Mengambil Apa yang Diperlukan

COBA simak data-data berikut ini. Dalam seminggu, anak-anak di Indonesia menonton televisi selama 30-35 jam, atau 1.560-1.820 jam setahun. Angka ini jauh lebih besar ketimbang jumlah jam belajar di sekolah dasar yang tak lebih dari 1000 jam/tahun.

Maka, ketika seorang anak menginjak usia SMP, dia sudah menyaksikan televisi selama 15.000 jam. Sementara, waktu yang dihabiskannya untuk belajar tak lebih dari 11.000 jam saja (Nielsen Index). Kesimpulannya, lebih banyak waktu dihabiskan untuk nonton televisi daripada belajar!

Kidia, sebuah lembaga riset dan advokasi media anak mencatat, saat ini jumlah acara TV untuk anak usia prasekolah dan sekolah dasar mencapai 80 judul setiap minggu, yang ditayangkan dalam 300 kali penayangan selama 170 jam. Padahal, dalam seminggu ada 24 jam x 7 = 168 jam! Artinya, porsi tayangan program anak di televisi sudah berlebihan, melebihi jumlah jam dalam setiap minggu.

Bisa dibayangkan betapa banyaknya program televisi yang membombardir anak-anak. Padahal, dari sekian banyak program televisi, hanya 15 persen saja yang dikonsumsi anak-anak.

Masalahnya, kalau acara televisi yang aman dikonsumsi oleh anak-anak jumlahnya hanya 15 persen, bagaimana dengan sisanya? Lalu, apa saja *sih* yang ditonton oleh sekitar 60 juta anak Indonesia yang menghabiskan waktu selama berjam-jam hampir sepanjang hari di depan televisi?

Guntarto, aktivis media mengungkapkan, anak-anak menonton apa saja karena kebanyakan keluarga tidak memberi batasan menonton yang jelas. Mulai dari acara gosip selebritis, berita kriminal yang berdarah-darah, sinetron remaja yang permisif dan penuh kekerasan, intrik, mistis, amoral, film dewasa yang diputar dari pagi hingga malam, penampilan grup musik berpakaian seksi dengan lirik orang dewasa yang tidak mendidik, sinetron berbungkus agama yang banyak menampilkan rekaan azab, hantu, iblis, siluman, dan seterusnya.

Acara-acara semacam itu sama sekali jauh dari definisi "aman" bagi anak-anak karena masih mengandung atau bahkan sarat dengan adegan kekerasan, seks, dan mistis. Sebuah program televisi dinyatakan aman karena kekuatan ceritanya; sederhana, dan mudah dipahami. Anak-anak boleh menonton tanpa didampingi. Dan, jangan lupa, mengandung nilai-nilai positif yang bisa ditransfer kepada anak-anak.

Apa yang terjadi ketika anak-anak diterpa oleh program televisi yang tidak aman dikonsumsi mereka? Hasil kajian efek di mana pun memperlihatkan bahwa televisi punya pengaruh pada khalayaknya. Mulai dari desensitisasi atau penumpulan kepekaan sampai *fear effect*, efek rasa takut berlebihan. Yang tadinya takut lihat darah dan kekerasan, misalnya, berubah menjadi permisif terhadap kekerasan ketika sering diterpa oleh acara-acara bertema kriminalitas. Berita penangkapan maling ayam jadi kurang seru rasanya kalau tidak disertai liputan tentang bagaimana masyarakat

:: repository.unisba.ac.id ::

menghakimi sang maling sampai terkencing-kencing, berdarah-darah. Inilah desensitisasi kekerasan.

Efek lain: yang tadinya menganggap dunia ini biasa-biasa saja, gara-gara acap nonton acara bertema kekerasan, menganggap bahwa dunia ini luar biasa mengerikan karena kejahatan ada di mana-mana. Golongan khalayak yang terkena efek semacam ini jadi paranoid terhadap realitas, sampai takut ke luar rumah. *Fear effect*. Kita belum lagi bicara soal pergeseran budaya, kekerasan verbal, dan model solusi yang dicomot begitu saja oleh khalayak berdasarkan apa yang mereka lihat di televisi.

Kasus bunuh diri anak atau kekerasan seksual yang dilakukan anak-anak, misalnya, disinyalir pula ada akibat pengaruh media audiovisual. "Belakangan ini, banyak orang tua mengajukan komplain karena sinetron remaja seperti 'Heart' memperlihatkan bagaimana anak-anak sudah mengenal dunia pacaran lengkap dengan intrik dan cemburu-cemburuan," tutur Atie Rachmiatie, anggota Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Propinsi Jawa Barat, yang bertugas menerima dan memproses keluhan masyarakat seputar program penyiaran. Kenyataan seperti ini memang bukan masalah khas Indonesia.

Di mana pun, jika program televisi dikelola oleh industri yang hanya berpikir bagaimana mencari keuntungan semata, senantiasa akan menimbulkan persoalan. Maka, pada awal dekade 1990-an, para pengamat media kemudian melontarkan gagasan untuk melakukan sejenis aktivisme yang bergerak di tataran publik.

Lahirlah gerakan *media literacy*, yaitu sebuah gerakan mendidik publik agar mampu menghadapi media massa secara bijak dan cerdas. Bijak, artinya mampu memanfaatkan media massa sesuai dengan keperluannya. Cerdas, artinya mampu memilih dan memilah ragam informasi yang memang diperlukan. Tahu mana yang penting, dan mana yang tidak penting atau bahkan berbahaya.

Media literacy dalam bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai keberaksaraan media atau melek media. Konsep ini merujuk pada kemampuan khalayak untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkreasi pesan-pesan melalui media dalam berbagai konteks (Livingstone, 2003). Dalam suatu masyarakat media seperti kita sekarang ini, di mana kontak dengan media menjadi sesuatu yang esensial dan tak terhindarkan, *media literacy* merupakan sejenis keterampilan yang diperlukan oleh khalayak guna berinteraksi selayaknya dengan media, dan menggunakan media dengan rasa percaya diri.

Keterampilan-keterampilan ini sesungguhnya dianggap penting bagi siapa saja. Namun, target utama *media literacy* adalah kaum muda dan anak-anak. Maklum, mereka tengah berada dalam proses peneguhan mental dan fisik.

Bagaimana penerapan *media literacy* di lapangan? Bagaimana mendidik masyarakat agar melek media? Banyak cara yang telah dilakukan oleh para aktivis *media literacy*. Beberapa aktivis di Amerika Serikat bekerja sama dengan sekolah-sekolah merancang model kelas dan pembelajaran berbasis media. Siswa-siswa diajari untuk melihat bahwa ada banyak hal yang bisa diperoleh di media jika teknologi informasi digunakan dengan benar.

:: repository.unisba.ac.id ::

Di Jepang, para aktivis *media literacy* menjalin kerja sama dengan Kementerian Pendidikan untuk merancang dan memberlakukan kurikulum yang memasukkan prinsip-prinsip *media literacy* ke dalam kelas-kelas sekolah dasar, bahkan TK dan kelompok bermain. Di Eropa, para aktivisnya membuat semacam indikator kultural untuk menilai kualitas program guna menandingi sistem *rating* yang selama ini disebut-sebut sebagai biang keladi buruknya acara televisi. Mereka juga berhasil memaksa pemerintah dan industri untuk memperhitungkan indikator kultural tersebut guna menimbang kualitas program televisi.

Gerakan penyadaran juga dilakukan lewat aksi-aksi seperti "Turn Off TV Week" yang digagas Adbuster, dan sudah mendunia selama beberapa tahun terakhir. Lewat aksi mematikan televisi atau tidak menonton televisi selama seminggu (lazimnya jatuh di bulan April), aksi ini bermaksud memberi pesan kuat kepada industri penyiaran bahwa masyarakat, andai bersatu, bisa menuntut haknya mendapatkan yang terbaik bagi dirinya dari televisi. Namun, gerakan seperti ini samasekali tidak bermaksud memusuhi televisi atau media apapun, tetapi memberi penguatan pada khalayak.

Dengan khalayak yang cerdas, mau tidak mau, media dituntut membuat program yang berkualitas. Sementara program-program yang sudah baik ”rating”-nya naik dengan sendirinya.

Kepada khalayak sendiri, aksi semacam ini bermaksud memunculkan kesadaran bahwa menonton televisi itu hanyalah satu dari sekian banyak pilihan. Masih banyak *kok* aktivitas lain yang bisa dilakukan, barangkali malah jauh lebih produktif. (Santi Indra Astuti)***

Sumber: Pikiran Rakyat, **Jumat, 20 Juli 2007**
http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2007/072007/20/1002.htm

:: repository.unisba.ac.id ::