



# Kapasitas Literasi dan Relevansi Budaya

Literasi budaya, khususnya wacana tentang literasi media sedang mencuat setidaknya satu dekade terakhir. Terma literasi muncul dimana-mana bak cendawan di musim hujan. Istilah ini pun lazim kita jumpai di percakapan dan tulisan sehari-hari. Meski, seringkali tanpa defenisi dan kesesuaian penggunaan yang seringkali tak sesuai. Hal itu pun sebetulnya telah mengarah ke satu hal yang penting dalam dunia literasi, yakni kapasitas literasi, yang bersesuaian dengan relevansi budaya.

Secara konseptual, dari KBBI daring terdapat tiga defenisi literasi: (1) n kemampuan menulis dan membaca; (2) n pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu:--komputer; (3) n kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup.

Martin Suryajaya, penulis filsafat dan kritikus sastra, pada kanal pribadinya mendefinisikan literasi pada dua hal. Pertama, terkait dengan baca tulis, dalam arti kata bebas dari buta huruf. Kedua, literasi

si dimaknai sebagai praktik mengkonsumsi dan memproduksi pengetahuan.

Alwy Rachman, kolumnis literasi, akademisi ilmu budaya, dan budayawan, mendefinisikan literasi tak sekedar mengenai pemberantasan buta huruf semata sebagaimana lazim menjadi program pemerintah di masa orde baru hingga awal reformasi di Indonesia. "Literasi adalah aksi manusia dalam membaca kebudayaan sebagaimana manusia itu dibaca oleh kebudayaan", seperti dikutip oleh Identitas Unhas dalam sebuah publikasinya.

Dengan begitu, dari definisi Alwy Rachman di atas, literasi terkait dengan kemampuan dan kapasitas seseorang dalam "membaca" keadaan lingkungan sekitarnya, dan dunia, serta kesiapan dan kesigapan seseorang untuk dibaca, dikritik, dan dikoreksi oleh keadaan lingkungan dan dunia sekitarnya.

## Literasi dan relevansi

Soal kemampuan dibaca ini,

## APRESIASI



OLEH

Nasrullah Mappatang  
Dosen FIB Unmul/  
Alumni FIB Unhas

bertalian dengan konsep terbaru dalam kajian budaya abad XXI, yakni mengenai relevansi. Seberapa relevankah seseorang dengan gerak zaman dan perubahan sosial budaya dan teknologi hari ini? Artinya, relevansi memvalidasi kapasitas seseorang di hadapan lingkungan dan dunia yang dijalaninya. Relevansi ini pun pada akhirnya terkait dengan kapasitas literasi seseorang maupun sebuah kelompok masyarakat.

Terkait relevansi budaya, menarik menghubungkannya dengan satu tema lazim dalam *cultural studies* (kajian budaya), yakni kontestasi budaya. Kontestasi budaya berpretensi menjadikan satu konstruksi dan artikulasi budaya dari satu kelompok merebut dominasi dan hegemoni akan apa dan siapa yang paling relevan dalam praktik budaya masyarakat dewasa ini. Budaya yang manakah yang dianggap dominan sehingga berhak mengatur apa dan siapa yang valid dan relevan?

## Pencitraan (*self-actualization*) dan masyarakat tontonan (*the society of the spectacle*)

Pencitraan atau aktualisasi diri di media adalah bagian dari masyarakat tontonan (*society of spectacle*), meminjam istilah Guy Debord (2000) dalam *The Society of the Spectacle*. Sementara itu, masyarakat tontonan ini tumbuh beriringan dengan lahirnya masyarakat konsumsi di Eropa pasca perang dunia II sejak tahun 1950

dan 1960-an. Hadirnya masyarakat konsumsi ini, yang kemudian melahirkan masyarakat tontonan ditandai dengan semakin massifnya industri iklan dan media massa yang menopang industri hiburan. Simbol-simbol berbarisan sebagai upaya konstruksi simbolik untuk mengidentifikasi kelas sosial dan afiliasi identitas kultural seseorang.

Fenomena di atas berlanjut hingga hari ini yang dinamai era pasca-fordisme. Dimana, konsumsi simbolik merupakan penggerak roda kapitalisme lanjut hari ini. Tanpa konsumsi simbolik, mustahil kapitalisme dapat selamat dalam beberapa kali krisis. Hal ini pulalah yang disoroti oleh mazhab Frankfurt dalam tesisnya mengenai industri budaya. Industri budaya adalah roda penggerak modal pada sistem kapitalisme lanjut sekaligus penyelamat kapitalisme dari krisis yang terjadi beberapa kali pasca perang dunia II.

Kepenontonan, lebih didukung lagi oleh kehadiran media sosial

dan media daring yang berbasis internet. Orang semakin mudah memamerkan diridan barang-barang simbolik yang dimilikinya seperti mobil mewah, perhiasan mewah, rumah mewah, pakaian mewah dan banyak lagi kemewahan lainnya, melalui media sosial dan media daring yang jumlahnya semakin marak. Kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial dan media daring (*online*) inilah yang membuat siapa saja, termasuk kelas bawah, menengah, dan atas serta identitas budaya manapun dapat mengakses dan menggunakannya. Kemudahan inilah yang akan menyuburkan kontestasi budayalintas kelas dan lintas identitas kultural di media, khususnya media sosial dan media daring, yang lazim disebut media baru (*new media*) hari ini.

Dengan begitu, jadilah media baru (*new media*) ini sebagai arena kontestasi budaya (*cultural contestation*), baik yang berbasis kelas dan gender, maupun yang berbasis identitas kultural seperti etnik, agama, dan ras.\*