



## MEMBANGUN KECERDASAN INFORMASI DALAM PENEGUHAN KARAKTER BANGSA

**Atie Rachmiate**

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung  
Jl. Taman Sari No. 1, Bandung  
*atierachmiate@yahoo.com*

---

### Abstrak

Kemajuan teknologi seperti pedang bermata dua, di satu sisi menghadirkan kebaikan dan kemanfaatan yang besar bagi bangsa, namun di sisi lain mengandung dampak negatif yang dapat mengancam kebudayaan tradisional, kerugian, bahkan kebangkrutan moral bangsa. Untuk itu diperlukan upaya penyelamatan anak bangsa dari “serangan” informasi dan media global, sehingga warga tetap memiliki karakter kebangsaan. Ruang media informasi saat ini cenderung menjadi arena pertarungan di antara pemilik kekuatan ekonomi, politik maupun budaya. Ketidakjelasan visi, misi, dan orientasi kebangsaan media mainstream menjauhkan media dari terminologi pembangunan karakter bangsa. Karena itu, hubungan media dan karakter bangsa perlu dirumuskan sesuai dengan kondisi jaman, dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Proses nation building, state building dan government building pada masyarakat majemuk, keberhasilannya ditentukan oleh peningkatan kecerdasan informasi yang menjadi tanggungjawab bersama. Kajian ini menjelaskan perilaku bermedia di masyarakat dan faktor-faktor yang melatarbelakangi daya dukung kecerdasan informasi; perlunya membangun kecerdasan informasi (information quotient) untuk menjadi masyarakat informasi dan masyarakat terbuka (information and open society); dan menyusun pemikiran strategis dalam membangun kecerdasan informasi dengan pendekatan komunikasi.

**Kata Kunci:** Kecerdasan Informasi, Masyarakat Terbuka, Web Literacy, Karakter Bangsa.

---

### PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia mengalami loncatan tahapan dalam penggunaan media dan proses belajarnya. Di negara-negara maju, masyarakatnya berkembang dari budaya baca, kemudian sejalan dengan penemuan teknologi komunikasi masuk ke budaya audio, budaya audio visual dan terakhir multi media. Di Indonesia budaya baca dan audio belum selesai, namun masyarakat sudah dihadapkan pada era internet dan multi media. Data menunjukkan bahwa dalam sepuluh tahun terakhir Indonesia mengalami *booming* teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology*), dalam bentuk *smartphone* yang melekat pada tangan-tangan warga secara individual. Padahal, dalam media tadi melekat dan tertanam berbagai

nilai budaya, agama, ideologi yang mungkin bertentangan bangsa Indonesia. Artinya selain perlu dipelajari tentang penggunaannya, juga diperlukan pengetahuan, perilaku dan norma-norma serta hal-hal yang tersembunyi dibalik media tersebut.

Berbagai hasil penelitian menunjukkan, euphoria dalam penggunaan media komunikasi dan informasi ternyata telah mengakibatkan perubahan mendasar terhadap pengguna baik sebagai produsen maupun konsumen. Untuk itu masyarakat memerlukan kecerdasan informasi (*information quotient*), sebagai salah satu prasyarat untuk menjadi masyarakat informasi dan masyarakat terbuka (*information and open society*) agar tidak terkena dampak negatifnya, yang diantaranya melunturkan nilai-nilai karakter bangsa. Sayangnya fakta menunjukkan masih lemahnya

fondasi sosial kemasyarakatan dalam mengantisipasi kondisi ini. Jumlah masyarakat miskin ekonomi yang analog dengan miskin informasi atau kaum *grassroot* mencapai sekitar 50 juta orang atau 25 persen penduduk Indonesia. Ditambah dengan masyarakat yang hidup di pedesaan atau daerah terpencil yang tidak dapat mengakses informasi. Lalu, apakah mereka terpenuhi kebutuhannya akan informasi dan edukasi melalui media massa sekarang ini? Bagaimana mereka memperoleh hak-hak informasinya sebagai warga negara?

Ruang media massa, saat ini cenderung menjadi arena pertarungan di antara pemilik kekuatan ekonomi, politik maupun budaya. Ketidakjelasan visi, misi, dan orientasi kebangsaan media *mainstream* menjauhkan media dari terminologi pembangunan karakter bangsa. Karena itu, hubungan media dan karakter bangsa perlu dirumuskan kembali sesuai dengan kondisi jaman, disosialisasikan dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Nampak orientasi bisnis sangat kental bagi pelaku media, sedangkan kesadaran bagi pemilik, pelaku media belum terbentuk secara konsisten untuk meneguhkan karakter kita sesungguhnya sebagai sebuah bangsa yang bermartabat. (FGD Para pemilik, produsen media, penyiar & tokoh pendidikan, Bandung, Juni 2016).

Proses *nation building*, *state building* dan *government building* bangsa dengan masyarakat majemuk berpenduduk 230 juta, merupakan pekerjaan rumah yang tidak mudah. Tanggungjawab ini harus dipikul bersama, bukan hanya dibebankan kepada kelompok tertentu. Namun juga pada media komunikasi dan informasi yang ternyata berpengaruh kuat pada masyarakat sebagai penggunaannya. Menjadi masuk akal bila kemudian banyak harapan sekaligus tuntutan bahwa *content media* bukan hanya menjadi *tontonan*, tetapi harus menjadi *tuntunan* bagi pembentukan karakter bangsa yang bermoral dan bermartabat.

Di sisi lain, kebijakan pemerintah dalam pengalokasian ranah publik (frekuensi) yang tidak seimbang antara kepentingan komersial dan kepentingan publik. Sehingga interaksi pemerintah dengan masyarakat sebagai warga negara tidak optimal. Padahal dunia global menjadikan bangsa Indonesia sebagai sasaran dalam perang informasi. Saat ini, negara-negara yang ingin menguasai negara lain, tidak perlu ekspansi secara fisik untuk “menjajah” nya, tapi cukup melalui penguasaan atas budaya, ekonomi atau kehidupan politiknya melalui “serangan”

informasi. Pakar peperangan menyatakan, media massa dan teknologi komunikasi digital menjadi penting di masa mendatang, karena media menjadi “*weapons of mass persuasion*” kemudian “*weapons of mass destruction*”. (Rajib Ghani, 2008). Propaganda, persuasi, penyebarluasan informasi, strategi komunikasi dan diplomasi publik merupakan alat yang jauh lebih efektif untuk mencapai tujuan negara bangsa dari pada penggunaan kekuatan tradisional lainnya yang umumnya hanya membawa konflik lebih lanjut.

## KERANGKA TEORITIS

Istilah kecerdasan informasi atau *information literacy* pertama kali digunakan oleh Paul Zurkowski. Dia menggambarkan orang-orang yang melek informasi itu sebagai orang-orang yang terdidik di dalam mengaplikasikan sumber-sumber informasi terhadap pekerjaan mereka. The American Library Association (1996) juga mendefinisikan: “*information literacy* sebagai keterampilan mencari, memanfaatkan dan mengevaluasi informasi untuk memecahkan masalah”. Kecerdasan informasi juga berarti ketika seseorang menghadapi informasi dengan berbagai varian penyajian, isu, saluran media, sifat serta sumber, dia dapat memanfaatkannya secara optimal dan mengeliminir kemudaratanya.

Dalam proses demokrasi dan kultur media global, dibutuhkan warga negara yang terampil dan memiliki *critical thinking* dan *self expression*. Keterampilan berpikir kritis, sekaligus dapat mengekspresikan diri secara tepat, merupakan kecerdasan informasi yang diperlukan untuk bisa memahami proses dan wacana di bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya dalam keseharian, sehingga dapat membuat keputusan yang bertanggung jawab. Kecerdasan informasi juga mencakup diantaranya: *Web literacy* dan *Media Literacy* yaitu kemampuan, pengetahuan dan kesadaran seseorang tentang penggunaan multimedia serta pesan-pesan yang dibawa oleh berbagai media yang menyerpa secara intens.

Kecerdasan Informasi dapat dilihat dari dua perspektif: (1) dimaknai *Information Intelligence* yang terkait dengan kepentingan dunia intelijen di militer atau negara; (2) dimaknai sebagai *Information Qoutient* yang terkait dengan kepandaian atau kemampuan seseorang dalam perspektif psikologis dalam menggunakan atau berhadapan dengan informasi secara individual. Kedua perspektif itu menawarkan kecerdasan informasi secara individual

maupun secara sosial. Menurut ensiklopedi Britanica Concise Encyclopedia (Britanica.com), *Intelligence Information* biasanya pada suatu pemerintahan dan operasi militer, mengevaluasi dan memetakan informasi tentang kekuatan, aktivitas dan aksi pelaku internasional yang diduga sebagai pihak musuh, walaupun tidak selalu, serta pihak yang bertentangan dengan negaranya. *“The term also refers to the collection, analysis, and distribution of such information and to the secret intervention in the political or economic affairs of other countries, an activity commonly known as “covert action.”*

Berbeda dengan China (webmaster@chinagate.com.cn) yang menyatakan bahwa ada enam indikator suatu bangsa/wilayah memiliki kecerdasan informasi (*Information Quotient*) yaitu: (1) Pengembangan dan penggunaan sumber daya informasi, (2) Konstruksi jaringan kerjasama (*network*) informasi, (3) Aplikasi teknologi komunikasi, (4) Produk dan pelayanan informasi, (5) Informasi yang terkait dengan sumber daya manusia, (6) Pengembangan lingkungan informasi.

Pandangan lain menyatakan, seseorang yang memiliki karakteristik kecerdasan informasi adalah mereka yang mengetahui bagaimana cara untuk memperoleh, menyimpan, mendapatkan kembali dan menyebarkan informasi. Pada era informasi, kepandaian ini dapat mempengaruhi kesuksesan seseorang. Ada suatu pandangan secara teknis, bagaimana mendorong tingkat kecerdasan informasi ([http://content\\_forcommunicators.com/articles-on-change.html](http://content_forcommunicators.com/articles-on-change.html)) yaitu: (1) *Read - particularly materials related to your work*, (2) *Know how to search the internet. A vast array of search engines are available. Use them*, (3) *Keep records or organized files on the things that interest you*, (4) *Try to spend time with well informed people*, (5) *Refine your listening skills. You can learn a lot by listening, especially when you're surrounded by people who know. Remember: You can't learn anything from what you say, only from what others say*, (6) *Be constantly curious. Curiosity is the impetus that drives people to seek information.*

Pada konteks personal, Michael Keydi, (2010) berpendapat, kecerdasan informasi dalam ranah individu memiliki beberapa tahapan dan juga merupakan indikatornya. Seseorang dianggap sudah memiliki kecerdasan informasi jika: (1) pada prolog, lead, atau pembuka yang berisi ringkasan dari topik dan subtopik, seseorang memperhatikan dengan sungguh-sungguh awal informasi untuk menemukan

informasi utama yang disampaikan. Jika tidak, dia akan memusatkan perhatian pada bagian akhir, karena biasanya pembicaraan akan memberikan ringkasannya; (2) *seseorang mendengarkan dan memperhatikan kata-kata kunci*. Kata-kata kunci mungkin akan muncul dalam berbagai diskusi tentang topik dan subtopik yang memuat informasi penting. Setiap kali mendengarkan atau menerima informasi, ia akan langsung mengarahkan seluruh perhatian, sampai bisa mengetahui apakah yang disampaikan oleh pembicara tersebut relevan dengan apa yang ia perlukan atau tidak. Jika relevan, ia akan terus mendengarkan sampai pembicara mengganti subjek pembicaraannya; (3) *seseorang mendengarkan kata-kata yang menandakan bahwa topik baru akan segera disampaikan*.

Dalam bahasa Inggris, ada kata-kata tertentu yang biasa dipergunakan untuk memberitahu para pendengar bahwa si pembicara akan mengubah subjek pembicaraannya. Kata-kata “sekarang,” “selanjutnya,” “tapi,” “kemudian,” “jadi,” “sehingga,” “sebagai tambahan,” “salah satu metode cukup baik,” “pendekatan lainnya”, kata contoh pada topik baru; (4) *seseorang dapat mengabaikan penjelasan mendetail*, karena ini hanya dipergunakan untuk mendukung apa yang dibicarakan.

Kecerdasan informasi selain merupakan komponen penting sebagai ketahanan nasional, juga merupakan elemen fundamental dalam pengambilan keputusan yang menyangkut pertahanan negara serta kebijakan yang terkait dengan negara asing. Kecerdasan informasi dalam konteks kenegaraan berkaitan dengan strategi, taktik dan perlawanan terhadap informasi yang menyerang negara kita. Secara khusus, Badan Intelijen Negara bertugas mengamati, menghimpun berbagai informasi yang memiliki potensi untuk merugikan atau menghancurkan negara. Namun kecerdasan informasi ini juga menyangkut kemampuan seseorang mencermati isu-isu terbuka sebagai opini publik di media massa.

Beberapa indikator tentang kecerdasan informasi diantaranya: (1) kemampuan untuk memahami pengumpulan, pemrosesan, integrasi, analisis, evaluasi dan interpretasi dari informasi yang tersedia yang menyangkut wilayah atau negara asing; (2) menerima informasi dan pengetahuan mengenai “lawan” yang didapat melalui pengamatan, penyelidikan, analisis atau pemahaman; (3) intelijen adalah informasi yang menyangkut entitas asing,

biasanya (tetapi tidak selalu) merupakan musuh, juga lembaga-lembaga yang berkaitan dengan pengumpulan informasi tersebut. Hal ini berkaitan erat dengan siklus intelijen, yakni suatu proses di mana informasi mentah didapat, dikonversi menjadi intelijen, dan disebarluaskan pada konsumen yang sesuai (Gale Encyclopedia of Espionage & Intelligence).

Penelitian Hermintatik (2009) menyatakan, era industri informasi mengondisikan informasi sebagai sebuah kebutuhan, yang berdampak pada berkembangnya model kemiskinan dari kemiskinan absolut kepada kemiskinan informasi. Untuk menurunkan angka kemiskinan tersebut, pemerintah telah mengambil kebijakan dengan membangun telecenter guna mengakses informasi, layanan sosial ekonomi dan berkomunikasi melalui sarana TIK di daerah perdesaan. Pemanfaatan TIK memerlukan keterampilan bidang teknologi dan Bahasa Inggris, sementara masyarakat sebagai objek pengguna TIK relatif berpendidikan rendah dan masih belum melek informasi.

Hasil penelitian menunjukkan, Manajemen Informasi dan Sumber Daya Informasi Lokal memiliki peran positif dalam mempengaruhi kesejahteraan. Variabel Komunikasi yang berperan sebagai penengah terhadap kesejahteraan mampu memunculkan tingkat kesadaran informasi, kecerdasan komputer dan kecerdasan informasi bagi masyarakat. Bisa dibuktikan, capaian peran manajemen informasi telecenter dalam meningkatkan kesejahteraan berupa kesejahteraan pengetahuan melalui kecerdasan informasi (*information literacy*) sebesar 64% pada TC Daragati dan 67% pada TC Semeru. Akhirnya disimpulkan bahwa keberadaan sarana Teknologi Informasi dan Komunikasi merupakan wahana dalam menurunkan kemiskinan atau meningkatkan kesejahteraan.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Web Literacy 2.0

Seiring dengan maraknya penggunaan teknologi, dan semakin banyak masyarakat pengguna media *online*, Mozilla merilis keterampilan menggunakan web (diunduh Agustus 2016) terus mengembangkan strategi untuk mendukung web sebagai *open & public resource*. Untuk membantu masyarakat agar menjadi pengguna internet yang baik, Mozilla memfokuskan pada tujuan-tujuannya yakni: (1) mengembangkan lebih banyak pendidik, penasihat,

dan pemimpin komunitas yang dapat mengangkat dan mengembangkan web sebagai sumberdaya publik yang terbuka (*open & public resource*); (2) membuat peraturan-peraturan dan praktik-praktik yang menjaga web agar tetap menjadi sumberdaya publik (ruang publik) yang sehat dan aman untuk semua kalangan.

Selanjutnya Monzila (2016) juga menjelaskan, aspek-aspek kepandaian digital (*Digital age skills*) ada empat aspek yaitu: (1) *Read*. Membaca adalah kemampuan yang sangat penting untuk memperoleh konten/muatan secara online. Membaca dapat juga disebut *exploring* atau *navigating the web*. Seperti kemampuan membaca secara tradisional yang memerlukan pemahaman kalimat dan bentuk tulisan, membaca *online* pun memerlukan pemahaman dasar tentang kinerja web. Pembaca yang baik akan mengetahui alat dan strategi yang dapat digunakan untuk mencari dan memperoleh lokasi orang, bahan atau informasi lainnya.

Pembaca yang baik juga harus dapat mengetahui cara untuk menilai kredibilitas dari sumber-sumber yang digunakan. "Membaca" juga berarti bagaimana cara kita menjelajah web. Orang yang mengerti bahasa web mengerti kinerja dasar dari web seperti membedakan nama dan alamat pada web, bagaimana cara data dapat terhubung dan bergerak melalui infrastruktur web. Mereka dapat mengevaluasi konten web dan mengidentifikasi kegunaan serta keabsahannya; (2) *Write*. Menulis di dalam web akan memungkinkan seseorang untuk membangun dan menciptakan konten untuk sebuah tujuan atau maksud tertentu. Genre baru yang menggabungkan teks dan alat bantu telah muncul dalam open web dan seringkali disebut dengan istilah *making*. Mempelajari *making* memungkinkan kita untuk membangun konten baru.

Penulis *online* yang baik menggunakan alat bantu untuk mengolah teks untuk menciptakan atau mengkurasi konten. Hasilnya, konten yang diolah turut bergerak dalam open web. "Menulis" juga adalah cara untuk membangun web. Orang dapat mengubah kalimat text menjadi *hyperlink* serta memasukan media pada sebuah website. pada level ahli, orang dapat mengerti dan menulis kode; (3) *Participate*, adalah bagaimana cara kita terhubung dalam web. Cara berinteraksi dengan pengguna lain untuk membuat pengalaman dalam menggunakan web menjadi lebih menarik dan beragam. Termasuk juga di dalamnya pemahaman atas dasar-dasar

keamanan dalam melindungi identitas online anda serta menghindari dari kejahatan online; (4) *The 21-C Skills: Problem Solving, Communication, Creativity, Collaboration*; merujuk kepada ilmu, keahlian, kebiasaan kerja dan karakter diri yang dianggap penting dalam mencapai kesuksesan di zaman ini, terutama untuk perkuliahan dan kesiapan kerja. Contohnya keahlian untuk berkolaborasi, berkomunikasi, berkeaktifitas dan menyelesaikan masalah.

## 2. Kecerdasan Informasi dalam Peneguhan Karakter Bangsa

Direktur Eksekutif Information and Communication Technology (ICT) Watch menyatakan dinamika masyarakat Indonesia berubah akibat pengaruh internet sejak pertengahan tahun 2000. Penggunaan telepon seluler, berdasarkan wilayah, Pulau Jawa mendominasi yaitu 42.888.880 pelanggan, Sumatera 35.721.194 pelanggan, Jakarta-Banten 32.606.569 pelanggan, Sulawesi, Maluku, Papua 12.624.304 pelanggan, Kalimantan 11.113.034 pelanggan dan Bali-NTT 7.227.946 pelanggan. Secara keseluruhan jumlah ini mencapai 142.181.927, atau sekitar 60% penduduk Indonesia menggunakan telepon genggam yang memungkinkan penggunaannya memanfaatkan seluruh fasilitas media komunikasi dan informasi. Sebanyak 79 juta orang aktif menggunakan media sosial, Facebook, Twitter, Instagram, hingga moda mengobrol di Whatsapp dan Blackberry Messenger (Kompas, 4 September 2016). Dengan sebuah gadget, seseorang bisa menelepon, menggunakan internet, mengakses penyiaran radio dan televisi, membaca surat kabar/majalah online, bahkan menikmati film cinema, dan video game.

Apa makna di balik angka-angka tersebut? Pemanfaatan media komunikasi pasti diikuti beragam dampak, baik dalam kehidupan ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan dan keamanan; termasuk kehidupan berbangsa dan bernegara. Seperti Pancasila sebagai dasar Negara, saat ini sudah mulai pudar terutama pada generasi muda. Karakter bangsa sudah mulai tergerus hingga mengancam identitas kebangsaannya. Yasraf Amir Pilliang (2005) menegaskan, media dianggap penting karena menjadi agen penyebaran informasi yang jangkauannya luas, aksesnya lebih terbuka, serta sifatnya yang menghibur. Di samping sebagai alat ideologi negara (*Ideological State Aparatus* – ISA) yang berfungsi menanamkan ideologi ke dalam masyarakat, media punya tugas untuk

selalu menyerap dan mengartikulasikan berbagai kepentingan dan ideologi lain yang ada di masyarakat agar mendapatkan penerimaan publik yang lebih luas. Bila tidak, media akan dianggap sebagai alat kekuasaan, bukan alat hegemoni yang demokratis; walaupun ini sebuah situasi ideal, bahkan utopis.

Kekuatan media secara kuantitas dan kualitas dapat diinventarisir di antaranya, mengikis kepercayaan masyarakat sebagai suatu bangsa, termasuk terhadap pilar kebangsaan yaitu: NKRI, Pancasila, UUD 1945 dan Bhineka Tunggal Ika yang sudah mapan dan terlembagakan. Kompas (31 Januari 2011) melakukan jajak pendapat tentang kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggara Negara. Dari 44,3 persen menyatakan tidak ada lagi kepercayaan terhadap pemerintah dalam menangani isu hukum, kemiskinan, HAM, dan lain-lain. Lembaga pengawas yang diharapkan berfungsi optimal seperti Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), hanya dipercaya oleh masyarakat sekitar 19,9 persen sedangkan Pers, lembaga Agama masing-masing 8,2 persen. Hal yang menarik, evaluasi terhadap kinerja lembaga ini, ketika 75,5 persen masyarakat merasa puas dengan penyajian informasi oleh media massa yang ada saat ini. Namun, jika informasi dari media massa tersebut terus menerus melakukan “pelemahan” terhadap lembaga formal, maka berbagai konsekuensi dan ancaman terhadap eksistensi Negara menjadi nyata.

Kepercayaan masyarakat di atas, merupakan satu contoh konkrit bahwa informasi yang diterima oleh mereka melalui media telah menjadi faktor penentu pembentukannya. Sangat jarang dan sulit bagi sebagian besar rakyat bersentuhan langsung dengan lembaga atau isu-isu nasional, untuk itu melalui media yang mengekspos secara intens, terbentuk pengetahuan tersebut. Namun di balik semua itu, eksistensi media komunikasi dan informasi, media cetak dan penyiaran, sudah merupakan ajang pertarungan wacana, ideologi dan kepentingan dari orang-orang atau kelompok yang mampu secara finansial, atau karena jabatan dan/atau memiliki jaringan ke media penyiaran; untuk menguasai opini publik demi tujuannya.

Karakter bangsa adalah sesuatu yang harus diwariskan kepada generasi muda. Proses pendidikan atau pembentukan karakter bangsa dapat dilihat dari sejauh mana partisipasi kultural yang dilakukan generasi muda saat ini. Informasi melalui media massa maupun media online, menjadi salah satu indikator pembentuk karakter bangsa. Harapannya

adalah terwujudnya jati diri kultural dalam tiap individu. Diperlukan strategi ideologis dan praktis untuk menggapainya, terutama perlu reformasi dan transformasi kebudayaan.

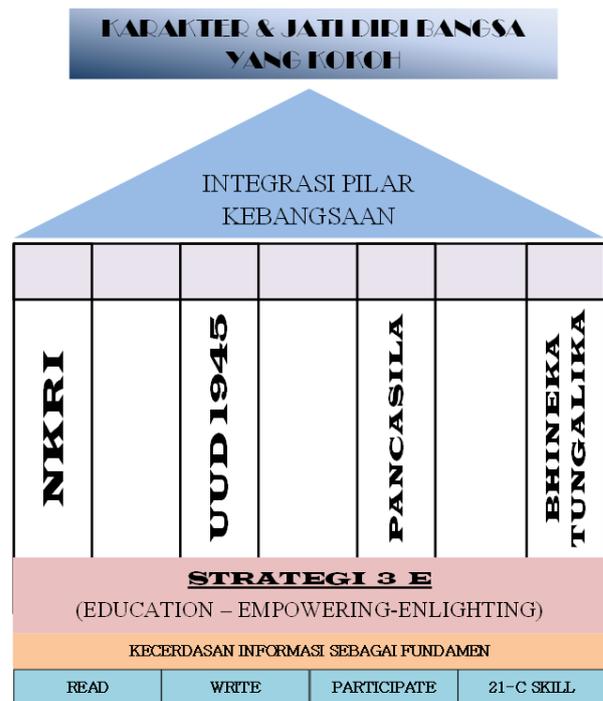
Membahas tentang Karakter Bangsa bermakna menegaskan jati diri bangsa. Dalam pembahasan tentang karakter bangsa, banyak yang terjebak dalam ingkaran kebudayaan yang membuat jarak antara satu etnik dengan etnik lain. Walaupun belum mengkerucut dalam indikator-indikator yang mudah dipahami, namun ada kesepakatan bersama, jati diri bangsa Indonesia adalah kebhinekaan/keberagaman etnik dan budaya yang terangkum dalam falsafah negara, Pancasila. Jati diri yang dimaksudkan di sini merujuk pada identitas kebangsaan. Sebagai bangsa yang berdaulat, dengan kekayaan alam yang luar biasa nampak belum memiliki karakter atau kepribadian yang kokoh menghadapi tantangan globalisasi. Untuk itu tidak mungkin karakter bangsa dibentuk oleh pemerintah atau sebuah lembaga saja, namun perlu setiap individu sebagai warga negara membangun dan menegaskan karakter yang dimilikinya sebagai sebuah bangsa. “Bangsa yang tidak pernah memiliki apapun yang terbaik untuk dirinya itulah bangsa yang tidak punya jati diri bangsa” Yesmil Anwar (PR 30/5-2011)

Sebagai bangsa yang besar dengan kekayaan kultural yang sangat tinggi dan masyarakatnya majemuk, perlu dianalisis secara cermat oleh para pelaku industri media terutama media *mainstream*. Pola budaya dan tatanan yang hidup di masyarakat (kearifan lokal) harus dijadikan pedoman untuk menyusun berbagai program informasi yang diproduksinya. sehingga budaya pop atau nilai yang berasal dari negara luar tidak merusak budaya yang telah lama hidup atau mengikis nilai-nilai budaya asli, atau bahkan merusaknya. Khususnya pada isi media penyiaran perlu adanya keseimbangan antara etika dan moral yang harus dijaga melalui pendidikan yang rasional kepada masyarakat. Demikian halnya dalam menyikapi masyarakat Indonesia yang heterogen, informasi yang dilontarkan oleh media massa, idealnya mengedepankan karakter bangsa. Tentunya karakter bangsa yang cerdas, berbudaya, cinta tanah air, bermoral, dan memiliki budaya saling mencintai. Media hendaknya memberikan *treatment* bukan hanya masyarakat yang ada di perkotaan tapi juga masyarakat yang di perdesaan.

Membangun kecerdasan informasi tidak kemudian dimaknai secara sempit dalam perspektif untuk

mempelajari pesan sebagai wacana saja, namun dibalik informasi terdapat kognisi sosial dan konteks sosial yang mengikutinya. Tujuannya jelas, yakni menjadikan masyarakat tumbuh menjadi rasional dan terdidik (*educated society*). Informasi politik misalnya, dalam konteks Pemilu dipahami sebagai kemampuan warga masyarakat untuk mendefinisikan kebutuhan mereka akan substansi politik terutama perihal hak dan kewajibannya sebagai warga negara. Indikator cerdas tentang informasi politik berarti seseorang memahami akibatnya, jika ia salah memilih perwakilan atau pemimpin dalam suatu negara. Indikator lain diantaranya: mengetahui strategi pencarian informasi apa, siapa dan mengapa mereka harus memilih, memiliki kemampuan untuk mendeteksi *hidden agenda* dari informasi politik yang diterima serta mampu membandingkan dan mengevaluasi berbagai tawaran politik yang disodorkan kepada mereka.

Terakhir, seseorang mampu mengorganisasikan, mensintesis serta membuat jejaring (*network*) pemilih rasional dalam proses transaksional dengan pemimpin yang akan diberi mandat kekuasaan. Kemampuan tersebut merupakan bentuk kecerdasan informasi warga ketika berhadapan dengan ritual politik yang secara rutin dihadapinya. Berikut model strategi untuk membangun karakter bangsa.



Sumber: Diolah dari model Information system as sustainable competitive advance (Service & Maddux III, 1989)

Pencerdasan informasi bagi warga negara bukan sebuah panacea yang ampuh untuk mengatasi semua permasalahan, namun ia dapat merajut komitmen warganya sebagai suatu bangsa dan membangun nasionalisme. Melalui sistem dan kebijakan komunikasi yang jelas, terprogram, dan tersebar luas akan menghasilkan kognisi, sikap, kesadaran, perilaku atau komitmen yang diharapkan. Semangat meneguhkan karakter bangsa tidak saja terkait dengan program dan isi media massa, namun kecerdasan individu dalam berhadapan dengan media juga menjadi penentunya. Kekuatan kebudayaan lokal yang tersosialisasikan dengan luas akan menjadi pertahanan pewarisan nilai-nilai sebuah bangsa, karena berbicara "nasionalisme" disana akan ada komponen etnografis, bahasa, agama, geografis dan yang terpenting kata Ernest Renan, persekutuan kepentingan bersama yang perlu dipertahankan. Untuk mendirikan paham kebangsaan harus diciptakan hal-hal yang gemilang dari bangsa ini yang membanggakan kita sebagai warga. Keunggulan bangsa yang diekspose akan menjadi modal sosial dalam mendirikan paham kebangsaan. Sedangkan solidaritas besar akan terbentuk jika ada kesadaran bahwa warga menjadi korban atau menderita karena negara lain.

## KESIMPULAN

Kecerdasan informasi terkait dengan kondisi kualitas SDM yang mampu memproduksi informasi, pengetahuan dan menyebarkannya di masyarakat melalui berbagai saluran yang dapat mereka akses sebagai kunci utamanya. Strategi dari pimpinan di pemerintahan, politik, agama, pendidikan menjadi sangat krusial dalam membangun kecerdasan informasi komunitasnya. Keberadaan media sosial dalam "personal gadget" jauh lebih intens membangun komunikasi yang berdampak pada penggunaannya, sehingga pimpinan dan lembaga negara perlu menjadikannya sebagai saluran utama untuk penguatan karakter dan jati diri warga. Selain itu, konsep media lokal, content local, *community broadcasting*, *community media* yang sifatnya swadaya masyarakat menjadi penting artinya untuk ketahanan nasional secara keseluruhan.

Untuk mewujudkan nasionalisme dalam komunikasi diperlukan proses pembelajaran yang lama dan melibatkan banyak pihak. Namun titik awal yang perlu dipersiapkan, adanya regulasi yang mapan dan terkonsolidasi baik secara vertikal mau-

pun horisontal. Parsialnya aturan perundangan serta lembaga yang menangani pers, komunikasi, perfilman, persaingan usaha dan lainnya, berdampak pada sulitnya penegakkan aturan, khususnya penyelenggaraan media komunikasi secara ideal. Indikator cinta bangsa dalam suasana kekinian dan kemajemukan budaya sebagai potensi (kekayaan) bangsa perlu diakomodir dengan akurat (berdasarkan riset) oleh lembaga komunikasi secara nasional maupun di masing-masing daerah.

Langkah konkrit lain untuk mengantisipasi berbagai *trend* dan perubahan yang dihadapi bangsa diantaranya memperkuat kelembagaan baik pemerintahan itu sendiri maupun lembaga media yang sehat, melalui metode "3 E" (*Empowering, Enlighting, Education*) dengan sasaran yang tepat. Selain itu, diperlukan membangun *software* dengan konten kebangsaan dan infrastruktur komunikasi dan informasi yang berbasis teknologi tepat guna, tepat waktu dan tepat sasaran. Adapun daya tangkal terhadap *Information Warfare* adalah Ketahanan Nilai-nilai Luhur Bangsa, Nasionalisme dan Gotong Royong; yang semestinya digelorkan oleh semua media, khususnya media massa *mainstream* di Indonesia.

Pepatah Belanda *kennis is macht, character is meer* (*knowledge is power, character is more*) mengajarkan dua hal: (1) memiliki pengetahuan berarti memiliki kekuatan dan kekuasaan, sedangkan memiliki karakter melebihi keduanya. Ini berarti, membangun peradaban komunikasi tak cukup bermodalakan pengetahuan media, namun lebih dari itu visi, komitmen, dan karakter media akan menjadi bauran penting dalam mengokohkan martabat bangsa; (2) pengetahuan dapat menjadi landasan pembangunan karakter. Namun membangun karakter tidak identik dengan menghimpun pengetahuan. Dengan kata lain, berpengetahuan saja belum tentu berkarakter, sebab karakter menuntut komitmen untuk mengaplikasikan pengetahuan, mewujudkan pandangan visioner dan keberpihakan.

Dalam konteks kecerdasan informasi, karakter bangsa bermakna komitmen warga bangsa untuk mewujudkan kondisi yang disadari paling baik, dengan menghindari hal-hal yang melemahkan integritas kepribadian dan integrasi wilayah. Bila pelaku media sadar dan paham pentingnya menegakkan pilar NKRI, UUD 45, Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika, maka dapat dikatakan berkarater nasionalisme yang kokoh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Yesmil (2011). *Pancasila & Jati Diri Bangsa*. Pikiran Rakyat 30 Mei 2011
- Bashy Quraishy. (2003). *Islam and the Western Media*, Jurnal Mediator, Volume 4 nomor 2, Fikom UNISBA, Bandung
- Britannica Concise Encyclopedia. © 1994-2011. Encyclopædia Britannica, Inc.
- Dennis McQuail. (1992). *Media Performance, Mass Communication and the Public Interest*. Sage Publications.
- Downing, John D.H., Denis McQuail, et all. (2004). *The Sage Handbook of Media Studies*, Sage Publications.
- Genovese, Michael a & Streb, Matthew J. (2004). *Polls and Politics, The Dilemmas of Democracy*, State University of NewYork Press.
- Gale Encyclopedia of Espionage & Intelligence. Encyclopedia of Espionage, Intelligence, and Security. Copyright © 2004 by The Gale Group, Inc.
- Hutchinson.W, & M.Warren. (2001). *Principles Of Information Warfare*, Journal of Information Warfare, Volume I Issue.
- Hermintatik. (2009). *Peran Manajemen Informasi Telecenter dalam Meningkatkan Kesejahteraan*, Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Ian Ward. (1995). *Politics of The Media*, Mc Millan Education Australia.
- Ispandriarno, Lukas S. dkk, *Media-Militer-Politik*. (2002). Galang Press, Yogyakarta.
- Iyengan,Shanto & Jennifer A, McGrady. (2007). *Media Politics, A Citizen Guide*, W.W. Norton & Company, New York, London
- Kartohadiprojo, Budiono. (2008). *Neocortical Warfare: Operasi Cuci Otak*, Gatra, 20 Agustus 2008.
- Kompas, 31 Januari 2011; 4 September 2016.
- Media Scene. (2009). *The official Guide to Advertising Media in Indonesia*, Volume 20 : 2008/2009, PRSSNI,ATVSI, SPS.
- Monzila Research, Web Literacy 2.0, (diunduh 3 Agustus 2016).
- Nimmo, Dan. (2000). *Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek*, Remaja Rosdakarya Bandung.
- Oxford Dictionary of the US Military. *The Oxford Essential Dictionary of the U.S. Military*. Copyright © 2001 by Oxford University Press.
- Rachmiate, Atie. (2007). *Radio Komunitas, Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*, Simbiosia Rekatama Media, Bandung
- Rachmiate, Atie. (2011). Orasi ilmiah: *Membangun Kecerdasan Informasi (Information Quotient) dalam Menghadapi Information Warfare dan Peneguhan Karakter Bangsa*, Unisba , Bandung
- Rajib Ghani. (2008). *Media Warfare: A Global Challenge in the 21<sup>st</sup> Century*, Journal of Media and Information Warfare, Universiti Teknologi Mara, Malaysia.
- Rivers, William L. dkk.(2004). *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Prenada Media, Jakarta.
- Rushkoff, Douglas. (1994). *Cyberia "Life in The Trenches of Hyperspace"*, Paperback edition.
- Sand, Thomas. R. & Paul H.Issler. (1998). *Spesial Operation Force, Information Operation & Airpower: Prescription for the Near 21<sup>st</sup> Century*, Thesis, Naval Post Graduate School, Monterey, California.
- US Defense Department Military Dictionary. (2003). *US Department of Defense Dictionary of Military and Associated Words*.
- Service, Robert.W & Henry S.Maddux III. (1999). *Building Competitive Advantage Through Information Systems: The Organizational Information Quotient*, Journal of Information Science, Samford University, Alabama USA.
- [http://content\\_forcommunicators.com/articles-on-change.html](http://content_forcommunicators.com/articles-on-change.html)
- <http://www.rushkoff.com>
- [http://nakula.rvs.uni-bielefeld.de/made/artikel/paper\\_issm/](http://nakula.rvs.uni-bielefeld.de/made/artikel/paper_issm/).
- [webmaster@chinagate.com.cn](mailto:webmaster@chinagate.com.cn)