ABSTRAK

Kondisi media yang ada sekarang ini di Indonesia seolah-olah tanpa regulasi, dimana banyak media yang melenceng dari koridornya sebagai penyaji informasi berlandaskan pemihakan pada kepentingan masyarakat. Media khususnya di Indonesia sekarang ini cenderung dimanfaatkan oleh pemilik media itu sendiri untuk kepentingan pribadi dan golongannya, sehingga tidak heran jika informasi yang disampaikan tidak memiliki kepentingan terhadap masyarakat. Kondisi seperti ini harus ditanggulangi dengan sebuah kajian yang dinamakan literasi media. Tergerak dengan kondisi yang ada, IMIKI (Ikatan Mahasiswa Komunikasi Indonesia) membuat sebuah program berkesinambungan untuk memunculkan kajian literasi media melalui kampanye. Kampanye literasi media yang dilakukan IMIKI (Ikatan Mahasiswa Komunikasi Indonesia) merupakan serangkaian kegiatan yang menjabarkan kondisi ketimpangan media yang didalangi oleh para pemilik media, khususnya terkait dengan dunia politik. Proses penyampaian pesan kampanye literasi media IMIKI dibagi kedalam beberapa kegiatan yang dilakukan di pasar Bringharjo Yogyakarta yaitu orasi menggunakan atribut topeng pemilik media, penandatanganan di secarik kain sebagai tanda dukungan kampanye, pembagian pembatas buku berisi materi literasi media dan pemutaran film dokumenter “Di Balik Frekwensi” di kampus AKINDO.

Kata kunci: Literasi Media, Kampanye, IMIKI (Ikatan Mahasiswa Komunikasi Indonesia)