



LITERASI MEDIA & INFORMASI dan **CITIZENSHIP**



Penulis:

M.C. Ninik Sri Rejeki
Ranggabumi Nuswantoro
Dhyah Ayu Retno Widyastuti
Olivia Lewi Pramesti
Theresia D. Wulandari
Fransisca Anita Herawati
Irene Santika Vidiadari

Editor:

Yohanes Widodo
Mario Antonius Birowo

Prakata:

Mario Antonius Birowo



LITERASI MEDIA & INFORMASI
dan

CITIZENSHIP

Penulis:

MC Ninik Sri Rejeki
Ranggabumi Nuswantoro
Dhyah Ayu Retno Widyastuti
Olivia Lewi Pramesti
Theresia D. Wulandari
Fransisca Anita Herawati
Irene Santika Vidiadari

Editor:

Yohanes Widodo
Mario Antonius Birowo

Prakata:

Mario Antonius Birowo

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2019

LITERASI MEDIA & INFORMASI
dan

CITIZENSHIP

Editor:

Yohanes Widodo

Mario Antonius Birowo

Prakata:

Mario Antonius Birowo

Penulis:

MC Ninik Sri Rejeki

Ranggabumi Nuswantoro

Dhyah Ayu Retno Widyastuti

Olivia Lewi Pramesti

Theresia D. Wulandari

Fransisca Anita Herawati

Irene Santika Vidiadari

Perancang Sampul:

Alexander Beny Pramudyanto

Tata Letak:

Yohanes Widodo

Diterbitkan oleh

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Februari 2019

xii + 80 halaman;

15,5 cm x 23 cm

ISBN: **978-602-50218-3-1**

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 6 Yogyakarta 55281

Sambutan

Jaringan Pegiat Literasi Digital

Novi Kurnia
Koordinator Japelidi

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) adalah komunitas yang sebagian besar terdiri dari akademisi dan pegiat literasi digital yang tersebar di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Komunitas yang mulai beraktivitas pada tahun 2017 ini peduli pada beragam upaya untuk meningkatkan kemampuan literasi digital masyarakat Indonesia. Beragam program literasi digital dilakukan baik secara kolaboratif atau di masing-masing perguruan tinggi untuk mengatasi beragam persoalan masyarakat digital.

Salah satu pekerjaan kolaboratif Japelidi yang dilakukan tahun 2017 adalah penelitian peta gerakan literasi digital di Indonesia. Penelitian yang dikoordinatori oleh Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada (UGM) ini memetakan 342 kegiatan literasi digital dengan melibatkan 56 peneliti dari 26 perguruan tinggi. Salah satu temuan yang menarik dari penelitian ini adalah bahwa ragam yang sering dilakukan dalam kegiatan sosialisasi digital adalah sosialisasi. Sedangkan kelompok sasaran yang paling sering menjadi target beragam gerakan literasi digital adalah kaum muda.

Untuk mendiskusikan hasil penelitian Japelidi sekaligus memetakan berbagai isu terkini terkait literasi digital di Indone-

sia, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) menyelenggarakan Konferensi Nasional Literasi Digital pada tanggal 12 September 2017. Konferensi ini diikuti oleh 30 pemakalah dan 200 peserta. Lebih separuh dari makalah yang disampaikan dalam konferensi ini sudah dan akan diterbitkan di Jurnal Informasi UNY.

Berbeda dengan kegiatan pada tahun 2017 yang memfokuskan pada kegiatan penelitian dan konferensi, pada tahun 2018 Japelidi melakukan program penerbitan serial buku panduan literasi digital. Untuk itu, selain mengadakan serial rapat pra-workshop di Yogyakarta pada tanggal 21 dan 22 Maret 2018, Japelidi menyelenggarakan workshop penulisan pedoman buku literasi digital pada tanggal 27 dan 28 April 2018. Workshop yang dijamu oleh Universitas Lambung Mangkurat (Unlam) ini diikuti oleh 30 peserta dari 13 perguruan tinggi di Indonesia dari 9 kota. Salah satu hasil workshop ini adalah perumusan 23 proposal buku panduan literasi digital yang akan disusun dan diproduksi oleh 23 perguruan tinggi dari 11 kota.

Tujuan dari penerbitan serial buku panduan Japelidi ini adalah menyediakan pustaka yang memadai sekaligus aplikatif sehingga bisa diterapkan secara langsung oleh kelompok sasaran yang dituju. Dengan begitu, buku-buku tersebut bisa dimanfaatkan untuk baik akademisi, pegiat maupun kelompok sasaran kegiatan literasi digital.

Atas terbitnya serial buku panduan literasi digital Japelidi, kami mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas bantuan seluruh pihak yang terlibat. Semoga buku-buku ini berhasil menjadi bagian dari peningkatan kemampuan literasi digital masyarakat Indonesia. []

SAMBUTAN

Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi

Dedy Permadi
Ketua Umum Siberkreasi

Kemajuan teknologi menciptakan disrupsi pada kehidupan sehari-hari, mulai dari otomatisasi yang mengancam ragam mata pencaharian, hingga bagaimana masyarakat mencerna dan mengabarkan informasi. Dewasa ini, lebih dari setengah populasi di Indonesia terhubung Internet. Angka penetrasi Internet makin tinggi dari tahun ke tahun. Eric Schmidt, insinyur dari Google, bahkan memprediksi pada 2020 seluruh manusia di dunia akan *online*.

Sayangnya, kemajuan inovasi digital dan kemudahan mengakses Internet belum diiringi dengan kualitas sumber daya manusia yang memadai. Bak air maupun api, teknologi bisa dilihat sebagai anugerah sekaligus ancaman. Jika tidak dikelola dengan baik dan tidak dimanfaatkan dengan bijaksana, ia bisa jadi sangat berbahaya. Maka dari itu, Seri Buku Literasi Digital hasil kolaborasi para pemangku kepentingan multisektoral ini kami anggap perlu kembali diluncurkan ke publik.

Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi berterima kasih pada para mitra yang tanpa lelah mencurahkan waktu dan tenaga untuk mengedukasi masyarakat. Kedewasaan, kecakapan, dan keamanan dalam menggunakan media digital sangat perlu diperjuangkan. Di balik jutaan kesempatan bagi masyarakat Indonesia pada era transformasi digital, terdapat masalah serius

yang sama banyaknya, mulai dari penyebaran konten negatif, seperti perundungan siber, ujaran kebencian, radikalisme daring, ketergantungan pada gawai, eksploitasi seksual dan pornografi; hingga keterbatasan kompetensi dasar menuju revolusi industri 4.0. Kami percaya bahwa pendidikan adalah pilar paling penting untuk mencegah dan menanggulangi potensi ancaman yang ditimbulkan oleh penyimpangan pemanfaatan teknologi.

Literasi digital telah menjadi keharusan yang mendesak dilakukan dalam skala nasional secara masif, komprehensif, dan sistematis. Presiden Joko Widodo dalam pidato pada Sidang Tahunan MPR RI 2018 secara khusus mendorong institusi pendidikan untuk lekas beradaptasi di era revolusi industri 4.0, salah satunya dengan memantapkan kemampuan literasi digital. Sembari mengawal proses tersebut, Siberkreasi merasa perlu menyatukan pegiat literasi digital dari berbagai disiplin ilmu dan sektor untuk menyediakan sumber ilmu yang berkualitas, mudah dijangkau, serta bebas biaya.

Sasaran literasi digital perlu diperluas, sehingga dalam Seri Buku Literasi Digital kali ini kami dengan bangga mempersembahkan terbitan dari pelbagai kontributor dari bidang keahlian yang majemuk. Tema-tema literasi digital, antara lain: tata kelola digital, pola asuh digital, ekonomi digital, gaya hidup digital, dan kecakapan digital; dapat ditemui untuk dipelajari serta disebarluaskan ke khalayak ramai. Kami harap, para orang tua, siswa, anak-anak, hingga pemerintah daerah, dapat mengambil manfaat penuh dari rangkaian terbitan ini.

Akhir kata, kami ucapkan terima kasih pada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam peluncuran Seri Buku Literasi Digital 2019. Untuk para pembaca, kami sampaikan selamat menjumpai ilmu baru dan jangan segan menjadi duta literasi digital bagi sekitar. []

PRAKATA

Literasi Media dan Informasi dan Citizenship

Mario Antonius Birowo

Peradaban manusia berjalan seiring perkembangan (teknologi) komunikasi. Setiap perkembangan membawa dampaknya sendiri. Demikian pula ketika teknologi digital hadir membawa era baru yang tidak terbayangkan sebelumnya. Kejutan-kejutan bermunculan ketika era digital hadir di masyarakat kita.

Era digital mengubah bagaimana masyarakat menggunakan informasi untuk berbagai kebutuhannya, termasuk dalam berhubungan dengan orang lain di masyarakat. Teknologi memungkinkan informasi sangat mudah diperoleh dan disebarkan oleh setiap individu. Hal ini menyebabkan individu memiliki kekuasaan besar untuk mengelola informasi yang dimilikinya.

Informasi sangat vital bagi setiap individu menentukan sikap dan tindakannya, termasuk terkait dengan fakta bahwa setiap individu hidup dalam relasinya dengan individu lain, di mana akan ada persoalan bersama yang bersinggungan dengan hak dan kewajiban. Karena itu, kemampuan pengelolaan informasi menjadi penting untuk dipelajari agar informasi menjadi alat untuk kesejahteraan manusia.

Mengapa Literasi Media dan Informasi (LMI) terkait dengan *Citizenship*? Setiap peradaban bergantung pada tersedianya pengetahuan yang disebarakan di antara masyarakat. Kualitas pengetahuan masyarakat tidak bisa terlepas dari informasi yang ada, sehingga bagaimana informasi dikomunikasikan dan diakses berperan penting bagi eksistensi suatu masyarakat.

Dalam konteks politik, bangsa Indonesia telah berkomitmen membangun sistem demokrasi yang menghargai setiap hak dan kewajiban individu secara bersamaan. Kita menyadari bahwa pada sistem demokrasi, pengambilan keputusan berdasar informasi yang ada, sehingga bisa dibayangkan jika informasi yang ada berisi data yang tidak benar! Ketika informasi diletakkan dalam konteks demokrasi, maka era digital harus bermanfaat bagi upaya memudahkan partisipasi setiap individu di dalam negara.

Literasi media dan informasi adalah pendidikan seumur hidup (*lifelong education*). LMI memberdayakan masyarakat di setiap langkah kehidupannya, membantu pengembangan dirinya guna mencapai kehidupan yang lebih baik secara sosial dan politik. Karena itu, LMI menjadi kebutuhan dasar di era digital. Dengan kata lain pada dasarnya literasi media dan informasi bertujuan sebagai alat perubahan sosial ke arah yang lebih baik dalam berhubungan dengan dunia media dan informasi digital.

Batasan jenis pendidikan sangat luas, termasuk soal *citizenship* di mana setiap warga negara perlu berpartisipasi dalam persoalan media dan informasi. Warga negara harus memiliki kompetensi (*knowledge, skills and attitudes*) untuk berhubungan dengan media dan informasi. Tujuan utama dari kompetensi di atas adalah mewujudkan warga negara yang partisipatif di dalam persoalan sosial-politik. LMI menawarkan seperangkat kompetensi yang diperlukan bagi warga untuk berhubungan dengan

situasi yang kompleks dari pesan media dan sumber informasi yang tersedia bagi mereka.

Media dikenal secara luas sebagai alat bantu bagi warga negara untuk mengambil keputusan yang berbasis informasi. Dalam konteks ini, informasi menjadi “darah” bagi kehidupan masyarakat dan media adalah urat nadi demokrasi. Karena itu menjaga informasi yang benar serta menjadi media yang bebas merupakan hal yang sangat mendasar. Inilah alasan mengapa literasi media dan informasi sangat penting bagi setiap warga negara.

Berangkat dari kegelisahan di atas, maka buku ini hadir. Buku ini merupakan salah satu produk dari pengembangan materi kuliah serta kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FISIP UAJY). Buku ini ditujukan bagi kelompok remaja, yang secara sengaja dikaitkan dengan persoalan sosial-politik karena sesuai dengan bidang kajian keilmuan FISIP UAJY, khususnya di Prodi Ilmu Komunikasi.

Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UAJY secara khusus memasukkan mata kuliah LMI dalam kurikulum terbaru (2017). Mata kuliah ini hadir berdasarkan pertimbangan bahwa mahasiswa perlu mendekati literasi media dan informasi dengan lebih spesifik agar mereka bisa memahami lebih konkret pentingnya LMI dengan bidang profesi yang mereka geluti. LMI bertujuan untuk membangun *critical thinking* terkait dengan berbagai kasus yang bisa ditemui di masyarakat. Kasus-kasus tersebut antara lain menjadi tema dalam bab-bab di buku panduan ini.

Pendekatan tematik ditujukan untuk kebutuhan khusus, dengan mempertimbangkan berbagai isu yang ada di masyarakat.

Tujuannya membangun kesadaran, *critical thinking* akan peran media di dalam mengkonstruksi pesan-pesan tertentu. Misal soal bias gender di media, mitos kesehatan, bencana, iklan yang merugikan kesehatan, seperti rokok, alkohol, *junk food*, dan lain-lain.

Tematik lebih cocok untuk kelompok *advance* atau usia mahasiswa, di mana mereka 'sudah memiliki' pengetahuan umum dalam literasi media. Tematik juga cocok untuk mempertajam kesadaran profesi tertentu, misal jurnalisme, public relations dan iklan.

Kemungkinan lain yang bisa dipikirkan adalah tematik merupakan bagian dari panduan, di mana tematik berfungsi sebagai contoh kasus atau fokus kegiatan literasi dengan segmen tertentu. Misal ketika literasi untuk ibu-ibu, maka persoalan yang bisa diangkat berupa kesehatan reproduksi, gender, perlindungan perempuan dan anak.

Di atas itu semua, buku ini ditujukan bagi kelompok remaja yang saat ini dikenal sebagai generasi millennial. Penggunaannya dapat dalam bentuk satu paket perkuliahan atau pertematik jika ditujukan untuk keperluan khusus, misalnya LMI dan Politik diberikan untuk pemilih pemula, agar mereka *aware* tentang kemungkinan munculnya hoax dalam proses Pemilu.

Kelebihan buku ini adalah kebaruan cakupan yang memasukkan literasi informasi di dalam konteks literasi media. Umumnya pembahasan hanya berpusat pada literasi media. Mengingat keduanya tidak bisa dipisahkan, maka kami menggunakan konsep literasi media dan informasi seperti usulan UNESCO.

Agar isi buku ini relevan buat remaja, maka kami mengembangkannya berdasar materi yang diberikan di ruang kuliah. Diskusi dari ruang kuliah yang diperoleh oleh para nara sumber

serta kekayaan pengetahuan yang mereka kembangkan, membuat materi buku ini kaya akan ragam perspektif.

Isi Buku

Bab 1: LMI dan Dialog Antarbudaya (Multikulturalisme dan citizenship). Bab ini membahas peran LMI dalam mempromosikan kehidupan multikulturalisme. Indonesia sebagai negara multikultural, tidak terlepas dari isu-isu di media yang berpotensi mengganggu hubungan antar warga negara. Penulis membahas beberapa aspek pokok seperti pengertian multikulturalisme, pentingnya kesadaran multikulturalisme bagi generasi millennial, problem yang muncul di media terkait multikulturalisme, sikap dan tindakan yang perlu dimiliki remaja di dalam penggunaan media untuk mendukung multikulturalisme (terkait potensi media untuk kampanye multikulturalisme).

Bab 2: LMI dan Politik: Pemilu. Bab ini membahas penggunaan media dalam proses pemilu, di mana masing-masing pihak memaksimalkan potensi media untuk mempersuasi calon pemilih dan menyuarakan pandangan politiknya. Persoalan muncul ketika dalam suasana hangat, ada pihak-pihak yang memancing di air yang keruh, menggunakan media secara tidak etis. Mereka menggunakan media untuk menghujat, memanipulasi fakta, menyesatkan informasi dan melontarkan kampanye hitam, juga membuat hoax. Kapasitas dalam LMI membantu para calon pemilih untuk menentukan pilihannya.

Bab 3: LMI dan Gender. Bab ini membahas potensi bias gender di dalam pemberitaan media. Perempuan sering menjadi korban dalam pemberitaan kekerasan dan seksual, di mana perempuan menjadi objek eksploitasi media. Bias gender, seperti bias lainnya, akan memunculkan sikap dan perilaku yang tidak

adil terhadap pihak yang terkena. Karena itu kesadaran untuk terhindar dari bias gender perlu dimiliki oleh remaja.

Bab 4: LMI dan Kebebasan Berekspresi. Kebebasan berekspresi merupakan bagian dari hak asasi manusia. Keberadaan atau eksistensi manusia dapat dijamin dari adanya kebebasan ini karena melalui kebebasan berekspresi, kedaulatannya sebagai manusia akan dihargai. Kebebasan ini ditandai dengan kebebasan mengeluarkan pendapat di muka umum. Bahkan salah satu perwujudannya adalah dasar bagi adanya kebebasan pers.

Bab 5: LMI dan Konglomerasi Media (Etika Media). Demokrasi dapat terjaga jika terdapat pers yang bebas sehingga pers bisa menyuarakan kebenaran, termasuk kontrol terhadap pemegang kekuasaan. Karena posisi penting itu, pers ditempatkan sebagai pilar keempat demokrasi. Tidak mengherankan jika ancaman terhadap kebebasan pers berarti ancaman terhadap demokrasi. Namun kebebasan ini terancam tidak hanya oleh pihak eksternal di perusahaan pers, tetapi juga dari dalam, yaitu dari pemiliknya. Mengingat pemilik berpotensi memengaruhi suara pers, maka dominasi kepemilikan pers (konglomerasi media) dapat dipandang akan mengganggu etika pers sehinggabias dalam penyajian fakta.

Bab 6: LMI dan Iklan. Media swasta hidup dari pemasukan dana iklan. Pada titik ini, godaan muncul untuk menerima iklan tanpa berpikir panjang soal isi pesan iklan. Karena itu iklan bisa mengancam orientasi media untuk melulu ke komersialisme (profit oriented). Sejatinya iklan dapat membantu masyarakat untuk menemukan produk yang dibutuhkannya. Remaja sebagai salah satu kelompok sasaran iklan perlu memiliki kompetensi untuk mencerna isi pesan iklan.

Bab 7: LMI dan Kesehatan. Seiring dengan kemudahan akses ke Internet, informasi tentang kesehatan sangat banyak tersedia. Media merupakan saluran yang penting bagi sosialisasi informasi kesehatan. Literasi media dan informasi dapat membantu masyarakat dalam memperbaiki kondisi kesehatannya. Berbagai informasi kesehatan terentang dari kebutuhan informasi untuk menjaga dan meningkatkan kebugaran, pengetahuan kesehatan reproduksi, hingga ke penyembuhan penyakit-penyakit tertentu. Tidak semua informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan, bahkan beberapa bersifat mitos yang kebenarannya patut dipertanyakan. Adapula misinformasi tentang kesehatan yang dapat membahayakan/memperparah kondisi kesehatan yang bersangkutan.

Buku ini masih banyak kekurangan, namun dengan hadirnya buku ini kami percaya bahwa kami sudah membuka rintisan untuk membangun literasi media dan informasi secara sistematis bersama-sama dengan teman-teman pegiat Literasi Digital di Indonesia (JAPELIDI). Kami sadar bahwa dorongan semangat dari teman-teman penulis, tim editor, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi serta para pegiat maka membuat buku ini terbit.[]

Daftar Isi

Sambutan - Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi)	i
Sambutan - Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi	iii
Prakata: Literasi Media & Informasi dan Citizenship - Mario Antonius Birowo	v
Daftar Isi	xii
Bab 1: LMI dan Dialog Antarbudaya - MC Ninik Sri Rejeki	1
Bab 2: LMI dan Politik: Pemilu - Ranggabumi Nuswantoro	14
Bab 3: LMI dan Gender - Dhyah Ayu Retno Widyastuti	24
Bab 4: LMI dan Konglomerasi Media - Theresia D. Wulandari	33
Bab 5: LMI dan Kebebasan Berekspresi - Olivia Lewi Pramesti	44
Bab 6: LMI dan Iklan - Fransisca Anita Herawati	56
Bab 7: LMI dan Kesehatan - Irene Santika Vidiadari	67
Profil Penulis	76
Profil Editor	80

BAB 1

LMI dan Dialog Antarbudaya

MC Ninik Sri Rejeki

Literasi media dan informasi tentang multikulturalisme dapat dipandang sebagai bagian dari pendidikan multikultural. Orang muda diharapkan memiliki keterampilan komunikasi mindfulness dalam berkomunikasi dengan pihak lain yang berbeda.

Samovar dkk (2010:405) mengemukakan ada dua tujuan penting dalam pendidikan multikultural. Pertama, mengajarkan budaya orang lain tanpa stereotip. Kedua, mengajarkan budaya seseorang tanpa pandangan negatif.

Multikulturalisme dapat dipahami sebagai perspektif yang menjadi kerangka kerja atau kerangka acuan dalam mengakui eksistensi berbagai budaya pada sebuah komunitas atau organisasi. Dalam konteks ini maka pengakuan adanya keragaman budaya di dalam masyarakat atau bangsa yang pluralis seperti Indonesia, menjadi sesuatu yang tidak dapat dikesampingkan.

Orang muda, khususnya pelajar dan mahasiswa, perlu memahami tentang kerangka acuan multikulturalisme dalam komunikasi antarbudaya. Pemahaman ini penting bagi mereka dalam bersosialisasi dengan kelompok sebaya atau *peer group*. Mereka akan bertemu dengan orang-orang lain yang berbeda budaya karena perbedaan bangsa, etnis, ras, dan kelompok sosial.

Peluang generasi milenial untuk berkomunikasi dengan orang yang berbeda budaya makin besar karena tidak terbatas pada interaksi tatap muka, namun juga melalui media baru berbasis teknologi digital, seperti melalui media sosial.

Bagi generasi milenial, peluang untuk bertemu dengan banyak orang dari budaya yang beragam makin besar. Tak jarang interaksi tersebut menimbulkan perselisihan, kesalahpahaman atau *miscommunication*. Sehingga acuan multikulturalisme untuk berkomunikasi secara kompeten makin diperlukan.

Kompetensi Komunikasi Antarbudaya

Kompetensi komunikasi antarbudaya adalah kemampuan berkomunikasi secara efektif dan layak dengan orang-orang lain yang berbeda budaya (Samovar dkk., 2010:460). Pada dasarnya kompetensi komunikasi antarbudaya menyangkut tiga komponen, yaitu motivasi, pengetahuan, dan ketrampilan.

Multikulturalisme dapat menjadi kerangka kerja bagi orang muda bergaul dengan orang-orang dari berbagai ragam budaya dalam berbagai konteks. Misalnya, dalam rangka pertukaran pelajar (*student mobility*, melakukan perjalanan ke daerah atau negara lain, ikut serta sebagai relawan dalam misi kemanusiaan, misalnya ketika ada bencana di daerah lain, dan sebagainya.

Ketika memasuki budaya baru, mereka perlu mengatasi kejutan budaya, dan beradaptasi, serta mengelola konflik antarbudaya yang mungkin timbul, dan membangun komunitas dengan keragaman budaya untuk ikut serta menciptakan kondisi dunia yang aman dan damai. Singkat kata, kompetensi komunikasi antarbudaya dalam memasuki budaya baru, mengelola konflik antarbudaya, dan membangun komunitas dengan keberagaman membutuhkan motivasi, pengetahuan, dan keterampilan.

Apa yang harus dilakukan agar kita dapat berkomunikasi secara kompeten? Pertama, menepis hambatan-hambatan komunikasi yang berupa stereotip dan prasangka. Stereotip adalah pengelompokan secara kognitif yang dapat mengarahkan sikap ketika menghadapi orang dari sebuah kelompok budaya (Samovar, dkk., 2010:203). Prasangka adalah perasaan negatif terhadap kelompok budaya tertentu.

Menurut Samovar (2010; 207, 208-209), prasangka dapat dinyatakan dalam bentuk:

- Antilokusi, yaitu menggunjingkan kelompok budaya lain dengan orang dari kelompok budaya yang sama.
- Menghindar atau menarik diri dari pergaulan dengan orang lain berbeda budaya.
- Diskriminasi, yaitu memperlakukan secara berbeda terhadap orang lain dari kelompok budaya tertentu.
- Serangan fisik, yakni penyerangan fisik terhadap kelompok budaya lain, misalnya pembakaran tempat ibadah.
- Eksterminasi, yakni kekerasan fisik terhadap kelompok budaya tertentu. Sebagai contoh pembasmian sebuah suku bangsa.

Orang muda milenial pada masa kini dapat bersosialisasi melalui media sosial. Tak jarang stereotip tumbuh melalui pesan yang diterima di media sosial. Pengetahuan tentang kelompok budaya lain tumbuh dari sisi negatif yang berupa marjinalisasi atau menyudutkan kelompok tertentu, misalnya yang berbasis pada agama atau etnisitas. Ketika berkomunikasi dengan orang lain pun akan cenderung untuk mengaitkan seseorang dengan keanggotaannya di dalam kelompok.

Ada kecenderungan untuk menggeneralisasikan dan kemudian menjadi hambatan untuk mengenal secara personal. Misalnya menumbuhkan pemahaman bahwa orang dari kelompok

etnis tertentu sebagai pelit, tidak jujur atau suka ingin mengetahui urusan orang lain.

Sebagai contoh, munculnya gambaran sempit terhadap etnis Cina dengan karakter pelit. Kelompok etnis ini sering menjadi sasaran stereotip di media. Dalam hal prasangka, media sosial dalam bentuk grup misalnya digunakan untuk mempergunjingkan kelompok budaya lain, sehingga tumbuh perasaan negatif terhadap satu kelompok budaya.

Multikulturalisme dapat menjadi acuan untuk menepis hambatan-hambatan komunikasi antarbudaya, seperti stereotip dan prasangka tersebut. Dengan acuan multikulturalisme, kelompok milenial tidak takut melakukan komunikasi antarbudaya. Mereka dapat berinteraksi dengan orang-orang lain yang berbeda budaya. Berbagai manfaat dapat diperoleh dalam interaksinya dengan orang lain yang berbeda budaya, antara lain adalah memperkaya wawasan mereka.

Orang muda harus mampu berpikir dalam berbagai perspektif, dan tidak terjebak sebagai orang yang hanya berwawasan satu dimensi. Misalnya, hanya dari sudut pandang budayanya saja, seperti budaya yang berbasis dari agama atau kelompok etnis. Hal ini bisa memunculkan kecenderungan untuk rasis dan etnosentris.

Rasisme adalah kepercayaan terhadap superioritas yang dimiliki sebuah ras dan cenderung mengakui adanya ketidaksetaraan antarmanusia, sehingga dapat memperlakukan kelompok lain secara buruk berdasarkan ras, warna kulit, agama, negara asal, nenek moyang atau orientasi seksual (Samovar dkk., 2010:212)

Etnosentrisme adalah pandangan bahwa budaya sendiri lebih unggul dibandingkan budaya yang lain, sehingga ada kecenderungan untuk menilai budaya orang lain dengan standar bu-

daya yang dimiliki (Samovar dkk, 2010:214).

Multikulturalisme sebagai acuan dalam berinteraksi antarbudaya menjadi semacam pengendali untuk berhati-hati dalam bermedia sosial, sehingga tidak menyuburkan hambatan-hambatan antarbudaya. Apabila menerima pesan stereotip paling tidak orang muda tidak menyebarkan (*sharing*) ke grup lain. Demikian juga ketika menerima pesan yang berpotensi menumbuhkan prasangka.

Selain itu, orang muda perlu mengembangkan pemikiran kritis. Pemikiran kritis bisa diperoleh dengan memperkaya wawasan. Wawasan diperoleh dari belajar tentang budaya-budaya yang berbeda. Misalnya, dengan membaca buku tentang budaya dari kelompok lain, menonton film tentang budaya lain, misalnya dari film yang diproduksi dalam rangka memperkenalkan sebuah kelompok budaya atau dari National Geography. Orang muda dapat melakukan travelling lintas budaya untuk mendapat pengetahuan budaya lain, sekaligus untuk memperkuat identitas diri.

Dari travelling lintas budaya orang muda dapat berperan dalam mendorong pendidikan multikulturalisme. Caranya, misalnya dengan mendokumentasikan perjalanan, melakukan *capture* foto-foto dengan gawai yang menunjukkan sebuah kebudayaan, membuat vlog yang mendeskripsikan dengan narasi tentang budaya tersebut lalu mengunggahnya di Youtube atau menyebarkan foto-foto melalui media sosial seperti Instagram. Potensi keragaman media sosial dapat dimanfaatkan sesuai kelebihan karakter masing-masing media dengan konten yang sesuai.

Memasuki Budaya Baru

Ketika orang muda sudah mampu mengatasi hambatan-hambatan komunikasi antarbudaya, mereka perlu mengembangkan

kompetensi komunikasi antarbudaya. Misalnya, saat mereka memasuki budaya baru, mereka harus:

- Memiliki motivasi untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan *host* atau anggota kelompok budaya setempat.
- Mencari informasi untuk mendapatkan pengetahuan tentang budaya dan pola komunikasi *host*.
- Melatih keterampilan dalam menggunakan bahasa lokal dan memanfaatkan untuk mencari informasi dalam rangka mengatasi kejutan budaya dan untuk beradaptasi.

Belajar pola budaya kelompok lain dapat terbantu dengan beberapa taksonomi pembedaan pola budaya yang dikemukakan oleh para ahli, seperti klasifikasi yang dikembangkan oleh Hofstede. Hofstede mengemukakan dimensi-dimensi individualisme/kolektivisme, penghindaran ketidakpastian, pengaruh kekuasaan, maskulin/feminin dan orientasi jangka pendek/jangka panjang (Samovar dkk., 2010:236-247).

Kelompok budaya dengan ciri individualisme memperlakukan tujuan pribadi sebagai prioritas ketimbang tujuan kelompok. Sebaliknya kolektivisme memberi penekanan pada pandangan, kebutuhan, dan tujuan kelompok. Kelompok budaya dengan penghindaran ketidakpastian tinggi mempunyai kebutuhan akan tertib sosial formal dan tidak mentolerir penyimpangan aturan. Sebaliknya kelompok budaya dengan penghindaran ketidakpastian rendah cenderung mentolerir ketidakpastian.

Dari dimensi pengaruh kekuasaan, kelompok budaya dengan karakter adanya pengaruh kekuasaan yang tinggi, mengakui kekuasaan sebagai bagian dari masyarakat, sementara kelompok budaya dengan pengaruh kekuasaan rendah mengupayakan sekecil mungkin adanya perbedaan kekuasaan dalam masyarakat.

Dalam konteks dimensi maskulinitas/femininitas, budaya maskulin mengharapkan adanya ketegasan, kompetisi, dan kesuksesan, sedangkan budaya feminin menekankan perilaku *ngemong*. Budaya dengan orientasi jangka panjang berkarakter adanya penghargaan pada tatanan sosial demi tujuan jangka panjang. Budaya dengan orientasi jangka pendek akan menempatkan cara pintas untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Budaya berpengaruh atau menentukan cara kita berkomunikasi. Dengan kata lain, cara kita berkomunikasi menunjukkan dari kelompok budaya mana kita berasal. Hal ini termasuk cara kita memaknai pesan. Persoalan makna atau interpretasi dalam konteks ini berhubungan dengan masalah persepsi. Persepsi sebagai inti komunikasi terikat oleh budaya (*cultural bound*).

Mengapa perlu belajar bahasa setempat ketika memasuki budaya baru? Bahasa terkait dengan budaya. Untuk memahami sebuah budaya perlu penguasaan bahasa yang digunakan dalam kelompok budaya itu. Dengan demikian kita dapat mengetahui kepercayaan, nilai, dan perilaku, sehingga memungkinkan kita dapat terlibat pada kelompok (Samovar, dkk., 2010:273).

Bahasa mencerminkan hal-hal yang penting dalam suatu budaya. Bahasa dapat membantu kita memiliki perilaku yang layak dan pantas dalam memasuki budaya baru. Pada tahap awal, bahasa dapat membantu dalam mengatasi kejutan budaya.

Kejutan Budaya

Kejutan budaya adalah kondisi mental yang terjadi karena perubahan dari lingkungan lama ke lingkungan baru sehingga perlu melakukan penyesuaian diri. Ada berbagai reaksi terhadap kejutan budaya seperti yang ditulis oleh Samovar dkk. (2010:475-477):

- permusuhan terhadap lingkungan baru,
- perasaan disorientasi,
- perasaan ditolak,
- perasaan sakit,
- rindu kampung halaman;
- keluarga dan teman,
- perasaan kehilangan status dan pengaruh,
- menyendiri, dan
- anggapan tidak ada kepekaan dari host.

Kejutan budaya ini menghasilkan kekecewaan alam memasuki budaya baru. Karena itu perlu segera diatasi agar dapat beradaptasi. Ada beberapa strategi adaptasi yang dikemukakan oleh Samovar dkk. (2010:480), yaitu:

- Melakukan interaksi pertemanan dengan host untuk mengetahui praktek-praktek perilaku yang ada dalam budaya baru.
- Berpartisipasi dalam kegiatan budaya host, seperti kegiatan sosial; keagamaan; dan upacara-upacara tradisional, untuk mempelajari budaya baru.

Mengelola Konflik Antarbudaya

Kompetensi komunikasi antarbudaya lainnya adalah dalam mengelola konflik antarbudaya. *Pertama*, ketika orang muda menghadapi konflik antarbudaya maka yang diperlukan pertamakali adalah motivasi. Motivasi tersebut adalah untuk menyelesaikan konflik secara konstruktif dengan pihak lain yang berbeda budaya.

Kedua, diperlukan pengetahuan tentang pola budaya dan cara komunikasi pihak lain yang terlibat konflik dengan kita. Ting Toomey (dalam Gudykunst dan Kim, 1997:280-281) mengemukakan bahwa kondisi konflik yang terjadi berbeda dalam setiap

budaya. Pada budaya individualistik, konflik dapat terjadi ketika terdapat pelanggaran atas harapan individu akan perilaku yang sesuai. Pada budaya kolektivistik, konflik dapat terjadi jika terdapat pelanggaran atas harapan normatif kelompok akan suatu perilaku. Sikap partisipan terhadap konflik berbeda karena budayanya. Orang-orang pada budaya individualistik cenderung konfrontasional, sementara budaya kolektivistik cenderung non-konfrontasional dalam menghadapi konflik.

Ada perbedaan dalam makna diri antara budaya individualistik dan kolektivistik dalam mengelola konflik. Budaya individualistik cenderung memperlakukan konflik berbasis makna diri independen, sementara kolektivistik cenderung interdependen. Konflik dipandang dalam jangka pendek oleh individualistik, kolektivistik cenderung berjangka lama dalam mengelola konflik. Tak hanya itu, orang-orang dari budaya kolektivistik cenderung menggunakan mediator untuk menengahi konflik (mediator informal), sementara orang dari budaya individualistik cenderung menggunakan mediator formal, seperti advokat.

Ketiga, keterampilan komunikasi yang mencakup lima aspek:

1. Kemampuan dalam mendefinisikan konflik sebagai masalah bersama, sehingga ada orientasi solusi menang-menang.
2. Kemampuan untuk menjadi konstruktif tanpa syarat, yakni bertindak rasional; berupaya memahami; mau berkomunikasi; dapat diandalkan; tidak menekan dalam arti lebih bersifat persuasif; dan mau menerima orang lain.
3. Kemampuan menciptakan iklim komunikasi yang mendukung, yakni mengembangkan cara berkomunikasi yang tidak evaluatif, tetapi ke cara berkomunikasi yang lebih deskriptif.
4. Kemampuan menggunakan pesan konfirmatif, yakni cara menyusun pesan yang pada intinya mau menghargai dan

mendukung pihak lain.

5. Mengelola kemarahan; yakni kemampuan untuk melangkah mundur dari situasi agar kemarahan tidak menuntun kita dalam penyelesaian konflik (Gudykunst dan Kim, 1997:288-293). Keterampilan ini diikuti dengan kemampuan untuk menegosiasikan solusi. Dalam menegosiasikan solusi diperlukan sikap mindful agar pengelolaan konflik dapat efektif.

Berikutnya adalah kompetensi membangun komunitas dalam keragaman. Dalam konteks multikulturalisme pada era digital, orang muda perlu memiliki motivasi belajar berkomunikasi secara tulus dan jujur menuju relasi yang lebih dalam dan mengembangkan komitmen kebersamaan dalam keberagaman. Jangan mengembangkan sikap eksklusif: hanya mau bergaul dengan orang-orang dari budaya yang sama. Jika demikian maka yang dikejar hanya keamanan saja. Mereka berkumpul dalam komunitas yang beranggotakan orang-orang dengan budaya sama. Komunitas demikian disebut sebagai *community of affinity*.

Gudykunst & Kim (1997:372) menyebutkan ada dua macam komunitas: *a community of affinity* dan *a community of otherness*. Komunitas pertama terdiri dari sekelompok orang yang bersama-sama berhimpun untuk kepentingan keamanan misalnya kesamaan daerah, suku atau agama. Contohnya, komunitas yang ada di asrama dari daerah tertentu, komunitas suku tertentu, atau komunitas dalam satu perumahan untuk agama tertentu.

Komunitas kedua terdiri dari orang-orang dari berbagai ragam budaya. Komunitas ini bertolak dari asumsi bahwa setiap anggota memiliki sudut pandang yang berbeda untuk membangun kelompok. Komunitas dengan keragaman jika dikelola dengan baik akan menjadi kekuatan untuk menghasilkan karya kreatif karena kekayaan perspektif dari sumber budaya yang beragam.

Orang muda perlu mengembangkan pengetahuan tentang identitas diri dan orang lain. Pengetahuan ini perlu untuk memperkuat identitas, namun pada saat yang sama harus mau belajar tentang pola-pola budaya yang berbeda, sehingga mengenal identitas orang lain.

Identitas Budaya

Menurut Ting Toomey (dalam Samovar dkk, 2010: 184) identitas budaya merupakan konsep diri atau gambaran diri yang direfleksikan dari keluarga, jender, etnis, dan kelompok sosial lainnya. Identitas menjadi cara bagi seseorang untuk menampilkan dirinya. Ini terkait dengan jati diri yang ditampilkan kemudian dilihat, diimkanai, diingat, dan diberikan label oleh orang lain. Identitas budaya berkaitan dengan atribut, artefak, dan karakter tertentu dari sebuah kelompok budaya. Dalam konteks ini, media dapat menjadi sarana untuk membangun identitas.

Orang muda diharapkan memiliki keterampilan komunikasi mindfulness dalam berkomunikasi dengan pihak lain yang berbeda. Mereka bisa menyadari dengan siapa berkomunikasi, sehingga lebih hati-hati dan selalu berkonfirmasi apakah perilakunya layak dari kacamata budaya orang lain dan mampu menegosiasikan identitas. []

Pustaka

- Gudykunst, William B. & Young Yun Kim. 1997. *Communicating With Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. 3rd Edition. Mc GrawHill. Boston.
- Samovar, Larry A., Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. Edisi 7. Salemba Humanika. Jakarta.

Tips

Penggunaan Media Sosial Untuk Membangun Kompetensi Komunikasi Antarbudaya Berbasis Multikulturalisme

Penggunaan media sosial untuk membangun kompetensi komunikasi antarbudaya, mencakup:

1. Kompetensi dalam mengatasi hambatan-hambatan komunikasi antar budaya

- a. Jangan gunakan media sosial untuk:
 - Menyebarkan pesan yang bersifat membentuk pengetahuan negatif tentang kelompok budaya tertentu (stereotip).
 - Menebarkan kebencian terhadap kelompok budaya tertentu.
 - Melakukan praktek-praktek rasisme.
 - Melakukan penilaian atas kelompok budaya lain dengan kaca mata budaya sendiri.
- b. Sebaliknya gunakan media sosial untuk:
 - Mengenal seseorang dari kelompok budaya tertentu guna menghindari stereotip.
 - Mengenal budaya kelompok lain untuk memperkaya wawasan dan perspektif yang bermanfaat untuk mengembangkan ide-ide kreatif.
 - Mengunggah foto-foto tentang keberagaman budaya sehingga dapat menumbuhkan rasa cinta dan bangga terhadap bangsa Indonesia yang bhineka.

2. Kompetensi komunikasi antarbudaya dalam memasuki budaya baru

- a. Gunakan media sosial untuk berinteraksi dengan host.
- b. Gunakan media sosial untuk mendapatkan informasi tentang budaya baru.
- c. Gunakan media sosial untuk belajar bahasa setempat.
- d. Gunakan media sosial untuk melibatkan diri dengan kegiatan-kegiatan di tempat baru.

3. Kompetensi komunikasi antarbudaya dalam mengelola konflik antar-budaya

- a. Gunakan media sosial untuk mengetahui pola komunikasi pihak lain.
- b. Gunakan media sosial untuk membicarakan substansi persoalan

dan penyebab konflik.

- c. Gunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pihak lain yang berkonflik dengan anda.
- d. Gunakan media sosial untuk menumbuhkan kepercayaan bahwa anda memiliki komitmen untuk menyelesaikan konflik secara konstruktif. Jangan gunakan media sosial untuk mengekspresikan kemarahan.
- e. Jangan gunakan media sosial untuk menekan pihak lain.
- f. Gunakan pesan-pesan persuasif. Jangan menggunakan media sosial untuk melakukan tekanan pada pihak lain.
- g. Gunakan pesan-pesan deskriptif.
- h. Gunakan media sosial untuk melakukan konfirmasi kepada pihak lain.
- i. Gunakan media sosial untuk menegosiasikan solusi yang berorientasi pada solusi menang-menang (win-win solution).

(4) Kompetensi komunikasi antarbudaya dalam mengembangkan komunitas dalam keragaman

- a. Gunakan media sosial untuk menebarkan pesan yang jujur. Jangan gunakan media sosial untuk:
 - Menebar hoax yang dapat memecah belah persatuan dalam keberagaman.
 - Melakukan cyber-bullying terhadap orang/kelompok lain yang berbeda budaya.
 - Menghasut sehingga berpotensi membuat kegaduhan yang memanfaatkan keberagaman budaya, termasuk memanfaatkan identitas sebagai sarana politik.
 - Saling menghujat antarkelompok berbeda budaya.
- b. Gunakan media sosial untuk membangun komunitas inklusif dalam keberagaman. Jangan gunakan untuk mengembangkan sikap eksklusif dan diskriminatif.
- c. Gunakan media sosial untuk melatih keterampilan berkomunikasi dengan hati-hati dan penuh kesadaran dengan orang lain yang berbeda budaya.
- d. Gunakan media sosial untuk membentuk identitas untuk memperkuat jati diri.
- e. Gunakan media sosial untuk mengenal lebih jauh budaya lain sebagai bekal untuk berkomunikasi secara efektif dan pantas dengan orang lain yang berbeda budaya.
- f. Gunakan media sosial secara bermoral untuk menciptakan perdamaian dalam keragaman.

Profil Penulis

Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M. Si.

Staf pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Lulus Program Doktor Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia tahun 2007 dengan disertasi tentang Komunikasi Antarbudaya (KAB). Lulus Strata 2 dari Institut Pertanian Bogor Jurusan Ilmu Penyuluhan Pembangunan, dan Strata 1 dari Universitas Gadjah Mada Jurusan Ilmu Komunikasi. Fokus kajian tentang Komunikasi Antarbudaya dikaitkan dengan persoalan dalam komunikasi pembangunan. Ini sesuai dengan pengalamannya sebagai asisten peneliti pada Pusat Penelitian Pedesaan dan Kawasan UGM (1990-1994). Kontak email: mcninik_srirejeki@yahoo.co.id.



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi di FISIP UAJY, S2 Ilmu Komunikasi & Media di Fisipol UGM. Saat ini mengajar di Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UAJY, dengan peminatan topik riset tentang media sosial, demokrasi digital, dan komunikasi politik. Beberapa buku yang telah ditulisnya: *Membangun Indonesia-Resolusi Konflik Sosial Lintas Perspektif* (IQRA, 2018), *Komunikasi dalam Keragaman* (Litera, 2017), *Pergulatan Media Komunitas di Tengah Arus Media Baru* (Combine, 2016). Email: ranggabumi.nuswantoro@uajy.ac.id



Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si.

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta sejak 2010. Peminatan bidang kajian dan riset yaitu gender, komunikasi strategis, IMC & digital marketing. Lulus Magister tahun 2008 dari Universitas Sebelas Maret Surakarta. Karya Ilmiah: *Literasi Digital, Upaya Mengembangkan UMKM di Era Digital* (buku-2018); *Interaktivitas Brand Axe dan Dove Berdasar Perspektif Gender* (Jurnal Ilmu Komunikasi-Terakreditasi, 2017); *'Bakulan RT 36', Web Media for Supporting Women's Economic Empowerment in Yogyakarta* (International Journal of Economic Policy in Emerging Economies, 2016); *Literasi Digital bagi Perempuan Pelaku Usaha Produktif* (Jurnal Ilmu Komunikasi Aspikom-Terakreditasi, 2016); *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keterbatasan Perempuan dalam Mengakses Teknologi Komunikasi dan Informasi* (Jurnal Penelitian Kesejahteraan Sosial-Terakreditasi LIPI, 2013).



Olivia Lewi Pramesti, MA



Staf pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Ia memperoleh gelar Master of Arts (M.A.) di Jurusan Komunikasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada 2013. Minat risetnya di antaranya jurnalisme, hukum dan etika media, media dan isu kebencanaan, serta literasi media. Karya Ilmiah: *Sport, Komunikasi, dan Audiens, Arena Olahraga dalam Diskursus Ekonomi-*

Politik, Bisnis, dan Cultural Studies (2014-ASPIKOM), *Media Terpenjara*

Bayang-bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014 (2015-TIFA Foundation dan Masyarakat Peduli Media), *Modul Pelatihan Jurnalisme Online "Jurnalisme Online: Memberi Bobot Publik"* (2016-Digi Journalism UGM-TIFA Foundation), *Inspirasi Alumni, Berbagi Kisah Sukses Perjalanan Hidup* (2016- UAJY), dan *Kualitas Jurnalisme Publik di Media Online: Kasus Indonesia* (2017-Gadjah Mada University Press-Digi Journalism UGM). Penulis dapat dihubungi melalui olivialewiprastesi@gmail.com.

Theresia D. Wulandari, S.Fil., M.M.



Staf pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Menyelesaikan pendidikan S1 di bidang Ilmu Filsafat Universitas Gadjah Mada, dan melanjutkan pendidikan S2 di Magister Manajemen konsentrasi Komunikasi di Universitas Trisakti Jakarta. Sebagai mantan jurnalis, penelitian dan pengajarannya diarahkan pada isu-isu kajian manajemen media, literasi media, serta media dan gender. Saat ini penulis tengah menempuh pendidikan Program PhD di School of Communication, Universiti Sains Malaysia. Kontak email: iniwulan80@gmail.com

Fransisca Anita Herawati, S.IP, M.Si

Lahir di Yogyakarta, 11 Juni 1972. Lulus dari Diploma-3 Program Studi Pemasaran Fakultas Ekonomi, UGM (1994), sembari menyelesaikan studi pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fisipol UGM (1997). *Marketing Officer* di Bank Central Dagang, Jakarta (1997-1998). Memutuskan untuk kembali ke Yogyakarta akibat



kerusuhan Mei 1998, dan memilih menjadi dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta hingga sekarang. Menyelesaikan studi magister Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Indonesia, Jakarta (2004), kini tengah menempuh studi doktoral pada Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Karya tulis: *Membangun Ilmu Komunikasi dan Sosiologi* (1999, editor); *Dasar-Dasar Komunikasi untuk Penyuluhan* (2000, penulis ke-2); *Metode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi* (2004, kontributor); *Communication Review: Catatan tentang Pendidikan Komunikasi di Indonesia, Jerman dan Australia* (2012, kontributor); *The 50 Golden Research Project of Atma Jaya Yogyakarta University* (2015, kontributor); *Suara Rakyat Suara Keistimewaan* (2015, penulis ke-2); *Perspektif Komunikasi Organisasi: Tantangan Teoritis dan Implementasi di Lapangan* (2019, kontributor). Email: anita.herawati@uajy.ac.id

Irene Santika Vidiadari, M.A.

Staf pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Menyelesaikan studi S2 di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada tahun 2016. Fokus kajiannya antara lain Budaya Pop, Gender, Isu Lingkungan dan kesehatan. Aktif menulis buku bersama mahasiswa dalam kumpulan tulisan *Catatan Akhir Kelas Komik dan Kartun* (2018) dan *Potret Realitas Gender: Refleksi Kritis Komunikasi dan Gender* (2019). Kontak penulis via email irene_santika@staff.uajy.ac.id



Profil Editor

Yohanes Widodo S.Sos., M.Sc.



Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta sejak 2010. Lulus Strata 1 dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (1999) dan program *Master in Applied Communication Science* dari Wageningen University, The Netherlands (2009). Fokus kajiannya tentang media, jurnalisme, dan media baru. Mantan Sekretaris Jendral Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) Belanda sekaligus salah satu pendiri Radio PPI Dunia. Saat ini bergabung dalam Jaringan Pegiat Literasi Media (Japelidi), Koalisi Nasional Reformasi Penyiaran (KNRP) dan menjadi editor di Jurnal AS-PIKOM. Email: yohanes.widodo@uajy.ac.id.

Mario Antonus Birowo, Ph.D.



Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta sejak 1993. Lulus program doktor *Communication Science* tahun 2010 dari Curtin University, Australia. Fokus kajiannya pada pemberdayaan masyarakat melalui informasi, seperti Komunikasi Bencana dan Literasi Media dan Informasi. Saat ini bergabung dalam Program Radio Darurat untuk Masyarakat

Tanggung (Radar Tangguh) bersama Jaringan Radio Komunitas Indonesia, Combine Resource Institution, FMYY Community Media & AMARC Asia Pacific (dengan dukungan Japan International Corporation Agency); serta bergabung dalam Jaringan Pegiat Literasi Media (Japelidi).