan antara sajak dan peribahasa. Jumlah baris pada gurindam hanya dua dengan rima a-a.

## L

*Local Wisdom* : Bagian dari budaya suatu masyarakat yang tidak dapat dipisahkan. Kearifan lokal ini menjadi sebuah ciri khas/identitas diri dari masyarakat tersebut.

## M

Marwah : Martabat, kehormatan, gengsi, kemuliaan, pangkat tinggi.

Mengakar : Mendalam atau menyatu benar di dalam

Merajok : hati, pikiran, dan sebagainya (tentang ajaran, adat, dsb).  
: Sebuah ungkapan bahasa Melayu yang menunjukkan rasa tidak senang (dengan mendiamkan, tidak mau bergaul)

## **N**

*Noise* : Istilah bahasa Inggris yang berarti gangguan yang berasal dari luar maupun dalam sebuah kegiatan komunikasi.

## **O**

Orang Patut : Sebuah istilah panggilan dalam budaya Melayu yang berarti Pemimpin, orang yang dihormati dan disegani.

## **P**

Payung Panji : Lingkaran kekuasaan atau pengawasan seorang penghulu/penguasa.

## **T**

Trafficking : Tindakan perekrutan, pengangkutan, penampungan, pengiriman, pemindahan, atau penerimaan seseorang untuk tujuan eksploitasi atau mengakibatkan orang tereksplorasi.

Tren : Segala sesuatu yang saat ini sedang di bicarakan, diperhatikan, dikenakan atau dimanfaatkan oleh banyak masyarakat pada saat tertentu.

## PROFIL PENULIS



**Fatmawati** adalah seorang akademisi yang memiliki kompetensi keahlian di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya Komunikasi Pemasaran dan Komunikasi Politik. Belakangan ia menekuni bidang lain yang masih berhubungan dengan dunia komunikasi yakni Literasi Media. Ketertarikannya di bidang ini karena melihat fenomena perkembangan media dan teknologi komunikasi begitu pesat tanpa diiringi oleh kecakapan bermedia bagi pengguna media tersebut. Ia bergabung dengan komunitas literasi di Indonesia (Japelidi – Jaringan Pegiat Literasi) dan menjadi ketua RLC (*Riau Literacy Community*). Saat ini sudah banyak kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat yang dilakukannya terkait literasi media.