

Laporan Akhir Tahun Bidang Komunikasi Daulat Publik di Abad Informasi

Oleh Santi Indra Astuti

Sejak 1927, majalah "Time" setiap tahun memilih tokoh paling berpengaruh di dunia. Yang pernah terpilih adalah nama-nama besar seperti Martin Luther King Jr. (1964), Ayatollah Khomeini (1979) sampai Bono, Bill Gates, dan Melinda Gates (2005). Namun tahun 2006, dalam edisi yang mestinya menampilkan Person of the Year, "Time" tidak memasang foto siapa pun. Pada sampulnya hanya terpajang foto seperangkat komputer putih, dengan kata "YOU" tertulis di monitornya.

You. Anda. Itulah Person of the Year 2006. Bukan presiden, bukan aktivis, bukan artis. Bukan siapa pun. Tokoh penting alias tokoh kunci tahun 2006 adalah kita semua. Publik, khalayak, rakyat, komunitas, masyarakat, orang-orang kebanyakan. Sejak kapan orang biasa (ordinary people) menjadi orang penting (important people)? Jawabannya, sejak tumbuhnya kesadaran bahwa publik bukan lagi khalayak yang bodoh, kosong, dan mengambang. Publik adalah kekuatan atau wujud kuasa itu sendiri. Publik adalah khalayak yang (semestinya) berdaya.

Banjir informasi

Dalam konteks Masyarakat Informasi, tahun ini memang harus dimaknai sebagai tahun khalayak. Inilah tahun milik publik. Saat kedaulatan informasi mestinya dikembalikan pada publik. Mengapa publik, atau khalayak, yang menjadi kunci Masyarakat Informasi? Mengapa bukannya pemimpin-pemimpin politik atau para penguasa teknologi?

Nah, mari kita tengok sejenak "sejarah" Masyarakat Informasi. Istilah ini ramai didengungkan pada tahun '80-an, ketika para futurolog seperti Alvin Toffler, John C. Naisbitt, sampai Francis Fukuyama meramalkan transformasi Masyarakat Industri menjadi Masyarakat Informasi. Masyarakat Informasi, mengutip definisi Melody (1990) dalam McQuail (1992), adalah masyarakat yang bergantung pada jejaring informasi dan komunikasi elektronik, serta mengalokasikan sebagian besar sumber dayanya bagi aktivitas-aktivitas informasi dan komunikasi. Masyarakat Informasi adalah masyarakat berbasis data digital. Artinya, perikehidupannya dioperasikan lewat pertukaran data digital.

Janji Masyarakat Informasi adalah membebaskan umat manusia dari kesengsaraan, lewat peningkatan kesejahteraan dan demokratisasi yang dicapai berkat pemanfaatan teknologi informasi. Pertukaran informasi secara bebas diyakini sebagai kunci kemajuan. Tak heran jika seluruh dunia berupaya mengejar keteringgalan teknologi lewat proyek-proyek digitalisasi seperti e-government, e-learning, e-banking, serta segala macam e-revolution. Media massa berkonvergensi membuka pelbagai saluran informasi dan membombardir khalayak dengan (sensasi) informasi.

Sayangnya, limpahan informasi tak kunjung mencerdaskan khalayak. Konvergensi media memang membuka pasar industri yang ramai. Namun, keuntungannya lebih banyak dinikmati para pelaku pasar. Maraknya media massa tidak dibarengi dengan isi yang mendidik. Kunci-kunci akses teknologi tetap dipegang oleh penguasa-penguasa teknologi yang berkolaborasi dengan aktor-aktor politik dan ekonomi pasar. Lantas, bagaimana mungkin kita bisa bicara soal demokratisasi, kesetaraan, dan pemerataan kesejahteraan?

Oleh karena itu, pada era ini kita dipusingkan oleh banjir informasi, perdebatan berlarut seputar hak penguasaan frekuensi, perebutan ranah publik, komodifikasi khalayak, sentralisasi dan censorship, information security, serta penciptaan pasar yang dikendalikan oleh instrumen seperti rating. Sementara khalayak ditinggalkan sendirian, dibiarkan terseret banjir informasi hingga mencapai titik kejenuhan informasi --information saturated. Publik, dalam situasi seperti ini, hanya diposisikan sebagai khalayak

pasif. Publik tak lebih dari konsumen yang habis-habisan dieksploitasi oleh pasar media maupun bisnis informasi.

Melek informasi

Ilustrasi tadi memberi kita pelajaran berharga. Masyarakat Informasi mustahil terwujud andai tidak dibarengi dengan pembekalan information literacy (melek informasi) kepada publik. Informasi yang melimpah sesungguhnya bisa menjadi sumberdaya yang bermanfaat, andai publik cukup melek informasi. Melek informasi berarti bisa mengakses sumber-sumber informasi, bisa menyeleksi informasi sesuai dengan kebutuhan, bisa menganalisis informasi secara kritis, dan bisa mengelola informasi. Tanpa bekal melek informasi, publik hanya akan menjadi bulan-bulanan pasar dan penguasa teknologi informasi.

Melek informasi dapat dijabarkan setidaknya dalam dua aspek: melek teknologi informasi (TI) dan melek media. Mengapa melek TI penting? Tidak ada gunanya melakukan percepatan teknologi atau penyelenggaraan proyek digitalisasi yang mahal kalau khalayak tak tahu teknologi tersebut mau dibawa ke mana. Mengapa literasi media itu penting? Tidak ada gunanya membuka saluran media massa, dan membombardir khalayak dengan media kalau publik ujung-ujungnya hanya disuguhi program atau content yang tidak mencerdaskan. Maaf-maaf saja, proyek e-government, e-learning, e-banking, dan lain-lain, akhirnya tak lebih dari otomatisasi perkantoran saja, yang keuntungannya dinikmati oleh makelar proyek dan distributor perangkat elektronik. Sementara, hasil akhirnya sendiri hanya bisa dinikmati segelintir orang.

Sejumlah langkah kini harus dilakukan untuk memberdayakan khalayak agar melek informasi. Pertama, strategi decentring atau pemecahan konsentrasi kekuasaan pada simpul-simpul yang lebih kecil. Dalam konteks Masyarakat Informasi, decentring harus diterjemahkan sebagai pemecahan konsentrasi penguasaan teknologi informasi yang saat ini hanya terpusat pada lokus-lokus tertentu.

Peran pemerintah dalam hal diperlukan sebagai regulator atau fasilitator yang bijak dan berpihak pada publik, tidak egois menghamba pada kepentingan ideologis atau kepentingan pasar. Peran lembaga-lembaga swadaya masyarakat juga diperlukan sebagai jembatan penghubung antara pusat kekuasaan dan publik.

Suatu indikasi yang baik, jika pemerintah via Depkominfo kini bisa duduk bersama dengan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mendiskusikan langkah-langkah untuk menjadikan frekuensi sebagai ranah publik. Sesungguhnya, ini merupakan upaya decentring untuk memecah konsentrasi penguasaan ranah penyiaran, yang tadinya hanya berada di tangan pemerintah.

Proyek Koran Masuk Desa, pengadaan internet bagi wilayah perdesaan, atau pendirian pusat-pusat informasi masyarakat di tingkat RW juga bisa dibaca sebagai strategi decentring. Tujuannya tidak lain menjadikan teknologi informasi dan pertukaran informasi tak cuma terfokus di kota-kota besar. Namun, bisa dinikmati hingga ke sentra-sentra masyarakat terkecil. Decentring tidak sekadar membuka akses, tetapi juga membuka ruang-ruang partisipatori. Informasi yang lazimnya bersifat top down (dari pusat ke pinggiran) kini bisa diseimbangkan dengan alur bottom-up (dari bawah ke atas).

Akan tetapi, decentring saja tidak cukup. Strategi kedua yang harus dilakukan adalah memberdayakan publik lewat pendidikan melek media dan melek informasi. Menempatkan komputer di desa-desa, mengembangkan jaringan internet sampai tingkat RW, tetapi tidak dibarengi dengan pendidikan, pelatihan, dan pendampingan mengenai cara memanfaatkannya, sungguh-sungguh merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab. Berapa banyak komputer dan perangkat instalasi internet yang teronggok tanpa guna di rumah-rumah pemuka desa, atau ketua-ketua RW, gara-gara masyarakat tidak tahu cara menggunakannya?

Perlu dilakukan pendataan menyangkut komunitas mana yang memang memerlukannya. Bila komunitas belum membutuhkan teknologi komputer dan internet, serta tidak punya daya dukung, semisal listrik yang memadai, tentu tidak perlu dipaksakan. Mereka bisa diberdayakan melalui perangkat informasi lain. Itu pun kalau informasi memang [:: repository.unisba.ac.id ::](http://repository.unisba.ac.id) diyakini sebagai kunci kemajuan masyarakat. Mengembangkan radio komunitas, mendirikan perpustakaan gratis, atau memberdayakan

majelis taklim sebagai pusat pertukaran informasi masyarakat, misalnya, bisa menjadi upaya alternatif untuk membuat masyarakat melek informasi dan melek media.

Dalam konteks literasi media dan literasi informasi, hal-ihwal apa yang mesti ditransfer pada publik? Awalnya adalah pengenalan mengenai jenis-jenis informasi dan media informasi. Selanjutnya, mendampingi publik agar bisa memproduksi sendiri informasi yang dibutuhkan. Dengan cara ini, publik tidak sekadar mampu menyeleksi informasi sesuai dengan kebutuhannya, tetapi juga bisa memelihara content dan mengelola medianya sendiri. Inilah sesungguhnya esensi demokratisasi informasi publik yang berdaya menjadi produsen, sekaligus konsumen informasi!

Strategi ketiga adalah mengembangkan jejaring advokasi media dan informasi. Jejaring ini penting untuk menguatkan publik, menjamin akses agar senantiasa terbuka ke segala pihak, termasuk melakukan kontrol bersama untuk menjaga agar wahana informasi dan komunikasi tidak lagi dikuasai secara sepihak oleh siapa pun. Stakeholder yang bisa dilibatkan meliputi kalangan pendidik dan akademisi, praktisi atau profesional-profesional media, teknokrat dan industrialis, publik pada umumnya, biro-biro pemerintah, lembaga legislatif, organisasi nonpemerintah atau lembaga-lembaga swadaya masyarakat. Ringkasnya, siapa pun yang memiliki perhatian pada isu pemberdayaan publik, literasi media, informasi, dan TI.

Dari aspek teknologi, semua ini dimungkinkan berkat berkembangnya teknologi open source, personal-based-technology, dan user-friendly-gadget. Namun, yang tak kalah penting, hendaknya seluruh strategi pemberdayaan publik dilakukan seiring sejalan. Bukan zamannya lagi menjalankan kebijakan parsial, atau setengah-setengah, karena hanya akan menguntungkan pihak-pihak tertentu (dan biasanya bukan publik!). Pada dasarnya yang mesti dilakukan adalah pekerjaan mahabesar, yaitu menegakkan atau merekonstruksi kedaulatan publik di ranah informasi.

Nah, kembali pada "YOU" yang dinobatkan sebagai Person of the Year 2006. Mau tahu alasan Time menempatkan Anda semua, kita, sebagai sosok berpengaruh tahun 2006? Time menulis, "YOU control the Information Age". Pada kitalah terletak kendali atas abad informasi. Maka, sangat beralasan untuk menjadikan daulat informasi di tangan publik sebagai isu abad informasi tahun-tahun mendatang.***

Penulis, dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba, Bidang Kajian Jurnalistik. Pegiat Bandung School of Communication Studies (BASCOMMS).

Sumber: Pikiran Rakyat, Kamis, 27 Desember 2007.

<http://beta.pikiran-rakyat.com/index.php?mib=beritadetail&id=5834>