

LITERASI MEDIA DENGAN MEMBERDAYAKAN KEARIFAN LOKAL

Oleh

AHMAD SIHABUDIN

Penulis adalah Guru Besar Komunikasi Lintas Budaya

Email : syihabtea@yahoo.com

Abstract

Media literacy is always related to media education. The problem is why is media to perform literacy? It is because our society is heterogeneous; in terms of their ethnicity, religion, infrastructure, education, knowledge, professional background, geography and other factors. This diversity indicator results also in differences of social perspective in grasping each content of media (Potter, 2001). The printing culture drives out the society's competence to have contact with outside of both their selfness and their collective selfness. It might be helpful as outside information that can be used to repair the life order and structure. Unfortunately, although the importance of cultural literacy is in a consideration, the level of literacy competence of our society is still low. The society is in favor of information being read. The phenomenon in Ignas Kleden's term is so-called as the secondary orality. Values and norms of local cultures within society can be utilized as the principle guidance for them to access information from new (foreign) media. We should put efforts on how our local wisdom functions as the community filter for media contents. Research and Development Division of Kompas (2011) reports culture is one of the devices through which we can develop a media literate society. This implementation is found in the Samin community at Pati Central Java, through their solid local doctrines they are successful to defend themselves not to imitate behaviors that they are in contact with.

Keywords :literacy, media, local wisdom

I. Pendahuluan

Ciri kemajuan zaman kini, adalah loncatan perkembangan teknologi komunikasi yang melumerkan batas ruang dan waktu. Kecepatan perubahan yang ditimbulkannya juga membawa efek yang luar biasa. Gejala perubahan ini telah menghilangkan kemampuan manusia untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Menurut Ibrahim (1997), hilangnya kesadaran ini dalam perspektif *postmodernis* sebagai ketidakberdayaan di bawah 'politik kehidupan' yang namanya nafsu alias syahwat. Di bawah kuasa 'politik kehidupan nafsu' ini manusia sebagai pemegang otoritas atas dirinya dimanipulasi, dikonstruksi, bahkan dihancurkan sehingga inividu-individu

kehilangan otonominya. Manusia yang tanpa-'jatidiri' ini akhirnya menjadi robot seperti kerbau yang ditusuk hidungnya, menjadi kehilangan jatidiri dan karakter.

Hilangnya karakter dan jati diri bangsa, salah satu yang kerap kali yang dipersalahkan adalah media massa baik cetak maupun elektronik. Sudah menjadi berita dan tayangan sehari-hari runtuhnya moral dan karakter masyarakat mengalami dekadensi moral. Korupsi, manipulasi, dan sisi yang lain. "Mau dibawa kemana bangsa ini?" Demikian suatu ungkapan yang biasa kita dengar di ruang-ruang publik, dengan rasa pesimistis dan apatis ungkapan umpatan masyarakat yang jengkel, seolah-olah negeri ini sudah

menjadi alat untuk memperkaya diri, dan kelompoknya saja.

Dalam era tanpa batas saat ini (informasi dan globalisasi), bagian yang terpenting dari era ini adalah teknologi informasi yang bisa menciptakan terjadinya peradaban antarmanusia yang berada di antarwilayah, antarnegara, dan antarbangsa, tidak ada lagi batas yang menyekat. Dalam konsep komunikasi era ini ditandai oleh kemajuan di sektor perangkat keras komunikasi dalam bentuk: telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, satelit komunikasi, komputer, *compact disc*, *video text*, faksimili, *fiber optic*, telepon seluler, media yang terintegrasi (multi media) berupa *tab*, *ipod*, *smart phone* dan lain-lain. Era Globalisasi juga melahirkan perangkat lunak dalam wujud budaya dunia (*global culture*): musik pop, rock, film layar lebar, televisi global, makanan, minuman, *fashion*, seperti KFC, McDonald, Pizza, Coca cola, Levi's, dan lain-lain gaya hidup. Pada realitas sosial saat ini nyata dalam kehidupan sehari-hari terlihat penggunaan perangkat-perangkat tersebut, baik di beranda rumah, di dalam rumah, maupun di dalam alam pikiran.

Era globalisasi ini bisa kita katakan sebagai era budaya dunia. Sebuah budaya yang menawarkan dan mampu mengubah dan tampak dalam beranda rumah kita, dalam perilaku yang tercermin dalam pembicaraan sehari-hari maupun tulisan dan berita di media massa, tentang: gossip, kenakalan remaja, konflik antarwarga, narkoba, pelanggaran alat kontrasepsi, kumpul kebo, *'the other woman/man'*, perilaku seksual yang tidak normal, *white collar crime*, korupsi, dan pelanggaran hak azasi. Menjamurnya diskotik, pub,

karaoke, perubahan pola berpakaian yang mengarah pada hal-hal yang praktis: pakaian jeans, sepatu sport, baju *T-shirt* (di satu sisi), dan pameran barang-barang bermerek, *Aegner*, *Bally*, *Escada*, *Estee* dan lain-lain. Demikian satu gejala dalam era ini.

Menurut Alvin Toffler dalam Ishadi (1994:59) revolusi informasi dapat membuat satu bangsa melompat dari masyarakat tradisional ke masyarakat industri dan ke masyarakat informasi lebih cepat tanpa harus melalui proses sejarah ribuan maupun ratusan tahun. Akibat negatifnya adalah terjadi kejutan karena perubahan yang demikian cepat. Pada kadar dan ukuran yang paling ekstrem berbentuk pecahnya negara karena pergolakan, seperti di Rusia, Yugoslavia, runtuhnya suatu rezim seperti di Indonesia, Mesir, Libya dan beberapa negara lainnya. Pada kadar yang paling ringan berbentuk perbenturan nilai-nilai dan norma yang lazim disebut *'culture shock.'*

Menurut George Gerbner dalam (Latif dan Ibrahim, 1997:143), media massa telah turut memberi andil dalam memoles kenyataan sosial. McLuhan berpendapat media telah ikut mempengaruhi perubahan bentuk masyarakat. Media tidak hanya memenuhi kebutuhan manusia akan informasi atau hiburan tapi juga ilusi dan fantasi yang mungkin belum pernah terpenuhi lewat saluran-saluran komunikasi tradisional lainnya.

II. Budaya Lisan

Bahwa budaya lokal kita adalah budaya lisan, bukan budaya tulis, tak bisa kita bantah. Hal itu membuat penyimpanan informasi, gagasan, dan pengetahuan

hanya terjadi di dalam 'ingatan'. Isi ingatan itulah yang ditransmisikan ke pihak lain yang belum mendapatkannya. Terkadang, kisah-kisah hikmah atau sumber informasi hanya dipegang oleh seorang yang mempunyai posisi khusus dalam masyarakat kita, yang berfungsi sebagai sumber kebenaran.

Ignas Kleden menyebut budaya itu sebagai kelisanan primer (*primary orality*), di mana masyarakat kala itu belum mengenal baca-tulis. Namun, karena ingatan bersifat terbatas, tidak semua informasi yang dibutuhkan bisa ditransmisikan lisan secara sempurna. Budaya cetak baru memasuki Indonesia sekitar abad ke-20, saat tradisi lisan masyarakat kita masih berakar kuat. Jika dihitung usianya, kebiasaan baca-tulis yang, antara lain, ditandai oleh masuknya budaya cetak masih sangat muda. Budaya cetak telah mendorong kemampuan masyarakat untuk bersinggungan lebih luas dengan apa yang ada di luar kediriannya dan kedirian kolektifnya. Tentu saja itu akan sangat membantu untuk mendapatkan informasi dari luar yang bisa dimanfaatkan untuk memperbaiki tatanan kehidupan. Itu sekaligus membuktikan betapa baca-tulis merupakan kendaraan menuju perbaikan peradaban.

Sayangnya, meski sudah disadari sedemikian pentingnya budaya baca-tulis, toh tingkat kesadaran baca-tulis masyarakat kita masih rendah. Masyarakat kita lebih suka mendapatkan informasi dari media elektronik, terutama televisi.

Kesimpulannya, masyarakat lebih suka mendapat informasi yang 'dibacakan,' sehingga penonton hanya berlaku sebagai 'pembaca pasif' yang

dengan tenang mengunyah dengan renyah segala persepsi yang dikemukakan di televisi. Fenomena itu disebut Ignas Kleden sebagai kelisanan sekunder (*secondary orality*). Budaya kelisanan sekunder tersebut menggambarkan bahwa kemampuan baca-tulis tidak terlalu dibutuhkan karena sumber informasi lebih bersifat audio-visual.

Berbagai pandangan tersebut di atas, mengisyaratkan pada kita bahwa sebagian masyarakat kita belum begitu siap menghadapi berbagai bentuk media dan isi pesannya, oleh karena itu perlu adanya semacam 'immunisasi' buat khalayak kita yang sangat heterogen ini, baik agama, budaya, ras, etnik, partai dan lain-lainnya. Atau dalam istilah lain literasi media.

III. Konsep Literasi Media

Pasal 28 UUD 1945 mengamanatkan perlunya ditetapkan undang-undang (UU) sebagai produk hukum turunan guna lebih menjamin kemerdekaan berserikat, berkumpul, dan berinformasi. Dalam kaitan ini pula, pemerintah dan DPR sejauh ini telah mengesahkan sejumlah UU berkaitan dengan tata kelola informasi, antara lain UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), dan UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Berbagai dasar hukum ini perlu dipahami oleh masyarakat luas, khususnya masyarakat komunikasi seperti wartawan dan aparat hubungan masyarakat, agar dapat lebih mengetahui tata kelola

informasi dan sekaligus membuat peta multimedia massa. Hal ini berkaitan erat dengan kaidah melek media (*media literacy*), yakni tugas pokok dan fungsinya untuk menyebarkan informasi, mendidik, memberikan hiburan, dan pengawasan masyarakat (*to inform, to educate, to entertain and social control*) yang seluruhnya adalah hak dan kepentingan publik.

Banyak literatur menjelaskan bahwa literasi mediasenantiasa dikaitkan dengan pendidikan bermedia. Permasalahannya mengapa bermedia perlu dilakukan sebuah literasi? Hal ini karena masyarakat kita bersifat heterogin, jika dilihat dari etnisitas, agama, infrastruktur, pendidikan, pengetahuan, latar belakang profesi, geografis dan berbagai faktor lainnya. Varian kesenjangan dan perbedaan berbagai faktor tersebut berdampak pada kemampuan konsumen media dalam mengakses informasi. Keanekaragaman indikator itu juga yang mengakibatkan perbedaan cara pandang masyarakat dalam memahami setiap konten media (Potter,2001:5).

Literasi media adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media. Kemampuan untuk melakukan hal ini ditujukan agar pemirsa sebagai konsumen media (termasuk anak-anak) menjadi sadar (*melek*) tentang cara media dikonstruksi (dibuat) dan diakses.

Pemahaman terhadap literasi media, tersebut merupakan salah satu konsep untuk membangun pengetahuan konsumen terhadap tekanan isu-isumedia. Literasi media juga memberikan penekanan kepada setiap individu konsumen media di masyarakat melakukan

kontrol terhadap. Konten media yang dimungkinkan dapat mempengaruhi budaya konsumen (Potter,2001:7).

Literasi media didefinisikan Devito (2008:4) dalam Arifianto (2013), sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis, mengakses dan memproduksi pesan komunikasi massa. Literasi media merupakan bentuk pemberdayaan (*empowerment*) agar konsumen bisa menggunakan media lebih cerdas, sehat dan aman. Sementara itu, khusus kontenmedia televisisering dipahami mampu merefleksikan realitas obyektif di masyarakat. Padahal media televisi menurut penulis bukanlah cermin dunia realitas yang ada disekitar kita,karena konten media televisi dikonstruksi oleh banyak faktor yang menghasilkan ragam realitas. Artinya konten media televisi tidak dipahami dalam konteks yang bebas nilai (*value free*), namun realitas yang dikonstruksi televisi itu syarat dengan berbagai kepentingan politik keredaksian atau pemiliknya.

Literasi media muncul dan mulai sering dibicarakan karena media seringkali dianggap sumber kebenaran, dan pada sisi lain, tidak banyak yang tahu bahwa media memiliki kekuasaan secara intelektual di tengah publik dan menjadi medium untuk pihak yang berkepentingan untuk memonopoli makna yang akan dilempar ke publik. Karena pekerja media bebas untuk merekonstruksikan fakta keras dalam konteks untuk kepentingan publik (*pro bono publico*) dan merupakan bagian dalam kebebasan pers (*freedom of the press*) tanggung jawab atas suatu hasil rekonstruksi fakta adalah berada pada tangan jurnalis, yang seharusnya netral dan

tidak dipengaruhi oleh emosi dan pendapatnya akan narasumber, dan bukan pada narasumber. Pesan yang diproduksi, dan disampaikan media televisi sangat erat kaitannya dengan pihak yang mendanainya (Shoemaker & Reese, 1996:231).

Menurut Arifianto (2013), Tidak seluruh masyarakat konsumen media memiliki pemahaman yang cukup memadai terhadap kontenmedia yang sekarang semakin bebas dan vulgar. Pemberdayaan masyarakat melalui literasi media memiliki konotasi penguatan pemahaman komunitas masyarakat terhadap eksistensi kontenmedia. Kepemilikan pengetahuan dan pemahaman terhadap kontenmedia diharapkan mereka dapat menentukan pilihan, dan mengedukasikan kepada komunitasnya mana informasi yang bermanfaat, dan sebaliknya.

IV. Komunikasi Lokal: Komunikasi Partisipatoris, Kebersamaan, dan Musyawarah

Melihat kehidupan masyarakat Indonesia dan gerakannya yang dinamik, partisipasi masyarakat secara sadar, kritis, sukarela, murni, dan bertanggung jawab adalah baik, karena ada kemungkinan biaya pembangunan menjadi murah, baik karena memang sesuai dengan prinsip-prinsip dasar membangun masyarakat bangsa dan negara. Tetapi kenyataannya sulit dilaksanakan. Menurut (Hamijoyo, 1993:11), sulitnya partisipasi masyarakat dilibatkan, lebih banyak bersumber dari kurangnya kemauan atau itikad baik, komitmen moralitas, dan kejujuran dari sebagian para komunikator, pemimpin atau penguasa, baik kalangan pemerintahan,

swasta, dan masyarakat dari semua tingkatan.

Pengamatan dan pengalaman di beberapa negara menunjukkan bahwa tumbuh dan berkembangnya partisipasi murni masyarakat ada hubungannya dengan faktor-faktor kultural dan struktur sosial dalam masyarakat. Indonesia dikenal dengan gotong royong, *mapalus* (Sulawesi Utara), *subak* (suatu bentuk gotong royong untuk mengatur pengairan sawah di Bali). Di Srilanka ada *smaradana*, Filipina dikenal *Bayanihan*. (Hamijoyo, 1993:13).

Partisipasi murni masyarakat kenyataannya berawal dengan adanya kebersamaan (*togetherness, commonality*). Kebersamaan dalam mengartikan atau mempersepsikan sesuatu. Kebersamaan dalam cara memecahkan masalah atau kesulitan, merupakan hal yang penting bagi masyarakat yang bersangkutan.

Konsepsi kebersamaan ini memang penting sekali, bahkan menentukan, dalam proses komunikasi. Karena komunikasi dapat berarti proses atau usaha untuk “menciptakan kebersamaan dalam makna” (*the production of commonness in meaning*). Hal terpenting dalam komunikasi adalah kebersamaan dalam makna itu. Menurut Hamijoyo (1993), agar komunikasi dipahami dan diterima serta dilaksanakan bersama, harus dimungkinkan adanya peran serta untuk “mempertukarkan” dan “merundingkan” makna diantara semua pihak dan unsur dalam komunikasi (*“exchange” and “negotiation” of meaning*). Sebagai tujuan akhir berbagai kegiatan dalam masyarakat yang kita kejar adalah harmoni dan *compatibility* atau menurut istilah kita keselarasan dan keserasian.

Pertukaran dan perundingan makna ini dalam masyarakat Indonesia ada 'lembaga' yang sudah membudaya dan khas untuk itu, yaitu lembaga musyawarah. Tekniknya adalah dialog yang dapat diartikan sebagai proses untuk mengenal, membandingkan dan mempertemukan unsur-unsur yang sama dari logika yang dimusyawarahkan.

Kebudayaan digunakan untuk membicarakan tentang pola tingkah laku dan perangkat kebiasaan tertentu sebagai acuan sikap dan tindakan manusia. Semua orang sebagai warga dan pendukung budaya masyarakat itu biasanya sepakat tentang nilai-nilai serta norma pokok bagi acuan berpikir dan tindakan.

Akhirnya, dari situasi sosial seperti itu melahirkan peradaban Indonesia yang mengarahkan pada terciptanya *societal state* (masyarakat yang bebas dari bayang-bayang satu kekuasaan yang mengatasnamakan organisasi pemerintahan), dan kemudian lahir sebuah *civil society*.

V. Memberdayakan Kearifan Lokal dalam Lietarsi Media

Kemajuan teknologi membawa perubahan besar pada format dan ragam media massa. Akses masyarakat terhadap berbagai media informasi itu makin bebas dan luas. Pemanfaatannya diserahkan sepenuhnya kepada pengguna, demikian juga pengawasan dan pengendaliannya. Kenyataannya kecakapan untuk memilah media yang baik ataupun informasi yang benar tidak merata. Pada tataran ini masyarakat perlu pembekalan agar bijak menyerap media. Dalam ilmu komunikasi, kemampuan ini dikenal dengan melek media atau literasi media.

Pertanyaannya apakah sungguh kearifan lokal dapat membawa masyarakat dapat lebih cerdas memahami isi media, ini perlu sebuah kajian atau riset mendalam. Saya bukan berarti pesimistis dengan kondisi di era serbacepat informasi ini, pertanyaannya mampukah kearifan lokal membimbing masyarakat tetap sehat informasi, sehat sikap, dan sehat berperilaku. Kita tetap harus berikhtiar bagaimana kearifan lokal yang kita miliki dapat kita gunakan sebagai filter masyarakat dalam menyaring isi media.

Badan Litbang, Kompas (2011) melaporkan, budaya merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan untuk membangun masyarakat melek media. Ajaran budaya dalam wujud kearifan lokal mampu mengatasi terpaan media. Praktik ini ditemukan pada komunitas Samin di Pati, Jawa Tengah, yang melalui keteguhan ajarannya berhasil menahan diri tidak meniru perilaku yang ditontonnya. Sebaliknya pada masyarakat di Maluku, media lokal justru dipakai untuk menyebarluaskan nilai dan tradisi melalui tayangan program yang dirancangnya. Sejumlah penelitian menunjukkan upaya pemberdayaan aset budaya untuk mencapai melek media pada masyarakat Bali, Sumba, Dayak, dan Sulawesi.

Hal ini juga bisa kita temui pada saudara-saudara kita di Baduy, dan Masyarakat Adat Cisungsang salah satu Kasepuhan Adat Banten Kidul di Kabupaten Lebak, yang tetap memegang teguh ajaran, dan menjaga nilai tradisi dengan tidak terpengaruh pada apa yang dilihatnya di media.

Kearifan lokal (*local wisdom*), menurut Darmastuti (2012:64) dalam Arifianto (2013) merupakan gagasan

masyarakat setempat yang bersifat bijaksana, penuh dengan kearifan, bernilai baik yang tertanam nilai-nilai dan ikuti masyarakatnya. Kearifan lokal merupakan manifestasi ajaran budaya yang dihidupi oleh masyarakat lokal sehingga dapat digunakan sebagai filter masuknya interaksi budaya asing.

Menurut Arifianto (2013), nilai dan norma budaya lokal di masyarakat itu dapat digunakan sebagai dasar pedoman ketika masyarakat lokal mengakses informasi dari media baru (asing). Pemikiran teoritik tentang literasi media merupakan produk sejarah para intelektual Barat (western). Dimana dalam pemikiran tersebut terkandung dua pernyataan penting, (a). literasi media telah mendorong munculnya pemikiran kritis dari masyarakat terhadap produk yang disajikan media. (b). literasi media memungkinkan terciptanya kemampuan untuk berkomunikasi secara kompeten dalam semua bentuk media, lebih bersikap proaktif dari pada reaktif dalam memberi makna terhadap produk ragam media.

VI. Contoh Kearifan Lokal: Ritual Adat *Bulan Purnama Opat Belas*

Bulan Purnama Opat Belas adalah ritual adat yang setiap bulan dilaksanakan di Kasepuhan Cisungsang, Lebak, Banten. Dalam ritual bulanan tersebut para tokoh adat /*Rendangan* berkumpul di kediaman kepala adat, walau tidak semua *Rendangan* yang berjumlah 96 orang hadir. Salah satu tujuannya, *Rendangan* menemui kepala adat, untuk mendapatkan informasi terbaru tentang perkembangan di Kasepuhan Cisungsang langsung dari kepala adat. Selain itu tokoh *Rendangan* menyampaikan pesan tentang berbagai

permasalahan selama satu bulan yang menyangkut *incu putu* (masyarakat adat), baik masalah pertanian maupun masalah kehidupan lainnya, kepada kepala adat. (sumber Tesis Yoki Yusanto, 2011).

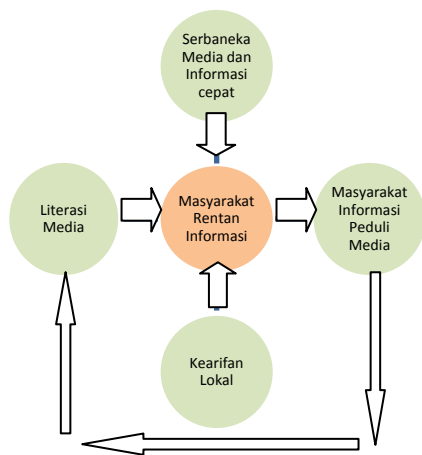
Pada konteks pertemuan kepala adat dan tokoh *Rendangan* dalam ritual adat *Bulan Purnama Opat Belas*, terdapat proses penyampaian pesan melalui bahasa Sunda yang merupakan bahasa sehari-hari yang digunakan masyarakat adat Kasepuhan Cisungsang. Dengan bahasa sunda proses penyampaian pesan berupa informasi dari kepala adat kepada salah seorang tokoh *Rendangan*. Dalam peristiwa ini, penasehat Kasepuhan Cisungsang yang dipercaya untuk bertemu dengan kepala adat dan menerima informasi. Tokoh *Rendangan* lain yang hadir dalam ritual adat *Bulan Purnama Opat Belas* mendapatkan informasi dari penasehat kasepuhan.

Interaksi para *Rendangan* dengan Kepala adat yang sudah menjadi rutinitas di Komunitas Adat Kasepuhan Cisungsang, sesungguhnya merupakan bentuk komunikasi kelompok yang besar antara Ketua adat 'Abah' dengan warganya, karena para *Rendangan* merupakan representasi dari seluruh masyarakat adat yang meliputi keturunan *incu putu kasepuhan Cisungsang*.

Menurut Yusanto (2011), masyarakat adat Kasepuhan Cisungsang dalam berkomunikasi dengan kepala adat di Kasepuhan Cisungsang, diwakili oleh *Rendangan*, dalam kelompok kecil. Dalam tradisi komunikasi yang terjadi di komunitas adat Kasepuhan Cisungsang. Salah satu fungsi dari ritual ini adalah intinya menjaga dan melestarikan tradisi adat, menjadi masyarakat modern dengan tidak meninggalkan tradisi yang sudah ada. Selain itu inti dari ritual adat *Bulan*

Purnama Opat Belas adalah penyampaian do'a untuk para leluhur dari *Incu Putu* kepada Yang Maha Kuasa. Dalam pertemuan antara kepala adat dan *Rendangan*, adalah penyampaian informasi yang disampaikan kepada tokoh *Rendangan*. Selanjutnya meneruskan informasi tersebut kepada tokoh *Rendangan* yang lain, agar segera dan harus diketahui oleh para *incu putu* masyarakat adat Cisungsang. Demikian salah satu bentuk tradisi yang masih hidup berjalan di salah satu Kasepuhan yang berada di Banten Selatan, yaitu Kasepuhan Cisungsang yang terletak di kawasan Taman Nasional Gunung Halimun Salak.

Bagan Proses Literasi Media di Masyarakat



Sumber:

diolah dari berbagai konsep dandiadaptasi dari S.Afrianto. 2013

VII. Kesimpulan

Literasi media berangkat dari persoalan kultural, dimana budaya lokal bertemudengan budaya asing melalui media. Literasi media ini di satu sisi berupaya memberdayakan masyarakat ketika berhadapan dengan media. Pada sisi

yang lain dalam jangka panjang literasi media dapat mendorong kualitas isi media.

Literasi media membantu orang untuk mengembangkan pengetahuan dan pemahamannya terhadap konten media, sehingga ia dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupannya. 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.

Sumber Bacaan

Arifiyanto. S. 2013. *Literasi Media Dan Pemberdayaan Peran Kearifan Lokal Masyarakat*. Peneliti Komunikasi & Budaya Media, di Puslitbang Aptika, & IKP Balitbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Hamijoyo, Santoso.S. 1993. *Landasan Ilmiah Komunikasi*. Pidato Ilmiah. Penerimaan Jabatan Guru Besar Tetap Pada Fakultas Ilmu Komunikasi. Surabaya. Universitas DR. Soetomo.

Ibrahim, Idi Subandy, dan Latif, Yudi. 1997. *Hegemoni Budaya*. Bentang, Yogyakarta.

Ibrahim, Idi Subandy. 1997. *Ecstasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam "Masyarakat Komoditas" Indonesia*. Penerbit.Mizan. Bandung.

Ishadi, SK. 1994. *Era Informasi dan Televisi Transglobal*. Jurnal Komunikasi dan Pembangunan. Balitbang Depatemen Penerangan. RI. Jakarta. No. 14. 1994.

Shoemaker, Paula J & Stephen D. Reese, 1996, *Mediating The Massge Theories of Influence on Mass Media Content*, Second Edition, New York : Longman Publishers

Yusanto, Yoki. 2011. *Tradisi Komunikasi Anggota kelompok Rendangan Dengan Kepala Adat*. Studi Etnografi Komunikasi Dalam Ritual Adat Bulan Purnama Opat Belas di Komunitas Adat Kesepuhan Cisungsang. Kabupaten Lebak. Banten. Thesis. Bandung. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Padjadjaran.

Gramedia.com/resensi/detail/53/Literasi+Media+%26+Kearifan+Lokal%3A+Konsep+dan+Aplikasi.Litbang Kompas.

<http://catatansyamsul.wordpress.com/2012/07/15/pentingnya-menumbuhkan-budaya-literasi-suatu-teladan-dari-mendiang-gie/>