BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Profil Data

1. Deskripsi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (IMIKI)

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti di kantor kesekretariatan Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia cabang SMST (Surabaya Madura Sidoarjo Tuban) di Jalan Plemahan VII no.08 Kel. Kedungdoro Kec. Tegalsari selama lebih kurang 4 minggu, maka diperoleh beberapa informan yang dianggap cukup bisa memberikan informasi tentang situasi dan kondisi dikampung tersebut.

a. Sejarah Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia

Sejak tahun 1989 gagasan mendirikan sebuah wadah bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Indonesia telah di rintis di Senat Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung melalui kegiatan temu Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (TIMKI I). Pada tahun 1992, TIMKI II diselenggarakan di Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin Ujung Pandang. Sedangkan, untuk TIMKI III mengalami perubahan nama menjadi Pertemuan Mahasiswa Ilmu Komunikasi se-Indonesia I, pada tahun 1994 oleh Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro Semarang.

Ketiga rangkaian acara pertemuan tersebut mengalami kebuntuan (*deadlock*) dalam menberikan sebuah wadah formal bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Indonesia. Adapun pada pertemuan ketiga di UNDIP muncul deklarasi sebuah forum

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informal FKMIKI (Forum Komunikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia). Agenda pertemuan selanjutnya direncanakan di jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia atau jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Atmajaya Yogyakarta. Akan tetapi, pertemuan tersebut tidak terlaksana karena FKMIKI memang tidak berdiri sebagai ikatan yang formal sebagai wadah organisasi.

Terlepas dari rangkaian pertemuan dua tahunan yang diselenggarakan pada tahun 1997, Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Malang menggelar sebuah kegiatan, "*Communication Expo*". Pada ekspo komunikasi ini, delegasi mahasiswa yang mewakili jurusan ilmu komunikasi dari berbagai kampus di Indonesia, sepakat meneruskan upaya penggagasan kembali pendirian wadah bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi se-Indonesia. Saat itu pula Sema Fikom UNPAD kemudian ditunjuk sebagai penyelenggara pertemuan lanjutan pada tahun 1998, akan tetapi berbagai kendala menghadang terlebih karena kondisi politik dan ekonomi nasional yang sedang mengalami krisis.

Di lain pihak Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyelenggarakan Communication Expo pada Mei 1998. Pada expo ini, utusan Sema Fikom UNPAD baru dapat mempresentasikan Proposal Pertemuan Nasional Mahasiswa Ilmu Komunikasi se-Indonesia (Penamiki). Selain presentasi dan dialog, ditempuh juga safari pada 5 perguruan tinggi yang memiliki kajian Ilmu Komunikasi se-Yogjakarta. Dari hasil dialog dan safari disimpulkan pentingnya mengadakan lanjutan pertemuan dalam hal ini para peserta ekspo mendukung rencana penyelenggaraan Penamiki pada Juni 1998 di Fikom UNPAD Bandung.

Pada bulan Mei dan Juni 1998, kondisi politik nasional memanas, hal ini ditandai dengan berbagai gejolak aksi unjuk rasa mahasiswa diberbagai daerah. Selain itu, kondisi perekonomian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang juga semakin buruk mengakibatkan ketidakstabilan dimana-mana. Kondisi ini pun terasa di Bandung tempat rencana pelaksanaan Penamiki. Pada akhirnya, panitian Penamiki di Fikom Unpad yang sudah mempersiapkan segala sesuatunya untuk kegiatan Penamiki, terpaksa mengundurkan acara sampai 30 Agustus 1998.

Pada tanggal 30 Agustus sampai dengan 3 September 1998, akhirnya Penamiki dapat terlaksana. Melalui acara pokok persidangan yang alot dan melelahkan. Akhirnya, Persidangan Penamiki mendeklarasikan berdirinya IMIKI (Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia) sebagai satu-satunya wadah bagi mahasiswa Ilmu komunikasi se-Indonesia juga dapat mengagendakan dan menyusun perangkat organisasi secara lengkap termasuk pengurus periode 1998/1999. Deklarasi ditandatangani oleh 18 perguruan tinggi peserta Penamiki dari berbagai wilayah di Indonesia. Sejak itulah pada tanggal 1 September 1998 diperingati sebagai hari lahirnya Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (IMIKI).

b. Profil Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia

Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia atau biasa disebut dengan IMIKI merupakan organisasi kemahasiswaan yang menjadi wadah bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi seluruh Indonesia. Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (IMIKI) merupakan organisasi kemahasiswaan dengan kerjasama yang pro aktif, terarah, bervisi ke depan, dan berdaya guna dari seluruh kelembagaan mahasiswa Ilmu Komunikasi se-Indonesia untuk menampung aspirasi mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam disiplin kajian Ilmu Komunikasi, jaringan, dan pengabdian kepada masyarakat guna menunjang pembangunan nasional, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi. Bermula dari kesadaran dan keyakinan akan potensi yang dilmiliki, IMIKI bertekad untuk turut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyumbangkan kemampuan secara optimal demi tercapainya tujuan pembangunan nasional dan berupaya menumbuh kembangkan dinamika komunikasi yang merata ke seluruh lapisan masyarakat. Maka disusunlah suatu haluan/arahan organisasi yang berkesinambungan untuk dijadikan acuan dalam menjalankan organisasi kedepan.

Koordinasi wilayah IMIKI meliputi : Wilayah I meliputi Sumatera, Wilayah II meliputi DKI Jakarta, Banten, dan Jawa Barat, Wilayah III meliputi Jawa Tengah, DI Yogyakarta, dan Kalimantan, Wilayah IV meliputi Jawa Timur, Bali, dan Nusa Tenggara, dan Wilayah V meliputi Sulawesi, Papua, dan Maluku. Salahsatunya wilayah Jawa Timur, wilayah Jawa Timur dibagi menjadi 3 wilayah yaitu wilayah I SMST yang meliputi Surabaya Madura Sidoarjo Tuban, wilayah II meliputi Malang, dan wilayah III meliputi madiun dan ponorogo. Anggota IMIKI dibagi menjadi dua yaitu anggota aktif dan anggota pasif. Anggota aktif ialah mahasiswa Ilmu komunikasi yang ikut dalam kegiatan IMIKI dan menjadi pengurus IMIKI dan melalui diklat IMIKI. Anggota Pasif ialah seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi yang ada di Indonesia. Untuk cabang SMST, anggota yang aktif sekitar 20 orang itu meliputi pengurusnya. Sedangkan anggota yang pasif sekitar 50 orang.

Ketika ada rapat antar ketua biasanya ketika RAKERNAS(Rapat Kerja Nasional). Biasanya setiap ketua cabang dan koordinator wilayah mendiskusikan program kerja untuk satu periode. Begitu juga untuk program kerja dalam lingkup wilayah dengan dilakukan pada RAKERWIL(Rapat Kerja Wilayah). Untuk penyusunan tugas anggota di setiap cabang biasanya dilakukan pada RAKERCAB (Rapat Kerja Cabang). Dalam penyusunan program kerja di cabang SMST dibagi menjadi beberapa devisi, yaitu SDM, minat dan bakat, Balitbang (Badan Penelitian dan Pengembangan), dan pengabdian masyarakat. Dibidang minat dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bakat biasanya mereka melakukan pelatihan dan juga kompetisi dibidang komunikasi meliputi fotografi, hunting foto, pembuatan film dan lain sebagainya. Di bidang balitbang mereka melakukan penelitian tentang perkembangan media dan juga membuat jurnal tentang komunikasi. Di bidang pengabdian masyarakat, mereka melakukan literasi media dengan terjun langsung ke masyarakat. IMIKI cabang SMST melakukan rapat setiap satu minggu sekali atau dua minggu sekali.

Sebagai bentuk tanggung jawab kepada negara, IMIKI juga telah mendaftarkan legalitasnya melalui SK. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, No : C-589. HT. 03. 01 – Th. 2005 Tanggal : 30 Desember 2005, dengan Nomer Akta Pendirian Organisasi 17 Tanggal 08 Agustus 2008. Sejak pertama kali dicetuskan pada 3 September 1998, dan mengalalami ke-vakum-an hingga pendeklarasian ulang pada tanggal 12 Desember 2005, IMIKI telah diakui oleh 94 universitas, menyebar di seluruh Indonesia yang memiliki Jurusan atau Fakultas Ilmu Komunikasi (*daftar universitas terlampir*). Dalam tiga tahun pasca kebangkitan ulang, IMIKI juga telah berhasil melakukan beberapa kerjasama dengan instansi pemerintahan seperti Depkominfo, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Departemen Koperasi, Departemen Pendidikan Nasional dan juga instansi lainnya seperti ISKI (Ikatan Sarjana Ilmu Komunikasi Indonesia), MNC, Perhumas, IPRA, Telkom Indonesia, UNICEF, YPMA, dan Habibie Center.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Arti Lambang IMIKI

FILOSOFI BACKGROUND

NO	WARNA	PENJELASAN
1.	Warna dasar biru	mewakili tujuan/maksud ilmu komunikasi yg menggambarkan keceriaan dan kecerahan
2.	Putih di tengah bergradasi biru	memberikan cahaya
3.	Sinar putih ditengah	melambangkan mahasiswa ilmu komunikasi berkembang menjadi satu dan akhirnya mengetahui perkembangan ilmu komunikasi dan dapat membaur dengan semua

FILOSOFI LOGO

NO	LOGO	PENJELASAN
1.	Biru globe	menggambarkan globe/ bola dunia profesi humas
2.	Strip merah	profesi bisnis
3.	Strip kuning	profesi jurnalisme
4.	Strip biru	prinsip junalistik
5.	Tulisan lambang	maksudnya IMIKI menaungi semuanya
6.	Tulisan indonesia	lokasi berdirinya organisasi
7.	Tulisan menyambung	karena IMIKI merupakan kesinambungan
8.	Tulisan merah	Berani

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Visi dan Misi IMIKI

1) Visi IMIKI

Menjadi wadah tunggal bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Indonesia yang menyalurkan dan mengembangkan nilai, moral, kreativitas, dinamika, dan kemampuan baik akademis maupun non akademis.

2) Misi IMIKI

- Sarana mempererat silaturahmi antar mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia.
- Memberikan kontribusi riil bagi perkembangan dan kemajuan Ilmu Komunikasi di Indonesia
- Menjadi media antara dunia keilmuan dan dunia profesi
- Mempersiapkan sumber daya mahasiswa Ilmu Komunikasi yang professional, dan
- Melakukan advokasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia di bidangnya.

e. Struktur Organisasi IMIKI

Ketua IMIKI cabang SMST	: Marga Bagus P
Wakil Ketua IMIKI SMST	: Arif Miftahul Huda
Sekretaris IMIKI SMST	: Erni Resmiati
Bendahara	: Latifiyah
Humas	: Aditya Prasetyo
Devisi Kewirausahaan	: Ramawati S.K
Devisi Pengabdian Masyarakat	: Reyhansyah R. Mahendra Fajrin
Devisi Infokom	: Adi Taufiqurohim

f. Perangkat IMIKI

Perangkat IMIKI dibagi menjadi dua, yaitu :

1) Perangkat Kekuasaan
   - Munas IMIKI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Muswil IMIKI
- Muscab IMIKI
- AD/ART

2) Perangkat Kepemimpinan
   - Ketua Umum
   - Ketua Wilayah
   - Ketua Cabang
   - Dewan Perwakilan Anggota (DPA)

2. Deskripsi Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini dibutuhkan informan dijadikan subyek penelitian. Adapun informan yang dijadikan subjek penelitian berjumlah 5 orang yang terdiri atas ketua IMIKI cabang SMST, Wakil ketua IMIKI, Sekretaris IMIKI, Bendahara IMIKI, Humas IMIKI. Peneliti memilih informan tersebut dengan kriteria memahami berkembangnya organisasi tersebut. Berikut data informan yang dipilih :

a. Nama : Marga Bagus
   Tempat, tanggal dan Lahir : Surabaya, 30 Agustus 1992
   Umur : 24 tahun
   Pendidikan : S1
   Jabatan : Ketua IMIKI cabang SMST

   Peneliti memilih informan ini karena memiliki peranan penting dalam jalanya organisasi. Beliau menjabat sebagai ketua selama 2 periode ini. Beliau juga sangat aktif dalam segala kegiatan di tingkat nasional, wilayah dan juga cabang.

b. Nama : Latifiyah
   Tempat, tanggal dan Lahir : Lamongan, 15 Mei 1995
   Umur : 21
   Pendidikan : S1
   Jabatan : Bendahara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peneliti memilih informan ini karena merupakan ornag yang aktif dalam kegitan IMIKI dan memiliki andil dalam setiap pengeluaran kegiatan-kegiatan yang dilakukan IMIKI. Beliau juga baru menjabat sebagai bendahara di periode ini.

c. Nama : Aditya Prasetyo
   Tempat, tanggal dan Lahir : Surabaya, 28 januari 1989
   Umur : 27
   Pendidikan : S1
   Jabatan : Humas

Peneliti memilih informan ini karena merupakan orang yang aktif dalam IMIKI dan pengetahuannya mengenai jalannya IMIKI. beliau juga sebagai pembicara dan juga penengah dalam setiap masalah yang dialami oleh IMIKI. Beliau baru menjabat sebagai Devisi Humas di periode ini.

d. Nama : Arif Miftahul Huda
   Tempat, tanggal dan Lahir : Surabaya, 07 Maret 1992
   Umur : 24
   Pendidikan : S1
   Jabatan : Wakil Ketua IMIKI SMST

Peneliti memilih informan ini karena memiliki jabatan sebagai pembicara dari ketua. Beliau juga mengetahui organisasi IMIKI berkembang dan juga naik turunnya IMIKI. Beliau baru menjabat sebagai wakil ketua di periode ini

e. Nama : Eni Resmiati
   Tempat, tanggal dan Lahir : Tuban, 25 Desember 1993
   Umur : 23
   Pendidikan : S1
   Jabatan : Sekretaris

Peneliti memilih informan ini karena beliau merupakan orang yang aktif dalam organisasi dan mengetahui jalannya organisasi dan juga mempunyai pengalaman yang banyak dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jalannya organisasi IMIKI. Beliau baru menjabat sebagai sekretaris di periode ini.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian dengan metode wawancara kepada organisasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia bahwa literasi media yang diadakan oleh IMIKI cabang Surabaya Madura Sidoarjo Tuban yang diagendakan setiap tahun ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang media pada masyarakat. Untuk itu, perencanaan komunikasi organisasi dalam kegiatan literasi media memang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Jika sebuah organisasi tidak mempunyai strategi komunikasi maka tujuan organisasi itu tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya *planning*. Tentu dalam organisasi dibutuhkan perencanaan yang dilakukan untuk mencapai tujuan.

1. Perencanaan komunikasi organisasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (Surabaya) untuk literasi media pada masyarakat Surabaya.

Dalam setiap organisasi memiliki strategi untuk mencapai tujuan. Tujuan tersebut disepakati oleh seluruh anggota organisasi. Dengan begitu, organisasi Dalam organisasi pasti memiliki perencanaan atau *planning* untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam suatu perencanaan pasti ada tujuan seperti yang di ungkapkan ketua IMIKI berikut :

> "Secara garis besar tujuan diadakannya literasi media agar masyarakat melek media, dan juga melindungi anaknya dari tayangan-tayangan yang bermuatan negatif. di IMIKI sendiri masih fokus pada literasi media berkenaan dengan broadcaster yaitu televisi, karena kita mengingat televisi ini salahsatu media yang sangat berbahaya karena mayoritas masyarakat kalangan menengah masih banyak yang melihat televisi tanpa terkecuali, untuk masyarakat kalangan atas sudah menggunakan televisi kabel. Jadi target kita anak kecil dan sebagainya yang berpengaruh oleh namanya televisi. Karena televisi banyak yang menggunkan dan sasarannya luas. Notabene sekarang kita bisa melihat kualitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tayangan televisi seperti apa. Dampaknya adalah anak muda, kalau kita ngomong generasi bangsa anak muda penerus kita."[42]

Berdasarkan pernyataan dari ketua IMIKI tersebut, bahwa IMIKI peduli dengan nasib anak bangsa kedepannya yang sudah terpengaruh dengan media khususnya media televisi. Tujuan mereka mengadakan literasi media guna untuk membantu masyarakat untuk memahami media secara lebih dalam. Seperti halnya yang diungkapkan oleh bendahara IMIKI berikut ini:

> "Saat ini masih ada masyarakat yang kurang memahami tentang media, dan belum bisa menjadi pengguna yang bijak dalam menggunakan media. Makanya tidak heran saat ini banyak tayangan yang kurang mendidik yang anak-anak dan orang tua menonton dengan tidak mempedulikan dampaknya. Untuk itu perlu kita sosialisasikan kepada masyarakat tentang media dengan literasi media yang IMIKI lakukan diharapkan masyarakat bisa cerdas dalam bermedia dan meningkatkan pemahamannnya mengenai media."[43]

Hal yang sama diungkapkan oleh sekretaris IMIKI berikut :

> "Karena agar masyarakat bisa paham tentang media dan bisa mengetahui bahaya dari media. Dengan begitu kita bisa membuat masyarakat cerdas dalam bermedia. Tidak hanya sekedar tahu tapi tidak bisa menggunakan media tersebut dengan benar."[44]

Dari kutipan wawancara diatas bahwa kegiatan literasi media sangat dibutuhkan untuk masyarakat saat ini. Baik itu media TV ataupun media intenet. Saat ini masyarakat perlu adanya pemahaman dari pihak-pihak yang memahami tentang media. penjelasan diatas didukung dengan rencana IMIKI untuk kedepannya untuk kegiatan literasi media. seperti yang diungkapkan oleh Ketua IMIKI berikut ini :

> "Kedepannya literasi media bakal program kerjanya lebih dekat. Kita akan ada program di SD, ada kampung binaan dan sebagainya. Jadi nanti sekitar satu minggu sekali kita akan masuk ke SD ya semacam ekstrakurikuler lah. Kemudian di masyarakat

[42] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 10.35
[43] Hasil wawancara dengan informan Fiyah tanggal 20 Juni 2016 pukul 10.04
[44] Hasil wawancara dengan informan Erni tanggal 12 Juni 2016 pukul 15.30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> sebulan sekali pertemuan. Itu akan kita canangkan, tapi sekarang kita masih proses pembuatan pengkajian apa bisa atau tidak..”[45]

Dari ulasan yang diungkapkan oleh ketua IMIKI tersebut, bisa disimpulkan bahwa IMIKI memiliki program dengan jangka waktu yang banyak. Program tersebut masih menjadi uji coba. Karena program yang dulu masih dilakukan satu tahun sekali, dengan rencana program yang dilakukan seminggu sekali ini diharapkan bisa meningkatkan pemahaman media kepada para orang tua dan anak. Hal itu senada dengan yang diutarakan oleh bendahara IMIKI berikut ini :

> “Kemarin IMIKI membuat literasi media, ya itu bahas perkembangan media, teknologi, gimana kita menghadapi media kedepannya. Jadi kita langsung terjun ke masyarakat. Kayak di bungkul kemarin kayak orasi gitu trus bawa panflet-panflet tentang teknologi. Jadi kita menyampaikan opini kita tentang teknologi. Untuk kedepannya literasi media yang diilakukan IMIKI akan dilakukan dengan cara lebih dekat dengan agenda rutinitas satu bulan sekali atau hingga satu minggu sekali akan melakukan sosialisasi literasi media di sekolah-sekolah dan kampung kampung. Kita juga mengadakan forum dan seminar di kampung-kampung yang kita datangi untuk literasi media.”[46]

Berdasarkan penelitian di lapangan, bahwa IMIKI meningkatkan program yang dilakukan dengan sosialisasi yang dilakukan selama satu bulan sekali atau satu minggu sekali di sekolah-sekolah dan di kampung-kampung yang dipilih oleh IMIKI. untuk itu, IMIKI memiliki kriteria untuk sasaran yang perlu untuk diadakannya sosialisasi literasi media Seperti yang diungkapkan oleh Ketua IMIKI :

> “Target kita masyarakat menengah dan masyarakat menengah bawah pendidikannya yang masih dibawah perguruan tinggi dengan kecondongan tadi mempunyai anak, ada beberapa kalangan yang pertama tentu anak kecil rentan usia SD sampai SMP, kemudian anak muda rentan usia SMA sampai dengan Mahasiswa, kemudian orang tua. Orang tua yang khususnya mereka mempunyai anak.”[47]

---

[45] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 10.39
[46] Hasil wawancara dengan informan Fiyah tanggal 20 Juni 2016 pukul 10.08
[47] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 10.45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan pernyataan yang diutarakan oleh ketua IMIKI, bahwa sasaran literasi media IMIKI adalah masyarakat menegah dan masyarakat bawah dengan beberapa kalangan mulai dari usia SD sampai SMP, Usia SMA sampai mahasiswa dan para orang tua. Seperti yang dikatakan divisi humas :

> "Kalau ngomong targetnya kita bagi dua mbak, masyarakat menengah sama masyarakat bawah. Tapi untuk sosialisainya pada masyarakat ada beberapa orang tua, anak-anak, remaja. Karena mereka cenderung yang sering menggunakan media televisi sebagai hiburan sehingga berdampak pada anak-anak mereka."[48]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa sosialisasi literasi media yang dilakukan IMIKI condong ke masyarakat menengah dan bawah karena mereka yang sering menggunakan media televisi untuk sekedar hiburan tanpa mengetahui dampak negatif dari media. untuk itu, IMIKI mengerahkan seluruh anggotanya untuk mensosialisasikan literasi media kepada masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh bendahara berikut ini :

> "Penyuluhan literasi media yang dilakukan IMIKI semua anggota IMIKI menjadi aktornya. Dalam arti semua anggota yang sudah dibekali dengan pengetahuan tentang media akan menyampaikan kepada masyarakat secara langsung."[49]

Senada dengan pernyataan dari devisi Humas berikut ini :

> "Kita mensosialisasikannya seluruh anggota IMIKI, jadi kita semua yang berperan dalam kegiatan literasi media ini. Dengan kerjasama dengan KPID Jatim."[50]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa organisasi membutuhkan kerjasama dengan pemerintah untuk mencapai tujuannya dalam literasi media. Seperti yang diungkapkan Ketua IMIKI, bahwa :

> "Kalau pemerintah kita fokus pada penyiaran, seperti kita bekerjasama dengan pihak KPID. Dimana kita ikut membantu mengawasi media, media dalam hal ini media broadcast. Televisi dan sebagainya. Makanya sering setiap 1 bulan sekali yang

[48] Hasil wawancara dengan informan Adit tanggal 09 Juni 2016 pukul 20.10
[49] Hasil wawancara dengan informan Fiyah tanggal 20 Juni 2016 pukul 10.15
[50] Hasil wawancara dengan informan Adit tanggal 09 Juni 2016 pukul 20.13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

namanya event melek media. Itu juga dalam rangka kita ingin mengajak masyarakat untuk sadar terhadap media sekaligus kita mendukung KPID sekaligus sebagai lembaga independen pemerintah dalam mengevaluasi dan ibaratnya itu memantau kinerja media seperti apa. Selain itu juga kita kontribusi ke pemerintahan. Kontribusi kita lebih kepada memberi masukan lebih ke arah dunia broadcasting media sekarang sangat berpengerauh bagi anak di masa depan. Jika tv tidak di awasi maka akan jadi apa masa depan nanti. Makanya organisasi atau mahasiswa ilmu komunikasi harus ikut serta di dalamnya untuk memantau kinerja tadi, mengevaluasi, memberikan saran masukan kayak gitu."[51]

Seperti yang dijelaskan pernyataan diatas, bahwa dalam organisasi IMIKI sudah menjalin kerjasama dengan pihak pemerintah untuk mengawasi konten-konten yang kurang baik. Untuk itu masyarakat saat ini harus bisa menjadi masyarakat yang cerdas dalam bermedia. Senada dengan pernyataan dari devisi Humas IMIKI berikut ini:

"Kalau bicara pemerintah sebenernya kita sudah ada kerjasama dengan pihak KPID dimana kita juga memantau konten-konten dari penyiaran di TV yang mungkin menyimpang dari fungsinya. Yang seharusnya untuk menambah informasi dan juga pengetahuan dan pendidikan. Saat ini kan tontonan di tv cenderung hiburan. Dan kurang menyiarkan tentang pendidikan."[52]

Dari ulasan yang diungkapkan oleh devisi Humas diatas bahwa kegiatan literasi media yang dilakukan oleh IMIKI juga membutuhkan dukungan dan kerjasama dari pihak pemerintah untuk memperlancar jalannya kegiatan literasi media tersebut. Pihak pemerintah yang berwenang tentang penyiaran media televisi. Dengan begitu masyarakat bisa percaya akan sosialisasi literasi media yang dilakukan oleh IMIKI. tidak hanya itu, IMIKI juga menggunakan media untuk membantu jalannya kegiatan literasi media. Agar masyarakat lebih mudah memahami tentang media. Seperti yang diutarakan oleh Bendahara berikut ini :

"Kita membuat tulisan, brosur, panflet ketika terjun ke masyarakat seperti literasi media dan melek media. Dengan adanya

[51] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 10.48
[52] Hasil wawancara dengan informan Adit tanggal 09 Juni 2016 pukul 20.16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> event tersebut masyarakat bisa cerdas dalam bermedia. Kita biasanya secara langsung ke masyarakat dengan memberikan brosur-brosur dan menjelaskannya."[53]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa media yang digunakan oleh IMIKI dengan komunikasi tatap muka dan juga media brosur dan panflet untuk lebih mempermudah penjelasan ke masyarakat. Senada dengan yang diutarakan oleh devisi Humas berikut ini :

> "Kalau untuk medianya kita memberikan brosur dan menjelaskan langsung ke masyarakatnya. Ataujuga kita membuat panflet. Seperti melek media yang dilakukan di taman bungkul. Kita berorasi tentang perkembangan media dan juga bahayanya. Agar masyarakat bisa cerdas dalam menggunakan media."[54]

Dengan media brosur diharapkan masyarakat bisa lebih memahami media secara mudah dan bisa dimengerti. Masyarakat juga diberikan penyampaian dengan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami masyarakat. Berikutnya, pengorganisasian dalam sosilaisasi literasi media yang dilakukan IMIKI. Dengan pengorganisasian yang terperinci maka sosialisasi literasi media akan berjalan dengan efektif. Dengan menentukan diadakannya literasi media yang disepakati oleh pihak IMIKI dan juga masyarakat. Berikut kutipan wawancara dari Ketua IMIKI :

> "Kalau di SMST pada bulan Mei sampai Juli, program kita jalannya literasi media, tapi kedepannya akan menjadi program rutinitas. Dalam arti rutinitas ini program setiap minggu. Lha ini masih dibuat modul, masih proses kecil lha untuk kepengurusan selanjutnya menjadi program wajib yang nanti masuk ke sekolah-sekolah ataupun masyarakat. Jadi ada semacam kampung binaan, kemudian ada SD literasi dan sebagainya. Itu semua masih dalam proses perencanaan dan uji coba. Mungkin di tahun 2017 sudah berjalan.."[55]

Senada dengan yang diutarakan oleh devisi Humas IMIKI berikut ini :

> "Karena program dan kegiatan kita banyak tentu kita sudah membuat jadwal khusus untuk kegiatan sosialisasi literasi media

[53] Hasil wawancara dengan informan Fiyah tanggal 20 Juni 2016 pukul 10.20
[54] Hasil wawancara dengan informan Adit tanggal 09 Juni 2016 pukul 20.20
[55] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 11.05

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> ini. Karena literasi media ini merupkan kegiatan wajib setahun sekali dan menjadi agenda tahunan. Diadakan sekitar bulan Mei atau Juli."[56]

Berdasarkan pernyataan yang diutarakan oleh Ketua dan Humas IMIKI diatas, dapat disimpulkan bahwa literasi media yang dilakukan IMIKI sudah terjadwal dalam program kerja tahunan yang dilakukan dalam satu tahun. IMIKI juga berencana untuk melakukan literasi media dengan rutin satu bulan sekali hingga setiap minggu sekali, dengan masuk kesekolah-sekolah atau ke masyarakat.

Berikutnya, pengorganisasian dalam organisasi IMIKI untuk literasi media. Pengorganisasian yang ada didalam organisasi IMIKI dengan melakukan forum tentang media. Agar ketika terjun ke masyarakat untuk literasi media, mereka siap untuk memberikan informasi dan menyampaikan informasi tentang media, sehingga masyarakat bisa memahami dengan mudah dan bisa dipraktekkan dalam kehudpan sehari-hari masyarakat. Seperti yang diutarakan oleh wakil ketua IMIKI berikut :

> "Biasanya kita sosialisasi itu jelas seluruh anggota IMIKI yang aktif dan biasanya anggotanya dibekali dulu pengetahuan tentang media baru bisa terjun langsung kepada masyarakat. Ketua yang mengkoordinasi biasanya.."[57]

Berdasarkan ulasan yang diungkapkan oleh wakil ketua IMIKI diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh anggota IMIKI dibekali dengan pengetahuan terlebih dahulu sebelum terjun langsung ke masyarakat. Dengan begitu, IMIKI bisa siap untuk melakukan sosialisasi literasi media dengan bahan yang sudah mereka pelajari dan mereka pahami. Senada dengan yang diungkapkan oleh bendahara IMIKI berikut ini :

> "Penyuluhan literasi media yang dilakukan IMIKI semua anggota IMIKI menjadi aktornya. Dalam arti semua anggota yang sudah dibekali dengan pengetahuan tentang media akan menyampaikan kepada masyarakat secara langsung."[58]

---

[56] Hasil wawancara dengan informan Adit tanggal 09 Juni 2016 pukul 20.24
[57] Hasil wawancara dengan informan Arif tanggal 15 Juni 2016 pukul 13.04
[58] Hasil wawancara dengan informan Fiyah tanggal 20 Juni 2016 pukul 10.22

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa IMIKI memiliki kesiapan menjadi komunikator dalam sebuah sosialisasi literasi media pada masyarakat. Berikutnya, mekanisme yang dilakukan kepada masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh ketua IMIKI berikut ini :

> "Kalau di masyarakat kita melakukan perijinan ke ketua rt kemudian ketua rw, dari satu mereka akan membantu kita untuk data warga yang ada di daerah tersebut, kemudian jumlah kepala keluarga ada berapa agar semua bisa kita datangi. Kita ijinnya ke masyarakatnya dulu, kalau untuk sosialisasi ke masyarakat. Sedangkan kalau litearsi secara umum, misalkan ke taman bungkul ke daerah-daerah umumlah. Perijinan kita beda lagi, kalau itu kita ijin ke tingkat dinas. Kalau ke jalan raya ya ijin ke polrestabes Surabaya. Kita juga menbedakan kelas tadi, masyarakat kalangan menegah, kalangan bawah, kalangan atas, kemudian tataran tingkat SD SMP SMA, karna target kita sementara kalangan masyarakat bawah dan menegah kemudian anak SD SMP kayak gitu. Kita saat sosialisasi menggunakan bahasa-bahasa yang mudah dimengerti."[59]

Senada dengan yang diutarakan oleh devisi Humas IMIKI yang mana:

> "Untuk mekanismenya sosialisasi ke masyarakat dengan perijinan dari ketua rt dan rw wilaya yang kita pilih untuk diadakannya literasi media. setelah itu baru kita terjun langsung ke masing-masing kepala keluarga dengan membagi anggota IMIKI menjadi satu kelompok 2 anggota. Setelah itu berpencar ke masyarakat sesuai data KK dari ketua rt."[60]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh sekretaris IMIKI berikut :

> "Biasanya kita buat diskusi dulu dengan seluruh anggota IMIKI sebelum literasi media mbakk.. untuk memilih wilayah yang akan kita kungjungi untuk sosialisasi literasi media. setelah itu yaa kita ijin ke ketua rt setempat dan juga ijin kepada masyarakatnya. biar enggak kaget masyarakatnya kalau ada literasi media mbak.. baru kita tentukan kapan terjun langsung kemasyarakat."[61]

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam sosialisasi literasi media yang dilakukan IMIKI dibutuhkan perijinan terlebih dahulu ke pihak-pihak terkait. IMIKI melakukan

[59] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 11.10
[60] Hasil wawancara dengan informan Adit tanggal 09 Juni 2016 pukul 20.23
[61] Hasil wawancara dengan informan Erni tanggal 12 Juni 2016 pukul 15.35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perijinan kepada ketua Rt dan Rw baru ijin kepada masyarakat apa masyarakat mau menerima sosialisasi literasi media, baru IMIKI melakukan sosialisasi literasi media kepada masyarakat sesuai data yang diterima IMIKI dari ketua Rt. IMIKI juga melakukan kegiatan literasi media ditingkat umum. Untuk itu, dibutuhkan juga perijinan dari pihak terkait.

Berikutnya pengawasan sangat dibutuhkan dalam suatu strategi komunikasi. Agar organisasi bisa memantau masyarakat kedepannya dalam bermedia. Seperti yang diungkapkan oleh Ketua IMIKI berikut ini :

> "Biasanya kita melakukan pemetaan, masalahnya apakah daerah ini sudah didatangi ketika sosialisasi. Kita akan ambil sampelnya dari beberapa rumah saja, tidak menyeluruh ke semuanya. Lalu kita minta nomer dari mereka, jadi kita minta dat nomer telepon mereka. Dan nomer mereka kita hubungi entah telepon atau sms. Kita mengingatkan lagi tentang literasi media seperti itu."[62]

Senada dengan yang diutarakan oleh Humas IMIKI berikut ini :

> "Untuk pengawasannya biasanya kita meminta kontak dari mereka untuk kita hubungi setelah beberapa bulan kita sosialisasi untuk mengontrol apakah mereka sudah biisa memilah konten-konten media yang kualitasnya baik atau tidak. Kita juga meninggalkan kontak dari pihak KPID agar mereka bisa mengadukan konten media yang tidak layak di tampilkan."[63]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh sekretaris IMIKI berikut :

> "Selain kita melakukan sosialisasi kita juga memantau masyarakat apakah program yang kami lakukan berhasil atau tidak dengan menghubungi mereka ataupun mereka dapat menghubungi kami jika mereka bingung tentang konten media."[64]

Berdasarkan beberapa ulasan diatas, bahwa pengawasan yang dilakukan IMIKI dengan cara memberikan kontak dari pihak pemerintah agar masyarakat bisa melakukan pengaduan jika ada media yang tidak layak dikonsumsi. Mereka juga meminta kontak dari masyarakat agar bisa memantau masyarakat setelah diadakannya sosialisasi literasi media. Agar

[62] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 11.18
[63] Hasil wawancara dengan informan Adit tanggal 09 Juni 2016 pukul 20.27
[64] Hasil wawancara dengan informan Erni tanggal 12 Juni 2016 pukul 15.44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

IMIKI mengetahui apakah ada perubahan dari masyarakat setelah adanya sosialisasi literasi media.

2. Aktivitas yang dilakukan organisasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (Surabaya) untuk literasi media pada masyarakat Surabaya.

Dalam kegiatan literasi media yang dilakukan organisasi IMIKI merupakan agenda rutin wajib tahunan yang ada dalam program kerja IMIKI. untuk itu, aktivitas literasi media ini dibuat secara terperinci apa saja yang akan dilakukan IMIKI dalam literasi media pada masyarakat. Ada beberapa aktivitas literasi media yang dilakukan oleh IMIKI yaitu sosialisasi di kampung dan juga di tempat umum. Seperti yang diungkapkan oleh Bendahara IMIKI berikut ini :

> "Biasanya kita sih sosialisasi ke masyarakat jadi ke kampung kampung, terus kita juga terjun ke jalan raya kayak orasi gitu.. pernah itu di taman Bungkul sosialisasi ke masyarakat yang lewat. Bagi-bagi brosur terus jelasin ke mereka."[65]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa organisasi IMIKI melakukan literasi media dengan cara sosialisasi. Dimana dengan sosialisasi diharapkan adanya *feedback* dari masyarakat. Dengan begitu komunikasi yang dilakukan dengan dua arah dan komunikasi tersebut bisa berjalan efektif. Wakil ketua IMIKI pun menambahkan mengenai sosialisasi yang dilakukan IMIKI berikut ini :

> "Kita lakuin sosialisasi ke masyarakat awam mbak.. jadi agenda kita ada dua. Pertama sosialisasi ke kampung-kampung di Surabaya, terus yang kedua itu kita sosialisasi ke tempat umum di jalan raya . yang jadi langganan kita buat literasi media itu taman Bungkul. Jadi kita buat poster sama Banner trus kita orasi. Kita bagiin brosur juga kita jelasin dampak dari media kayak gitu."[66]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh sekretaris IMIKI berikut :

> "Untuk aktivitasnya kita yaa jelas sosialisasi yaa.. tapi ada dua. Yang pertama sosialisasi ke masyarakat di kampung-

[65] Hasil wawancara dengan informan Fiyah tanggal 20 Juni 2016 pukul 10.25
[66] Hasil wawancara dengan informan Arif tanggal 15 Juni 2016 pukul 13.07

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> kampung. Yang kedua kita sosialisasi di jalan raya yang biasanya kita sebut melek media. jadi kayak tempat-tempat umum gitu. Kita juga buat forum diskusi setelah sosialisasi literasi media di kampung-kampung jadi masyarakat yang telah kita datangi satu-persatu itu dikumpulkan agar mereka bisa lebih mengingat dan memahami gitu."[67]

Dari kedua pernyataan tersebut, bahwa IMIKI melakukan kegiatan literasi media dengan sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan IMIKI dibagi menjadi 2 yaitu sosialisasi di kampung-kampung yang merupakan masyarakat awam dengan media. Kedua, sosialisasi yang disebut dengan agenda melek media. Sosialisasi dilakukan ditempat-tempat umum yang biasanya masyarakat kunjungi dengan cara orasi dan membagikan brosur tentang media. mereka juga mengadakan forum diskusi setelah dilakukannya kegiatan literasi media.

Untuk melancarkan hal tersebut dibutuhkan dua hal yaitu mulai dari materi yang disampaikan oleh IMIKI, dan interaksi dengan masyarakat. Pertama, materi yang disampaikan kepada masyarakat, agar masyarakat bisa memahami sosialisasi literasi media. seperti yang diungkapkan oleh wakil ketua IMIKI berikut ini :

> "Materi yang kita berikan yaa seperti yang saya katakan tadi. Pertama kita menjelaskan media tentang media, fungsi media, dampaknya , lalu kita menjelaskan konten media yang layak untuk ditonton, selanjutnya sesi tanya jawab, terakhir kita memberikan kontak dari KPID untuk pengaduan mengenai media. ya sekiranya materi yang kita sampaikan uitu berhubungan dengan media. tapi biasanya tergantung tema setiap tahun. Seperti media intenet atau televisi seperti itu.."[68]

Berdasarkan ulasan diatas, bahwa pesan yang disampaikan IMIKI kepada masyarakat dalam sosialisasi literasi media memiliki materi yang disampaikan setiap tahunnya yang disesuaikan dengan tema. Senada dengan yang diutarakan oleh bendahara IMIKI berikut ini:

> "Ketika sosialisasi biasanya kita menyampaikan materi tentang media itu apa, fungsi media itu seperti apa dan dampak dari media apa saja. Dengan begitu diharapkan masyarakat paham

[67] Hasil wawancara dengan informan Erni tanggal 12 Juni 2016 pukul 15.48
[68] Hasil wawancara dengan informan Arif tanggal 15 Juni 2016 pukul 13.12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan media. dan bisa memilih konten media yang baik untuk di tonton."[69]

Sekretaris IMIKI pun menambahkan demikian :

"Kita memberi tahu kepada masyarakat konten – konten media apa saja yang benar dan sesuai dengan porsinya untuk di konsumsi masyarakat tidak lupa kita juga menginfokan konten media yang layak untuk anak – anak mereka agar mereka yang masih dibawah umur tidak terlalu jauh menerima tayangan di media yang mereka lihat."[70]

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas, materi yang disampaikan oleh IMIKI diharapkan bisa dipahami masyarakat dengan baik. Dan masyarakat bisa memahami dampak dari media dan bisa mengawasi anak-anaknya dalam menggunakan media.

Berikutnya adalah interaksi dengan masyarakat. Sosialisasi literasi media yang dilakukan IMIKI merupakan interaksi antara IMIKI dan masyarakat agar ada *feedback*, dengan begitu komunikasi antara IMIKI dan masyarakat bisa efektif. Komunikasi yang dilakukan IMIKI dalam literasi media akan mendapat tanggapan dari masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Ketua IMIKI berikut ini :

"Beragam ada yang suka ada yang biasa saja ada yang tidak suka karna memang kembali lagi ke kualitas pendidikan mereka. Ketika mereka yang sudah paham, mereka welcome, mereka ke anak-anaknya bakal menjaga baik-baik tentang tontonan tadi. Setelah mereka mendapatkan wacana tentang literasi media tadi. Tapi beda lagi ketika orang tuanya tidak paham atau dia hanya lulusan SD SMP yang notabene mereka menganggap televisi sebagai hiburan semata. Otomatis menjadi pembiaran bagi anaknya tidak ada pendampingan terus mereka membiaran tanpa ada pembekalan. Terus ada lagii masyarakat yang menganggap biasa.."[71]

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat menerima pesan yang disampaikan IMIKI dengan berbagai tanggapan. Dalam hal ini, ada hambatan dalam komunikasi ketika pesan yang

[69] Hasil wawancara dengan informan Fiyah tanggal 20 Juni 2016 pukul 10.22
[70] Hasil wawancara dengan informan Erni tanggal 12 Juni 2016 pukul 15.40
[71] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 11.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disampaikan tidak dipahami masyarakat karena tingkat pendidikannya. Untuk itu, IMIKI berusaha menyampaikan pesan tentang media dengan bahasa yang mereka pahami. Sesuai dengan kondisi lingkungan masyarakat yang dilakukan literasi media.

Berikutnya aktivitas yang dilakukan IMIKI pada masyarakat dalam literasi media. Dimana IMIKI terjun langsung kepada masyarakat dengan berbagai hal yang dilakukan seperti yang diutarakan oleh Devisi Humas IMIKI berikut ini :

> "Kita membagi anggota IMIKI menjadi satu kelompok dua orang. Lalu kita dikoordinasikan oleh ketua untuk terjun ke masyarakat sesuai dengan pembagian wilayah yang ada dalam data yang diberikan oleh ketua Rt setempat. Setelah itu, kita menjelaskan materi yang sudah kita siapkan kepada masyarakat. Biasanya masyarakat itu tanya-tanya bagaimana sih dampak media. jadi kita dengan masyarakat saling berinteraksi. Setidaknya kita melakukan sosialisasi ini dengan cara yang masyarakat biasa lakukan. Agar masyarakat itu tidak tegang. Biasanya terakhir kita minta kontak dari masyarakat setelah itu kita juga memberikan kontak dari pihak KPID.."[72]

Aktivitas komunikasi yang dilakukan IMIKI dilakukan dengan sistematis. Dengan meminta data dari pihak terkait untuk memudahkan anggota IMIKI dalam literasi media tersebut. Tidak hanya itu, dengan adanya sesi tanya jawab menunjukkan adanya *feedback* dari masyarakat. Dengan begitu, komunikasi yang dilakukan oleh IMIKI berjalan efektif.

3. Evaluasi yang dilakukan organisasi Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (Surabaya) untuk literasi media pada masyarakat Surabaya.

Dalam setiap program yang dilakukan suatu organisasi dibutuhkan adanya evaluasi. Evaluasi sangat penting karena untuk mengetahui apakah rencana yang dibuat sudah mencapai tujuan atau belum dan evaluasi juga untuk merencanakan program yang akan dilakukan kedepannya. Untuk itu, kita harus mengetahui faktor yang mendukung kegiatan literasi media. Seperti yang diutarakan oleh wakil ketua IMIKI berikut ini :

[72] Hasil wawancara dengan informan Adit tanggal 09 Juni 2016 pukul 20.26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Untuk literasi media sih tentunya faktor pendukungnyya semangat dari masyarakat ya mbak.. terus jalannya sosialisasi ini juga didukung oleh pihak pemerintah jadi masyarakat bisa percaya akan sosialisasi yang kita berikan."[73]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh bendahara IMIKI :

> "Kita bekerjasama sama dengan pihak KPID Jatim dalam melakukan literasi media. jadi dengan pihak pemerintah, literasi media yang kita lakukan bisa berjalan lancar dan masyarakat bisa percaya dengan sosialisasi yang kita berikan.."[74]

Dari kedua pernyataan diatas terdapat dua faktor pendukung jalannya literasi media yaitu masyarakat dan pemerintah. Pertama, masyarakat yang semangat dan percaya akan penjelasan yang diberikan oleh IMIKI dengan bekerjasama dengan pihak pemerintah. Kedua, pemerintah yang ikut andil dalam kegiatan literasi media yang dilakukan IMIKI membuat kegiatan literasi media ini menjadi agenda tahunan dan membuat masyrakat mengetahui bagaimana cara pengaduan mengenai media kepada pemerintah.

Kedua, kita harus mengetahui faktor yang menghambat kegiatan literasi media yang dilakukan oleh IMIKI. seperti yang diutarakan oleh ketua IMIKI berikut ini :

> "Hampir sama ya faktor pendidikan dan faktor lingkungan tapi yang menghambat dalam pendidikan kayak lulusan SD SMP itu yang bisa menghambat. Kemudian faktor lingkungan yang masyarakatnya tidak ramah, otomatis kita akan sulit untuk mensosialisasikan setiap rumah."[75]

Sekretaris pun menambahkan hal demikian :

> "Dalam berkomunikasi tidak bisa dipungkiri ya ada saja hambatannya mbak.. kayak masyarakat yang punya sikap keras itu biasanya cenderung tidak mau tau dengan sosialisasi literasi media yang kita adakan. Ada juga faktor pendidikan dari masyarakat pun bisa menghambat jalannya sosialisasi mbak.. yang terakhir media itu sendiri yang menghambat. Karena kita sudah lakukan literasi

[73] Hasil wawancara dengan informan Arif tanggal 15 Juni 2016 pukul 13.17
[74] Hasil wawancara dengan informan Fiyah tanggal 20 Juni 2016 pukul 10.26
[75] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 11.18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media tapi percuma saja media saja masih ada yang menyangkan konten yang tidak layak ditonton."[76]

Dari kedua pernyataan tersebut, bahwa faktor yang menghambat kegiatan literasi media ada 3 yaitu faktor pendidikan, faktor lingkungan dan media. Pertama, faktor pendidikan masyarakat yang berpendidikan SD sampai SMP mempersulit kegiatan literasi media karena pemahaman mereka tentang media sangat sedikit. Kedua faktor lingkungan masyarakatnya, jika masyarakat keras itu sangat mempersulit jalannya sosialisasi literasi media. faktor yang terakhir, media itu sendiri yang memuat konten-konten yang tidak layak. Hal tersebut akan merugikan kegiatan literasi media karena pasti masyarakat akan lupa dengan sosialisasi yang diberikan oleh IMIKI dengan terpaan media yang setiap hari digunakan. Utnuk itu, organisasi IMIKI melakukan evaluasi untuk jalannya kegiatan literasi media kedepannya yang lebih baik. Seperti yang diungkapkan oleh ketua IMIKI berikut ini :

"Dari mulai dicetuskannya literasi media dalam program agenda tahunan IMIKI ini kita memang merasa ini kegiatan yang sulit. Karena masyarakat belum sepenuhnya memahami media setelah diadakannya literasi media. Apalagi dari media sendiri masih ada konten yang tidak layak. Jadi kita dari IMIKI merasa butuh waktu yang tidak setahun sekali tapi kalau bisa yaa satu minggu sekali atau dua minggu sekali kita menagadakan sosialisasi literasi media di masyarakat. Kita juga ingin melakaukan kegiatan literasi media itu di sekolah-sekolah yang setiap minggunya ada. . seperti itu mbakk.."[77]

Hal yang sama juga diutarakan oleh devisi Humas IMIKI berikut ini :

"Dari tahun ketahun kita melihat masyarakat yang telah kita kunjungi untuk literasi media itu masih belum memahami media secara mendalam. Jadi untuk kedepannya kita akan berusaha menambah waktu literasi media menjadi agenda rutinan. Maksudnya agenda rutinan disini bukan tahunan lagi tapi bulanan hingga mingguan. Tidak hanya itu kita juga ingin mengundang pihak pemerintah untuk mencapaikan materi kepada masyarakat. Agar masyarakat itu bisa benar-benar menggunakan kegiatan

[76] Hasil wawancara dengan informan Erni tanggal 12 Juni 2016 pukul 15.40
[77] Hasil wawancara dengan informan Marga tanggal 06 Juni 2016 pukul 11.22

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

literasi media ini dengan rasa percaya dan rasa ingin tau yang tinggi.. dengan begitu kita berharap masyarakat bisa meningkatkan pemahaman mereka tentang media..”[78]

Sekretaris IMIKI pun menambahkan hal demikian :

“Untuk saat ini kita merasa belum merasa puas ya mbakk.. dalam arti gini, kita mengadakan literasi media tapi media itu sendiri masih menayangkan konten-konten yang tidak layak. . sedangkan masyarakat sudah kecanduan dengan media. jadi kita cukup sulit kalau tidak menggandeng media itu sendiri. Memang dari awal diadakannya literasi media kita sudah bekerjasama dengan pihak pemerintah, tapi itu belum cukup untuk meningkatkan pemahaman masyarakat akan media. untuk itu, kita kedepannya berencana untuk bekerjasama dengan media-media mulai dari televisi, radio, hingga online.. jadi untuk penerus bangsa bisa cerdas dalam bermedia mbak..”[79]

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas, organisasi IMIKI merasa dengan banyaknya kekurangan dalam kegiatan literasi media di setiap tahunnya, organisasi memiliki evaluasi untuk rencana kedepannya dalam literasi media. IMIKI berencana akan melakukan agenda tahunan literasi media ini menjadi agenda rutinan, dengan hal ini diharapkan masyarakat dan IMIKI serta pemerintah bisa memantau media. Dengan rencana agenda rutinan ini dilakukan dengan jangka waktu satu bulan sekali sampai dengan satu minggu sekali. mereka juga berencana melakukan literasi media di lingkungan sekolah-sekolah dengan menjadikan literasi media menjadi pelajaran tambahan yang wajib diikuti murid-murid. Mereka juga berencana ingin menggandeng media, terutama media televisi dan media online. Dengan begitu, komunikasi yang dilakukan oleh IMIKI kepada masyarakat bisa efektif dengan bantuan dan kerjasama dari pihak terkait sperti pihak pemerintah dan pihak media.

[78] Hasil wawancara dengan informan Adit tanggal 09 Juni 2016 pukul 20.30
[79] Hasil wawancara dengan informan Erni tanggal 12 Juni 2016 pukul 15.44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id