



@ KPI - 2011



PANDUAN SOSIALISASI Literasi Media Televisi **PEGANGAN UNTUK NARASUMBER**



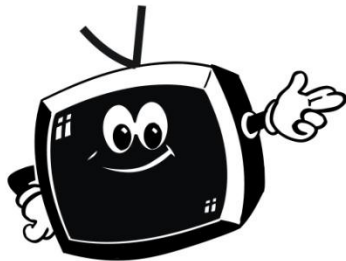
KPI KOMISI
PENYIARAN
INDONESIA
LEMBAGA NEGARA INDEPENDEN



PANDUAN SOSIALISASI Literasi Media Televisi

PEGANGAN UNTUK NARASUMBER

KOMISI PENYIARAN INDONESIA PUSAT



Tim Penyusun :

- Dadang Rahmat Hidayat
- Idy Muzayyad
- Azimah Subagijo
- Iswandi Syahputra
- Yazirwan Uyun
- Ezki Tri Rezeki Widiyanti Suyanto
- Nina Mutmainnah Armando
- Mochammad Riyanto Rasyid
- Judhariksawan
- B. Guntarto
- Masyhar Zaenuddin

Disain dan Penata Cetak:

Eva Navisya Lila, dkk

@ Komisi Penyiaran Indonesia, 2011

Jl. Gajah Mada No. 8, Jakarta 10129. Telepon : (021) 6340713, Fax (021) 6340679
www.kpi.go.id, email : pengaduan@kpi.go.id, sms pengaduan : 081213070000

Daftar Isi

Kata Sambutan	I
Kata Pengantar	III
1. Literasi Media Mulai Dari Kita	1
<i>Oleh Idy Muzayyad</i>	
2. Literasi Media Sebagai Program Yang Berkesinambungan	23
<i>Oleh Azimah Subagijo</i>	
3. Literasi media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan.	29
<i>Oleh Iswandi Syahputra</i>	
4. Produksi Tayangan TV.	61
<i>Oleh Yazirwan Uyun</i>	
5. Iklan di Media Penyiaran.	69
<i>Oleh Dadang Rahmat Hidayat</i>	
6. Penerapan Literasi Media TV Melalui Sekolah dan Rumah.	77
<i>Oleh Nina Mutmainnah Armando</i>	
7. Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis.	95
<i>Oleh Azimah Subagijo</i>	
8. Kritis Terhadap Tayangan TV.	119
<i>Oleh Ezki Tri Rezeki Widiyanti Suyanto</i>	
9. Berbagai Dampak Televisi Terhadap Khalayak.	131
<i>Oleh Mochammad Riyanto Rasyid</i>	
10. Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran.	155
<i>Oleh Judhariksawan</i>	
11. Materi Presentasi untuk Orangtua dan Guru.	169
<i>Oleh B. Guntarto</i>	
12. Materi Presentasi untuk Remaja.	197
<i>Oleh Azimah Subagijo</i>	
13. Materi Presentasi untuk Orang Dewasa.	221
<i>Oleh B. Guntarto</i>	
14. Yang Sering Ditanyakan Tentang Literasi Media Televisi.	239
<i>Oleh Masyhar Zaenuddin</i>	



Kata Sambutan Ketua KPI

Assalamualaikum wr.wb.

Salam Penyiaran...!!!

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas perkenan-Nya kami dapat menyelesaikan buku Panduan Sosialisasi Literasi Media Televisi. Program literasi media adalah salah satu kewajiban KPI atas amanat Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

KPI hadir pada saat kondisi sosial bangsa pada umumnya dan kondisi penyiaran di Indonesia pada khususnya masih dalam masa transisi. Berbagai dinamika bangsa secara langsung atau tidak mempengaruhi pelaksanaan tugas KPI. Namun masalah-masalah tersebut tidak menjadi alasan bagi KPI untuk mengelak dari tanggungjawab, malah hal tersebut menjadi tantangan untuk berbuat yang terbaik.

Hal pertama dan utama bagi KPI adalah membangun dan menjaga integritas serta sikap independen, sebab dunia penyiaran di Indonesia telah sangat terpengaruh oleh liberalisme kapital yang memungkinkan uang dan modal menjadi penguasa ketimbang idealisme serta kepentingan publik. Padahal penyiaran di Indonesia seharusnya menjadi sarana yang mampu menjamin dan melindungi kebebasan berekspresi atau mengeluarkan pikiran secara lisan dan tertulis, termasuk menjamin kebebasan berkreasi dengan bertumpu pada asas keadilan, demokrasi, dan supremasi hukum; mencerminkan keadilan dan demokrasi dengan menyeimbangkan antara hak dan kewajiban masyarakat ataupun pemerintah, termasuk hak asasi setiap individu/orang dengan menghormati dan tidak mengganggu hak individu/orang lain; memperhatikan seluruh aspek kehidupan berbangsa dan bernegara, juga harus mempertimbangkan penyiaran sebagai lembaga ekonomi yang penting dan strategis, baik dalam skala nasional maupun internasional; lebih memberdayakan masyarakat untuk melakukan kontrol sosial dan berpartisipasi dalam memajukan penyiaran nasional.

Untuk itulah kehadiran KPI harus berusaha agar penyiaran mengarah pada terciptanya siaran yang berkualitas, bermartabat, mampu menyerap, dan merefleksikan aspirasi masyarakat yang beraneka ragam, untuk meningkatkan daya tangkal masyarakat terhadap pengaruh buruk.

Dari berbagai permasalahan penyiaran tersebut, maka KPI pada tahun 2011 ini mengadakan program literasi media yang lebih berorientasi pemberdayaan masyarakat. Tujuannya adalah agar masyarakat dapat berpartisipasi untuk menciptakan media yang sehat dan memberikan hiburan, informasi, edukasi dan fungsi lainnya sesuai dengan budaya timur dan tidak melanggar norma agama dan Pancasila, yang terpenting lagi adalah masyarakat dapat membantu KPI dalam memberlakukan P3SPS bagi lembaga penyiaran yang menjadi amanat UU penyiaran.

Program literasi media televisi yang salah satunya dalam bentuk penulisan menuliskan buku panduan ini adalah adalah satu program strategis dalam rangka menciptakan duta KPI untuk membantu dalam memperbaiki isi siaran di televisi kita. Hal ini dikarenakan adanya kesadaran penuh dari KPI yang tidak mungkin untuk menciptakan media sehat dengan tanpa bantuan dari khalayak. Apabila khalayak sudah dapat mengkritisi isi siaran media penyiaran televisi, maka secara otomatis perbaikan dan penyehatan isi siaran media penyiaran televisi akan berjalan dengan lebih baik dan efektif, sehingga dapat menciptakan martabat dan moral bangsa semakin baik.

Semoga buku ini bermanfaat bagi seluruh elemen masyarakat dan dapat membantu kekosongan bahan literasi media yang selama ini masih minim dan belum dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Wassalamualaikum wr.wb

Mei, 2011

Dadang Rahmat Hidayat
Ketua KPI



Kata Pengantar

III

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur kami persembahkan ke hadirat Allah swt, dengan hidayah dan Rahmat-Nya, kami KPI termotivasi dan mampu untuk menuliskan berbagai gagasan tentang lautan pengetahuan yang maha luas di alam ini sebagai ilmu-Nya yang dapat dibentangkan sebagaimana harapan yang diinginkan. Buku ini merupakan modul panduan literasi media yang pertama kali diterbitkan oleh KPI Pusat dan sekaligus menjadi salah satu program utama pada tahun 2011 ini. Literasi media menjadi penting karena pada saat ini, masyarakat dapat menyaksikan bahwa teknologi komunikasi terutama televisi, telah mengambil alih beberapa fungsi sosial manusia (masyarakat). Setiap saat masyarakat dapat menyaksikan realitas baru yang bukan sekedar tentang sebuah ruang yang merefleksikan kehidupan masyarakat nyata dan peta analog atau simulasi-simulasi dari suatu masyarakat tertentu yang hidup dalam media dan alam pikiran manusia, akan tetapi sebuah ruang yang manusia dapat hidup di dalamnya. Media televisi mendominasi kehidupan kita dan bahkan mempengaruhi emosi serta pertimbangan kita.

Media televisi adalah salah satu instrumen untuk menyebarkan dan memperkuat hegemoni dominan. Peranan media televisi telah mampu membangun dukungan masyarakat dengan cara mempengaruhi dan membentuk alam pikiran mereka dengan menciptakan sebuah pembentukan dominasi melalui penciptaan sebuah ideologi yang dominan. Media televisi secara perlahan-lahan memperkenalkan, membentuk, dan menanamkan pandangan tertentu kepada khalayak, yang cakupannya tidak hanya dalam urusan politik dan ekonomi, namun juga menyangkut masalah budaya, kesenian, bahkan ke hal yang ringan seperti gaya hidup.

tidak sadar telah dipengaruhi oleh media dalam bertindak dan bertingkah laku sebagaimana yang ditayangkan dalam media tersebut. Misalnya mulai cara berbicara, berpakaian dan semua tindakan yang ada di masyarakat hampir semuanya dipengaruhi oleh televisi.

Masyarakat Indonesia juga terbagi ke dalam beberapa macam golongan yang mempunyai kesenjangan yang berbeda mulai dari masyarakat yang buta huruf sampai masyarakat cendekia, masyarakat petani sampai industri dan berbagai bentuk masyarakat lainnya. Kondisi ini menjadi semacam “kue” bagi para pebisnis terutama di bidang media. Mereka mencoba untuk menjual masyarakat yang masuk golongan pembantu, ibu rumah tangga, para remaja dan khalayak lainnya untuk dijadikan bahan bisnis tanpa memperhatikan dampak negatif yang terjadi pada mereka .

Sementara itu, di sisi lain, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) belum optimal untuk mengontrol keberadaan lembaga penyiaran terutama televisi karena keterbatasan sarana dan prasarana serta SDM. Itulah salah satu alasan, KPI membuat program literasi media pada khalayak. Setidaknya dengan adanya literasi media, khalayak menjadi faham akan keberadaan media dan secara tidak langsung dapat membantu KPI dalam mengontrol keberadaan lembaga penyiaran tersebut.

Khalayak yang sadar akan media, secara tidak langsung akan memberikan dampak yang positif bagi pelaku media untuk melakukan perbaikan, karena acara yang ia miliki sudah tidak diminati oleh khalayak tersebut. Oleh karena itu, sasaran utama literasi media adalah masyarakat. Masyarakat harus mendapatkan dan menjadi ujung tombak literasi media dengan sepenuhnya, tanpa mengesampingkan lembaga penyiaran. Sebab, acara di televisi akan menjadi lebih baik ketika masyarakat yang mempunyai sikap. Masyarakat yang sadar akan media, pasti akan memilih acara yang baik bagi mereka dan mampu memberi

IV

hak jawab atas acara yang tidak layak ditampilkan.

Agar literasi media berjalan dengan mulus, maka perlu strategi yang baik dan jelas. Strategi yang sudah dilakukan oleh KPI antara menulis buku panduan literasi media ini dan yang nantinya akan diadvokasikan ke berbagai *stakeholder* KPI. Selain itu, ide-ide yang tertuang dalam buku ini akan disosialisasikan ke berbagai elemen masyarakat mulai dari kampus, LSM, Ormas, dan pegiat masyarakat lainnya. Sosialisasi literasi media ini merupakan salah satu bentuk strategi untuk mengembangkan literasi media agar lebih memasyarakat. Bila literasi media dapat disampaikan pada guru maka diharapkan dapat juga berpengaruh pada anak didiknya.

Apalagi di masyarakat kita, guru juga merupakan panutan bagi masyarakat, sehingga literasi media juga dapat tersosialisasikan lebih luas lagi. Sedangkan untuk kampus literasi media dapat disampaikan kepada para mahasiswa dengan berbagai cara. Tujuannya adalah agar mahasiswa yang merupakan *agent of change* dapat melakukan hal yang sama kepada masyarakat sekitar, yaitu ketika mengamalkan Tri Darma mereka. Pada sisi lain, Kemampuan literasi media terutama televisi wajib dimiliki mahasiswa, sebagai *life skill* jika mereka tidak mau ketinggalan dan menjadi “asing” di masyarakat yang telah dikelilingi informasi ini.

Semoga program literasi media yang dijalankan oleh KPI dan sekaligus menjadi amanat UU penyiaran dapat berjalan baik dan mampu memperbaiki konten acara televisi kita. Amin.

Mei, 2011

Azimah Subagijo
Koordinator Literasi Media
KPI Pusat (2010-2013)



**“Mendorong masyarakat
menjadi pemirsa yang
kritis dan cerdas
dalam menonton TV”**



1 Literasi Media Mulai Dari Kita

Oleh: Idy Muzayyad¹

Apa fungsi media, khususnya media penyiaran? UU Penyiaran mengamanatkan bahwa media penyiaran mempunyai fungsi: (1) informasi, (2) pendidikan, (3) hiburan, (4) perekat dan kontrol sosial. Media seharusnya menjalankan fungsi itu, karena kedudukannya yang sangat strategis dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Diharapkan, melalui fungsi itu media dapat memberikan kontribusi positifnya bagi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Pertanyaannya sekarang, sudahkah media penyiaran kita menjalankan fungsi itu dengan sepenuhnya. Secara obyektif kita harus mengatakan, sebagian media dengan sajian isi siarannya telah mengejawantahkan fungsi itu melalui program siaran yang bermutu dan berkualitas. Terbukti ada program siaran televisi dan radio yang sudah memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, hiburan dan pendidikan.

Beberapa program mendapat apresiasi masyarakat, karena mampu menampilkan sesuatu yang menarik sekaligus mendidik; satu hal yang tidak gampang.

Lalu puaskah kita dengan kondisi sajian penyiaran hari ini? Jawabnya tentu belum. Sampai detik ini kita masih sering menyaksikan, beberapa tampilan media penyiaran di Indonesia, masih belum seluruhnya menjalankan fungsi yang diembankan kepadanya. Beberapa program misalnya masih menampilkan tayangan yang bernuansa kekerasan, seks, dan mistik. Juga menyangkut netralitas yang kadangkala tak terjaga, dilihat dari tampilan informasi yang disajikan.

¹ Komisiner KPI Pusat 2010-2013

Literasi Media Mulai Dari Kita

Begitulah faktanya. Media penyiaran kita masih berada di antara tarik-menarik kekuatan dua kutub; antara kepentingan idealisme dan pragmatisme. Sisi idealis media akan selalu menuntut media penyiaran senantiasa berperilaku dan menampilkan sesuatu yang baik bagi publik. Pada saat yang sama, sisi pragmatis media juga akan menuntunnya untuk berperilaku dan menawarkan sesuatu yang 'asal mendaratkan untung'.

Di tengah kondisi tarik menarik inilah diperlukan peran regulator penyiaran, untuk memberikan aturan main yang jelas dan tegas terhadap lembaga penyiaran. Di sinilah pentingnya Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga negara yang bersifat independen mengatur hal-hal mengenai penyiaran. Karenanya, KPI dengan kewenangan yang melekat padanya menerbitkan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran yang dikenal dengan P3 dan SPS.

P3 dan SPS merupakan pedoman perilaku media penyiaran dan

Standar isi siaran yang disajikan oleh media penyiaran tersebut. P3 dan SPS berisi pedoman dan standar tentang apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan serta ditampilkan media penyiaran. Setiap lembaga penyiaran, baik lembaga penyiaran swasta (LPS), lembaga penyiaran publik (LPB), lembaga penyiaran komunitas (LPK) maupun lembaga penyiaran berlangganan (LPB), harus tunduk pada peraturan P3 dan SPS tersebut.

Penegakan P3 dan SPS seyogyanya menjadi komitmen semua lembaga penyiaran, sehingga tercipta dunia penyiaran yang mencerahkan. Namun kenyataan berbicara lain. Komitmen tersebut harus diuji oleh perjalanan waktu yang mengindikasikan penerapan P3 dan SPS belum seutuhnya dilakukan. Masih sering terjadi pelanggaran terhadap P3 dan SPS yang berbuah sanksi. Memang di situlah peran KPI dalam mengatur penyiaran melalui penegakan P3 dan SPS yang memang bukan persoalan yang mudah.

Berkaca pada persoalan di atas, Kiranya perlu diungkapkan pasal

52 UU Penyiaran No. 32/2002 mengenai peran serta masyarakat dalam peningkatan kualitas penyiaran. KPI sebagai regulator tidak sendirian dalam menegakkan regulasi penyiaran, karena UU Penyiaran menyebut hak dan kewajiban masyarakat dalam dunia penyiaran. Artinya, masyarakat juga memiliki peran signifikan dalam menciptakan penyiaran yang semakin baik.

Peran apakah yang seharusnya diambil oleh masyarakat? Masyarakat dalam hal ini adalah masyarakat sebagai pemirsa media.

Literasi Media Penting

Setiap tayangan yang disuguhkan oleh media senantiasa menyajikan realitas yang tersunting (*edited reality*), sama sekali bukan realitas yang sesungguhnya. Kenyataan tersebut yang semestinya menjadi pusat perhatian bagi para pegiat literasi media (*media literacy*), termasuk di dalamnya adalah masyarakat dan juga awak media. Pasal 52 UU Penyiaran NO. 32/2002



Secara tegas memberikan ruang pada masyarakat untuk mengajukan keberatan dan melakukan pemantauan terhadap isi siaran maupun sajian informasi yang dianggap merugikan.

Di sini, literasi media diperlukan agar masyarakat sebagai khalayak media memiliki otoritas untuk secara aktif memilih dan memilih tayangan media yang menerpa mereka. Sehingga walaupun masih ada sajian yang semata menonjolkan sensasi, maka khalayak bisa menolaknya. Lebih dari itu, khalayak yang melekat media bisa memberikan *punishment* kepada media yang bersangkutan, yaitu dengan tidak menontonnya ataupun beralih ke tayangan lain.

Literasi Media Mulai Dari Kita

Begitu juga bagi para pekerja media, diharapkan tidak gagap dan hanya mengejar sensasi. Melalui *self-censorship* patut menyaring setiap hal yang berkaitan dengan sajian informasi yang akan mereka berikan pada masyarakat. Hal tersebut penting karena seiring adanya kesadaran dari para pekerja media, maka sajian informasi yang akan disuguhkan pada masyarakat pun akan yang bermuatan mendidik dan konstruktif.

Dalam hal ini, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga negara independen yang menjadi representasi publik dalam dunia penyiaran sangat berkepentingan untuk 'merapatkan barisan' bersama masyarakat dalam menciptakan penyiaran yang adil dan sehat. Kinerja KPI akan jauh lebih maksimal bila mendapat *back-up* penuh dari masyarakat yang sudah melekat media.

Walhasil, bila masyarakat semakin cerdas karena proses literasi yang membumi, maka berita dan tayangan sensasional itu akan dilawan bila disajikan.

Tentu ceritanya akan menjadi berbeda seratus delapan puluh derajat, bila masyarakatlah yang justru menginginkan sajian penuh sensasi itu. Semoga tidak.

Media dan Anak.

Hari ini nyaris tidak ada anak yang tidak dapat mengakses media, entah media cetak, elektronik maupun internet. Semua jenis media tersedia dengan bebasnya. Penekanan khusus di sini dapat diberikan kepada media elektronik televisi, karena anak-anak lebih menggemarnya. Ditambah kenyataan hampir tidak ada rumah di Indonesia hari ini yang tidak memiliki pesawat televisi, kecuali karena sebab khusus.

Betapa mudahnya anak-anak bersentuhan dengan televisi. Sebuah penelitian menunjukkan rata-rata anak-anak Indonesia menonton televisi sekitar 2,5 sampai 3 jam dalam sehari (penelitian Yayasan Pengembangan Media Anak di Jakarta dan Bandung bahkan menemukan bahwa anak-

anak menonton 4-6 jam sehari). mengalami kecanduan menonton televisi. Bila demikian, maka akan sangat berbahaya bagi perkemba-

Literasi Media Mulai Dari Kita

ngan anak yang bersangkutan. Dalam rentang waktu itu, anak-anak bisa menyaksikan apa saja melalui layar kaca. Beryukurlah bila 'apa saja'



Literasi Media Mulai Dari Kita

itu merupakan tayangan yang baik dan mendidik. Masalahnya tidak selalu demikian. Masih banyak tayangan televisi yang tidak baik ditonton terutama oleh anak-anak. Banyak juga tayangan dewasa yang tidak pantas dilihat anak-anak.

Padahal, anak yang berada dalam masa pertumbuhan masih haus akan segala macam informasi. Rasa ingin tahu yang tinggi membuat mereka akan mencari referensi dari berbagai sumber. Saat si anak berhadapan dengan layar kaca, maka ia akan menjadikannya sebagai 'sumber referensi terpercaya', tentunya menurut perspektif dirinya.

Dalam kondisi demikian, anak-anak akan sangat rentan untuk dimasuki 'virus-virus jahat'. Tontonan di televisi yang tidak baik dan tidak pantas untuk dirinya, boleh jadi menjadi bagian dari virus jahat itu. Sementara anak, masih belum bisa menjadi pemirsa cerdas yakni pemirsa yang bisa memilah dan memilih tayangan yang baik bagi dirinya dan yang kurang atau bahkan tidak baik.

Sebaliknya, tayangan yang mendidik dan bermutu akan berperan sebagai asupan berharga yang menyehatkan, terutama secara psikis bagi anak. Semakin banyak asupan baik masuk maka akan semakin bagus bagi perkembangan anak.

Dunia Lain Anak

Kerentanan segmen pemirsa anak inilah yang membuat regulasi tentang penyiaran memberikan perhatian khusus. Anak-anak merupakan kelompok masyarakat yang secara khusus harus dilindungi dari tayangan yang buruk. Semacam ada *privillage*, bagi anak-anak dibanding kalangan dewasa. Karena anak memiliki dunianya sendiri yang berbeda dengan kelompok masyarakat lain.

Sungguhpun efek media tidak hanya berpengaruh pada kalangan anak, namun pengaruh itu akan terasa lebih. Dalam kajian konstruksi realitas, media melalui tampilan dan tayangannya akan membentuk realitas tersendiri. Realitas yang dibentuk media merupakan realitas semu yang seolah-olah nyata. Ini juga ber-

laku pada saat media melakukan konstruksi terhadap sesuatu yang Bersifat nyata sekalipun.

Mengapa demikian? Karena media akan selalu tidak dapat secara utuh membangun konstruksinya. Selalu saja ada realitas yang terserak yang tidak terangkat atau secara sengaja maupun tidak dipinggirkan untuk kepentingan tertentu

Dalam kondisi ini, realitas yang dibangun media merupakan dunia lain yang lebih mungkin sangat berbeda dengan realitas sesungguhnya yang terjadi dalam kehidupan keseharian. Bagi seorang anak, dunia lain itu akan ia anggap sebagai dunianya sendiri yang ingin ia alami secara langsung.

Di sinilah pentingnya bimbingan dan pendampingan bagi orang tua untuk mengarahkan kepada anak, bahwa apa yang mereka lihat dari sinetron dan film hanyalah fantasi belaka dan tidak boleh ditiru serta dialami begitu saja. Bila tidak didampingi, maka anak akan memiliki persepsi keliru yang akan dapat menyesatkan jalan menuju masa depannya.

Anak-anak memerlukan Tayangan TV yang baik



Tayangan bernuansa kekerasan, baik karya jurnalistik ataupun non-jurnalistik, akan berbahaya bila ditonton anak dan remaja. Mereka akan mudah terbawa pada persepsi dunia lain yang ditampilkan secara keras, penuh amarah dan berdarah-darah. Anak bisa menjadi emosional, sering cemas, ataupun ketakutan.



Peran Guru dan orang tua harus semakin intensif dalam membantu mengarahkan anak-anak, karena dahsyatnya media tv mempengaruhi pendidikan anak-anak

beberapa media (khususnya televisi) melalui beberapa tayangannya sudah mampu mengambil peran itu. Ke depan, perlu lebih banyak lagi tayangan sejenis. Ini sangat terkait dengan *khittah* fungsi media, sebagai sarana pendidikan.

Oleh karena itu sebelum menayangkan sesuatu, pengelola stasiun televisi perlu menimbang kembali apakah sebuah tayangan bisa memberikan pendidikan, termasuk untuk anak-anak mereka sendiri. Jangan sampai terbukti sebuah pameo yang menyebutkan bahkan seorang petinggi sebuah stasiun televisi melarang anak kesayangannya untuk menonton tayangan dari stasiun televisi tempat dia bekerja.

Bila tanggung jawab sosial ini bisa dipenuhi, maka dampak positifnya tentu akan sangat besar. Di samping beban guru akan terbantu, para orang tua juga tidak perlu lagi khawatir dengan pengaruh televisi bagi anak. Sebagai contoh saat ini, banyak orang tua yang terkaget-kaget dan terheran-heran mengapa tiba-tiba putrinya bertingkah laku aneh.

Tanggung Jawab Media

Dengan memahami hal ini, media sebenarnya juga turut berperan untuk membantu guru dalam men-
cerdaskan anak. Bahkan dalam banyak hal, media perlu berperan sebagai guru itu sendiri. Saat ini,

Ternyata setelah ditelusuri pengalaman itu ia dapat dari media televisi. Guru tidak bisa sendirian dalam membentuk 'anak idaman'. Butuh juga peranan orang tua dan lingkungan sekitar. Media menjadi pengisi lain terhadap ruang kosong hati dan pikiran anak. Maka isi media yang disampaikan kepada publik seharusnya adalah pengetahuan yang bernilai dan keluhuran budi.

Interaksi yang sangat lekat antara anak dan media televisi jangan sampai berimplikasi pada kata pepatah 'ibarat kemarau setahun hilang oleh hujan sehari'. Maksudnya, jangan sampai pelajaran dan nilai-nilai luhur yang diajarkan guru di sekolah atau ditanamkan oleh orang tua di rumah, akan hilang begitu saja dan kalah oleh pengaruh buruk media televisi.

Media Cermin Budaya

Pada satu sisi, tayangan media massa bisa dianggap sebagai cerminan perilaku masyarakat. Apa yang ditampilkan media merupakan gambaran perilaku masyarakat

Literasi Media Mulai Dari Kita

secara umum? Media massa merupakan representasi dari realitas masyarakat yang sesungguhnya. Dalam perspektif ini, apa yang ditampilkan media terkait dengan video mesum artis misalnya, dapat dikatakan sebagai cerminan dari perilaku masyarakat. Di dalamnya terkandung fenomena maraknya kebatilan sebagai buah dari dekadensi moral, yakni nilai-nilai kepatutan dan kesopanan yang sudah mulai memudar.

Perspektif ini mengandaikan bahwa apa-apa yang ditayangkan oleh media merupakan hasil konstruksi dari realitas yang ada di tengah masyarakat. Jadi media tidaklah mengada-ada.

Tayangan Media sebagai cerminan perilaku masyarakat, terutama anak-anak



Namun media sebagai pihak yang melakukan konstruksi itu memiliki ideologi yang tersendiri yang beragam. Ideologi ini melahirkan adanya kepentingan yang berbeda sehingga model tayangannya pun berbeda. Sebagai sebuah *case study*, pada saat stasiun televisi tertentu menayangkan gambar adegan mesum tersebut secara berulang-ulang, kira-kira ideologi dan kepentingan apakah yang melatarinya? Semoga bukan ideologi yang hanya menghamba kepada kepentingan ekonomis jangka pendek, atau lebih parah lagi ideologi yang berkepentingan dengan rusaknya moral masyarakat dan bangsa.

Budaya Bentuk Media

Pada sisi lain, perkembangan teknologi komunikasi memang menimbulkan ambivalensi, berupa pemanfaatannya untuk kepentingan yang destruktif. Teknologi memang banyak memberikan kemudahan kepada manusia untuk menyebarkan dan menyiarkan informasi. Tapi masalahnya, tidak selalu informasi yang baik dan konstruktiflah yang

disiarkan. Mengutip kalimat dari Marshall McLuhan yang mengatakan bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi, maka kita dapat melihat di masyarakat kita sekarang ini bahwa penebaran dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. Sebagai contoh, budaya masyarakat setelah ditemukannya internet akan sangat berbeda dengan budaya sebelum internet ada.

Kecenderungan tersebut juga berlaku terhadap artis dalam kasus video mesum tadi. Semakin masifnya penyebaran video tersebut karena didukung oleh teknologi yang makin canggih. Mungkin kejadian ini bukan yang pertama, namun perkembangan teknologi yang makin pesat berimplikasi langsung pada pola tersebarnya hal-hal baru secara lebih cepat dan menembus batas.

Media massa terbukti memiliki andil yang sangat signifikan dalam proses ini. Bahkan media massa pada akhirnya akan membentuk budaya. *Cultivation theory* menyatakan bahwa media menanamkan nilai kepada masyarakat secara beruntun, sehingga

ga proses penanaman itu akan berpengaruh secara langsung kepada masyarakat selaku khalayak media massa. Masalahnya, apa jadinya kalau yang ditanamkan oleh media massa itu adalah nilai bernuansa mesum seperti yang pernah ditampilkan oleh beberapa stasiun televisi? Beruntung kalau masyarakat bisa aktif memilih dan memilih tayangan mana yang baik dan yang tidak. Kenyataannya, masyarakat kita terlebih pada segmen anak-anak dan remaja lebih sering larut dengan isi tayangan media, ketimbang bersikap kritis terhadapnya.

I'tikad Baik

Dilihat dari berbagai perspektif, baik moral maupun formal, penayangan keburukan berupa video mesum itu tidak bisa dibenarkan. Berbagai peraturan, mulai dari Kode Etik Jurnalistik sampai Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran yang dikeluarkan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tidak membenarkan adanya tayangan bernuansa cabul tersebut di layar kaca kita.

Kalau itu tetap dilakukan, efek yang akan ditimbulkan sangatlah besar. Karena sesuatu yang sudah diangkat oleh media massa akan memiliki pengaruh yang lebih dasyat dibanding ketika hanya ditayangkan oleh media lainnya. KPI sebagai regulator telah memberikan peringatan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan. Namun langkah itu tidaklah cukup bila tidak disertai dengan i'tikad baik dari para *gatekeeper* yang berada di belakang media.

I'tikad baik itu berupa *self regulation* atau *self censorship* dalam bentuk seleksi secara internal sebelum sebuah tayangan disiarkan. Memang media massa tidak harus selalu menyiarkan kebaikan, karena keburukan dalam hal yang spesifik dan demi kepentingan publik juga perlu diberitakan. Namun keburukan yang perlu disiarkan itu tentu bukan tayangan mengandung kecabulan.

Diperlukan kehati-hati dalam menyiarkan berita. Perlu kesadaran penuh dan total dari lembaga penyiaran untuk senantiasa melekatkan *social responsibility* yang bisa dijadikan basis kuat mengapa sebuah siaran

Literasi Media Mulai Dari Kita

kebatilan' harus dimunculkan. Bila tidak ada urgensinya, tidak perlu memberitakan suatu hal yang mendatangkan *madlarat* lebih besar ketimbang manfaatnya.

Hal ini bukan berarti melawan kebebasan pers. Pers tetap harus berada dalam alam kebebasannya. Namun kebebasan itu harus disertai dengan tanggungjawab, sehingga kebebasan itu mendatangkan *maslahat* bagi seluruh umat. Masyarakat harus selalu waspada agar bisa bersikap aktif dan kritis untuk menolak sajian dan isi siaran yang mendatangkan kerusakan (*mafsadah*). Karena pakemnya sudah jelas; jangan sampai termasuk dalam alam penyiaran, kebatilan mengalahkan kebaikan.

efek media terhadap anak-anak menggambarkan bagaimana media dapat secara langsung mempengaruhi mereka



Hal ini bukan berarti melawan kebebasan pers. Pers tetap harus berada dalam alam kebebasannya. Namun kebebasan itu harus disertai dengan tanggungjawab, sehingga kebebasan itu mendatangkan *maslahat* bagi seluruh umat. Masyarakat harus selalu waspada agar bisa bersikap aktif dan kritis untuk menolak sajian dan isi siaran yang mendatangkan kerusakan (*mafsadah*). Karena pakemnya sudah jelas; jangan sampai termasuk dalam alam penyiaran, kebatilan mengalahkan kebaikan.

Efek Media

Banyak kajian mengenai efek media yang menggambarkan bagaimana media dapat secara langsung mempengaruhi pemirsa. Menurut teori kultivasi (*cultivation theory*) yang disampaikan George Gerbner (1976) dari Amerika Serikat, televisi dapat disebut sebagai pengalaman bersama dari semua orang (pemirsa). Bahkan televisi dapat memberikan jalan dalam memandang dunia. Ditambahkan Gerbner bahwa menonton acara TV akan membentuk dan mendistorsi konsepsi realitas

sosial pemirsa. Secara lebih teknis dapat dijelaskan bahwa gambar-gambar yang berulang kali tampil di layar kaca menjadikan penonton akan memiliki perspektif bahwa sebuah tayangan televisi sebagai hal normatif. Lebih dari itu, pada tahap selanjutnya kemudian penonton akan memiliki kecenderungan untuk meniru serta mengadopsinya.

Bayangkan saja, apabila tayangan yang muncul berisi gambar tubuh berdarah-darah, bentrokan fisik secara vulgar, parang-parang yang diacungkan, letusan senjata, jasad manusia bersimbah darah yang terbaring dan sejenisnya, maka apa yang terjadi? Tayangan kekerasan semacam itu cepat atau lambat akan mempengaruhi cara pandang pemirsa. Efeknya pemirsa akan merasa cemas, takut, ataupun emosional.

Kenyataannya, itulah kecenderungan yang masih disajikan oleh media massa televisi kita. Berita yang disajikan lebih sering menampilkan hal-hal yang sebenarnya harus tidak (bukan semata tidak harus) disajikan, demi kepentingan publik.



Anak-anak yang kasar biasanya mencontoh dari Tayangan TV yang kasar

Apakah berita seputar konflik tidak boleh disampaikan/disembunyikan? Apakah masyarakat tidak boleh menerima informasi seputar kekerasan sebagai sebuah fakta? Pertanyaan-pertanyaan inilah yang barangkali muncul, ketika media diarahkan untuk tidak menampilkan kekerasan di media.

Penonjolan Berita

Setiap informasi yang disajikan oleh media massa pasti akan mengalami penonjolan. Analisa framing (*framing analysis*) menyebutkan setiap media akan menonjolkan satu hal dalam sebuah pemberitaan dan cenderung akan mengabaikan yang lain. Itu merupakan hal yang tidak bisa dihindari dalam sebuah penyampaian berita dan informasi.

Literasi Media Mulai Dari Kita

Prakteknya, semisal ada sebuah kejadian kerusuhan dan media meliputnya. Dalam menyampaikan informasi dalam bentuk berita, maka media akan melakukan penonjolan sisi yang mana. Dalam media televisi, penonjolan itu terlihat dari gambar-gambar yang ditampilkan, pemilihan *angle*, sampai pada pemilihan kata-kata yang disampaikan sebagai narasi.

Dari sini akan terlihat media mana yang cenderung memiliki *sense* yang pro terhadap kedamaian dan mana yang tidak. Bila ia pro terhadap kedamaian masyarakat, maka ia akan memilah dan memilih aspek mana yang akan ditampilkan dan kira-kira layak untuk diinformasikan. Gambar tayangan berisi darah yang bercucuran, mayat berdarah yang terbaring di jalanan dengan ditutupi koran, parang-parang yang terhunus, merupakan hal yang tidak patut diperlihatkan.

Kerusuhan sebagai sebuah fakta bisa saja diberitakan, akan tetapi pemilihan terhadap aspek mana yang akan ditonjolkan untuk disampaikan kepada publik, itu sangat bergantung pada kecerdasan plus kesadaran.

Rangkaian peristiwa, termasuk Kerusuhan berdarah, terdiri dari titik-titik faktual yang akan direkam oleh kamera. Tinggal para gatekeeper media memilih secara benar, titik-titik mana sajakah yang akan ditampilkan ke publik.

Penonjolan juga terjadi dalam bentuk pengulangan penayangan. Misalnya tayangan kejadian kerusuhan kemarin hari, yang disiarkan terus sepanjang hari ini, akan ditangkap seolah-olah kejadian itu masih berlangsung atau terjadi lagi, sungguh pun penyiar misalnya telah menyatakan, "Ini adalah cuplikan gambar dari kejadian kemarin."

Bayangkan apabila pengulangan itu dilakukan pada saat upaya damai sedang dilakukan. Mengapa media tidak fokus pada penayangan kesepakatan damai itu saja, tanpa menonjolkan kejadian yang sudah berlalu? Konsekwensinya jelas. Masyarakat akan merasa resah bila berita kerusuhan disampaikan, sebaliknya masyarakat akan nyaman bila berita perdamaianlah yang ditampilkan.



Anak-anak yang berperilaku kurang baik akibat tontonannya, pasti akan berdampak buruk pula kepada dirinya & orang di sekitarnya

Literasi Media Mulai Dari Kita

Jurnalisme Damai

Dalam kecenderungan yang seperti itu, perlu kiranya kembali digaungkan dan diterapkan apa yang disebut dengan *peace journalism* atau jurnalisme damai. Prinsip jurnalisme damai tidak semata cocok diterapkan untuk kondisi perang, namun juga dalam skala konflik yang lebih kecil seperti kerusuhan.

Jurnalisme damai menganut prinsip pemberitaan mengenai konflik jangan sampai berakibat pada meluasnya kekerasan dan keresahan, tetapi sebaliknya turut meredakan. Maka penting untuk memilah informasi mana yang berimplikasi meredakan ketegangan atau menyiram api dengan bensin. Seringkali, awak media tidak sadar bahwa apa yang ia liput dan disiarkan terkait kekerasan bisa memperburuk keadaan.

Di sinilah pentingnya tanggung jawab sosial pers untuk selalu mengingatkan kebebasan pers, atau menjadi pers bebas yang bertanggung jawab. UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran menyatakan bahwa masyarakat perlu dijamin untuk menerima

Literasi Media Mulai Dari Kita

Informasi yang layak dan benar. Jadi tidak semua informasi dan bagian-bagian yang melekat dari sebuah informasi itu layak disiarkan, sungguhpun faktual.

Pendeknya, terkait peristiwa yang bernuansa kekerasan media jangan sampai malah berperan sebagai provokator, entah disengaja atau tidak. Semoga tidak demikian.

Kegiatan Literasi Media

Pada prinsipnya, kegiatan literasi media harus digalakkan oleh siapa saja dan di mana saja. Tujuannya jelas, menjadikan pemirsa menjadi lebih bijak di hadapan media ataupun menyikapi sajian yang ditawarkan media. Kegiatan literasi media merupakan satu cara jitu untuk membenahi dunia penyiaran kita, khususnya terkait dengan selera publik pemirsa.

Selama ini, pekerja media seringkali beralasan bahwa apa yang mereka sajikan, merupakan perwujudan dari pelayanan terhadap selera pemirsa. Hal ini juag berlaku bagi program

siaran yang sebenarnya kurang berkualitas. Kok bisa? Ada faktor rating di balik itu.

Rating adalah sistem pemeringkatan terhadap tayangan yang disukai dan tidak disukai oleh pemirsa, berdasarkan survey terhadap kecenderungan penonton di beberapa kota di Indonesia. Rating itulah yang pada akhirnya akan menentukan tayangan yang mana yang 'baik' dan yang 'tidak baik' bagi pengelola media. Parameter baik adalah: yang lebih banyak ditonton, terlepas dari seberapa berkualitas tontonan tersebut. Bila sebuah program siaran memiliki irating tinggi, maka di situ lah iklan produk akan menumpuk.

Maka, setiap lembaga penyiaran, khususnya Lembaga Penyiaran Swasta, berlomba-lomba untuk menyajikan program siaran yang ratingnya tinggi. Standarnya adalah rating yang tinggi. Program dengan rating tinggi berarti pundi-pundi uang. Sementara yang ratingnya rendah hanya akan menjadi pelengkap bila dipertahankan, atau akan segera diganti dengan program yang lebih berpotensi rating tinggi.

Kegiatan literasi media berperan melawan kuasa oleh rating ini. Perlu dijawab dan disanggah bahwa sistem pemeringkatan rating tidak dapat sepenuhnya merepresentasikan selera pemirsa. Karena yang muncul sebagai hasil rating bisa saja (atau bahkan seringkali?) merupakan 'low taste' (selera rendah). Dari sini memang perlu pembenahan selera masyarakat untuk diarahkan kepada 'high taste' (selera tinggi).

Pemirsa juga perlu diarahkan untuk bisa membedakan '*what they want*' dan '*what they need*' dari media penyiaran. Apa yang mereka inginkan yang sekedar memenuhi keinginan-nya, dan apa yang sesungguhnya mereka butuhkan agar dapat meningkatkan kualitas hidupnya, harus lebih diperjelas garis pemisahannya. Seringkali pemirsa tidak dapat membedakan, apakah satu program siaran benar-benar mereka butuhkan atau hanya sekedar mereka inginkan. Ini berlaku pula dalam konsep jual beli. Pada prakteknya masyarakat kadangkala tidak menyadari betul tentang apakah dia memang membutuhkan sesuatu yang dibeli itu, atau hanya sekedar menuruti keinginan.

Literasi Media Mulai Dari Kita

Pemirsa juga perlu diarahkan untuk bisa membedakan 'what they want' dan 'what they need' dari media penyiaran.



Literasi Media Mulai Dari Kita

Peserta yang hadir saat Sosialisasi KPI dalam rangka Pekan Informasi Nasional di Kota Semarang dengan Kementerian Kominfo RI, tanggal 24 Mei 2011



Sama halnya dalam dunia penyiaran, yakni ketika 'apa saja' ditawarkan di layar kaca, keputusan ada pada pemirsa: apakah mau melahap semuanya atau akan memilah yang penting dan yang dibutuhkan saja. Coba praktekkan, ketika kita menjadi pemirsa televisi, bisakah kita mengambil yang menyehatkan dan membuang yang mengandung 'racun'. Sekali lagi, keputusan sepenuhnya ada pada kita.

Bagaimana Menggunakan Panduan ini

Buku yang sedang anda baca ini merupakan rujukan atau panduan bagi para komisioner KPI baik di tingkat pusat maupun daerah, dalam melakukan kegiatan sosialisasi literasi media ke masyarakat. Buku ini juga dapat digunakan oleh siapa saja yang melakukan kegiatan serupa, entah akademisi, pegiat literasi media dari kalangan lembaga swadaya masyarakat, individu, guru, dan siapa pun.

Buku ini terdiri dari dua bagian besar. Yang pertama memberi banyak pemahaman terhadap apa permasalahannya, latar belakangnya, konteksnya, pemecahannya, tips-nya, dan sebagainya. Yang kedua, berupa materi presentasi yang dapat digunakan oleh siapa saja yang melakukan kegiatan literasi media. Kalau yang pertama lebih memberi bekal pemahaman, maka yang kedua lebih memberi contoh praktis bagaimana menularkan pemahaman tersebut kepada masyarakat.

Literasi Media Mulai Dari Kita

Ada tiga materi sosialisasi dalam bentuk power point yang masing-masing berupa materi sosialisasi untuk orangtua dan guru, materi sosialisasi untuk remaja, dan materi sosialisasi untuk orang dewasa. Tentu saja banyak kemiripan di antara ketiga materi tersebut sehingga di sini diperlukan kreativitas mereka yang menggunakan agar dapat memperkaya sendiri atau mengurangi, mengganti, dan mengedit beberapa topik materi yang dianggap belum pas atau belum ada.

Penggunaan klips video untuk menjelaskan atau memberi contoh terhadap topik tertentu, misalnya menunjukkan contoh bentuk pelanggaran terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran dalam sebuah tayangan; ilustrasi mengenai dampak media terhadap anak; contoh iklan yang melanggar atau bermasalah; contoh pemberitaan yang bias; dan sebagainya.

Dalam sebuah kegiatan sosialisasi literasi media, maka pada umumnya bagian tahap yang sangat penting untuk diberi penekanan khusus

adalah tahap meyakinkan khalayak kita bahwa media, terutama televisi, dapat menimbulkan dampak yang sangat serius bila dalam menggunakannya tidak disertai aturan. Untuk mendukung upaya meyakinkan khalayak kita terhadap dampak media, dapat ditayangkan beberapa klip yang terkait dengan topik tersebut.

Misalnya, klips tentang dampak penurunan tayangan *Smackdown* yang menelan tiga anak tewas dan puluhan lainnya cedera. Kedua, klips tentang dampak bermain video games yakni berupa pembunuhan terhadap sopir taksi oleh remaja di Bangkok akibat meniru *Grand Theft Auto*. Ketiga, klip berita tentang anak SD di Pontianak yang meninggal karena bermain mati-matian meniru adegan di televisi. Keempat, berita tentang anak SD yang meninggal akibat meniru dan kemudian terjerat ikat kepala *Naruto* di Semarang dan anak SMP di Jakarta yang terjerat tali yang mengikatnya akibat meniru adegan Limbad di televisi, serta anak SD di Surabaya yang menelan cincin logam karena meniru adegan yang sama.

Literasi Media Mulai Dari Kita

Bila khalayak kita sudah mendapatkan gambaran mengenai bagaimana seriusnya dampak yang muncul bila kegiatan bermedia ini tidak diatur dengan baik, maka selanjutnya relatif sudah lebih 'mudah'. Mengapa? Karena khalayak sudah memiliki pemahaman dan motivasi yang cukup untuk mencari tahu hal tersebut lebih jauh, dan menerapkan di lingkungannya.

Penggunaan klips yang lain, tentu saja sangat dimungkinkan. Makin banyak dan bervariasi klip yang kita miliki, tentu akan membuat presentasi kita menjadi lebih kaya dan lebih dapat menyesuaikan dengan khalayak kita.

Dengan demikian, memahami kondisi khalayak adalah hal lain yang juga sangat penting agar kegiatan sosialisasi kita menjadi lebih mengena. Misalnya, penggunaan istilah yang lebih sering digunakan di lingkungan akademis. Barangkali akan lebih tepat bila kita dapat mengganti banyak istilah tersebut dengan padanannya yang lebih sederhana.

Contohnya, lebih baik menggunakan istilah 'pemahaman' daripada 'persepsi'; atau 'keterampilan' untuk menggantikan kata *skill*; 'peraturan' untuk menggantikan 'regulasi'; 'badan pengatur' untuk 'regulator'; dan sebagainya. Bila ada istilah lokal yang tepat, tentu akan memudahkan khalayak memahami apa yang kita maksudkan.



Jika sudah jenuh dengan tayangan TV, anak akan cenderung ke media lain seperti video game

2 Literasi Media Sebagai Program yang Berkesinambungan

Oleh: Azimah Subagijo¹

Teknologi komunikasi dan informasi berkembang begitu cepat dan masyarakat kita juga mengadopsinya dengan cepat. Media massa, terutama televisi sudah menjadi bagian integral kehidupan masyarakat. Televisi kini bahkan mampu ikut mempengaruhi dan mengatur jadwal hidup kita dan mempengaruhi cara pandang kita terhadap realitas. Media menjadi makin murah, makin cepat, makin menarik, dan mudah diakses oleh siapa saja. Namun, kondisi ini selain memiliki manfaat tapi juga membawa mudharat yang besar.

Kebanyakan masyarakat kita berada pada tingkat dapat mengakses media tapi kurang atau tidak kritis terhadap isi media. Akibatnya, sering terjadi peniruan isi media yang merugikan perkembangan anak, dan hal-hal lain yang tidak menguntungkan. Diperlukan kemampuan literasi media agar masyarakat tidak mudah terkena dampak negatif media

massa, dan agar masyarakat dapat memanfaatkan isi media sebagai salah satu sumber belajar. Literasi media juga diharapkan dapat menjadi jawaban bagi pencegahan meluasnya pornografi, pelestari bangsa, dan meningkatkan selera konsumen media sehingga dalam jangka panjang dapat mendorong isi media lebih berkualitas.

Kondisi Saat Ini

Istilah 'Literasi Media' sudah mulai populer di kalangan masyarakat, meskipun kadang tidak dimaknai dengan tepat. Para ahli pun memiliki konsep yang beragam tentang pengertian literasi media. McCannon mengartikan *media literacy* sebagai kemampuan secara efektif dan secara efisien memahami dan menggunakan komunikasi massa (Strasburger & Wilson, 2002). James W Potter (2005) mendefinisikan *media literacy* media sebagai

¹ Komisioner KPI Pusat 2010-2013 Koordinator Literasi Media KPI Pusat



Literasi Media Sebagai Program yang Berkesinambungan

Satu perangkat perspektif dimana kita secara aktif memberdayakan diri kita sendiri dalam menafsirkan pesan-pesan yang kita terima dan bagaimana cara mengantisipasinya.

Sementara itu, beberapa institusi telah menyelenggarakan kegiatan literasi media dengan berbagai variasi dan keterbatasannya, namun kebutuhan penerapan literasi media dalam skala yang lebih besar dan lebih sistematis seperti melalui jalur perguruan tinggi, sekolah dasar, dan juga yang berbasis masyarakat (*civil society*) sudah makin mendesak.

Pentingnya literasi media adalah karena fakta bahwa sudah semakin banyak orang yang merasakan efek negatif dari media, terutama pada anak-anak. Dampak buruk televisi yang paling tragis bahkan hingga membawa korban jiwa, seperti misalnya pada tahun 2006 program *Smackdown* telah membuat 3 orang anak tewas serta 13 orang lainnya terluka, *Naruto* yang pada Januari 2008, dan juga program *The Master* pada Juli 2008, telah menyebabkan tewasnya anak akibat meniru adegan-adegan berbahaya dari

program-program tersebut.

Untuk dapat merealisasikan upaya perlindungan anak dan remaja dari dampak negatif media televisi, maka perlu dilakukan kerjasama dengan berbagai pihak agar kegiatan literasi media betul-betul bisa disebarluaskan secara nasional. Dalam hal ini, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) di tingkat pusat dan daerah diharapkan dapat berperan dalam upaya mendorong masyarakat untuk terlibat aktif dalam mensosialisasikan pentingnya literasi media dalam meminimalisir dampak buruk media, khususnya televisi.

Program Literasi Media KPI

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah sebuah komisi yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Secara hukum, KPI adalah lembaga negara yang bersifat independen yang mengatur hal-hal mengenai penyiaran. KPI sebagai wujud peran serta masyarakat dalam penyiaran, memiliki fungsi untuk menampung

aspirasi dan mewakili kepentingan masyarakat tentang penyiaran.

Dalam menjalankan fungsinya, KPI memiliki kewenangan untuk:

- A. Membuat standar program siaran
- B. Menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran.
- C. Mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran.
- D. Memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran.
- E. Melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

Selain itu, Undang-Undang 32/2002 tentang Penyiaran juga mengamanatkan KPI dengan tugas dan kewajiban tertentu, yaitu:

- A. Menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia.
- B. Ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran.
- C. Ikut membangun iklim persaingan yang sehat antar lembaga penyiaran dan industri terkait.



- D. Memelihara struktur informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang.
- E. Menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi terhadap penyelenggaraan penyiaran.
- F. Menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia untuk memastikan profesionalisme di bidang penyiaran.

Atas :
Dialog Uji Publik Draft
Peraturan KPI di
Departemen Ilmu Komunikasi
FISIP Universitas Indonesia
16 Juni 2011

Bawah :
Pelajar, Mahasiswa &
Guru peserta Sosialisasi Literasi
Media KPI dalam rangka Pekan
Informasi Nasional di Kota
Semarang dengan Kementerian
Kominfo RI pada tanggal
24 Mei 2011

Literasi Media Sebagai Program yang Berkesinambungan

Berdasarkan tugas dan kewajiban tersebut, KPI menyelenggarakan program literasi media. Program ini sebenarnya sudah dilaksanakan sejak KPI periode pertama. Mulai 2011-2013, selain dalam bentuk diskusi publik, KPI juga mengembangkan pembuatan pedoman sosialisasi literasi media televisi untuk komisioner KPID dan juga pegiat masyarakat (aktivis sosial).

Tujuan dari pembuatan panduan ini adalah agar para komisioner KPI memiliki rujukan dalam melaksanakan sosialisasi tentang literasi media televisi di masyarakat, sehingga masyarakat luas mampu mengonsumsi tayangan televisi dengan cerdas dan terhindar dari dampak negatif, dapat memanfaatkan tayangan televisi untuk hal-hal yang positif, serta mampu menumbuhkan sikap kritis dalam menyaksikan tayangan televisi, menyampaikan pengaduan bila ada tayangan yang tidak pantas. Selain itu, pengadaan panduan literasi media ini juga agar dapat menjadi bahan pengayaan tentang literasi media, sehingga penyuluh literasi media baik yang berasal dari KPI maupun dari aktivis masyarakat

dapat mensosialisasikan literasi media secara lebih komprehensif.

Bukan hanya membuat pedoman literasi media dalam bentuk buku, KPI juga membuat program pelatihan untuk pelatih (*Training for Trainer*) mengenai literasi media dari panduan tersebut. Tujuannya, agar panduan yang sudah dibuat dapat diterapkan di lapangan berdasarkan standar tertentu, sehingga dapat berdampak positif bagi masyarakat. Pada tahun 2011 ini, sasaran program literasi media KPI akan terfokus pada sosialisasi tentang pentingnya literasi media dan penyadaran hak khalayak secara umum. Akan tetapi, pada periode 2012-2013, KPI akan mulai menjajaki untuk membuat program literasi media berbasis sekolah bekerjasama dengan Kementerian Pendidikan Nasional, dan juga Persatuan Guru Republik Indonesia.

Bentuk program literasi media berbasis sekolah ini akan dikembangkan mulai dari tingkat PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) sampai perguruan tinggi, baik berupa kurikulum untuk mata pelajaran yang terinte-

Literasi Media Sebagai Program yang Berkesinambungan

grasi maupun berdiri sendiri. Kegiatan ini tentu akan dimulai dengan tingkat sekolah dasar.

Untuk itu, demi tercapainya program literasi media KPI secara lebih menyeluruh dan mendapat dukungan dari masyarakat luas, maka program literasi media KPI pada tahap awal ini juga menjadikan orangtua dan guru, selain mahasiswa, pelajar dan remaja sebagai tar-

get sasarannya. Namun demikian, keberhasilan dari program literasi media KPI ini bukan hanya di perencanaannya semata, namun juga pada implementasi dan kesinambungan programnya. Terutama kesinambungan program mengikuti perkembangan zaman, kemajuan teknologi media dan komunikasi, serta perkembangan budaya dan masyarakat.



"Media menjadi makin murah, cepat, menarik, dan mudah diakses oleh siapa saja. Namun, kondisi ini selain memiliki manfaat tapi juga membawa mudharat yang besar". Kata Azimah Subagio, S.Sos saat acara Sosialisasi KPI di Kota Semarang dengan Kementerian Kominfo RI, 24 Mei 2011



3 Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Oleh: Dr. Iswandi Syahputra, M.Si¹

Pendahuluan

Tulisan ini disusun berdasarkan dua pemikiran pokok, yaitu *pertama*, industri televisi yang sering disebut-sebut sebagai industri kreatif cenderung bergerak sebagai mesin raksasa pembentuk budaya massa yang berselera rendah (*kitsch*), bahkan dapat bertindak sebagai mesin cepat pencetak 'kebenaran'. Dominan tayangan televisi dapat dikategorikan sebagai *kitsch* atau seni budaya hasil cipta media. Istilah *kitsch* berakar dari bahasa Jerman *verkitschen* (membuat murah) dan *kitschen* yang berarti secara literal 'memungut sampah dari jalan'

Oleh sebab itu istilah *kitsch* sering ditafsirkan sebagai sampah artistik yang berselera rendah.² Tayangan-tayangan sampah tersebut terjadi setidaknya karena dua hal, yaitu: televisi sebagai industri (institusi

ekonomi) memasuki medan kompetisi yang ketat, sehingga sudah tidak lagi sempat berfikir kualitas konten sebuah program. Sebab, memproduksi program yang berkualitas membutuhkan dana yang tidak sedikit dan ritual yang tidak sederhana, seperti survey khalayak. Kemudian, industri televisi masuk dalam bisnis kreatif yang bergerak dalam dinamika sosial-ekonomi yang cukup tinggi dan tidak terduga. Kedua hal tersebutlah yang mendorong stasiun televisi menempuh jalan pintas (*short cut*) dalam setiap produksi programnya. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa budaya dalam industri televisi berbeda sama sekali dengan budaya pada jalur industri lain.

Kedua, dalam relasinya dengan televisi, dominan masyarakat masih bertindak sebagai penikmat (*viewer*), bukan pengamat (*watcher*) tayangan

¹ Komisiner Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat 2010-2013 Bidang Infrastruktur dan Perizinan.

² Piliang, Yasraf Amir (2003). *Hipersemiotika, Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta : Jalasutra. Hal : 194.



Penonton bersifat pasif, menerima saja isi tayangan televisi, yang dikhawatirkan bila yang menonton adalah anak-anak usia sekolah

televisi. Sebagai *viewer*, penonton bersifat pasif, bersikap menerima saja isi tayangan televisi tanpa perspektif kritis. Akibatnya, masyarakat semakin sulit membedakan mana yang asli dan palsu dalam televisi. Bahkan, dapat saja masyarakat sudah tidak peduli lagi apakah taya-

ngan televisi tersebut asli atau palsu, fakta atau dusta, ilusi atau fantasi. Sebab, dalam televisi suatu yang semula etis dapat berubah menjadi estetis. Suatu yang porno lebih pornografis dalam televisi. Suatu etis menjadi lebih estetis dalam televisi. Suatu drama kehidupan menjadi sangat dramatis dalam televisi. Demikian juga, sesuatu yang semula bersifat *religious* dapat dikemas menjadi *religioutainment*. Realitas kekerasan menjadi lebih dramatis setelah masuk televisi, sebab seorang demonstran menjadi lebih heroik setelah aksinya diliput oleh kamera televisi.

Media literacy (yang selanjutnya diterjemahkan sebagai literasi media) dapat digunakan untuk membongkar relasi kedua hal tersebut. Literasi media merupakan suatu perspektif yang secara aktif digunakan ketika menerima konten media dalam rangka melakukan interpretasi makna pesan. Oleh sebab itu, literasi media merupakan kemampuan untuk membawa keahlian berfikir kritis pada semua media, dari video musik, internet hingga penempatan produk dalam film dan display virtu-

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

al pada papan iklan. Literasi media mengajukan pertanyaan tentang apa yang ada dan memperhatikan apa yang tidak ada. Literasi media merupakan insting yang dilatih dan didi-

dik untuk mempertanyakan ada apa di balik produksi teks media, motif, uang, nilai atau kepemilikan dan menyadari bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi konten media.



TV hadir di setiap tempat, termasuk juga di perpustakaan sekolah.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Konsep Dasar Media Literasi

Literasi media merupakan gabungan dua kata, “literasi” dan “media”. Kamus Oxford mengartikan media sebagai jalur utama kebanyakan orang mendapatkan informasi dan hiburan, baik melalui radio, televisi dan surat kabar, dan literasi (literacy) artinya kemampuan membaca dan menulis.³ Sedangkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan media sebagai sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk, atau sesuatu yang terletak di antara dua pihak (perantara).⁴

Mengacu pada pengertian normatif di atas, literasi dapat dipahami sebagai kemampuan baca tulis, yang di Indonesia dikenal “melek huruf”. Sementara bagi yang tidak punya kemampuan literasi dijuluki “buta huruf”. Pengertian literasi media tentu tidak sesimpel mampu membaca koran dan media lainnya. Sebab hal itu juga dapat dilakukan siswa sekolah dasar. Meski demikian kemampuan baca tulis merupakan prasyarat utama seseorang mampu membaca media, tentunya mem-

baca dalam pengertian luas atau membaca plus.

Adapun konsep *literasi media* menjadi makin populer setelah tahun 1980-an, dan kini telah menjadi standar topik kajian di berbagai negara. Konsep ini tidak muncul dari kalangan media, melainkan dari para aktivis dan akademisi yang peduli dampak buruk media massa yang di kendalikan oleh kekuatan-kekuatan kapitalis hingga menafikan kepentingan publik. Pemikiran sejumlah tokoh komunikasi-filosof terkemuka memicu lahirnya konsep literasi media.⁵

Sonia Livingstone (2004) mencatat sosok-sosok seperti teoritis komunikasi Kanada Marshall McLuhan, ahli linguistik kritis Amerika Noam Chomsky, filosof Prancis Jean Baudrillard, kritikus komunikasi Amerika Serikat Neil Postman, dan perintis *media education* Amerika: Renee Hobbs. Landasan teoritis *literasi media* sendiri bersumber dari tradisi Pemikiran Kiri, dalam *cultural studies* (Leftist Cultural Studies). Seperti diungkapkan Livingstone (2004), *literasi* adalah

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

“... a synthesizer of media education projects dating back to 1920s ... act as an umbrella term for teaching practices that make students aware of the construct of mass media.”⁶

Terdapat juga pendapat lain yang menegaskan bahwa literasi media tergantung pada memberikan kritik pada proses konstruksi isi media serta membandingkan antara isi media dengan realitas sosial. Sebagai contoh, Potter (2001: 4-5) mengatakan, “literasi media adalah sebuah perspektif yang aktif kita gunakan ketika kita mengekspos diri kita sendiri pada media untuk menafsirkan arti pesan yang kita hadapi. “Untuk memperjelas konsep “perspektif” dalam buku teks populer di Amerika Serikat tentang literasi media, di situ dijelaskan kita membangun perspektif dari struktur ilmu pengetahuan, dan untuk membangun struktur ilmu pengetahuan, kita memerlukan alat dan bahan baku. Alat yang dimaksud adalah kemampuan literasi media, sedangkan bahan baku adalah informasi dari media dan informasi dari dunia yang sesungguhnya. Selanjutnya Potter memberikan latihan-latihan untuk menciptakan

keterampilan khusus untuk membentengi diri saat kita terkena *item-item* tertentu dari isi media.⁷

Maka dari Konferensi Kepemimpinan Nasional dalam Literasi Media (*National Leadership Conference of Media Literacy*) di Amerika Serikat tahun 1992, definisi literasi media menjadi: “Kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan pesan” (Rubin, 1998: 3). Beberapa definisi pada dekade terakhir melibatkan pemahaman terhadap teknologi, politik, kendala ekonomi yang mempengaruhi pengiriman pesan media (Lewis & Jhalley, 1998). Sementara pakar lain menyarankan literasi media bahkan tergantung pada mengetahui fungsi media dalam masyarakat (Messaris, 1998).⁸

Menurut Santi Indra Astuti literasi media kerap disalahkaprahkan dengan *media education*. Menurut Santi, *literasi media* bukanlah *media education*, kendati yang terakhir ini kerap menjadi bagian dari yang pertama. *Media education* memandang media dalam fungsi yang senantiasa positif, yaitu sebagai *a site of pleasure*

³ AS Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Sally Wehmeier (ed) and Michael Ashby (phonetics ed), (UK: Oxford University Press, 2000) hlm. 783 dan 830

⁴ Balai Pustaka, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, edisi III, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 679 dan 726.

⁵ Santi Indra Astuti, “Mendidik Masyarakat Cerdas di Era Informasi”, dalam <http://literasimedia.wordpress.com/2007/07/20/mendidik-masyarakat-cerdas-di-era-informasi>, Diakses 07 April 2011.

⁶ Santi Indra Astuti, “Mendidik Masyarakat Cerdas di Era Informasi”.

⁷ Diterjemahkan dari makalah Barbara Ruth Burke, “*Media Literacy in the Digital Age: Implications for Scholars and Students, Theory and Practice of Communication: The Collection of Research Papers and Articles*” *Vestnik of the Russian Communication Association*, Volume 6 / Edited by I.N. Rozina. Rostov-na-Donu: Institute of Management, Business and Law Publishing House, 2008 : 14-24. (Makalah ini dipresentasikan dalam Konferensi Ke-empat Asosiasi Komunikasi Rusia, di Moskow, tahun 2008), hlm. 14-15.

⁸ Diterjemahkan dari makalah Barbara Ruth Burke, “*Media Literacy in the Digital Age: Implications for Scholars and Students*”.



Masyarakat juga dapat menyampaikan keberatan terhadap isi siaran langsung kepada stasiun TV

dalam berbagai bentuk. Sedangkan literasi media yang memakai pendekatan *inoculationist* berupaya memproteksi anak-anak dari apa yang dipersepsi sebagai efek buruk media massa.

Penggunaan media dan produk media sebagai bagian⁴ dari proses belajar mengajar, misalnya mempelajari cara memproduksi film independen atau menggunakan surat kabar sebagai sumber penelusuran data, tergolong dalam *media education*. Adapun literasi media bergerak lebih jauh dari itu. Dengan pendekatan yang lebih kritis, literasi media tidak hanya mempelajari segi-segi produksi, tetapi juga mempelajari kemungkinan apa saja yang bisa muncul akibat kekuatan media. Singkatnya literasi media mengajarkan publik memanfaatkan media secara kritis dan bijak.⁹

⁹ Santi Indra Astuti, "Mendidik Masyarakat Cerdas di Era Informasi".

¹⁰ Agus Setiawan dan Slamet Mulyana, "Perkembangan Media Massa dan Media Literasi di Indonesia", dalam <http://agussetiawan.wordpress.com/2008/11/07/perkembangan-media-massa-dan-media-literasi-di-indonesia>. Diakses 07 April 2011.

Berdasarkan hasil Konferensi Tingkat Tinggi mengenai Penanggulangan Dampak Negatif Media Massa, yaitu *21 Century Literacy Summit* yang diselenggarakan di Jerman pada 7-8 Maret 2002, diperoleh gambaran kesepakatan yang disebut *21 Century in A Convergen Media Word*. Kesepakatan tersebut, seperti Bertelsmann dan AOL Time Warner (2002), menyatakan bahwa literasi media mencakup:

1. Literasi teknologi; kemampuan memanfaatkan media baru seperti internet agar bisa memiliki akses dan mengkomunikasikan informasi secara efektif.
2. Literasi informasi; kemampuan mengumpulkan, mengorganisasikan, menyaring, mengevaluasi dan membentuk opini berdasarkan hal-hal tadi.
3. Kreativitas media; kemampuan yang terus meningkat pada individu di manapun berada untuk membuat dan mendistribusikan isi kepada khalayak berapapun ukuran khalayak.
4. Tanggung jawab dan kompetensi sosial; kompetensi untuk memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi publikasi secara *on-line* dan bertanggung jawab atas publikasi tersebut, khususnya pada anak-anak.¹⁰

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Sementara menurut *Centre For Media Literacy* (2003) upaya untuk memampukan khalayak media untuk mengevaluasi dan berpikir secara kritis terhadap konten media massa, mencakup:

1. Kemampuan mengkritik media.
2. Kemampuan memproduksi media.
3. Kemampuan mengajarkan tentang media.
4. Kemampuan mengeksplorasi sistem pembuatan media.
5. Kemampuan mengeksplorasi berbagai posisi.
6. Kemampuan berpikir kritis atas isi media.¹¹

Lebih jauh terdapat beberapa pengertian yang lebih spesifik tentang literasi media yang dapat dirujuk untuk memahami konsep ini. Pengertian tersebut antara lain:

1. *Media Literacy Online Project B College of Education University of Oregon at Eugene*, menyatakan bahwa: *Media Literacy is concerned with helping students develop an informed and critical understanding of the nature of the mass media, the techniques used by them, and the impact of the techniques. More specifically, it is education that aims to increase students understanding and enjoyment of how the media work,*

how they produce meaning, how they are organized, and how they construct reality. Media literacy also aims to provide students with the ability to create media products.

2. Hobbs dan Frost, *The Acquisition of Media Literacy Skills among Australian Adolescents* dalam *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, menyatakan: *Media Literacy is the ability to access, analyze, evaluate and communicate messages in wide variety of forms.*
3. Committee of Public Education dalam "Pediatrics" Vol. 104/2 Agustus 1999, menyatakan bahwa: *Media Literacy is the study and analysis of mass media.*
4. Tapi Varis dalam "Approaches to Media Literacy and e-Learning", 2000, menyatakan bahwa: *A Media Literacy is the ability to communicate competently in all media, print and electronic, as well as to access, analyze and evaluate the powerful images, words and sounds that make up our contemporary mass media culture. These skills of media literacy are essential for our future as individuals and as members of a democratic society.*¹¹

¹¹ Agus Setiawan dan Slamet Mulyana, "Perkembangan Media Massa dan Media Literasi di Indonesia".

¹² Agus Setiawan dan Slamet Mulyana, "Perkembangan Media Massa dan Media Literasi di Indonesia".

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Selanjutnya pertanyaan-pertanyaan mendasar dalam konsep literasi media dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini:¹³

Kata Kunci	5 Pertanyaan	5 Pertanyaan Konsep
Kepengarangan (authorship) Format	Siaapa yang membuat pesan ini? Apa teknik kreatif dari pesan ini yang digunakan untuk menarik perhatian saya?	Semua pesan media merupakan hasil bentukan (<i>constructed</i>) Pesan media telah dibentuk menggunakan bahasa kreatif dengan aturannya sendiri.
Pemirsanya	Bagaimana mungkin pemahaman orang mengenai pesan media berbeda dengan saya?	Pesan yang sama dapat dimaknai berbeda oleh orang lain
Isi Tujuan	Apa gaya hidup, nilai dan cara pandang yang direpresentasikan, atau dihilangkan oleh pesan ini? Mengapa pesan ini disampaikan?	Media telah melekat dengan nilai dan cara pandang (paradigma) Kebanyakan pesan media telah dikemas untuk kepentingan materi dan kekuasaan

Perkembangan Literasi Media di Indonesia

Hingga saat ini belum ada penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan secara historis tentang perkembangan literasi media di Indonesia. Namun demikian, perkembangan literasi media di Indonesia dapat ditelusuri oleh berbagai kegiatan seputar literasi media yang dilakukan oleh sejumlah organisasi masyarakat atau penggiat media di Indonesia. Pada bagian ini akan dikemukakan pendapat B. Guntarto, MA seorang penggiat literasi media di

Indonesia yang dikutip melalui makalahnya berjudul 'Perkembangan Program Literasi Media di Indonesia' yang dipresentasikan dalam Konferensi Nasional Literasi Media di Yogyakarta, awal Januari 2011.

Penelusuran berbagai literatur dan jurnal mengenai literasi media, maka dapat dipahami bahwa awal dari perkembangan literasi media terbagi dua: mereka yang percaya bahwa dampak media dapat mem-

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

bahayakan khalayak terutama anak; dan mereka yang 'sekedat' melakukan pengkajian terhadap isi media saja.¹⁴ Di Indonesia, gejala yang ada menunjukkan bahwa kegiatan literasi media lebih dekat dengan yang pertama. Kelompok ini melihat bahwa interaksi dan pola konsumsi anak dengan media menunjukkan intensitas yang cukup tinggi dan kurang terkontrol, serta melihat bahwa isi media yang dikonsumsi anak-anak tidak cukup aman bagi perkembangan psikologisnya.

Banyaknya materi dewasa, gaya hidup yang ditawarkan oleh media dengan cara yang sangat persuasif, iklan yang menggoda, dan berbagai materi lain yang dipandang belum semestinya dikonsumsi oleh anak, masuk dengan deras ke dalam kepala dan pikiran anak. Selain itu, waktu yang digunakan untuk mengakses dan mengonsumsi media selama sekitar tujuh jam sehari, adalah sebuah pemborosan waktu yang sangat besar dan sia-sia. Selanjutnya, Guntarto membagi fase perkembangan literasi media di Indonesia berdasarkan fase sebagai berikut.

Literasi Media Periode 1990-2000: Periode Mencari Bentuk

Pada periode antara tahun 1990-an hingga tahun 2000-an dapat dikatakan merupakan periode kegiatan literasi media yang banyak memberi tekanan pada aspek perlindungan anak dari dampak media, terutama televisi. Kegiatan utamanya adalah memberi pemahaman pada orangtua dan guru mengenai dampak negatif menonton televisi, dan bagaimana menonton televisi yang benar agar terhindar dari dampak tersebut. Paparan berikut menceritakan secara kronologis, kegiatan yang dilakukan oleh Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI) yang berkaitan dengan literasi media, berdasarkan

Efek buruk media masa langsung mempengaruhi sikap anak-anak dalam kehidupan sehari-hari



¹³ E- Literacy : Some Emerging Models' Diterjemahkan dari http://www.santacruz.k12.ca.us/ed_services/elliteracy/media_literacy.html. Diakses 07 April 2011.

¹⁴ Marten, Hans. 2010. Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions. *Journal of Media Literacy Education* Vol 2(1), 1-22.



Televisi sangat disenangi anak-anak karena ada di sekeliling anak-anak

data hasil kuesioner ditambah dengan dokumentasi lain. Keterbatasan dokumentasi dari berbagai lembaga dan keterbatasan narasumber menyebabkan paparan lebih fokus pada kegiatan satu lembaga, yang menurut penulis cukup dapat menggambarkan situasi yang ada dan mewakili periode ini.

Pada bulan September 1991, Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI) menyelenggarakan sebuah workshop di tingkat regional Asia-Pasific, tentang anak dan televisi di Cipanas Jawa Barat. Kegiatan ini

mendapatkan dukungan dana dari International Children's Centre, dan dukungan substansi dari Asian Media, Information and Communication Centre (AMIC) Singapore. Forum ini membicarakan isu tentang anak dan televisi yang sudah mulai aktual pada waktu itu secara komprehensif dan mendalam, serta antisipasinya di masa depan dalam konteks kewilayahan Asia.

Dalam deklarasi yang dihasilkan, dinyatakan bahwa "Untuk maksud baik ataupun buruk, televisi ada di sekeliling jutaan anak. Mereka me-

nonton apa saja yang ada di televisi, dan televisi akan terus menerus menimbulkan pengaruh dalam kehidupan anak di Asia baik fisik, mental, emosi, dan perkembangan spiritualnya. Kekuatan besar dari televisi telah menimbulkan keprihatinan internasional untuk dapat memberikan perisai bagi dampak negatif televisi pada anak". Deklarasi itu mengakui peran penting yang seharusnya dimainkan oleh televisi dalam membantu tumbuh kembang anak yang baik. Untuk itu peserta workshop mendorong perlunya peningkatan kualitas tayangan televisi untuk anak.

Salah satu kelompok kerja dalam workshop tersebut mendiskusikan tentang perlunya Pendidikan Media dengan fokus pada televisi, untuk diajarkan kepada anak-anak. Dalam hal ini, orangtua, guru, organisasi kesejahteraan anak, aktivis konsumen, LSM, dan berbagai lembaga pembela hak anak, dapat berperan besar. Secara lebih khusus, rekomendasi dalam kelompok ini menyebutkan topik-topik yang perlu diajarkan dalam Pendidikan Media seperti bagaimana televisi bekerja; bagaimana acara TV diproduksi; bagaimana

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

berbagai lembaga dapat mempengaruhi isi tayangan TV; tentang perkembangan anak dan kaitannya dengan pemahaman terhadap tayangan TV; bagaimana isi tayangan TV dapat mempengaruhi nilai, gaya hidup, dan perilaku pemirsa; bagaimana TV merepresentasikan realitas; panduan dalam menonton TV.

Kelompok ini juga merekomendasikan perlunya para guru, orangtua, pengasuh anak, berbagai lembaga di bidang anak, pekerja tempat penitipan anak, bahkan para produser acara TV harus mendapatkan pelatihan mengenai Pendidikan Media atau setidaknya konsep dasar mengenai sikap kritis dalam mengonsumsi tayangan TV. Secara khusus, YKAI diharapkan dapat melaksanakan berbagai rekomendasi yang dihasilkan dalam workshop tersebut.

Tahun 1994, YKAI bersama dengan Litbang Departemen Penerangan (waktu itu) mengadakan penelitian analisis isi tentang adegan pro-sosial dan anti-sosial dalam tayangan anak. Hasil penelitian ini sempat menjadi polemik karena beberapa lembaga penyiaran yang ada waktu itu, me-

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

ngadakan konferensi pers menolak dan mempertanyakan kualitas penelitian tersebut. Namun setidaknya dari kejadian tersebut masyarakat menjadi tahu bahwa dalam tayangan anak, terdapat banyak sekali adegan anti-sosial yang didominasi dengan kekerasan.

Pada tahun yang sama, YKAI menyelenggarakan workshop tentang Pendidikan Media Televisi yang di antaranya menghadirkan Ashadi Siregar. Workshop ini menandai adanya kebutuhan untuk mulai secara serius memikirkan bagaimana memberi bekal pengetahuan dan keterampilan kepada anak-anak agar dapat berinteraksi dan mengonsumsi televisi dengan aman. Anak-anak perlu diberi 'tameng' agar dapat menangkai hal-hal negatif yang datang dari televisi. Sebagai tindak lanjut dari workshop tersebut kemudian diadakan seminar tentang "Bagaimana Menonton Televisi Yang Pas Untuk Anak". Dalam seminar tersebut, YKAI menerbitkan sebuah booklet 20 halaman dengan judul yang sama yang ditujukan untuk orangtua.

Kerjasama dengan AMIC Singapore agaknya terus berlanjut. Tahun 1996, AMIC meminta YKAI untuk melakukan penelitian tentang tayangan TV untuk anak. Dana penelitian ini berasal dari UNICEF Regional yang berkantor di Bangkok. Penelitian dengan topik serupa pada saat bersamaan juga dilakukan di berbagai negara ASEAN lainnya seperti Malaysia, Singapura, Philipina, Thailand, dan sebagainya. Setelah dikompilasi, hasil penelitian bersama ini diterbitkan dalam bentuk buku dengan judul *Growing Up With TV: Asian Children's Experience*.

Berikutnya di tahun 1999, dilakukan penelitian dengan pola kerjasama serupa tentang pemberitaan mengenai anak yang dimuat dalam media, yang kemudian diterbitkan dalam bentuk buku berjudul *Children in the News*. Penelitian yang dilakukan oleh YKAI secara mandiri adalah mengenai tayangan TV untuk anak dengan periode waktu antara bulan April 1996 sampai dengan bulan Mei 1997. Tidak diperoleh dokumen laporan hasil penelitian tersebut.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Berbagai seminar mengenai dampak televisi pada anak dan bagaimana orangtua harus bersikap, banyak diselenggarakan oleh berbagai institusi, sekolah, perguruan tinggi, dan lain-lain. Forum seminar tersebut biasanya diselenggarakan selama satu sesi atau setengah hari dengan

Tema-tema yang sangat populer yang dibutuhkan oleh para orangtua dan guru. Kalau dilihat dalam konteks konsep literasi media yang utuh, maka forum-forum tersebut sebenarnya mengambil porsi tertentu yang dianggap sesuai dengan kebutuhan.



Kegiatan Literasi Media dapat dilakukan dalam bentuk seminar dan bekerjasama dengan lembaga negara terkait, seperti yang dilakukan KPI bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Literasi Media Periode 2000-2010: Periode Pematangan

Bentuk lain dari seminar untuk orangtua adalah kegiatan kampanye yang dilakukan oleh LSM maupun organisasi mahasiswa dan institusi lainnya. Kegiatan tersebut dilakukan melalui seminar, *roadshow*, dan kampanye-kampanye mengenai melek media. Misalnya, seperti yang dilakukan oleh Komunitas Mata Air tahun 2004 yang melakukan *roadshow* ke beberapa sekolah dasar di DKI Jakarta, Yayasan Jurnal Perempuan yang datang berseminar di beberapa SMA di DKI Jakarta pada tahun 2005 dan 2008, Komisi Penyiaran Indonesia tahun 2005 hingga saat ini, kemudian *roadshow* oleh Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UI ke beberapa SLTP di DKI dan Depok tahun 2005-2008, *roadshow* Perhimpunan Masyarakat Tolak Pornografi tahun 2006, dan beberapa organisasi pemerhati media lainnya.

Sesuai dengan sifatnya, gerakan-gerakan tersebut dilakukan secara insidental dan kurang memiliki kesinambungan dengan program berikutnya. Dalam kebanyakan kegiatan

tersebut, secara umum belum ada mekanisme evaluasi yang dapat memastikan apakah materi apa yang disampaikan dalam *roadshow* tersebut dapat dipahami oleh target sasaran, dan akan dapat diterapkan sesudah kegiatan selesai dilakukan.

Melalui kegiatan insidental seperti itu, agak sulit kiranya untuk dapat menyampaikan berbagai isu dan materi dalam Pendidikan Literasi Media melalui seminar berdurasi dua jam, atau dalam kampanye dan *roadshow* ke berbagai sekolah. Ada kemungkinan, dari pihak penyelenggara sendiri kurang memahami betul konsep dan pengertian literasi media. Sehingga, dikhawatirkan pemahaman para siswa mengenai melek media ataupun pendidikan media menjadi tidak tepat.

Adalah Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI) yang pada tahun 2002 memulai sebuah proyek percontohan penerapan 'Pendidikan Melek Media' dalam bentuk kegiatan belajar mengajar di kelas. Model ini diujicobakan pada SDN Percontohan Johar Baru 01 Pagi, Jakarta Pusat. Sebelum melaksanakan mo-

del pertama ini, tim YKAI melakukan diskusi kelompok terfokus terhadap para guru, orangtua, dan siswa tentang tayangan televisi dan masalahnya pada anak.

Hasil dari diskusi kelompok terfokus tersebut kemudian digunakan untuk merancang kurikulum pelatihan bagi para guru yang nantinya akan mengajarkan Pendidikan Melek Media kepada para siswa. Pelatihan guru diadakan selama tiga hari, termasuk kegiatan mendesain topik kegiatan tatap muka di kelas dan metode evaluasinya.

Setelah semua persiapan selesai dilakukan, disebar kuesioner pre-test kepada siswa kelas lima yang akan terlibat dalam proyek percontohan ini. Selain itu, agar proses kegiatan belajar mengajar di sekolah dapat berjalan seiring dengan pendidikan di rumah, diadakan seminar bagi orangtua murid tentang Pendidikan Media. Seminar tersebut bermaksud untuk menyampaikan pentingnya Pendidikan Media diajarkan di sekolah dan di rumah. Melalui hal tersebut diharapkan kerjasama dan dukungan para orangtua.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Titik berat materi Pendidikan Media ditekankan pada media televisi mengingat media ini paling banyak diakses oleh anak-anak. Pokok bahasan yang diajarkan, sebagaimana tertulis dalam buku *Pendidikan Media: Buku Pegangan Untuk Guru Sekolah Dasar* (Guntarto, 2007: 12) adalah:

1. Mengapa melek media penting?
2. Jenis-jenis acara televisi
3. Fungsi dan pengaruh iklan
4. Karakteristik televisi
5. Dampak menonton televisi
6. Menonton TV dan kegiatan lain
7. Memilih acara televisi yang baik
8. Televisi sebagai sumber belajar.

Setelah siswa mendapatkan pembelajaran mengenai literasi media dengan fokus pada televisi yakni tentang bagaimana berinteraksi dengan televisi secara kritis, maka diharapkan para siswa (Guntarto, 2007: 12):

1. Dapat memahami dan mengapresiasi program yang ditonton
2. Menyeleksi jenis acara yang ditonton
3. Tidak mudah terkena dampak negatif acara televisi
4. Dapat mengambil manfaat dari acara yang ditonton.
5. Pembatasan jumlah jam menonton.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Sesudah proyek percontohan selesai dilakukan, pada bulan Desember 2004 YKAI menyelenggarakan pelatihan guru tentang Pendidikan Melek Media untuk tingkat SD dan SMP dengan dukungan dari UNESCO. Peserta pelatihan berasal dari beberapa sekolah di Jakarta, Bogor, dan Yogyakarta. Pelatihan ini bekerjasama dengan Kantor Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan. Selanjutnya, pelatihan serupa diadakan lagi pada tahun 2005 bertempat di sekolah Nurul Fikri dengan dukungan dari UNESCO.

Dua pelatihan Pendidikan Melek Media untuk guru yang diadakan oleh YKAI memiliki target bahwa sesudah mengikuti pelatihan ini, para guru diharapkan memiliki wawasan dan pemahaman mengenai Pendidikan Melek Media, dan dapat menyipkannya dalam berbagai mata pelajaran. Penyelenggara pelatihan belum menyiapkan rencana pelaksanaan pembelajaran yang siap pakai sebagai contoh penerapan Pendidikan Melek Media di kelas. Penyelenggara pelatihan juga tidak menyiapkan alat bantu mengajar yang dapat membantu guru mengajar topik ini di kelas.

Tahap berikutnya dilanjutkan oleh Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) yang pada tahun 2006 dengan dukungan dari UNICEF menyempurnakan modul pelatihan guru tentang Pendidikan Melek Media dan mengujicobakannya dalam pelatihan guru pada bulan November 2006 di 8 sekolah di kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur. Dalam program tersebut, YPMA mengubah nama 'Pendidikan Melek Media' menjadi 'Pendidikan Media' yang dipandang lebih tepat karena merupakan terjemahan dari istilah asli dalam bahasa Inggris, Media Education.

Tahun 2008, ujicoba tersebut diperluas pada 35 sekolah dasar di Jawa Tengah dan Jawa Timur dengan melibatkan sekitar 135 orang guru dan 6.000 siswa dengan strategi penerapan dengan cara mengintegrasikan ke dalam mata pelajaran yang sudah ada. *Pre and post-test* dirancang dan dilakukan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP untuk mengetahui efektivitas program ini. Untuk tingkat pra-sekolah, ujicoba dilakukan pada tahun 2010 di Yogyakarta yang melibatkan guru-guru dari Wonosobo, Klaten, dan Yogyakarta.

Literasi Media di Eropa dan Jepang (sebuah perbandingan)

Inggris merupakan negara pertama yang memunculkan isu melek media, yaitu pada 1930. Kemudian pada 1960, Kanada memulai pendidikan media karena merasa terancam dengan budaya pop dari Amerika Serikat.¹⁵ Saat ini di Eropa terdapat EAVI (*European Association for Viewers Interests*) atau Asosiasi Eropa untuk Kepentingan Pemirsa. EAVI adalah lembaga internasional yang independen dan *non profit* dan berdiri atas dukungan Komisi Eropa. Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan dan meningkatkan kepentingan pemirsa dan pengguna media di tingkat Eropa. EAVI memberi perhatian khusus kepada pemuda, perlindungan anak-anak serta kalangan minoritas.¹⁶

Ciri utama dari EAVI yang dapat dijadikan contoh di Indonesia adalah sebagian besar aktivitas dan inisiatif yang dilakukan melibatkan warga dari semua 27 anggota Uni Eropa. Hal ini seperti halnya tidak berlaku di Indonesia, pemerintah maupun lembaga terkait rela bersusah payah



Salah satu bentuk kegiatan Literasi Media yang diajarkan guru

mendatangi daerah-daerah dalam rangka seminar media literasi ketimbang mendidik sekelompok orang secara rutin, berkelanjutan untuk kemudian diterjunkan ke masyarakat, kemudian membuat indikator pencapaian dengan monitoring yang ketat. EAVI dalam situs resminya menjelaskan:

"Dalam rangka berpartisipasi untuk kehidupan sipil, dan memahami posisi mereka dalam konteks Eropa, warga harus menjadi pengguna media yang kompeten dan harus belajar untuk menggunakannya untuk tujuan mereka sendiri..... dan karena itu kuncinya adalah hubungan antara warga dan pemerintah. Keaktifan dan partisipasi warga negara di Eropa semakin bergantung pada literasi media warga. Ini berarti bahwa kegiatan EAVI untuk mempromosikan literasi media pada hakikatnya meningkatkan partisipasi warga dalam demokrasi di Eropa".¹⁷

¹⁵ B. Guntarto, 'Konsep dan Implementasi Media Literasi', disampaikan di Yogyakarta dalam Workshop Pembentukan Duta KPDI DIY pada 27-28 Agustus 2008.

¹⁶ Diterjemahkan dari situs <http://www.eavi.eu/joomla/about-us>. Diakses 07 April 2011.

¹⁷ Dikutip dari situs: <http://www.eavi.eu/joomla/component/content/article/47>. Diakses 07 April 2011.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Sedangkan untuk literasi media di Jepang, Santi Indra Astuti menjelaskan bahwa Kementerian Pos dan Telekomunikasi Jepang, bekerjasama dengan Universitas Tokyo untuk melakukan literasi media. Cetak biru ini dipublikasikan dalam situs *web Center of Media Literacy* sejak Oktober 2002. berikut langkah-langkah literasi media di Jepang:

A. Identifikasi Isu dan Permasalahan Terkait dengan Literasi Media

Isu-isu dan permasalahan yang berhubungan dengan literasi media melibatkan upaya advokasi dan sosialisasi serta implementasi dalam tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Pengenalan literasi media. Ini meliputi sosialisasi dan penyamaan persepsi seputar literasi media. Di Jepang, tahapan pertama bergerak dalam tataran kecakapan memanfaatkan komputer dan media komunikasi lain untuk memproduksi pesan. Kemudian dilanjutkan pada tataran kecakapan untuk membaca dan memahami isi media, sebelum meningkat ke tataran mengkritisi media dan berpartisipasi aktif dalam berinteraksi dengan media.
2. Penempatan dalam kurikulum. Sekolah-sekolah Jepang dari

perspektif mengembangkan kecakapan untuk menangani informasi, mengembangkan langkah-langkah literasi media yang diintegrasikan dalam kurikulum sekolah.

3. Mengembangkan pendekatan praktis di Jepang. Dengan berbagi pengalaman, informasi, serta hasil riset dengan negara-negara lain, Jepang berusaha mencari cara-cara paling praktis dan sederhana untuk menyosialisasikan literasi media. Saat ini, pusat literasi media Jepang di bawah Kementerian Pos dan Telekomunikasi telah memproduksi sendiri video dan pelatihan literasi media yang disesuaikan dengan kondisi budaya Jepang.
4. Pendekatan-pendekatan belajar aktif (*active learning*). Pendekatan pasif melalui instruksi kelas disadari tidak mencukupi. Penerapan perspektif belajar aktif; yaitu berpikir dan menerapkan prinsip literasi media dalam kasus sehari-hari, diyakini memberi dampak signifikan bagi sosialisasi konsep literasi media.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

5. Mengembangkan kerjasama dengan semua pihak yang berkepentingan dengan literasi media.
6. Berdasarkan identifikasi atas isu dan permasalahan terkait dengan literasi media, lantas dirumuskan upaya-upaya untuk menyosialisasikan literasi media.
7. **Upaya-upaya untuk Menyebarkan Literasi Media**

A). Menanamkan kesadaran dan mengembangkan prinsip-prinsip dasar literasi media. *The Study Group* yang didirikan sebagai hasil kerjasama pemerintah dan akademisi informasi di Universitas Tokyo mempublikasikan buletin berisi isu-isu literasi media, di samping menyelenggarakan *workshop* dan riset-riset literasi media. Mengembangkan lingkungan B). yang kondusif untuk menerapkan literasi media. Ini dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya:

- Mengembangkan materi literasi media untuk berbagai kelompok usia yang potensial dari latar belakang pendidikan maupun

profesi yang berbeda-beda, dan disampaikan dalam berbagai media maupun bentuk-bentuk komunikasi.

- Mengembangkan materi literasi media untuk berbagai kelompok usia yang potensial dari latar belakang pendidikan maupun profesi yang berbeda-beda, dan disampaikan dalam berbagai media maupun bentuk-bentuk komunikasi.
- Mempromosikan pendidikan literasi media sebagai bagian dari pendidikan formal di sekolah.
- Mengembangkan sumberdaya manusia untuk instruktur dan fasilitator literasi media.
- Membuka dan mengintensifkan interaksi antara lembaga penyiaran (dalam berbagai bentuk) dan khalayak. Saat ini, para *broadcaster* Jepang telah mendirikan organisasi mediasi, atau semacam *ombudsman*, yang menegahi kepentingan *broadcaster* dengan kepentingan publik. Lembaga

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Independen ini bernama *the Broadcast and Human Rights/Other Related Rights Organization* (BRO) dan *Young People's Committee*, tugasnya saat ini adalah menanggapi opini-opini dan keluhan-keluhan dari khalayak seputar media.

Upaya-upaya ini lantas diimplementasikan dalam pelbagai aktivitas yang bisa kita simak dalam sub bab berikut ini.

2. Sistem dan Aktivitas Pendidikan Literasi Media di Setiap Sektor

Sektor	Sistem dan Aktivitas Literasi Media
Pemerintahan	1. Sejumlah perwakilan <i>the Study Group</i> di daerah melaporkan pendeklarasian dan pengakuan seputar pentingnya media literasi, diikuti dengan pemberian arahan-arahan oleh pemerintah via Kementerian Postel dan Kementerian Pendidikan.
Pendidikan Sekolah	2. Pemerintah lokal berinisiatif menyelenggarakan kursus-kursus media literasi untuk warga setempat.
Media Massa	Dalam setiap kurikulum dan 'Period of Integrated Study', secara sistematis direncanakan setiap aktivitas yang melibatkan penggunaan komputer, Internet, dan media lain secara aktif.
	1. <i>Broadcaster</i> dilibatkan untuk memproduksi program-program media literasi untuk sekolah dasar.
	2. <i>Broadcaster</i> membuat standar verifikasi program (<i>self-verification program</i>) dan program-program yang lebih merefleksikan opini khalayak.
	3. <i>Broadcaster</i> membuat riset-riset internal.
	4. <i>The Newspaper Foundation for Education and Culture</i> menyelenggarakan program <i>the Newspaper in Education</i> (NIE), yaitu suatu aktivitas pendidikan di mana guru-guru dan murid menggunakan koran sebagai bahan pelajaran, atau untuk melengkapi materi di sekolah.
LSM, organisasi publik, kelompok komunitas, organisasi profesi.	1. Kelompok-kelompok warganegara menyelenggarakan analisis program-program dan aktivitas-aktivitas penyiaran, seperti menerjemahkan dokumen luarnegeri seputar media literasi.
	2. Kelompok guru mengambil inisiatif untuk melaksanakan upaya-upaya praktis seperti bertukar informasi seputar kurikulum yang melibatkan media literasi secara praktis.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Sektor	Sistem dan Aktivitas Literasi Media
Akademis/ Periset	1. Subjek media literasi mulai diajarkan di universitas-universitas. 2. Publikasi materi pendidikan terkait dengan media literasi telah dipublikasikan sejak 1996, dan dilaporkan meningkat selama dua-tiga tahun belakangan ini. 3. National Institute for Educational Research Japan, bekerjasama dengan sejumlah lembaga riset lain, menyelenggarakan proyek riset terkait dengan media literasi terpadu berskala-besar.

Posisi Literasi Televisi dalam Konteks Literasi Media

Barbara Ruth Burke menuliskan bahwa literasi sering diasosiasikan dengan media cetak yang berarti kemampuan membaca teks (Sinatra, 1986), sedangkan literasi visual termasuk berfikir tentang gambar (Adams & Hamm, 1994). Tetapi membaca teks ditambah berfikir tentang visual tidak memadai (*equal*) dengan literasi media, meskipun kita semua setuju media memiliki kata-kata, gambar atau keduanya. Bahkan, terdapat sinergi yang terdapat dalam pesan media massa, dimana seharusnya dianalisis dengan cara berbeda (*unique*).¹⁸

Akibatnya berimbas pada pengertian literasi media lainnya sejak tahun 1980-an dan 1990-an, dan menetapkan bahwa pesan dapat dikirim

Melalui film, radio, televisi dan iklan, musik populer sebagaimana surat-kabar dan segala hal yang dicetak lainnya, seperti buku (e.g., Christ, 1998, Meyrowitz, 1998, Sinatra, 1986). Beberapa ahli juga memperdebatkan, apakah ini lebih tepat disebut literasi media atau apakah ini lebih cocok dan pas disebut sebagai literasi media massa (Walsh, 2006).¹⁹ Berdasarkan penjelasan ini, terlihat bahwa literasi televisi memerlukan sebuah kajian tersendiri karena di dalamnya terdapat kata-kata, gambar, visual, dll.

George Gerbner menyatakan, dibandingkan media massa yang lain, televisi telah mendapatkan tempat yang sedemikian signifikan dalam kehidupan sehari-hari sehingga mendomi-

¹⁸ Diterjemahkan dari makalah Barbara Ruth Burke, 'Media Literacy in the Digital Age: Implications for Scholars and Students', *Theory and Practice of Communication: The Collection of Research Papers and Articles*. Vestnik of the Russian Communication Association, Volume 6 / Edited by I.N. Rozina. Rostov-na-Donu: Institute of Management, Business and Law Publishing House, 2008, p.14-24. (Makalah ini dipresentasikan dalam Konferensi Ke-empat Asosiasi Komunikasi Rusia, di Moscow, tahun 2008), hlm. 14-15.

¹⁹ Diterjemahkan dari makalah Barbara Ruth Burke, 'Media Literacy in the Digital Age: Implications for Scholars and Students'.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

nasi “lingkungan simbolik” kita, dengan cara menggantikan pesannya tentang realitas bagi pengalaman pribadi dan sarana mengetahui dunia lainnya (Mc Quail, 1996: 254).²⁰ Berdasarkan pendapat Gerbner, Tri Hastuti Nur menjelaskan dampak negatif maraknya tayangan pornografi, kekerasan dan mistik di Indonesia, yaitu: terjadinya penumpukan kepekaan (*desensitisasi*), paranoid dan pola pikir yang kurang rasional, mendorong perilaku malas dan kurang kreatif, kurang bersosialisasi dengan lingkungan, kematangan seksual sebelum waktunya, dan lain-lain.²¹

Sehingga literasi televisi dalam artian kemampuan membaca motif pesan televisi, posisinya sangat strategis di antara literasi media lainnya. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal:

1. Jumlah penonton televisi di Indonesia lebih banyak daripada pendengar radio, pembaca koran, pengakses internet dan media massa lainnya. Masih tingginya angka buta huruf dan lemahnya budaya membaca di Indonesia, dan variatifnya acara menjadikan televisi sebagai pilihan utama masyarakat

rakat untuk mendapatkan hiburan dan informasi.

2. Atas dasar itu bisnis di industri penyiaran (televisi dan radio) merupakan lahan empuk bagi para pemilik modal. Hal ini terlihat dari data KPI yang menyebutkan: (a). Sejak 2007-2010, sebanyak 438 pemohon mendapatkan IPP Prinsip (tingkat keberhasilan 12.79%); (b). Sejak 2007-2010 sebanyak 138 Lembaga Penyiaran Televisi Berlangganan mengajukan izin; (c). Sampai tahun 2010, KPI P dan KPID telah memberikan 2.463 RK dengan rincian: 652 untuk Televisi, 1.811 untuk Radio; (d). Total pemohon yang telah mengikuti FRB dari tahun 2007-2010 adalah 2.227.
3. Kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan tersedianya SDM yang memenuhi syarat. Meski lulusan sarjana komunikasi mencapai ribuan setiap tahunnya, tidak berarti dunia jurnalistik memperoleh sumber daya manusia yang mencukupi. Salah satu persoalannya adalah penguasaan ilmu dasar dari tempat kuliah yang lemah ditambah etos kerja rendah dan mental ingin cepat populer menjadikan kualitas SDM jurnalis televisi sangat memprihatinkan.²²
4. Cukup tingginya angka kemiskinan (32,53 juta), menjadikan masyarakat

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

kat Indonesia lebih tertarik untuk mendapatkan hiburan dari televisi daripada hiburan lainnya seperti rekreasi, penyaluran hobi, dll. Sehingga ada ungkapan “*daripada jalan-jalan menghabiskan duit, lebih baik nonton hiburan di televisi*”.

5. Tingkat pendidikan dan kesehatan masyarakat Indonesia tergolong rendah (nomor 111 dan 182 negara, data 2009 versi UNDP). Hal ini menjadikan masyarakat lebih berfikir tentang dirinya hari ini dan esok hari ketimbang bergerak untuk melakukan kritik terhadap televisi.
6. Persaingan industri televisi sangat tinggi karena semakin bertambahnya

jumlah stasiun televisi. Terdapat juga tekanan untuk meningkatkan keuntungan setiap tahunnya. Masalah ini semakin kusut karena regulasi lemah dan masyarakat belum memiliki kemampuan literasi media.

7. Pemusatan kepemilikan televisi menjadikan keberpihakan isi siaran kepada kepentingan publik tidak utuh. Menurut Amir Effendi Siregar, “masing-masing stasiun televisi nasional dengan puluhan stasiun relay-nya saja sudah mampu menjangkau 60-90% penduduk yang mempunyai akses terhadap televisi. Menguasai satu stasiun televisi nasional dengan 43 stasiun relay saja sudah sangat

Persaingan industri televisi sangat tinggi karena semakin bertambahnya jumlah stasiun TV



²⁰ Tri Hastuti Nur R, 'Gerakan Media Literasi dan Kampanye TV Sehat untuk Mendukung Keluarga Sakinah', dalam <http://www.umy.ac.id/fakultas-ilmu-sosial-ilmu-politik/wp-content/uploads/2010/05/media-literasi-suara-muhammadyah.pdf>, Diakses 07 April 2011.

²¹ Tri Hastuti Nur R, 'Gerakan Media Literasi dan Kampanye TV Sehat untuk Mendukung Keluarga Sakinah'.

²² Andy F. Noya, *Pemred Metro TV*, pada pelan Komunikasi 2002, FISP UI, Mei 2002, dalam Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Bojor: Ghalla Indonesia, 2004), hlm. 3.



Sejumlah produk elektronik semakin banyak menawarkan diskon besar dan kredit untuk mempermudah pembelian TV

kuat, apalagi menguasai lebih dari satu, atau bahkan tiga stasiun televisi nasional dengan lebih dari 100 stasiun relay. Jika itu terjadi, maka hal tersebut adalah sebuah pemusatan kepemilikan yang melanggar peraturan perundang-undangan dan berbahaya bagi demokrasi.²³

8. Lemahnya pemahaman pekerja televisi terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standard Program Siaran (P3 dan SPS) yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta serta minimnya ketaatan liputan terhadap kode etik jurnalistik. Selain itu stasiun-stasiun televisi tidak mempunyai program literasi media yang serius.
9. Karena watak industri televisi mengacu pada rating, maka nyaris seluruh stasiun televisi memproduksi pro-

gram yang berbeda tapi serupa dan sama. Berbeda tokoh dan tempatnya, tetapi serupa isi dan jalan ceritanya. Berbeda waktu produksinya, tetapi sama waktu penayangannya. Berbeda stasiun televisinya, tetapi sama rumah produksinya.

10. Anak Indonesia adalah penonton TV terlama, disusul Amerika, Australia dan paling rendah Kanada. Sedangkan jumlah waktu menonton TV pada anak-anak yang berlebihan ternyata dapat menurunkan daya imajinasi anak-anak.²⁴
11. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI Pusat dan KPI Daerah) baru mampu mengawasi televisi nasional (TVRI, RCTI, MNC, SCTV, Antev, Indosiar, Metro TV, Trans TV, TV One, Global TV, dan Trans 7) dan televisi-televisi lokal. Sedangkan saat ini telah bermunculan televisi-televisi berlangganan yang jumlah jauh lebih banyak.

²³ Amir Effendi Siregar, 'Regulasi, Peta dan Perkembangan Media : Mencegah Monopoli dan Membangun Keaneekaragaman', dalam

²⁴ Media Directory 2008, hlm. 14-15.

²⁵ Iswandi Syahputra, 'Jangan Biarkan Anak Anda Tumbuh Bersama Televisi', Bahan Presentasi Media Literasi KPID Yogya.

Benjamin A. Olken, 'Do Television and Radio Destroy Social Capital? Evidence from Indonesian Villages', American Economic Journal : Applied Economics, 2009, dalam <http://econ-www.mit.edu/files/5120>. Diakses 09 April 2011.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Pengaruh televisi dalam kehidupan masyarakat Indonesia tidak hanya berlaku di perkotaan namun juga di pedesaan. Benjamin Olken, seorang ekonom dari *Massachusetts Institute of Technology* telah meneliti pengaruh televisi pada rumah tangga Indonesia dengan melakukan survei 600 desa lebih di Jawa Timur dan Jawa Tengah pada September 2003 hingga Agustus 2004. Olken menemukan di pedesaan dengan penerimaan sinyal televisi yang bagus menunjukkan adanya tingkat partisipasi kegiatan sosial yang lebih rendah. Menurut Olken, kecanduan terhadap televisi bahkan meningkatkan ketidakpercayaan di antara penduduk yang berakibat lesunya perekonomian dan perdagangan.²⁵ Sehingga berdasarkan 12 belas poin serta penelitian Olken di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi televisi memiliki posisi istimewa dalam literasi media. Oleh sebab itu dibutuhkan keahlian dan strategi khusus untuk mendekatkannya kepada tujuan dari literasi media itu sendiri.



Televisi masih merupakan media iklan paling ampuh untuk menarik masyarakat

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Upaya Mengembangkan Literasi Media, Peran Pemerintah dan Masa Depan Literasi Media

Mencerdaskan kehidupan bangsa adalah tanggungjawab negara, namun dalam prakteknya semua elemen masyarakat harus terlibat. Mencerdaskan kehidupan bangsa merupakan titik temu perbedaan pendapat antara pemerintah, KPI, organisasi kemasyarakatan, LSM, dan lain-lain. Mencerdaskan kehidupan bangsa adalah tujuan antara yang wajib dicapai demi mencapai tujuan internal bangsa Indonesia, yaitu kesejahteraan sosial dan cita-cita keluar bangsa Indonesia, yaitu perdamaian dunia. Pemerintah dan KPI dalam perannya selalu merujuk pada kalimat "mencerdaskan kehidupan bangsa". Sebab hanya bangsa cerdas yang mampu bertahan hingga akhir dunia, dan literasi media merupakan upaya yang dilakukan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa di era informasi seperti saat ini.

H. Witdarmono menuliskan dengan cemerlang mengenai sebab kekalahan Rusia melawan Jepang dalam pertempuran laut di Selat Tsushima

²⁶ H Witdarmono, 'Literasi Menerima Kehidupan', Artikel dalam Kompas edisi 23 November 2010.

27-28 Mei 1905. Geoffrey Jukes, penulis The Russo-Japanese War 1904-1905, mengatakan, penentu hasil perang itu bukanlah teknologi, tetapi tingkat literasi. Hanya 20 persen personel militer Rusia bisa "membaca dan menulis". Akibatnya, banyak yang tidak mampu mengoperasikan secara benar persenjataan modern (saat itu) dan sistem telegraf nirkabel yang diimpor dari Jerman. Serangan Rusia sering salah sasaran karena salah membaca peta dan salah mengoperasikan jaringan komunikasi. Sebaliknya, hampir semua tentara Jepang tahu "membaca dan menulis". Mereka mahir menggunakan persenjataan militer modern dan memanfaatkan infrastruktur intelijen militer secara benar. Jepang bahkan sudah memodifikasi sistem telegraf nirkabel dari Jerman.²⁶

Oleh sebab itu literasi media dengan melibatkan masyarakat merupakan tugas mulia yang wajib dilakukan oleh pemerintah. Secara normatif media literasi telah mendapatkan perhatian khusus dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) nasional Indonesia

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

2005-2025 dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2010-2014, sebagaimana termaktub

dalam Undang-undang No 17/2007 dan Perpres RI No 5/2010 dan UU No 32 tentang Penyiaran.

Misi RPJP 2005-2025, point ke 3	Mewujudkan Masyarakat Demokratis Berlandaskan Hukum.
VISI RPJMN 2010 - 2014	Indonesia Yang Sejahtera, Demokratis, Dan Berkeadilan
MISI ke II RPJMN 2010-2014 (Memperkuat Pilar-Pilar Demokrasi)	- Memperkuat peran masyarakat sipil - Menjamin pengembangan media dan kebebasan media dalam mengomunikasikan kepentingan masyarakat
AGENDA III RPJMN 2010-2014 (Penegakan Pilar Demokrasi)	- Menjaga kebebasan berpendapat dan dan kebebasan pers - Mengutamakan supremasi hukum. - Demokrasi harus terus dijaga agar berada pada arah yang benar, yaitu demokrasi yang egaliter.
Pasal 52 UU No. 32/2002 tentang Penyiaran	- Setiap warga negara Indonesia memiliki hak, kewajiban, dan tanggungjawab dalam berperan serta mengembangkan penyelenggaraan penyiaran nasional - Organisasi nirlaba, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan kalangan pendidikan, dapat mengembangkan kegiatan literasi dan/atau pemantauan Lembaga Penyiaran. - Masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat mengajukan keberatan terhadap program dan/atau isi siaran yang merugikan.

Mahasiswa, Ormas, LSM, dan guru dapat dilibatkan dalam kegiatan sosialisasi Literasi Media



Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Peran pemerintah, DPR dan KPI, dan lembaga negara lainnya dalam menciptakan masyarakat yang melek media dapat dilakukan dengan melakukan beberapa peran strategis, diantaranya:

Instansi	Peran
Pemerintah	a. Memberikan penjelasan mengenai peran literasi media dalam memperjuangkan kepentingan nasional Indonesia (<i>national interest</i>) dalam konteks geoekonomi dan geopolitik internasional b. Menyusun dan melahirkan regulasi yang mendukung gerakan literasi media. c. Mewajibkan kepada seluruh instansi pendidikan baik yang dikelola pemerintah atau swasta untuk memberikan pendidikan literasi media.
Lembaga legislatif	1. Menciptakan dan merevisi Undang-undang yang memperkuat dan mempertegas peran lembaga negara (KPI, Dewan Pers, Komisi Informasi, LSF) dalam literasi media 2. Meminta jawaban dari lembaga negara terhadap kemajuan pengembangan media literasi dalam setiap RDP dan forum-forum representatif lainnya.
KPI Pusat dan KPI Daerah	1. Melakukan literasi media khususnya literasi di bidang penyiaran (televisi dan radio), termasuk TV berlangganan. 2. Memperbaiki P3 DAN SPS. 3. Membuat laboratorium literasi media. 4. Memproduksi bahan-bahan literasi media 5. Memberikan pendidikan jurnalistik, khususnya bagi wartawan dan reporter televisi dan radio.
Dewan Pers	Melakukan literasi media khususnya literasi di bidang media cetak maupun elektronik.
Lemba Sensor Film Komisi Informasi	- Melakukan literasi media khususnya literasi di bidang perfilman. - Melakukan literasi media khususnya menyangkut hak-hak dasar masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Literasi Media di Indonesia: Keragaman Pemahaman dan Kegiatan

Post Script.

Sedikit dari para pemain televisi yang menyadari bahwa industri televisi saat ini telah terperangkap misalnya - menjadi agen kekerasan atau agen pornografi yang semuanya bekerja secara subtil dalam bentang layar virtual. Tubuh sosial kita baru menyadari saat perilaku kekerasan meningkat tajam dalam berbagai sektor, dan praktek pornografi menyebar luas bagai virus tanpa *anti body* untuk dapat mencegahnya. Pada gilirannya, kekerasan dan pornografi dapat saja menjadi konvensi sosial yang diterima secara permisif dan massif sebagai sebuah realitas kebenaran baru yang normal. Dia dapat bersemayam dengan kokoh dan mapan dalam tubuh sosial, melalui berbagai praktek disiplin yang diadaptasi oleh media.

Tayangan televisi menjadi tidak menarik tanpa muatan kekerasan dan pornografi, karena masyarakat terlebih dahulu sudah kecanduan dengan kekerasan dan pornografi. Melalui disiplin menonton, kekerasan dan pornografi menjadi perilaku normal. Jika hal ini benar-benar terjadi,

maka inilah lonceng pertanda kiding kematian harus segera dinyanyikan untuk mengiringi jenazah matinya eksistensi humanisme dan spiritualitas religius yang telah meninggalkan kita semua menuju tempat peristirahatannya yang terakhir.

Dalam dua konteks yang disebutkan pada pendahuluan tulisan ini, relevan untuk diketengahkan pemikiran Foucault tentang kuasa media sebagai pembentuk wacana kebenaran baru atau meneguhkan wacana kebenaran lama, sebagai sebuah *post media literacy*. Oleh karena itu, dalam perspektif Foucauldian, kita tidak akan pernah sampai pada 'esensi kebenaran' sebab kita hanya berputar-putar pada 'eksistensi kebenaran'. Dalam hal ini, kuasa media menjadi pedang bermata dua, satu sisi dapat dijadikan alat pembentuk kebenaran baru, seperti konten kekerasan dan pornografi sebagai perilaku normal dalam media yang disebutkan sebelumnya. Namun pada sisi lain, media juga dapat bertindak sebagai alat perlawanan untuk menolak kebenaran lama yang dominan.

Daftar Pustaka.

Buku

AS Hornby (2000), *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. UK : Oxford University Press.

Balai Pustaka, (2001) . *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta : Balai Pustaka.

Morissan, (2004). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Piliang, Yasraf Amir (2003). *Hipermiotika, Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta : Jala-sutra.

Potter, W. James (2001). *Media Literacy*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Siregar, Amir Effendi (2008). *'Regulasi, Peta dan Perkembangan Media : Mencegah Monopoli dan Membangun Keanekaragaman'*, dalam Media Directory 2008.

Makalah

B. Guntarto, "Konsep dan Implementasi Media Literasi", disampaikan di Yogyakarta dalam Workshop Pembentukan Duta KPID DIY pada 27-28 Agustus 2008.

-----, 'Perkembangan Program Media Literasi di Indonesia'.

Sinatra, R dalam Barbara Ruth Burke (1986). *'Visual Literacy Connections to Thinking, Reading and Writing'*. Springfield, IL: Charles C. Thomas.

Iswandi Syahputra (2011). *'Penguatan Media Literasi Untuk Kepentingan Nasional'*, disampaikan dalam seminar media literasi di Hotel Inna Garuda, Yogyakarta, pada 28 Maret 2011.

-----, (2007), *'Jangan Biarkan Anak Anda Tumbuh Bersama Televisi'*, Bahan Presentasi Media Literasi KPID Yogya.

Journal :

Burke, Barbara Ruth (2008), *'Media Literacy in the Digital Age: Implications for Scholars and Students, Theory and Practice of Communication: The Collection of Research Papers and Articles'*. Vestnik of the Russian Communication Association, Volume 6 / Edited by I.N. Rozina. Rostov-na-Donu: Institute of Management, Business and Law Publishing House.

Olken, Benjamin A. (2009) *'Do Television and Radio Destroy Social Capital?, Evidence from Indonesian Villages'*. American Economic Journal : Applied Economics. dalam <http://econ-www.mit.edu/files/4120>. Diakses 09 April 2011.

Internet :

<http://www.eavi.eu/joomla/about-us>.

<http://driyamedia.co.cc/metodologi/melek-media-dan-active-citizenship.html>.

http://www.santacruz.k12.ca.us/ed-services/eliteracy/media_literacy.html.

<http://agussetiawan.wordpress.com/2008/11/07/perkembangan-media-massa-dan-media-literasi-di-indonesia>. Diakses 07 April 2011.

http://www.umy.ac.id/fakultas-ilmu-sosial-ilmu_politik/wpcontent/uploads/2010/05/media-literasi-suara-muhamdiyah.pdf.

<http://literasimedia.wordpress.com/2007/07/20/mendidik-masyarakat-cerdas-di-era-informasi>.

<http://politikana.com/baca/2010/01/02/literasi-setengah-hati.htm>.

Artikel Koran :

Witdarmono, *'Literasi Memenangkan Kehidupan'*. Kompas, 23 November 2010.



4 Produksi Tayangan TV

Oleh: Yazirwan Uyun¹

Penyebaran dan perkembangan nilai-nilai budaya dalam berbagai bentuk baik berupa bahasa, simbol, teks, kepercayaan, dan kegiatan lain melalui media massa ditransmisikan secara massal dari satu sumber (*source*) ke banyak penerima (*receiver*) yang anonim. Televisi adalah salah satu media massa yang menyajikan berbagai bentuk pesan kepada khalayaknya. Semua siaran televisi akan menghadapi kontroversi yang sama yaitu “disukai dan tidak disukai” oleh penontonnya. Televisi disukai karena banyak memberikan kesenangan atau kenikmatan kepada khalayak, namun di sisi lain televisi juga sering diujat karena dianggap mendatangkan perubahan moral, etika, dan tradisi ke arah yang negatif.

Untuk mengatasi kontroversi tersebut, kita harus memandang bukan hanya output (keluaran) televisi saja, melainkan pengaturan dan perlakuan para pekerja televisi agar keberadaan televisi memberikan manfaat -

yang optimal bagi khalayaknya. Harus disadari industri televisi adalah industri kreatif. Karya-karya kreatif tersebut berkejaran dengan waktu, setiap menit dan setiap detik yang oleh beberapa pakar dikatakan televisi memasuki *era foolish or perish* yakni rating telah membuat industri televisi masuk dalam alur spiral yang makin lama makin menukik ke bawah. Logikanya apabila televisi tidak mengikuti apa yang sedang disajikan TV tetangga yang kebetulan digemari penonton maka programnya akan terkubur atau kalah bersaing, sekalipun program tersebut tidak banyak manfaatnya untuk masyarakat.

Fenomena tersebut juga disebabkan karena jumlah televisi di Indonesia tergolong sangat banyak. Bayangkan, ada 10 televisi yang bersiaran secara nasional dan 1 Televisi publik TVRI. Belum lagi sejumlah TV lokal yang tersebar di seluruh Indonesia. Kondisi demikian menimbulkan persaingan dalam pembagian “kue iklan”. Televisi yang padat modal dan pengaruhnya lebih tajam



¹ Komisiner KPI Pusat 2010-2013 Bidang Isi Siaran

Produksi Tayangan TV

Secara langsung menyedot pangsa iklan terbanyak. Mereka harus bersaing merebut kue iklan dengan porsi tertentu. Yang terjadi adalah akibat terlalu mengacu pada rating, televisi sering kali tidak mempertimbangkan sisi pengaruh buruk dari program yang ditayangkan.

Lalu seperti apakah produksi siaran televisi seharusnya? Jika dilihat dari fungsinya, televisi sebagai bagian dari media massa sudah selayaknya menjalankan fungsi sosial, yang terdiri dari fungsi pengawasan, fungsi informasi, fungsi pendidikan, fungsi penyebaran nilai-nilai dan fungsi hiburan. Sebagai negara Timur, televisi di Indonesia mutlak harus menjalankan fungsi-fungsi tersebut. Tengok saja Amerika Serikat sebagai negara paling liberal, ternyata konsen terhadap idealisme televisi masih terjaga. Dalam Rapat Dengar Pendapat dengan Kongres sebagaimana dikutip CNN, sering kali muncul perdebatan mengenai seks dan kekerasan di televisi Amerika yang dinilai telah melampaui batasan dan norma yang ada.

Pada saat itu, stasiun televisi berargumen bahwa dampak siaran televisi tidak akan langsung menerpa anak-anak dan remaja karena ada tanggungjawab

orang tua yang harus menjaga mereka. Argumen ini dibantah Kongres habis-habisan dengan alasan apapun secara logika pasti ada pengaruh tayangan kekerasan dan seks terhadap sikap dan pikiran anak dan remaja. Tanggung jawab tidak dapat serta merta diserahkan kepada orang tua karena banyak anak dan remaja yang tidak dijaga dan ditemani orang tuanya saat menonton karena harus bekerja untuk mencukupi kebutuhan mereka.

Ilustrasi tersebut hendak mengguhah kita betapa negara liberal sekalipun masih mempertimbangkan aspek idealisme dalam bisnis pertelevisiannya. Di Indonesia, pengaturan mengenai produksi dan penayangan program televisi diamanatkan oleh UU Penyiaran no 32 tahun 2002 kepada Komisi Penyiaran Indonesia. Sebagai lembaga yang mempunyai tugas utama mengawasi tayangan televisi, KPI telah menyusun Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS).

Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) merupakan panduan tentang apa yang boleh dan tidak boleh dibuat



TV sebagai bagian dari media massa sudah selayaknya menjalankan fungsi sosial, yang terdiri dari fungsi pengawasan, fungsi informasi, fungsi pendidikan, fungsi perekat sosial yang sehat dan fungsi hiburan.

atau diproduksi oleh stasiun tv. Pedoman ini harus lebih dipahami oleh para pekerja produksi TV, seperti kameramen, produser, editor, reporter, presenter, dan sebagainya. Mereka yang bekerja di lapangan untuk memproduksi acara maupun meliput berita harus memahami benar batasan-batasan apa yang boleh dan tidak boleh dalam memproduksi sebuah program televisi. Misalnya saja yang paling sering terjadi, dalam meliput musibah atau bencana alam, lembaga penyiaran harus mempertimbangkan kondisi korban keluarganya dengan tidak menambah penderitaan dan trauma kepada orang atau keluarga yang terkena musibah dengan mewawancarai atau melontarkan pertanyaan yang justru menambah kesedihan bagi korban serta tidak mengambil gambar korban dalam kondisi luka dan berdarah-darah hanya untuk mendukung tayangan.

Pemahaman terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran sangat menentukan tampilan di layar kaca. Oleh sebab itu, selain terdapat Pedoman Perilaku Penyiaran, juga terdapat Standar Program Siaran (SPS) yang merupakan aturan mengenai apa yang boleh dan tidak boleh disiarkan oleh lembaga penyiaran. Beberapa tahun terakhir, semakin marak berita kekerasan mewarnai stasiun televisi kita, antara lain Kerusuhan Makam Mbah Priok, Tragedi Cikeusik, dan kemudian Bom Buku Utan Kayu, Bom Masjid Cilacap.

Kekerasan dalam bentuk verbal maupun fisik ini seringkali dipahami sebagai cerminan realitas yang terjadi di masyarakat. Pada akhirnya menjadi pembenaran bagi stasiun televisi untuk menayangkan kekerasan tersebut secara eksplisit untuk memenuhi hak "publik untuk mengetahui". Lagi-lagi publik yang dipersalahkan.

Produksi Tayangan TV

Seharusnya dalam menggambarkan realita yang memprihatinkan tersebut, TV sebagai media massa mempunyai peran yang cukup besar untuk memberikan kesadaran kepada masyarakat bahwa dampak yang ditimbulkan atas kekerasan sangat merugikan. Televisi dalam hal ini dapat menjadi *agent of development, development media, development journalism* (Rogers, 1970) bukan justru menjadi *secondhand reality* yang menambah kegelisahan masyarakat.

Itu sebabnya P3 dan SPS secara jelas mengatur mengenai hal-hal yang dilarang muncul di layar kaca, misalnya pemberitaan kekerasan secara eksplisit dan rinci dibatasi, tindakan kekerasan dan sadisme harus disamarkan, wajah dan suara pelaku korban tindak kekerasan dan sadisme harus disamarkan, dilarang menampilkan korban berdarah-darah, korban dalam kondisi tubuh terpotong, dan mengenaskan, dilarang menampilkan adegan penyiksaan dengan atau tanpa alat, dilarang menampilkan pembunuhan secara sadis, dilarang menampilkan adegan bunuh diri, serta dilarang menyiarkan kata-

kata kasar dan makian, dan masih banyak lainnya.

Siaran langsung (*live*) tidak boleh dijadikan alasan tersiarnya gambar-gambar ekstrim dan kata-kata yang tidak pantas dalam sebuah pemberitaan kekerasan karena dalam sebuah liputan tentu saja ada penanggungjawab (produser) di lapangan yang harus mengamati *scene* demi *scene* dari setiap kejadian. Jika terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, menjadi tugas seorang produser untuk mengalihkan atau melakukan sesuatu agar gambar dan suara yang tidak pantas jangan sampai tersiar di layar kaca. Pemberitahuan atau permintaan maaf ke pemirsa di rumah, tidak dapat disiarkannya gambar kejadian yang sangat ekstrim menjadi salah satu alternatif atau cara yang sangat bijak dilakukan oleh stasiun televisi. Pertimbangan ini perlu dilakukan untuk mencegah penonton meniru bahkan yang lebih ekstrim dapat terprovokasi untuk berbuat anarkhis.

Untuk mengetahui pengaruh tayangan televisi pada perilaku masyarakat, memang tak dapat dinyatakan

secara langsung karena memerlukan penelitian. Akan tetapi dari hasil penelitian negara-negara lain, berbagai perilaku masyarakat saat ini sudah berpola kepada perilaku-perilaku yang dijumpai pada televisi. Bahkan beberapa pengamat mengatakan kekerasan yang semakin sering terjadi secara tak langsung karena terpaan media televisi. Harus disadari di Indonesia, televisi bersifat *displacement effect*, artinya orang mengganti beberapa kegiatan dengan menonton televisi. Bahkan bagi sejumlah orang, mereka rela tidak bersosialisasi dengan lingkungannya asalkan dapat menonton TV.

Selain kekerasan, sajian yang mengumbar seks dan pornografi kerap mewarnai tayangan televisi. Tayangan semacam itu disajikan pada jam tayang pagi, siang dan sore hari yang merupakan jam anak menonton TV. Dalam memproduksi dan menayangkan sebuah program, hendaknya stasiun TV memberikan klasifikasi dan menempatkan tayangan sesuai dengan jam tayang. Dalam P3 dan SPS, kita mengenal klasifikasi A (Anak), R (Remaja), D (Dewasa) dan SU (Semua Umur). Dengan mencan-

Produksi Tayangan TV

tumkan klasifikasi tersebut akan membantu orang tua mengawasi dan mendampingi anak-anaknya ketika menonton.

Selain kekerasan, sajian yang mengumbar seks dan pornografi di kerap mewarnai tayangan televisi. Tayangan semacam itu disajikan pada jam tayang pagi, siang dan sore hari yang merupakan jam anak menonton TV. Dalam memproduksi dan menayangkan sebuah program, hendaknya stasiun TV memberikan klasifikasi dan menempatkan tayangan sesuai dengan jam tayang. Dalam P3 dan SPS, kita mengenal klasifikasi A (Anak), R (Remaja), D (Dewasa) dan SU (Semua Umur). Dengan mencantumkan klasifikasi tersebut akan membantu orang tua mengawasi dan mendampingi anak-anaknya ketika menonton.

Namun demikian, sekalipun sudah terdapat klasifikasi program, stasiun TV tetap harus memperhatikan pembatasan dan pelarangan yang ada. Sebagai contoh, program untuk dewasa yang mengandung percintaan, persoalan keluarga, dan seks hanya dapat disiarkan di atas pukul 22.00.



Anak-anak dari kalangan keluarga mampu, yang memiliki kamar lengkap dengan Televisi sendiri, sangat rentan terhadap tontonan yang tidak baik, karena mereka bebas menonton tanpa harus didampingi orang tua mereka.

Batasan jam tayang tersebut tidak lantas memperbolehkan semua tayangan bernuansa dewasa. Ada larangan-larangan yang harus dipatuhi, antara lain: tidak boleh mengeksploitasi bagian tubuh yang dapat membangkitkan birahi, tidak boleh menampilkan ciuman bibir baik samar-samar maupun eksplisit, dilarang menampilkan adegan berhubungan seks, dilarang menampilkan tarian atau gerakan tubuh yang dapat membangkitkan birahi, dilarang memuat pembicaraan tentang hubungan seks secara eksplisit dan vulgar serta larangan membenarkan hubungan seks di luar nikah.

Lantas muncul pertanyaan, apakah program bermuatan kekerasan, percintaan serta pemberitaan tentang kekerasan dan pemerkosaan tidak boleh disiarkan? Jawabannya adalah dapat disiarkan, tentunya dengan berpedoman pada batasan dan larangan yang telah diuraikan secara singkat di atas. Dalam teknologi pertelevisian terdapat teknik atau cara menghindari tersiarnya gambar dan suara yang tidak diperbolehkan muncul, caranya bisa dengan editing, blur (menyamarkan), beep suara atau bunyi-bunyian yang tidak diperkenankan muncul.

Pengaturan secara ketat tersebut sama sekali tidak untuk membelenggu kreativitas insan pertelevisian apalagi mengekang kebebasan pers. Pengaturan yang dilakukan bertujuan untuk melindungi masyarakat dan industri penyiaran. Masyarakat akan memperoleh informasi yang benar, berkualitas dan bermanfaat. Sedangkan industri akan bersaing secara sehat untuk menghasilkan program-program yang juga berkualitas. Di atas segalanya, harus diingatkan frekuensi yang dipakai stasiun TV untuk bersiaran merupakan milik publik yang dipinjamkan sementara waktu, dengan demikian sudah selayaknya stasiun TV memberikan tayangan yang terbaik kepada publik.

Pasca produksi tayangan televisi, peran *internal censorship-quality control* sangat menentukan. Mereka lah *gatekeeper* (penyaring) yang bertugas menyeleksi adegan-adegan dan suara-suara sebelum sebuah program tayang di televisi. Oleh sebab itu, sosialisasi secara berkala penting dilakukan agar semua insan pertelevisian memiliki pemahaman yang sama akan pedoman dan standar program siaran.

Produksi Tayangan TV

Pekerja televisi dapat membuat gambar yang sangat hebat dan dahsyat namun semua itu harus dikembalikan ke hati nurani, apakah gambar tersebut layak ditayangkan?

Sebagai kesimpulan, saya ingin mengutip Dominick (1993: 434), bahwa dalam produksi tayangan televisi ada 4 prinsip etis yang harus dipegang teguh. *Pertama*, prinsip keseimbangan kepentingan (*the principle of golden mean*). *Kedua*, prinsip kesadaran hati nurani (*the categorical imperative*). *Ketiga*, prinsip manfaat bagi orang banyak (*the principle of utility*). *Keempat*, prinsip keberpihakan pada publik (*the veil of ignorance*). *Kelima*, prinsip menghormati orang lain (*principle of self determination*).

Anak mudah meniru isi siaran Televisi untuk itu sebaiknya orang tua mendampingi





5 Iklan di Media Penyiaran

Oleh: Dadang Rahmat Hidayat¹

Agar penyiaran kita tidak selalu mendewakan rating, perlu ada penelitian atau kajian yang menunjukkan penilaian secara kualitatif terhadap program-program yang ada di televisi, dan dipublikasikan ke masyarakat. Komisi Penyiaran Indonesia dan Pemerintah harus lebih banyak memberikan pendidikan kepada masyarakat agar lebih bijak dalam memilih tontonan. Jadi dibutuhkan kerjasama seluruh pihak agar lembaga penyiaran tidak melulu menjadikan rating sebagai patokan dalam membuat sebuah program. Di samping itu, perlu ada upaya tertentu agar lembaga penyiaran tidak terpaku pada rating ini.

Salah satunya adalah yang akan dilakukan oleh KPI untuk melaksanakan survey kualitatif kepada masyarakat untuk mengetahui penilaian mereka terhadap program-program yang ditayangkan oleh lembaga penyiaran. Ini penting dilakukan sebagai salah satu upaya untuk memberikan sudut pandang yang berbeda dalam mengurangi pengaruh rating terha-

dap program siaran.

Hal yang sering dimaknai secara tidak tepat adalah hubungan antara tingginya rating dengan kualitas isi tayangan. Tidak ada hubungannya antara angka rating kuantitatif (yang semata-mata menghitung jumlah penonton) dengan kualitas program. Hal ini karena tolok ukur rating menggunakan metode kuantitatif, yaitu yang dihitung adalah jumlah penonton, sedangkan kualitas program harus diukur dengan menggunakan metode kualitatif.

Sistem rating mungkin saja berubah, tapi yang paling penting yang perlu dirubah adalah pola pikir masyarakat dengan meningkatkan pendidikan masyarakat hingga lebih bijak dalam memilih siaran, hal ini tentunya akan berdampak pada perubahan program-program yang dibuat oleh lembaga penyiaran ke arah yang lebih baik. Literasi media adalah salah satu cara dalam mendidik masyarakat agar lebih cerdas dalam memilih tayangan sebagai tontonan yang sehat.

¹ Komisioner KPI Pusat 2010-2013

Iklan di Media Penyiaran

Dalam tataran nasional, regulasi untuk mendorong lahirnya program televisi yang sehat sudah dimulai yakni dengan hadirnya UU penyiaran tahun 2002 yang mengusung semangat untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Peraturan KPI yang hadir sebagai amanah dari UU Penyiaran yaitu Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) juga mengusung semangat yang sama, yaitu merupakan regulasi yang mengatur agar program televisi yang ditayangkan itu sehat.

Semangat untuk mencerdaskan bangsa melalui siaran di lembaga penyiaran yang sehat dan mendidik juga sudah ditegaskan pada pasal 36 UU no. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Pasal 36 menyebutkan bahwa penyiaran harus bermanfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia. Namun pada pelaksanaannya masih banyak celah yang kemudian terkesan dimanfaatkan, hingga membuat masih banyaknya program-program yang tidak mendidik dan tidak sehat.

Televisi adalah media yang istimewa. Televisi menggabungkan unsur audio dan visual dalam sebuah media sekaligus. Dengan keistimewaan tersebut, televisi memiliki daya tarik yang besar dalam mempengaruhi pola-pola kehidupan masyarakat, termasuk merubah keputusan seseorang dalam menentukan sesuatu yang akan dibelinya. Karena keistimewaannya tersebut pula, para pengiklan merasa lebih efisien jika mengiklankan produknya di televisi. Iklan membawa ide dari pesan-pesan yang dibawa oleh sebuah produk, sehingga pesan yang disampaikan melalui gambar bergerak dan suara sangat menarik perhatian penonton televisi.

Selain harus lebih mengetatkan peraturan mengenai periklanan di media penyiaran, pendidikan kepada masyarakat melalui literasi media juga harus lebih ditingkatkan, karena dengan perubahan pola pikir pada masyarakat, tentunya akan membuat masyarakat lebih bijak dalam menilai sebuah iklan.

Iklan yang ditayangkan di televisi membentuk pernyataan sikap

Konsumen yang mampu mempengaruhi minat membeli mereka. Pembentukan sikap terhadap iklan dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap iklan. Sikap terhadap iklan ini diawali melalui cara konsumen berfikir mengenai sebuah iklan. Sikap terhadap iklan (afektif) merupakan cara konsumen merasakan hal tersebut.

Iklan mempengaruhi minat beli konsumen dalam tindakan dan keyakinannya akan merek produk yang ditawarkan suatu perusahaan. Bagaimana peran iklan dalam mempengaruhi keputusan belanja konsumen dapat terlihat dari berbagai teknik periklanan televisi dengan tingkat eksposur yang tinggi, tentu akan memberikan imej tersendiri bagi konsumen.

Beberapa keunggulan yang terdapat pada iklan televisi diantaranya kesan realistis, pengulangan, dan respon yang cepat dari masyarakat. Iklan banyak ditempatkan pada *prime time* yaitu pada jam 16.00-12.00 yang diasumsikan banyak para pengambil keputusan dalam sebuah rumah tangga menonton televisi. Sasaran



Iklan yang tampil di TV begitu menggiurkan hingga mudah memperdaya masyarakat.

Pengiklan kebanyakan adalah ibu rumah tangga, anak-anak, termasuk pembantu rumah tangga yang menjadi pengambil keputusan dalam membeli sesuatu. Etika pada iklan yang seringkali masih dilanggar, membuat iklan-iklan yang tampil di televisi begitu menggiurkan hingga mudah memperdaya masyarakat. Hal itu juga dipengaruhi oleh faktor pada pendidikan sebagian masyarakat yang pada umumnya belum cukup tinggi.

Tidak ada pembenaran untuk lembaga penyiaran yang menyamakan segmen pemirsa dewasa, dan segmen anak. Karena untuk segmen dewasa, P3 dan SPS mengatur dengan tegas, untuk menayangkannya di atas pukul 22.00.

Iklan di Media Penyiaran

UU Penyiaran no 32 tahun 2002 pasal 48 ayat (4) e dan f, menegaskan bahwa: "Pedoman perilaku penyiaran menentukan standar isi siaran yang sekurang-kurangnya berkaitan dengan (e) perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan; serta (f) serta penggolongan program yang dilakukan menurut usia khalayak. Lebih lanjut pasal 10 Pedoman Perilaku Penyiaran KPI menegaskan lagi bahwa "Lembaga penyiaran wajib memperhatikan dan melindungi kepentingan anak-anak, remaja, dan/atau perempuan."

Lembaga penyiaran juga wajib mencantumkan penggolongan program siaran berdasarkan usia dan tingkat khalayak di setiap acara. Pasal 17 ayat (2) tentang penggolongan program siaran pada Pedoman Perilaku Penyiaran KPI menyebutkan bahwa: Penggolongan program siaran diklasifikasikan dalam 4 (empat) kelompok usia, yaitu:

- A. **Klasifikasi A:** tayangan untuk anak, yakni khalayak berusia di bawah 12 tahun;
- B. **Klasifikasi R:** tayangan untuk remaja, yakni khalayak berusia 12-18 tahun;
- C. **Klasifikasi D:** tayangan untuk dewasa, yakni khalayak usia di atas 18 tahun;

D. **Klasifikasi SU:** tayangan untuk semua umur.

Pengklasifikasian program siaran itu wajib disiarkan oleh lembaga penyiaran sepanjang siaran program. Untuk klasifikasi A dan/atau R, lembaga penyiaran harus memberikan informasi tambahan tentang arahan dan bimbingan orangtua (BO) terhadap anak dan/atau remaja yang akan menonton program tersebut.

Klasifikasi terhadap program siaran berdasarkan usia khalayak dipertegas dalam Standar Program Siaran KPI pasal 36, 37 dan 38. Pada pasal 38, dimuat aturan mengenai apa yang boleh dan tidak boleh ditampilkan pada program dengan klasifikasi anak.

Dalam iklan, perlakukan khusus bagi pemirsa anak terlihat pada Pasal 49 ayat (3) g Standar Program Siaran KPI: Program siaran iklan dilarang menayangkan eksploitasi anak di bawah umur 12 (dua belas) tahun, untuk iklan-iklan tertentu seperti rokok hanya dapat disiarkan pada pukul 21.30-05.00 waktu setempat, dan alat kontrasepsi penayangannya diperbolehkan hanya pada jam segmen dewasa yaitu pada pukul

22.00-03.00 waktu setempat, aturan tersebut diberlakukan salah satunya adalah untuk perlindungan terhadap kepentingan anak. Hal itu diatur dalam P3 dan SPS pasal 50, ayat (1) dan ayat (2).

Iklan adalah pendapatan lembaga penyiaran yang paling tinggi. Meski ada kegiatan-kegiatan lain yang dapat menjadi sumber pendapatan bagi televisi, namun persentasenya jauh lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh dari menjual slot untuk iklan. Biaya iklan di lembaga penyiaran TV swasta menjadi sangat besar, dipengaruhi oleh keistimewaan televisi itu sendiri sebagai media yang sangat menarik perhatian penonton, dan jangkauan siaran lembaga penyiaran TV swasta di Indonesia yang hingga saat ini masih mencakup hampir seluruh wilayah Indonesia.

Dalam aturannya, lembaga penyiaran wajib menayangkan iklan layanan masyarakat. Hal ini diatur dalam PP 50 Tahun 2005 Pasal 34 ayat (1) d, dimana siaran iklan layanan masyarakat minimal 10% dari jumlah keseluruhan iklan niaga (20% dari keseluruhan waktu siaran per harinya).

Iklan di Media Penyiaran

Namun kondisi yang seringkali ditemui adalah untuk memenuhi kuota tersebut lembaga penyiaran menayangkan iklan layanan masyarakat pada tengah malam.

Dalam PP No. 13 Tahun 2005 pasal 21 ayat (6), tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran publik, disebutkan bahwa salah satu sumber pendanaan bagi lembaga penyiaran publik adalah siaran iklan. Jadi lembaga penyiaran publik seperti TVRI boleh saja beriklan.

Anak-anak sangat terpengaruh dengan iklan dari tayangan TV



Iklan di Media Penyiaran

Pola pelanggaran tayangan iklan di televisi pada umumnya adalah pelanggaran pada Etika Pariwisata Indonesia, yang diterbitkan oleh P3I. Namun sayangnya etika pariwisata tersebut tidak melekat pada seluruh agensi periklanan, dan masih banyak pelanggaran yang terdapat pada sebuah iklan dibuat oleh agensi yang tidak bergabung dalam P3I. Contohnya, masih banyaknya iklan-iklan yang menggunakan kalimat super-

latif. Seperti: yang terbaik, paling bagus, nomor 1, dan lain-lain.

Untuk itu, KPI telah melakukan koordinasi dengan Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) untuk menyamakan persepsi mengenai bentuk-bentuk pelanggaran iklan terutama yang ditayangkan di televisi dan mekanisme koordinasi yang lebih baik agar pelanggaran dapat dikurangi.



Iklan sangat berpengaruh terhadap anak masa sekolah dalam membeli barang elektronik seperti handphone dengan menawarkan bentuk, harga dan fasilitas yang digandrungi.



6 Penerapan Literasi Media TV

Oleh: Nina Mutmainnah Armando¹

Di Indonesia, istilah 'literasi media' dalam arti sempit sering disamakan dengan hal-hal seperti misalnya 'menonton TV secara kritis' atau 'menggunakan media secara kritis'. Dikatakan dalam arti sempit karena yang diterapkan dalam keseharian hanya unsur-unsur praktisnya saja dari keseluruhan konsep utuh *media literacy* yang sesungguhnya. Rumusan atau unsur praktis seperti misalnya tentang 'bagaimana menonton TV secara kritis', sebaiknya didasari oleh pemahaman mengenai literasi media yang benar.

Jadi, dalam konteks ini pengertian 'literasi media televisi' diartikan sebagai pengetahuan dan keterampilan yang perlu dimiliki setiap orang agar ia dapat menonton TV secara kritis dan cerdas. Mengapa untuk menonton TV saja memerlukan sikap yang kritis dan cerdas?

Setidaknya ada tiga alasan. *Pertama*, karena arus informasi dari media massa terutama televisi sangat deras memasuki setiap ruang tamu

Keluarga-keluarga di Indonesia. Belum lagi media lain seperti permainan elektronik (*video game*, *game boy*, dan sejenisnya), komik dan majalah, serta internet yang makin merakyat. *Kedua*, persaingan antar stasiun TV yang begitu ketat telah membuat tayangan TV kita menjadi terlalu mendewakan rating dan tidak memperhatikan mutu atau kualitas isi tayangan serta dampaknya di masyarakat. *Ketiga*, perilaku menonton TV pada sebagian besar keluarga di Indonesia secara umum masih belum cukup baik sehingga timbul berbagai dampak negatif akibat menonton TV, terutama pada anak dan remaja.

Tulisan ini membahas tentang peran orangtua di rumah dan peran guru di sekolah, dalam melakukan pengaturan dan menumbuhkan sikap kritis anak dalam menggunakan media massa, terutama televisi. Kesamaan persepsi antara orangtua dan guru menjadi hal yang sangat penting karena dapat saling memperkuat dan

¹ Komisiner KPI Pusat 2010-2013

Penerapan Literasi Media TV

memberi kejelasan pada anak dalam berbagai hal yang terkait dengan kebiasaan menggunakan media.

Orangtua dan guru perlu memiliki kemampuan literasi media yang cukup. Kemampuan literasi media itu mencakup pengetahuan tentang media, dan keterampilan dalam menggunakan media. Pengetahuan tentang media terdiri dari atas pemahaman mengenai jenis-jenis isi media dan peruntukannya, pengetahuan mengenai bagaimana media bekerja dan menghidupi dirinya, aspek komersial media dan fungsi iklan, subyektifitas dan kepentingan media, tentang dampak media, dan sebagainya. Sedangkan keterampilan dalam menggunakan media mencakup pembuatan dan penerapan peraturan dalam bermedia terutama di rumah seperti: membatasi jumlah jam menonton TV, mengatur kapan waktu menonton TV, memilih isi tayangan TV yang sesuai dengan tingkat usianya, dan sebagainya. Orangtua yang sudah memiliki kemampuan literasi media, diharapkan akan menjadi agen sosialisasi literasi media kepada keluarga dan lingkungannya.

Menjangkau Orangtua

Beberapa kondisi yang kurang menguntungkan bagi tumbuh kembang anak yang sehat tersebut telah mendorong berbagai lembaga di masyarakat untuk menyelenggarakan berbagai program literasi media. Bentuknya bermacam-macam. Misalnya, penyuluhan untuk orangtua di wilayah komunitas tertentu, atau yang tergabung dalam instansi tertentu misalnya persatuan orangtua siswa sekolah tertentu. Ada juga kegiatan yang langsung melibatkan anak-anak baik melalui sekolah maupun komunitas, sampai pada kegiatan yang serius di sekolah berupa mengintegrasikan materi literasi media ke dalam pelajaran yang sesuai, yang dilakukan oleh para guru yang sudah mendapatkan pelatihan literasi media.

Setiap jenis program tersebut memiliki tentu kelebihan dan kekurangannya masing-masing serta tingkat kesulitan yang berbeda. Yang pasti, memanfaatkan jalur sekolah untuk menjangkau orangtua maupun anak/siswa, adalah pilihan yang sangat strategis. Selain relatif

mudah mendapatkan kelompok sasaran dalam jumlah yang cukup banyak, kegiatan melalui jalur sekolah dapat diharapkan keberlanjutannya. Namun dalam kenyataannya, kegiatan penyuluhan atau sosialisasi kepada orangtua dan guru misalnya, pada umumnya hanya dilakukan sekali saja tanpa ada tindak lanjut yang jelas. Padahal pengetahuan mengenai literasi media sebenarnya cukup kompleks sehingga memerlukan lebih dari satu kali pertemuan.

Yang pertama kali harus diperhatikan dalam kegiatan literasi media yang ditujukan pada orangtua adalah: memberikan pemahaman dan kesadaran mengenai pentingnya memberikan perhatian yang sungguh-sungguh pada putra-putri mereka dalam menonton TV agar tidak timbul dampak-dampak yang merugikan. Tanpa adanya pemahaman yang menghasilkan kesadaran ini, akan sulit merealisasikan upaya perlindungan bagi anak dari pengaruh TV karena orangtua tidak memiliki motivasi yang cukup dalam menjalankan peran yang seharusnya dia lakukan dengan penuh komitmen dan konsisten.

Penerapan Literasi Media TV

Dalam tahap penyadaran ini, sangat penting untuk menunjukkan berbagai fakta mengenai dampak tayangan televisi yang sangat nyata yang dapat terjadi pada siapa pun tanpa melihat kelas sosial ekonominya. Misalnya, dampak dari peniruan adegan *smackdown* yang menewaskan setidaknya 3 anak dan melukai puluhan anak lainnya di berbagai wilayah di Indonesia. Kemudian, 'demam Naruto' yang menewaskan seorang anak SD di Semarang akibat terjerat ikat kepala Naruto. Selanjutnya, aksi peniruan pesulap Limbad yang ditayangkan di RCTI menewaskan seorang anak SMP di Kemayoran, dan nyaris menewaskan anak kelas 3 SD di Surabaya yang menelan cincin logam menirukan aksi Limbad.

Penayangan cuplikan video yang memberitakan dampak media seperti itu tentu akan sangat membantu. Perlu diingat bahwa fakta mengenai dampak media pada anak adalah seperti fenomena gunung es. Yang tampak di permukaan dan diliput media hanya kecil/sedikit, namun kejadian yang sesungguhnya jauh lebih banyak. Namun intinya adalah bahwa peniruan tersebut sangat mungkin

Penerapan Literasi Media TV

dilakukan oleh anak-anak di sekitar kita, termasuk keluarga kita sendiri. Peniruan oleh anak tidak didasarkan atas status ekonomi maupun pendidikan orangtuanya, karena perilaku meniru dan rasa ingin tahu yang besar adalah ciri khas seorang anak secara umum.

Sesudah itu, dapat diberikan pemahaman mengenai gambaran isi tayangan TV kita, perbandingan antara muatan pendidikan dengan muatan hiburan dan muatan informasi, potensi dampak seperti apa saja yang bisa muncul, bagaimana dampak bisa terjadi, dan berbagai saran dalam melakukan pengaturan dan pendampingan dalam menonton TV maupun mengonsumsi media lainnya. Saran yang diberikan sebaiknya yang praktis dan tidak sulit untuk dijalankan, misalnya tentang pembatasan paling banyak 2 jam untuk menonton TV dan mengonsumsi media lainnya, menonton pada waktu yang tepat, memilih isi tayangan yang sesuai, dan sebagainya. Hal penting lainnya adalah saran mengenai berbagai kegiatan terhadap media yang dapat dilakukan sebagai pengganti menonton televisi.

Materi yang sangat penting adalah tentang bagaimana memilih tayangan atau isi media yang sesuai dengan kelompok usianya. Dalam hal ini, orangtua sedikit banyak harus tahu isi media atau isi tayangan yang disukai oleh anaknya sehingga dapat terjadi dialog mengenai karakter tokoh utamanya, jalan cerita, dan penilaian secara umum terhadap isi media atau tayangan tersebut. Kegiatan penyuluhan ke orangtua sebaiknya dilakukan secara berkala atau setidaknya lebih dari satu kali, karena ketika orangtua mencoba menjalankan 'ilmu' yang pernah diperoleh, dalam pertemuan pertama, tentu akan muncul masalah yang perlu diberi saran lanjutan. Tukar pengalaman antar orangtua mengenai bagaimana strategi melakukan pengaturan dalam menggunakan media akan sangat bermanfaat dalam menemukan metode yang tepat.

Peran orangtua sangatlah penting dalam memperkenalkan adanya pengaturan dalam menggunakan media, dan menumbuhkan sikap kritis anak terhadap media. Makin dini hal tersebut diterapkan di rumah, maka dapat diharapkan bahwa anak akan



Bentuk program literasi media dilakukan guru di sekolah yang melibatkan siswa secara langsung

memiliki disiplin yang lebih baik dalam bermedia. Bila tidak ada pengaturan sama sekali, tentu akan muncul kecenderungan pada anak untuk menggunakan media tanpa aturan dan sulit dikontrol. Kesadaran orangtua yang 'terlambat' akan membuahkan upaya yang jauh lebih keras dan lebih sulit.

Bila di rumah juga tinggal anggota keluarga besar yang lain, maka persoalannya tentu akan lebih kompleks. Namun prinsip kesamaan persepsi mengenai aturan bersama dalam menggunakan media tetap saja harus dibangun dengan dasar kepentingan terbaik bagi anak. Bila orang dewasa tidak mampu menyesuaikan diri dengan kepentingan anak, maka ini merupakan tanda-tanda yang mengkhawatirkan. Orangtua harus

segera menyadari dan mencari strategi lain yang pas.

Peran Sekolah

Bentuk program literasi media yang lainnya adalah yang diadakan di sekolah yang melibatkan anak/siswa secara langsung. Pada umumnya, kegiatan seperti ini dilakukan pada siswa SMU dan ada juga yang melibatkan siswa SMP. Namun, untuk siswa sekolah dasar dan pra-sekolah tentu harus memanfaatkan peran guru dalam menjangkau siswa. Guru lah yang paling dapat menjangkau anak-anak yang lebih muda, karena untuk dapat menjangkau mereka dengan efektif diperlukan sejumlah kondisi dan keterampilan tertentu yang semuanya dimiliki oleh para guru.

Penerapan Literasi Media TV

Dari berbagai program dan kegiatan literasi media yang dilakukan oleh berbagai lembaga yang melibatkan para guru, pada umumnya lebih bersifat sosialisasi. Artinya, materi yang diperoleh para guru dalam kegiatan tersebut tidak cukup komprehensif bila kita berpikir dan berharap guru akan dapat menjadi agen sosialisasi literasi media yang efektif baik di kelas maupun di rumah serta lingkungan tempat tinggalnya. Akan lebih baik lagi kalau program literasi media untuk para guru dilakukan dengan lebih sistematis, lebih banyak materi yang disampaikan, dan bila memungkinkan dikaitkan dengan bagaimana mengintegrasikan atau menyisipkan ke dalam mata pelajaran yang ada. Lebih ideal lagi bila dapat mengajarkan materi ini dalam jam pelajaran tersendiri karena dengan demikian, materi yang dapat diberikan kepada siswa akan cukup memadai.

Untuk dapat mengajarkan literasi media di kelas secara reguler, guru memang harus mendapatkan pelatihan khusus mengenai hal itu. Sebagai topik yang baru, guru harus kreatif dan terbuka dengan metode

pengajaran yang bervariasi dalam mengajarkan materi literasi media. Dalam konteks pembelajaran di kelas, maka pengajaran materi literasi media ini disebut dengan Pendidikan Literasi Media.

Materi pelatihan literasi media kepada guru dapat terdiri dari beberapa bagian: pemahaman mengenai media massa di Indonesia; pola penggunaan media pada anak dan remaja; tentang perkembangan anak dalam kaitannya dengan pemahaman terhadap isi media; memilih isi media yang tepat; dampak media; tips dalam menggunakan media dengan kritis dan cerdas; bagaimana mengintegrasikan literasi media ke dalam kurikulum; dan melakukan praktek *micro teaching* literasi media.

Setelah siswa mendapatkan pembelajaran tentang literasi media dengan fokus pada televisi (bagaimana berinteraksi dengan televisi secara kritis), maka diharapkan para siswa:

- Dapat memahami dan mengapresiasi program yang ditonton.
- Dapat Menyeleksi jenis acara yang ditonton.
- Tidak mudah terkena dampak nega-

tif acara televisi.

- Dapat mengambil manfaat dari acara yang ditonton.
- Melakukan pembatasan jumlah jam menonton.

Sebagai ilustrasi, Pusat Informasi dan Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini (ECCD-RC) di Yogyakarta pada tahun 2009 membuat Modul Kurikulum Literasi Media Untuk Guru TK dan SD dengan dukungan dana dari Yayasan Tifa. Modul tersebut disusun bersama para Guru SD dan TK di

Penerapan Literasi Media TV

Surabaya dan Ponorogo yang menjadi peserta workshop dan pelatihan “Program Workshop Literasi Media untuk Pendidik TK dan SD”. Materi yang disampaikan dalam pelatihan guru misalnya adalah Memahami Literasi Media; Memahami Hak Anak dalam Kerangka Literasi Media; Memahami Isi Media; Teori Dampak Media; Pengembangan Kurikulum PAUD (KB, TPA, TK) yang Terintegrasi dengan Literasi Media; dan **Penerapan Literasi Media dalam KTSP**.



Materi yang disampaikan dalam pelatihan guru misalnya adalah Memahami Literasi Media; Memahami Hak Anak dalam Kerangka Literasi Media dan dapat dilakukan dengan kegiatan di luar ruangan kelas (outdoor)

Penerapan Literasi Media TV

Guru SD maupun TK pada umumnya sangat antusias dengan topik literasi media karena persoalan anak dan media terutama televisi sudah menjadi persoalan yang dihadapi oleh hampir semua orangtua dan guru. Pelatihan literasi media kepada para guru yang kemudian menerapkannya di kelas diharapkan dapat menjawab permasalahan mengenai dampak media (terutama televisi) pada anak yang banyak dikeluhkan oleh para orangtua dan guru saat ini. Oleh karena itu, pelatihan literasi media menjadi sesuatu yang mendesak untuk dilakukan kepada para guru, dan disosialisasikan kepada orang tua.

Secara umum, implementasi Pendidikan Literasi Media melalui kegiatan belajar mengajar di kelas dapat dilakukan dalam beberapa metode:

1. Mengintegrasikannya ke dalam mata pelajaran yang relevan.
2. Menjadi mata pelajaran tersendiri biasanya pada jam pelajaran ekstra kurikuler.
3. Menyisipkan ke dalam mata pelajaran tertentu.

Dari pengamatan dan informasi para guru yang telah mengajarkan literasi

media di kelas, pelajaran Pendidikan Literasi Media pada umumnya sangat menarik perhatian para siswa oleh karena hal-hal yang dibahas di antaranya adalah tayangan kesukaan mereka. Pada umumnya, anak-anak sangat aktif berpendapat dan dapat menceritakan dengan detail adegan-adegan dalam tayangan kesukaan mereka. Di sini peran guru menjadi sangat penting sebagai fasilitator yang baik. Sedikit banyak, guru paham isi tayangan tersebut agar diskusi di kelas dapat berjalan dengan hangat dan siswa tidak merasa diharuskan untuk percaya begitu saja apa yang disampaikan oleh guru. Karakter baik dan buru, benar dan salah, dapat disampaikan dengan cara yang bisa diterima oleh siswa.

Integrasi ke Mata Pelajaran

Penerapan Pendidikan Literasi Media dapat diintegrasikan ke beberapa mata pelajaran. Untuk mewujudkan model ini, Len Masterman dalam tulisannya yang berjudul *A Rationale for Media Education* (dalam YPMA, 2007) menawarkan beberapa cara sederhana, yaitu:

- *Ilmu-ilmu sosial dan pendidikan politik.* Guru dapat mengajak siswa kelas tinggi untuk membandingkan representasi media dengan informasi yang didapat dari buku-buku pelajaran dan yang dipelajari di kelas. Misalnya, siswa diminta menjelaskan bagaimana televisi menggambarkan orang kulit hitam, orang Tionghoa dan kelompok-kelompok minoritas lainnya dalam masyarakat. Siswa juga dapat diminta pendapatnya mengenai norma-norma dan budaya masyarakat yang ditampilkan dalam sinetron-sinetron. Untuk topik yang lebih serius bagi siswa sekolah menengah, misalnya, guru menanyakan pandangan siswa mengenai aksi pengeboman yang dikaitkan dengan isu agama dan yang dikaitkan dengan Islam, peran media dalam pemilihan umum, kampanye-kampanye politik di televisi dan masih banyak lagi.
- *Bahasa dan sastra.* Guru dapat mengajak siswa untuk menganalisis penggunaan bahasa dalam media. Siswa diminta untuk berpendapat tentang penggunaan

Penerapan Literasi Media TV

bahasa gaul dalam sinetron-sinetron dan contoh penggunaan bahasa tidak baku lainnya. Beberapa selebritis terkadang berbicara dalam Bahasa Indonesia yang diselengi Bahasa Inggris. Tanyakan kepada siswa, menurut mereka mengapa selebritis-selebritis tersebut berbicara seperti itu. Selain itu, siswa juga bisa didorong untuk menganalisis *tag-line* dari iklan. Guru menanyakan apa *tag-line* favorit siswa dan mengapa siswa memilih itu. Film-film atau sinetron yang diangkat dari cerita-cerita rakyat juga dapat dijadikan bahan analisis.

- *Sejarah.* Guru dapat mengajarkan literasi media dengan cara mengajak siswa untuk menilai secara kritis bukti-bukti sejarah yang ditampilkan melalui media. Bila berbicara dalam konteks televisi, maka sarana yang dapat dipakai adalah film-film bertema sejarah. Contoh yang paling sederhana adalah membahas film *G 30 S/PKI* yang (dulu) ditayangkan di televisi setiap peringatan Hari Kesaktian Pancasila. Siswa diajak untuk melihat atau

Penerapan Literasi Media TV

membandingkan bukti-bukti sejarah, kronologi peristiwa, dan hal-hal lain yang mereka pelajari di kelas dengan apa yang ditampilkan oleh film tersebut.

- **Ilmu Pengetahuan Alam.** Guru dapat mengajak siswa untuk menilai gambaran, citra, fungsi dan status dari ilmu pengetahuan alam dan ilmuwan yang ditampilkan dalam program fiksi di media. Contohnya, ilmuwan sering digambarkan sebagai orang yang aneh karena terlalu pintar, kurang bersosialisasi karena terus-menerus berada di laboratorium, berkepala botak, dan berkaca-mata tebal. Guru dapat meminta penilaian siswa apakah siswa setuju dengan penggambaran tersebut atau tidak. Apakah menurut siswa penggambaran tersebut sesuai dengan kenyataan atau tidak. Selain itu, guru juga dapat menggunakan pesan-pesan iklan untuk dianalisis. Guru dapat mengintegrasikan program-program populer tentang ilmu pengetahuan alam ke dalam kurikulum formal sekolah. Misalnya program televisi Galileo, untuk membahas mata

pelajaran fisika, matematika dan biologi. Siswa bisa juga dimotivasi untuk memperhatikan isu-isu terkait dengan mata pelajaran yang ditayangkan melalui berita televisi seperti isu wabah Flu Burung atau bakteri E-coli. Dalam pelajaran Biologi, guru dan siswa dapat berdiskusi mengenai apa itu flu burung, apa bahayanya bagi unggas-unggas dan apakah bisa menular ke manusia, apakah penanganan flu burung dengan membunuh unggas-unggas ada dianggap sudah tepat?. Guru dapat menanyakan pendapat siswa mengenai hal-hal tersebut. Aktivis ini diharapkan dapat membangun daya kritis siswa terhadap informasi yang diperoleh dari media, terutama televisi.

Dari program Pendidikan Literasi Media untuk tingkat sekolah dasar yang dijalankan oleh YPMA di Jawa Tengah dan Jawa Timur, ada cerita yang dapat memberi gambaran bagaimana penerapan metode terintegrasi ini sebagaimana yang dituturkan oleh Fitriani Syahrul dalam draf buku *Rujukan Kegiatan Literasi Media di Indonesia* (YPMA, 2011). Salah



Pembahasan mengenai isi tayangan film kartun anak didik juga merupakan bentuk literasi media.

satunya adalah pembelajaran yang dilaksanakan di kelas 3 SDN Curahpoh 1 di Bondowoso. Pembahasan mengenai isi tayangan film *Dora The Explorer* (film kartun anak yang masuk rating kualitatif "Aman" dan bahkan "disarankan") diintegrasikan ke dalam pelajaran Bahasa Indonesia. Mula-mula kepada anak-anak ditanyakan apakah mereka pernah menonton film Dora. Selanjutnya dalam kerja kelompok, para siswa diminta menuliskan isi salah satu episode yang film *Dora* yang pernah mereka saksikan, dan kemudian mempresentasikannya di depan kelas. Terakhir, ibu guru mengomentari presentasi mereka sambil membahas film tersebut serta menunjukkan poster dari tokoh-tokoh atau para pemain dalam film itu sambil bersama-sama dengan anak-anak, menyebutkan sifat dari tokoh-tokoh terse-

but. Ibu guru memberi penekanan pada karakter atau sifat baik dari tokoh tersebut.

Di SDN Dinoyo 1 Malang, kegiatan belajar mata pelajaran IPS di kelas 4 menjadi sangat menarik ketika dikaitkan dengan tayangan acara di TV, untuk menjelaskan keanekaragaman suku bangsa. Mereka diminta mengamati berbagai perilaku orang yang berasal dari suku bangsa yang berbeda kemudian mendiskusikannya di kelas. Para siswa diminta menyimpulkan sisi-sisi positif sekaligus keterbatasan atau hal negatif dari apa yang mereka saksikan. Selanjutnya mereka diminta untuk memberikan usulan bagaimana agar berbagai perbedaan dapat menjadi suatu kekuatan satu sama lain. Pembelajaran diselingi dengan menyanyikan beberapa lagu dari berbagai daerah.

Penerapan Literasi Media TV

Hal yang perlu diperhatikan dari penerapan literasi media dengan metode terintegrasi adalah bahwa guru harus menjadikan pelajaran yang “ditumpangi” oleh Pendidikan Literasi Media sebagai pembelajaran utama. Dalam hal ini posisi PLM adalah mendukung informasi yang dibutuhkan oleh materi pelajaran utama tersebut, misalnya dalam bentuk ilustrasi atau contoh yang terkait dengan isi tayangan televisi. Mengenai evaluasinya, maka target kompetensi dari pelajaran utama menjadi sasaran utama, baru kemudian pemahaman anak tentang PLM juga dievaluasi secara paralel.

Pendidikan Literasi Media versi Mandiri

Fitriani dalam draf *Rujukan Kegiatan Literasi Media di Indonesia* (YPMA, 2011). Melaporkan bahwa Pendidikan Literasi Media sudah dilaksanakan di SDIT Lentera Insan (Child Development and Education Center), Depok sejak 2006, sekolah ini telah menerapkan literasi media yang dilaksanakan sekali dalam 2 minggu, sebanyak 2 jam pelajaran.

Selama 3 tahun pertama, sasaran Pendidikan Literasi Media di Lentera Insan sangat sederhana, yaitu anak-anak hanya menonton acara untuk mereka, dan tidak menirukan hal-hal negatif yang muncul dalam tayangan yang mereka saksikan. Di tahun selanjutnya, sekolah mulai menerapkan kurikulum yang telah disusun dalam workshop yang diadakan di Megamendung oleh YPMA tahun 2008. Dukungan materi dari YPMA berupa pengarahan, bahan bacaan (modul dan Panduan *Kidia*) hingga contoh tayangan acara TV dalam bentuk alat peraga maupun games.

Kegiatan yang dilaksanakan bervariasi mulai dari diskusi tentang rating kualitatif suatu film, menonton cuplikan tayangan iklan, menganalisa jalan cerita suatu film, hingga membuat video singkat dari siswa yang presentasi dan di-upload di YouTube (disesuaikan dengan kelas siswa). Kegiatan di kelas 2 SD misalnya, diskusi tentang film kesukaan anak cukup sering dilakukan, dapat dimulai dari film apa saja. Isi diskusi dapat dimulai dari siapakah tokoh yang baik (protagonist) dan tokoh yang jahat (antagonis) dalam film terse-

but, apa saja yang dilakukannya, hingga kepada penilaian apakah film tersebut termasuk aman/ragu/tidak aman untuk ditonton. Semua dilaksanakan dengan situasi dialogis dan menyenangkan.

Hasil pendidikan media di SD Lentera Insan setidaknya sudah dirasakan oleh orangtua dari para siswa, dimana sebagian besar dari mereka sudah mengetahui mana yang acara mereka (acara anak), dan mana yang bukan. Orangtua hanya sesekali mengingatkan agar anak mereka tidak menonton acara yang kurang/tidak patut di tonton. Orangtua juga tidak sulit untuk mengarahkan anaknya agar tidak terpaku pada acara TV terlalu lama. Durasi jam menonton TV anak-anak dapat dikendalikan, sekitar 2 jam sehari. Jika terjadi pelanggaran, anak dapat dengan sukarela menjalani konsekuensi yang sudah ditetapkan oleh orangtua (atau kesepakatan dengan anak) sebelumnya. Perilaku negatif (baik perkataan maupun tindakan) yang muncul dalam acara sinetron-sinetron di TV misalnya, jarang sekali muncul pada perilaku siswa di sekolah.

Penerapan Literasi Media TV

Keuntungan dari penerapan Pendidikan Literasi Media versi mandiri adalah:

- Lebih fokus.
- Penilaian lebih mudah dan jelas.
- RPP (Rencana Persiapan Pembelajaran) dan silabus lebih tertata.
- Tidak mengganggu pelajaran lain.
- KBM mudah dilaksanakan.
- Anak lebih mudah mengikuti pembelajaran.
- Guru bisa lebih kreatif dan menemukan model pembelajaran yang baru.

Sedangkan kesulitan dari penerapan versi mandiri adalah:

- Menambah jam pelajaran.
- Guru dituntut lebih banyak mengikuti informasi dan perkembangan media.
- Anak cenderung meminta penayangan acara TV.
- Sulitnya penilaian dalam raport (mengubah administrasi).
- Belum ada alat evaluasi yang komprehensif (meskipun segera dapat disusun).
- Perlu sosialisasi ke semua orangtua secara nasional.

Penerapan Literasi Media TV

Sebuah pengalaman menarik terjadi pada sebuah SD Negeri 1 Dinoyo, Malang. Setelah satu semester menerapkan Pendidikan Literasi Media secara terintegrasi, maka pada semester berikutnya mereka memutuskan untuk menjadikannya pelajaran tersendiri karena merasa bahwa dengan metode terintegrasi, hanya sedikit materi yang bisa diberikan kepada siswa sementara sebenarnya cukup banyak materi yang perlu segera dipahami para siswa. Kepala sekolah merasa bahwa persoalan anak dan media sudah sangat mendesak sehingga perlu segera ditangani.

Lalu apa yang dapat dilakukan?

Kerjasama yang baik antara sekolah dan orangtua, menjadi hal yang sangat penting bagi upaya kita menekan dampak media hingga sekecil mungkin secara sistematis dan bersama-sama. Sebagai institusi yang formal, pihak sekolah perlu mencari tahu dan memastikan bagaimana peran dan manfaat literasi media bagi siswa, bagaimana menerapkannya, bagaimana strategi yang harus diambil, bagaimana memastikan bahwa materi literasi media akan secara terus menerus diajarkan di sekolah.

91

Di sebuah SD Negeri siswa sangat antusias saat mengikuti kegiatan Pendidikan Literasi Media



Penerapan Literasi Media TV

sekolah. Sekolah swasta memiliki keluwesan yang lebih besar dalam menerapkan Pendidikan Literasi Media daripada sekolah negeri.

Dibanding dengan bentuk kegiatan literasi media lain seperti misalnya yang berbasis komunitas, maka kegiatan literasi media dengan melibatkan pihak sekolah merupakan pilihan yang sangat tepat oleh karena sekolah memang institusi tempat siswa belajar sesuatu secara sistematis, bertahap, dan berkesinambungan. Namun kegiatan literasi media melalui sekolah memang lebih sulit, lebih kompleks dan lebih lama dibanding dengan kegiatan lain di luar sekolah. Di banyak negara maju seperti Inggris, Kanada, Amerika Serikat, Australia, Jerman, Prancis dan lain-lain, yang menerapkan kegiatan literasi media yang utamanya dilakukan melalui sekolah. Bedanya dengan di Indonesia, kementerian pendidikan di negara-negara tersebut sangat sadar mengenai arti penting media di abad 21 ini sehingga mereka tidak ragu-ragu untuk mengadopsi dan mengintegrasikannya ke dalam berbagai mata pelajaran atau menempatkannya sebagai pelajaran tersendiri.

Upaya yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dan juga beberapa Komisi Penyiaran Indonesia di daerah untuk menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dalam upaya meluaskan gerakan literasi media, dapat menjadi salah satu langkah penting untuk mendorong munculnya kebijakan baik di tingkat nasional maupun daerah. Adanya kebijakan dari pemerintah tentu akan mendorong penerapan literasi media menjadi lebih luas dan manfaatnya dapat dirasakan oleh lebih banyak orangtua dan keluarga.

Saat ini, sudah ada beberapa lembaga yang dapat membantu para guru dalam menerapkan literasi media di kelas. Salah satunya adalah Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) yang telah melakukan uji coba modul pelatihan guru dan kurikulum pendidikan media pada 35 sekolah di Jawa Tengah dan Jawa Timur yang melibatkan sekitar 6.000 siswa. Kepada para guru yang telah mengikuti pelatihan, juga diberikan alat bantu mengajar (*teaching aids*) untuk memudahkan dan membuat pelajaran ini menjadi menarik dan menyenangkan bagi siswa. *Panduan Kidia* yang

92



terbit berkala, dimaksudkan juga untuk menambah referensi para guru dan orangtua dalam mendampingi anak menggunakan media.

Bahan bacaan mengenai literasi media juga sudah mulai banyak dibuat dan beredar di kalangan pegiat literasi media. Dalam Workshop Nasional Literasi Media 2011 misalnya, telah diterbitkan buku kecil berjudul *Konsep dan Implementasi Media Literacy di Indonesia* yang lebih banyak membahas sisi teoritis dan konseptual, serta akan diterbitkan buku *Rujukan Kegiatan Literasi Media di Indonesia* yang lebih bersifat praktis yang memberi wawasan dan ide pengembangan kegiatan literasi media bagi para penggiatnya.

Referensi:

- Masterman, Len. A Rationale for Media Education, dalam R. Kubey, ed. 2001. *Media Literacy in the Information Ages: Current Perspectives*. New Brunswick, New Jersey: Transaction, hal 51.
- Potter, James W. 2008. *Media Literacy 4th* ed. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Pusat Informasi dan Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini, 2009. Modul Kurikulum Literasi Media Untuk Guru TK dan SD. Yogyakarta: ECCD-RC.
- Steyer, James P. 2002. *The Other Parent*. New York: Atria Books.
- Tyner, Kathleen. 2010. *Media Literacy: New Agendas in Communication*. New York: Routledge.
- Yayasan Pengembangan Media Anak, 2007. *Pendidikan Media - Buku Pegangan Untuk Guru*. Jakarta: YPMA.
- Yayasan Pengembangan Media Anak, 2011. *Rujukan Kegiatan Literasi Media di Indonesia (draft)*. Jakarta: YPMA.



Sekolah swasta memiliki keluwesan yang lebih besar dalam menerapkan Pendidikan Literasi Media dibanding sekolah negeri

7 Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

Oleh: Azimah Subagijo¹

Pendahuluan: TV, 'Kitab suci' Masyarakat Modern

Saat ini televisi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan kita. Seorang perancang bangunan (arsitek), hampir dapat dipastikan akan merekomendasikan ruang untuk meletakkan televisi pada rumah yang sedang dirancangnya. Kamar-kamar hotel atau penginapan, senantiasa menyediakan televisi bagi para penyewanya. Ruang tunggu dokter, apotek, pesawat terbang, stasiun kereta, hingga rumah makan, juga lazimnya kita temui televisi hadir di sana. Televisi kini tidak hanya hadir dalam bentuknya yang statis di etakkan dirumah, tapi juga dapat dipasang dimobil, pesawat terbang, bis, kereta, juga dalam bentuk *portable* (mudah dibawa), dan melalui handphone. Hampir dalam kehidupan kita saat ini, dari sejak kita bangun tidur di pagi hari, hingga tidur kembali dimalam hari, kita bersen tuhan dengan televisi.

Televisi hadir dalam kehidupan kita terutama untuk informasi dan hiburan. Walaupun, pada prakteknya, televisi sangat mempengaruhi hampir seluruh kehidupan kita sebagai masyarakat modern. Raymond Williams dalam bukunya *Televisi* menyatakan bahwa saat ini kita sudah terbiasa menjadikan televisi sebagai institusi sosial yang utama, yang selalu mengundang kontroversi namun tak dapat dielakkan kehadirannya.²

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi melalui bentuk televisi ini, membuat kita lebih mudah mengetahui apa yang terjadi di sekitar kita secara cepat bahkan dalam waktu bersamaan (*real time*), baik dalam cakupan daerah, negara, bahkan dunia. Meski kita sebagai pemirsa merasa sebagai penentu sesuatu yang ingin kita dapatkan dari televisi



¹ Komisiner KPI Pusat 2010-2013

² Raymond Williams, *Televisi, Resist Book*, 2009

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

dengan *remote control* di tangan, akan tetapi yang sesungguhnya terjadi adalah kondisi sebaliknya. Pakaian yang kita kenakan, makanan yang kita makan, kendaraan yang kita gunakan, rumah yang kita tempati, tempat berlibur yang kita tuju, sekolah yang kita pilih, partai politik yang kita dukung hingga cara pandang kita terhadap benar-salah, atau baik-buruk, sangat mungkin merupakan pengaruh dari televisi.

Singkat kata, kini televisi sudah menjadi 'kitab suci' bagi masyarakat kita. Televisi dengan berbagai format program seperti berita, olahraga, ilmu pengetahuan, agama, hiburan, dan iklan, mampu mempengaruhi keputusan-keputusan yang kita buat dalam hidup kita. Televisi menjadi pedoman bagi kita untuk bertindak dan menetapkan pilihan. Sayangnya, kebanyakan kita justru abai dalam mengatur pola menonton televisi. Kita seringkali menjadi pemirsa yang tidak sadar, baik dari segi lamanya waktu yang kita luangkan untuk televisi, hingga muatan yang kita terima dari televisi. Masih ada sebagian dari kita bahkan yang menganggap bahwa muatan yang

hadir di televisi adalah refleksi dari kondisi sosial yang sebenarnya, dan menjadi tekanan tersendiri bagi dirinya untuk mengikutinya.

Untuk itu, melalui tulisan ini penulis bermaksud untuk memberikan perspektif tentang pentingnya mengatur pola menonton televisi dengan melakukan diet TV, sehingga kita tidak salah arah. Selain itu, penulis juga berharap tulisan ini akan dapat memotivasi kita, untuk menjadi pemirsa yang cerdas atau dapat selektif memilih program televisi, dan kritis atau mampu bersikap untuk menolak muatan negatif televisi maupun memuji muatan positif yang hadir di televisi.

Karakteristik Televisi

Sebelum lebih jauh kita membahas tentang mengatur pola menonton televisi yang ideal, ada baiknya kita pahami terlebih dulu karakteristik dari televisi. Sejak John Logie Baird (1888-1946) pada 2 Oktober 1925 berhasil menampilkan pesuruh di kantornya pada sebuah papan bundar yang disebut televisi, orang ke-

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

mudian terus menyempurnakannya.³ Kini kita menemukan televisi dengan bentuk yang lebih ramping, ringan, bahkan kita dapat memilih layar yang besar atau layar kecil seperti pada televisi jinjing.

Untuk muatannya, gelombang siaran televisi bergerak menggunakan kecepatan cahaya yang tak terjangkau oleh mata. Oleh karena itu, tak sulit bagi siaran televisi untuk menempuh jarak yang sangat jauh. Pidato Obama yang diliput oleh stasiun televisi Amerika Serikat, kemudian dipancarkan ke satelit yang kemudian memancarkan lagi ke stasiun penerima maupun antena parabola di rumah-rumah. Melalui proses itulah siaran Obama akan diterima televisi. Proses yang demikian rumit itu, hanya memerlukan waktu kurang dari 1 detik.⁴

Melihat proses di atas, kita dapat menyimpulkan secara sederhana bahwa televisi adalah sebuah media yang sangat strategis. Televisi mampu menyiarkan secara luas berbagai isi siaran dari berbagai wilayah bumi ini. Yang jadi masalah, isi siaran televisi tersebut tidak selamanya baik,

mendidik, dan sehat. Hal ini karena sosok-sosok yang hadir di televisi, bisa siapa saja. Mulai dari presiden, gubernur bank, guru, pengusaha, artis hingga koruptor, penjahat, dan kriminal lainnya.

Untuk memproduksi tayangan-tayangan yang hadir di televisi untuk sampai ke pemirsa, pun dibutuhkan dana yang besar. Dana ini terutama diperlukan untuk membiayai perlengkapan berupa sarana, prasarana, infra struktur seperti studio dan perlengkapannya, kamera, pemancar, dan alat-alat teknis lainnya. Selain itu, dana ini juga diperlukan untuk membiayai sumber daya manusia seperti di bagian manajemen (manajer, marketing, administrasi) dan di bagian produksi (kameramen, teknisi, pembawa acara, artis, dll).

Jadi, sebuah stasiun televisi bisa mempunyai pegawai antara 500 hingga lebih dari 1.000 orang. Dana untuk pembiayaan ini, pada stasiun televisi publik seperti TVRI diperoleh dari negara (APBN), sedangkan stasiun televisi swasta, mendapatkannya dari siaran-siaran komersial mereka (iklan).

³ *Everyday Life Inventions Computer, Telephone, Clock, Refrigerator, Television, Water Closet, My First Cantonal EncyclopediaBee*, Pustaka Lebah, 2005
⁴ *ibid*

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

Yang menjadi catatan, pengiklan tentu tidak begitu saja mau memberikan sejumlah uang untuk memasang iklan di suatu stasiun televisi swasta. Mereka akan melihat keterjangkauan siaran dari suatu stasiun televisi ke masyarakat. Semakin luas jangkauannya, dan semakin sebuah program televisi digemari pemirsa, maka pemasang iklannya juga akan semakin banyak.

Alat ukur yang dapat memperkirakan berapa banyak orang yang menonton sebuah tayangan, di negara kita dikenal dengan nama rating. Mengingat banyaknya stasiun televisi swasta yang sudah hadir di tanah air kita, membuat persaingan bisnis antar-mereka kian ketat.

Ketatnya persaingan bisnis ini, membuat isi siaran televisi cenderung hanya mengejar rating yang tinggi, tanpa memedulikan kualitas. Akibatnya, banyak stasiun televisi yang bermuatan selera rendah (*low taste content*). Acara yang disuguhkan, tidak kreatif, hanya menonjolkan kekerasan, mistik atau seks untuk dapat menarik minat penonton.

Oleh karena itu, dapat dipahami jika banyak pakar mengkhawatirkan

hadirnya televisi di tengah-tengah masyarakat. Mengingat televisi memiliki karakter yang tidak dimiliki oleh media lainnya.

Neil Postman dalam bukunya "Selamatkan Anak-Anak" (*The Disappearance of Childhood*),⁵ menyebutkan tiga karakteristik televisi. *Pertama*, pesan media ini dapat sampai kepada pemirsanya tanpa memerlukan bimbingan atau petunjuk. *Kedua*, pesan itu sampai tanpa memerlukan pemikiran. *Ketiga*, televisi tidak memberikan pemisahan bagi para pemirsanya, artinya siapa saja dapat menyaksikan siaran televisi.

Maksud dari pandangan Neil Postman tersebut adalah sebagai media pandang-dengar (audio-visual), televisi memang telah menyajikan secara instan isi siarannya kepada pemirsa. Kecuali mereka yang mempunyai masalah dengan indera pendengaran dan penglihatan, selebihnya pemirsa dari berbagai latar belakang usia, pendidikan, dan status sosial, dapat menerima pesan-pesan dari televisi. Dengan kata lain, pemirsa televisi sangat heterogen. Seseorang yang buta huruf hingga anak yang belum bisa bicara sekalipun dapat mengakses te-

levisi. Karakteristik televisi yang seperti ini, tentu membuat pengaruhnya lebih luas cakupannya dibandingkan media cetak dan radio.

Media cetak seperti koran dan majalah, membutuhkan kemampuan membaca dari khalayaknya. Selain itu, ketika membaca, khalayak juga dituntut untuk membayangkan situasi/peristiwa yang terjadi dalam benaknya, sehingga otaknya bekerja secara sadar. Khalayak media juga masih dapat kembali pada berita atau artikel yang sama, bila suatu saat ia perlu mengingat kembali. Meski berbeda dalam penyampaian, radio juga menuntut kemampuan pendengarnya untuk membayangkan hal-hal (pesan) yang disampaikan penyiar radio. Mengingat, khalayak radio hanya mampu menikmati radio dengan mendengar.

Akan tetapi berbeda dengan media cetak, khalayak radio tidak dapat meminta penyiar radio mengulang kembali apa yang baru saja diucapkannya. Begitu selesai diucapkan, maka pesan tersebut dianggap sudah dimengerti oleh pendengarnya. Hal ini tentu berpotensi terjadi

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

salah persepsi terhadap pesan yang disampaikan. Jika ternyata pesan yang sudah terlanjur disampaikan, ternyata salah dan perlu diralat. Belum tentu, pendengar yang sama yang mendengar pemberitahuan pelurusan(ralat) berita tersebut. Sebagai contoh, pada tahun 1960-an seorang penyiar RRI pernah memberitakan tentang meninggalnya seorang tokoh nasional. Namun, beberapa saat kemudian disadari, ternyata pesan tersebut salah. Meski sudah berulang kali ralat dilakukan, namun karangan bunga dan pelayat tetap datang ke rumah 'duka'.

100

Selain menonton TV
dukung aktifitas anak
sesuai dengan hobinya
seperti menggambar,
membaca atau menulis



⁵ Neil Postman, Selamatkan Anak-Anak, Resist Book, 2009

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

Serupa tapi tak sama, televisi juga punya karakteristik tertentu dalam menyajikan pesannya kepada pemirsa. Televisi menyajikan pesan secara lebih dramatis, karena dia menggunakan dua indera sekaligus, yaitu pandang-dengar. Namun, pesan yang sampai pun, mirip seperti radio, yaitu seketika, tidak dapat diulang. Kecuali berupa tayangan /program siaran ulangan (*re-run*). Gambar yang hadir berganti dengan cepat, penuh warna, dan juga ilustrasi suara berupa musik instrumental dan/atau lagu, membuat seringkali hanyut ketika menonton. Akibatnya, sering pemirsa menonton televisi secara 'tidak sadar' atau tidak menggunakan bagian otak yang berfungsi untuk menganalisis (*director*), namun hanya bagian otak yang bersifat responsif semata.

Namun demikian, Milton Chen dalam bukunya *Anak-Anak dan Televisi*⁶ memandang bahwa yang salah bukanlah hanya televisinya. Menurutnya, televisi hanyalah sebuah medium sebagaimana radio, koran, dan majalah. Pengaruh televisi yang besar dalam kehidupan masyarakat modern saat ini, menurutnya adalah disebabkan ketidakmengertian kita untuk mengendalikan isi siaran televisi. Jadi menurut Milton Chen, persoalan utama dari televisi adalah kendali dan isi. Kita perlu mengendalikan jumlah dan jenis televisi yang kita saksikan. Mengingat kita sebenarnya masih mungkin memanfaatkan keberadaan televisi untuk menyaksikan program-program pendidikan dan bermutu lainnya.

Jumlah Jam menonton

Berapa lama Anda dan keluarga Anda menghabiskan waktu untuk menonton televisi? Ketika ini televisi sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan kita, maka hampir dapat dipastikan menonton televisi telah menjadi kegiatan rutin di banyak keluarga di negara kita. Dan bila demikian, maka ada banyak sekali waktu yang terserap oleh aktivitas ini.

⁶ Milton Chen, *Anak-Anak dan Televisi: Buku Panduan Orang tua Mendampingi Anak-Anak Menonton TV*, Gramedia, 1996, h. 32

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

Data lamanya waktu anak-anak Amerika menonton televisi menurut Milton Chen sungguh mengerikan. Menurutnyanya, rata-rata 4 jam sehari atau 28 jam seminggu, 1.400 jam setahun atau mendekati 18.000 jam sampai seorang anak lulus sekolah menengah atas! Hal ini artinya, anak-anak meluangkan lebih banyak waktu untuk menonton televisi dari pada untuk kegiatan lainnya, kecuali tidur.⁷

Nah, bagaimana di Indonesia? Sebuah penelitian oleh AGB Nielsen sebagaimana dikutip oleh Muhammad Dawud, anggota KPID Jawa Timur, menunjukkan waktu yang dihabiskan anak-anak untuk menonton siaran televisi dalam sepekan tidak jauh berbeda, yaitu rata-rata 28 hingga 35 jam atau sekitar 4-5 jam sehari. Jumlah tersebut tentu lebih besar daripada jam sekolah anak-anak yang biasanya berlangsung antara pukul 07.00-12.00 WIB, dikurangi waktu istirahat.

Melihat fenomena ini, Milton Chen menyebut televisi sebagai "si pencuri waktu". Waktu yang dilewatkan anak-anak di depan pesawat

televisi, berarti sama halnya merupakan waktu yang tidak dimanfaatkan anak-anak untuk bermain, membaca, menggambar, mengerjakan PR atau olahraga. Tentunya waktu untuk kegiatan selain menonton televisi ini, jauh lebih produktif bila dimanfaatkan.

Belum lagi jika kita bicara isi siaran seperti apa saja yang disaksikan oleh anak-anak tersebut. Data Nielsen juga mengungkapkan bahwa sebanyak 21 persen pemirsa TV adalah anak-anak dengan usia 5-14 tahun. Waktu menonton TV bagi mereka terutama pada pukul 06.00-10.00 dan antara pukul 12.00-21.00. Apalagi ternyata pada jam tayang utama (18.00-21.00) ada sekitar 1,4 juta anak-anak yang menonton TV.

Pada pukul 06.00-10.00 mungkin sekali ada program acara anak-anak, tapi tidak ada jaminan yang disajikan sesuai dengan tingkat usia mereka. Apalagi jika ternyata yang hadir adalah format program yang lain seperti berita, infotainment, bahkan sinetron, yang jelas tidak sesuai dengan usia mereka. Pada tayangan utama (*prime time*) program-program yang hadir



⁷ Ibid h. 27

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

Biasanya hiburan seperti komedi, sinetron, dan film. Sifat muatannya pun bisa beragam. Memang ada yang pro-sosial seperti tentang kesantunan, budi pekerti luhur, kerjasama, tolong menolong, toleransi. Tapi sayangnya muatan yang anti-sosial seperti kekerasan, seks, mistik, hedonisme, masih kerap hadir. Belum lagi tayangan iklan yang merupakan urat nadi televisi swasta, yang mendorong pemirsa berbudaya hidup konsumtif.

Buletin "Kidia" mencatat pada 2004 acara untuk anak yang aman bahkan hanya sekitar 15% saja. Oleh karena itu harus betul-betul diseleksi. Sementara itu, saat ini jumlah acara TV untuk anak usia prasekolah dan sekolah dasar per minggu sekitar 80 judul ditayangkan dalam 300 kali penayangan selama 170 jam. Padahal dalam seminggu ada 24 jam x 7 = 168 jam! Jadi, selain sudah sangat berlebihan, acara untuk anak juga banyak yang tidak aman.⁸

Melihat fenomena ini, marilah kita belajar dari temuan Dr Reginald Clark. Ia seorang dosen dan

konsultan di California State University di Fullerton yang telah mengamati para pelajar berprestasi tinggi di tingkat sekolah dasar dan menengah selama 10 tahun, dan mendapati bahwa ternyata anak-anak tersebut berasal dari keluarga-keluarga efektif yang mampu mengendalikan hidup mereka, meluangkan waktu cukup panjang untuk menyibukkan diri dengan kegiatan belajar dan kegiatan-kegiatan rumah yang bersifat memperkaya.⁹

Kunci kegiatan-kegiatan ini ada pada perspektif keluarga yaitu mereka mengenali berbagai kegiatan yang menawarkan kesempatan belajar dan sangat menghormati kegiatan-kegiatan. Anak-anak ini meluangkan waktu 25-35 jam sepekan untuk kegiatan yang Clark sebut sebagai kegiatan belajar yang berpusat di rumah (*home centered learning*) seperti mengerjakan PR, membaca, olahraga, merapikan rumah, piknik bersama keluarga dan program-program lingkungan.¹⁰ Jadi, alih-alih waktu kita dihabiskan untuk hanya menonton televisi, akan lebih berharga dan produktif bila kita juga

gunakan untuk kegiatan-kegiatan lain.

Pentingnya Mengatur Pola Menonton TV

Setelah memahami bahwa ternyata banyak waktu dari keluarga-keluarga di tanah air kita dihabiskan untuk menonton televisi, maka kini perlu kita pahami juga mengapa hal tersebut sampai terjadi. Pemahaman ini penting, untuk membuat kita dapat melakukan pengaturan dalam menonton televisi. Kita perlu mengingat-ingat kembali, pada saat situasi seperti apakah, keluarga kita menonton televisi. Jika kita sudah mampu mengidentifikasikannya, kemudian kita berupaya untuk mencari solusinya, dapat berupa alternatif kegiatan lain, atau mengoptimalkan kegiatan menonton kita untuk sesuatu yang lebih bermanfaat.

Hal penting yang pertama harus kita lakukan adalah mengingat kembali kegiatan menonton televisi kita selama ini, apakah kita lakukan secara sadar, atau tidak sadar? Maksud tidak sadar di sini, tentu

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

bukan berarti kita menonton televisi dalam keadaan tidur atau pingsan. Akan tetapi, kegiatan menonton televisi seringkali kita lakukan sebagai kegiatan yang tidak terencana. Kita sering menonton dalam kondisi *automaticity* yaitu menonton dengan kondisi pikiran bekerja tanpa usaha sadar dari kita untuk memaknai, menganalisis, dan mengkritisi apa yang kita tonton. Kondisi ini dapat diibaratkan dengan rutinitas kita sehari-hari seperti berangkat kerja naik mobil melalui jalan yang setiap hari kita lalui sehingga sehingga selama perjalanan kita tidak lagi perlu berpikir mau lewat mana, tapi sudah diserahkan kepada kondisi *automaticity* tadi sehingga tidak merespon dengan baik terhadap situasi yang ada.

Setiap kali kita mempunyai waktu luang, kita seringkali langsung merebahkan diri di sofa dan secara otomatis menyalakan televisi. Bahkan tidak sedikit dari keluarga-keluarga di tanah air kita ini, yang menyalakan TV begitu ada satu anggota keluarga yang bangun tidur atau memasuki rumah, tanpa peduli ada yang menonton atau tidak.

⁸ www.kidia.org

⁹ Milton Chen, *anak-anak dan Televisi*, Gramedia, 1996, h. 27-28

¹⁰ Ibid

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

Milton Chen mencatat:

"...dalam rumah tangga Amerika yang mempunyai anak, ternyata pesawat televisi menyala rata-rata hampir 60 jam seminggu atau 8,5 jam sehari. Dalam rumah berpenghuni tunggal, pesawat televisi menyala rata-rata selama 40 jam seminggu, atau hampir 6 jam sehari. Padahal, Milton juga mencatat, bila anda menonton televisi selama waktu rata-rata yaitu 28 jam seminggu, maka pada saat berusia 75 taun, anda sudah melewatkan waktu 13 tahun untuk menonton televisi!"¹¹

Jadi masalah utama kita dalam interaksi dengan televisi adalah televisi yang menyala sepanjang waktu, baik ditonton maupun tidak. Untuk itu, Milton Chen menyarankan kepada kita agar kita mengatur pola menonton televisi kita. Kita harus membuat kesepakatan bersama antar anggota keluarga, untuk menjadikan kegiatan menonton televisi sebagai sebuah kegiatan yang sadar dan terencana. Selain itu, kita juga perlu menjadikan kegiatan menonton televisi sebagai hanya kegiatan pilihan dari berbagai kegiatan keluarga kita.¹²

¹¹ Milton Chen, h.96
¹² Ibid, h.97

Pengaturan dalam Menonton Televisi

Pengaturan menonton televisi ini akan berjalan efektif bila ada kesepakatan antara seluruh anggota keluarga. Terutama sekali adalah konsistensi dan keteladanan dari orang tua. Sebagai orang tua, kita merupakan contoh pertama dan utama bagi anak-anak kita. Dengan kata lain, program ini tidak akan berhasil bila kita hanya menyuruh anak-anak menyeleksi muatan televisi yang akan ditontonnya, sementara mereka melihat kita dengan santai duduk menyaksikan apa saja acara televisi selama berjam-jam.

Apalagi saat ini ditemukan pula kecenderungan jumlah jam menonton TV yang tinggi pada anak-anak, dikarenakan mereka 'menemani' orangtuanya (ibu) menyaksikan program favoritnya (misalnya program memasak, opera sabun, talk-show, dsb). Hasil temuan penulis pada saat evaluasi uji coba siaran sebuah stasiun televisi lokal menunjukkan hal itu. Berdasarkan hasil survey lembaga riset kepemirsaan, terlihat bahwa ada penonton

berusia 15 tahun ke bawah sebanyak 20% di televisi tersebut. Padahal, stasiun televisi ini tidak memiliki program dengan segmen anak. Ternyata, anak-anak tersebut biasa menyaksikan stasiun televisi lokal ini, karena 'menemani' ibunya yang menonton acara favoritnya. Jadi mereka menonton program siaran untuk orang tua mereka.

Nah, selanjutnya mulailah kita melakukan pengaturan untuk kegiatan menonton televisi untuk keluarga kita. Milton Chen menyarankan agar menonton televisi sebaiknya dijadikan sebagai kegiatan memilih acara atau program yang ditawarkan oleh televisi. Dengan demikian, maka menonton televisi menjadi sebuah tindakan yang punya tujuan. Salah satu cara kita mengetahui program acara yang ditawarkan oleh televisi adalah dengan melihatnya pada daftar acara televisi pada setiap harinya, yang umumnya ada di surat kabar.

Saat kita memilih program acara televisi tersebut, kita tentu sebaiknya memilih acara televisi yang cenderung mendidik, informatif, dan sesuai dengan usia anak kita. Pro-



Media elektronik seperti TV atau komputer, dapat berguna sebagai sumber informasi yang dibutuhkan

gram acara hiburan yang kita pilih, hendaknya merupakan hiburan yang bermuatan sehat, tidak mengarah kepada seks atau kekerasan. Pendeknya, ibarat kita memilih makanan, maka memilih program acara televisi pun haruslah yang bermanfaat dan yang memang kita butuhkan.

Selain itu, mengenai pengaturan menonton televisi ini, Milton Chen menambahkan agar kita juga sebaiknya membiasakan kepada diri kita dan keluarga kita untuk mengajukan pertanyaan sebelum memutuskan menonton televisi. Pertanyaan tersebut adalah: *adakah kegiatan lain yang lebih pantas dilakukan daripada menonton televisi?*

Pertanyaan ini penting, terutama untuk mendorong kita agar dapat menekan atau mengurangi waktu yang kita habiskan untuk menonton televisi, dan mengalihkannya untuk kegiatan-kegiatan lain yang bermanfaat.



Peran orang tua mengarahkan anak agar cerdas menerima iklan baik yang dilihat di TV maupun Internet

Peran Mediasi Orangtua Bagi Anak

Setelah kita memahami pentingnya pengaturan dalam pola menonton TV kita, tentu kita juga perlu menjadikannya sebagai suatu kebiasaan di keluarga kita. Sosok yang paling penting untuk kita biasakan pola menonton yang sehat, tentulah anak-anak kita. Bila sejak dini mereka sudah terbiasa menonton dengan pola yang baik, tidak berlebihan, dan mampu memilah dan memilih program berdasarkan manfaatnya, maka tentu akan sangat besar pengaruhnya bagi perkembangan fisik dan psikisnya.

Namun, untuk membiasakan anak menonton dengan pola yang sehat, anak tidak bisa melakukannya sendiri. Otak anak juga masih dalam masa perkembangan. Ia belum dapat berpikir kritis. Bagian responsifnya yang lebih cepat berkembang dibandingkan bagian analitisnya (direktori). Untuk itu, orangtua atau orang dewasa di sekitar anak dan juga guru diharapkan dapat memediasi anak, memberikan bimbingan dengan menjalankan fungsi direktori bagi otak anak yang belum tumbuh tersebut. Mediasi ini diperlukan untuk membantu anak agar lebih terarah, dan mampu menjalankan kebiasaan baru menonton TV dengan lebih teratur, tanpa kesulitan yang berarti.

Bentuk-bentuk mediasi yang bisa dilakukan oleh orang tua atau orang dewasa di sekitar anak yaitu antara lain:

- A. Memberi batasan waktu pada anak untuk menonton televisi. Kapania boleh menonton TV dan kapan waktunya ia harus berhenti menonton televisi. Untuk anak pra-sekolah, kondisi tersebut mungkin agak sulit karena pada usia tersebut anak

sudah mulai bisa membantah. Cobalah memulainya dengan membuat kesepakatan bersama mengenai batasan-batasannya. Misalnya jenis tayangan yang ia inginkan dan lamanya waktu menonton. Untuk batita, idealnya bahkan tidak diperkenankan menonton TV. Sedangkan untuk usia pra-sekolah boleh menonton televisi sekitar 1 jam sehari. Prinsipnya ada penanaman kedisiplinan sejak dini dalam kegiatan menonton TV, sehingga anak akhirnya mampu menyikapi TV seperti menyikapi kegiatan hidup lain yang selalu punya awal dan akhir.

- B. Manfaatkan waktu untuk merencanakan kegiatan menonton TV bersama anak. Tujuannya, agar kita dapat menjadikan kegiatan menonton TV ini sebagai sarana belajar anak. Duduklah bersama anak dan diskusikan isi tayangan pilihannya. Gunakan bantuan panduan acara TV dari surat kabar. Nyalakanlah TV pada saat waktu program acara yang sudah disepakati, dan matikan TV bila program

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

telah selesai ditonton. Siapkan kegiatan alternatif pengganti agar anak tidak lagi merengsek dan kembali menonton televisi.

- C. Bisukan iklannya. Orang tua juga harus punya kesepakatan dengan anak, bahwa yang ditonton dari TV adalah hanya program acaranya, tapi tidak iklannya. Iklan berpengaruh besar dalam mendorong anak berperilaku konsumtif. Untuk meminimalisir dampak iklan tersebut, orang tua dapat membuat tayangan iklan tersebut tanpa suara atau kita bisukan suaranya. Pengaruh iklan yang tanpa suara ini tentu jauh lebih kecil pada anak.
- D. Usahakan TV hanya menjadi bagian kecil dari kegiatan anak. Anak-anak perlu punya cukup waktu untuk bermain bersama teman-teman dan mainannya, untuk membaca buku cerita dan istirahat, berjalan-jalan dan menikmati makan bersama keluarga. Sebenarnya, anak-anak lebih senang belajar dengan melakukan berbagai hal, baik

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

109

sendiri maupun bersama orang tuanya. Untuk itu, jangan biarkan TV merampas waktu kegiatan anak yang lain. Hal ini karena untuk tumbuh dan berkembang secara sehat, anak perlu keseimbangan aktivitas dari kegiatan-kegiatan dua arah (sosialisasi) daripada sekadar pasif di depan TV.

- E. Mengikutsertakan anak dalam membuat batasan/aturan. Orangtua jangan bersikap otoriter, karena nanti justru akan menjadi *boomerang*. Ikut sertakanlah anak pada saat membuat batasan menonton TV.

Karena tayangan Televisi sudah tidak menarik lagi anak, cenderung bermain game



Tetapkan apa, kapan, dan seberapa banyak acara TV yang anak ingin tonton. Kemudian orangtua memberikan pertimbangan pada acara-acara TV yang dipilih anak, sambil juga mengingatkan anak akan kewajiban dan kegiatan-kegiatannya di luar menonton TV. Tujuannya, agar anak menjadikan kegiatan menonton TV hanya sebagai pilihan, bukan kebiasaan, dan menyadari bahwa ia hanya menonton jika perlu saja. Hal ini akan mengajarkan pada anak bahwa mereka harus memilih (acara yang paling digemari), menghargai waktu dan pilihan, serta mengingatkannya akan kegiatan-kegiatan penting selain menonton TV.

- F. Menontonlah bersama anak dan bahaslah setelahnya. Acara yang ditujukan untuk anak, belum tentu aman. Untuk itu, biasakanlah menonton bersama anak. Bila ada muatan yang negatif, orangtua dapat segera meluruskannya. Lakukan diskusi setelah menyaksikan tayangan bersama anak. Dengarkan pen-

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

110

dapat anak tentang apa yang baru saja ia tonton. Beri penguatan terhadap muatan TV yang baik, dan penolakan pada muatan TV yang buruk. Jadikan ajang diskusi ini sebagai sarana untuk menanamkan nilai-nilai keluarga secara berulang agar anak mengerti apa yang boleh dan tidak boleh dilakukannya. Tujuannya agar anak lebih percaya diri menghadapi teman-temannya.

Selain bentuk-bentuk mediasi seperti yang dipaparkan di atas, masalah jenis program yang ditonton juga sangat penting dipertimbangkan pemirsa, sebab hal itu menyangkut muatan kekerasan, adegan seks, dan bahasa kotor yang kerap muncul dalam suatu acara. Kadang ada acara yang bagus karena memberi pesan tertentu, tetapi di dalamnya ada bahasa yang kurang sopan, atau adegan seperti pacaran, rayuan yang kurang cocok untuk anak-anak. Maka sebaiknya orang tua tahu isi acara yang akan ditonton anak. Usia anak dan kedewasaan mereka harus jadi pertimbangan.

Dalam hal muatan seks, orang tua sebaiknya bisa memberi penjelasan sesuai usia, terutama jika ketika sedang menonton dengan anak-anak, tiba-tiba terselip adegan yang menjurus kepada pornografi atau seks yang tidak pantas dilihat anak. Masalah bahasa pun perlu diperhatikan agar anak tahu mengapa suatu kata kurang sopan untuk ditiru. Orang tua bisa menjelaskannya bahwa TV sering mengangkat ungkapan semacam itu, sebagai upaya untuk mendapatkan keadaan khusus atau mencapai efek tertentu. Namun, tetap orang tua harus menanamkan nilai-nilai pada anak, bahwa apa yang terjadi di TV, tidak patut bila dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Rekomendasi AAP (American Academy of Pediatrics) dari hasil riset terhadap 87.025 anak di Inggris, Jepang, Kanada, dan Amerika Serikat (1963-1978), menetapkan waktu menonton anak yang ideal adalah maksimal 2 jam/hari atau 10 jam/pekan. Bila menonton lebih dari itu, TV dapat berpengaruh buruk pada anak. Selain itu, anak-anak yang berumur di bawah 2 tahun,

Orang tua harus tahu kapan dan berapa lama anak boleh menonton Televisi



dianjurkan tidak menonton TV.¹³ Jadi, dua jam menonton per hari sudah cukup. Kapan dan berapa lama anak boleh menonton TV, semua itu tergantung pada cara sebuah keluarga menghabiskan waktu mereka bersama. Bisa saja di waktu santai sehabis makan malam bersama, atau justru sore hari.

Diet TV sebagai Solusi: Menonton Cerdas dan Kritis

Dalam pengaturan pola menonton TV, sebenarnya kita bisa juga belajar dari bagaimana kita mengatur pola

¹³ Jim Trelease, *Read aloud Hand Book: Mencerdaskan Anak dengan Membacakan Cerita Sejak Dini*, Mizan, 2008

makan kita atau yang kita kenal dengan diet. Untuk dapat hidup sehat, setiap hari kita memilih makanan yang kita makan. Makanan sampah (*junk food*), tinggi kolesterol, lemak, banyak bahan pengawet, terlalu banyak coklat/permen dan gula sintesis, tentu tidak kita konsumsi, atau kalau pun dikonsumsi, tentu dalam jumlah yang terbatas.

Demikian pula dalam pemanfaatan televisi secara cerdas menuntut agar kita mengendalikan pesawatnya, sebagaimana kita mengendalikan makanan yang kita dan keluarga kita

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

makan. Cara kita memikirkan diet bagi keluarga adalah model efektif bagi cara kita memanfaatkan TV sebesar mungkin. Menurut Milton Chen, sesungguhnya untuk setiap keprihatinan yang kita alami dengan makanan, ada paralelnya dengan televisi. Terbukti bahwa banyak di antara kita yang nonton sambil makan, atau makan sambil nonton.¹⁴

Seperti dapat kita lihat pada paparan di atas, kini kegiatan menonton di banyak keluarga di tanah air kita sudah menjadi kegiatan yang pasti ada, sebagaimana kegiatan lain seperti tidur dan makan. Untuk itu, saran Milton Chen, langkah pertama yang dapat kita lakukan untuk menciptakan diet TV yang berhasil, adalah dengan membuat daftar 'konsumsi' program acara TV keluarga kita. Buatlah dalam bentuk jurnal harian. Ketika menulis jurnal ini, Milton Chen mengingatkan agar kita mencatat 4 hal penting, yaitu :

- Totalkan waktu tonton. Dengan melakukan hal ini, kita akan tahu, berapa persisnya jumlah jam keluarga kita dalam menonton TV. Kita juga akan tahu di antara

anggota keluarga kita, siapa yang paling banyak menghabiskan waktunya untuk menonton.

- Evaluasilah program-program yang telah dilihat. Kumpulkan semua anggota keluarga dan terangkan siapa menonton program apa. Kemudian, bahaslah apakah program-program TV yang ditonton, merupakan program 'menyehatkan' atau penuh 'kolesterol'?
- Telitilah kapan anak-anak menonton. Amati pada saat-saat mana anak-anak kita menonton televisi. Data dari jurnal ini penting untuk membantu orangtua /wali/guru, melakukan mediasi pada anak-anak sehingga mereka mempunyai kebiasaan menonton yang sehat.
- Evaluasilah waktu tonton Anda sendiri. Amati pada saat-saat mana Anda atau pasangan Anda menonton televisi. Acara-acara apa yang Anda tonton sendirian, dan acara apa yang Anda tonton berdua?. Adakah saat-saat menonton TV yang sebenarnya bisa

¹⁴ Milton Chen, anak dan Televisi

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

dilewatkan untuk melakukan kegiatan-kegiatan belajar bersama anak-anak Anda?¹⁵

Dari gambaran membuat jurnal tersebut, kita dapat melihat pola menonton TV keluarga kita dan tentunya kita sendiri sebagai orangtua. Kita dapat mengevaluasinya, dan yang terpenting sebelum kita dapat berharap anak-anak mempunyai kebiasaan dengan pola menonton yang sehat, kita perlu mendisiplinkan diri lebih dulu. Hal ini karena orangtua adalah model utama bagi anak. Jika dalam seminggu orangtua menonton televisi 15 jam - bahkan 20, 30 atau bahkan 40 jam, bisa jadi secara tak sadar orang tua telah menjadi model menonton bagi anak selama itu pula. Sebagai orang tua, kita juga jangan sampai dicap munafik. Hal ini karena anak-anak akan tahu bahwa orangtuanya hanya mengajarkan sesuatu tapi tidak melaksanakannya sendiri. Akibatnya, usaha seperti ini justru akan menjadi bumerang dan menjurus pada pertikaian lebih sengit mengenai kegiatan menonton TV.

¹⁵ Ibid

Dari kegiatan membuat jurnal menonton ini, kita juga bisa menyadari untuk lebih menghargai waktu. Mungkin inilah aspek yang paling penting. Semakin sedikit waktu yang orangtua lewatkan untuk sinetron atau sepakbola, semakin banyak waktu yang orangtua miliki bagi anak-anak. Saat itu merupakan *prime time* nyata bagi orangtua, ketika bisa bertindak sebagai pendidik bagi anak-anak. Akan sangat bijaksana bila jam-jam seperti ini kita ubah menjadi "jam belajar keluarga" yang bisa kita lewatkan bersama anak-anak.¹⁶

Membiasakan keluarga kita dengan diet TV terutama dimaksudkan untuk membantu kita dan keluarga, terutama anak-anak mengurangi kandungan 'kalori' TV dan melatih untuk menonton yang bermanfaat atau lakukan kegiatan yang lain. Ini merupakan kegiatan menonton secara cerdas dan kritis. Kontrol ada di tangan kita. Kitalah yang secara cerdas menentukan, kapan kita ingin menonton, dan kapan tidak. Ketika menonton, kita akan kritis, yaitu penuh pertimbangan akan manfaat yang kita dapat dari menonton,

¹⁶ Ibid

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

terutama atas waktu kita yang tersita. Apalagi dengan kita melakukan diet TV, sebenarnya kita juga bisa menyediakan lebih banyak waktu untuk kebugaran fisik untuk keluarga kita dalam pengertian sesungguhnya.

Jangan terlalu khawatir bila anak mengaku bosan karena tidak menonton TV, karena kebosanan itu lama-lama akan menghilang dan biasanya justru menciptakan kreativitas. Anak sesungguhnya banyak dipengaruhi oleh hal-hal yang dilakukan orangtua mereka.

terutama atas waktu kita yang tersita. Apalagi dengan kita melakukan diet TV, sebenarnya kita juga bisa menyediakan lebih banyak waktu untuk kebugaran fisik untuk keluarga kita dalam pengertian sesungguhnya.

Jangan terlalu khawatir bila anak mengaku bosan karena tidak menonton TV, karena kebosanan itu lama-lama akan menghilang dan biasanya justru menciptakan kreativitas. Anak sesungguhnya banyak dipengaruhi oleh hal-hal

Yang dilakukan orangtua mereka. Untuk itu, sangat penting bagi kita sebagai orang tua untuk menjadikan kegiatan banyak berolahraga, mengonsumsi makanan yang lebih bergizi atau menonton TV lebih sedikit, dilakukan sebagai 'acara keluarga' sehingga mematikan TV adalah usaha yang sebenarnya dapat dilakukan oleh setiap anggota keluarga untuk menyisihkan waktu bercengkrama bersama.

Sebenarnya masih banyak aktifitas yang dapat dilakukan anak, seperti berkebun, olah raga, piknik dan lainnya.



Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

Lima Prinsip DIET TV

Berikut ini, beberapa prinsip dalam berdiet TV menurut Milton Chen (dengan tambahan poin 3 dari penulis), yang bisa kita coba sebagai panduan:

Prinsip No 1: Kendalikan Konsumsi, Maksimum Dua Jam Sehari. Kita harus memberi kejelasan mengenai peraturan diet TV kepada seluruh anggota keluarga, sehingga peraturan bisa dijalankan. Kejelasan ini terutama mengenai batas maksimum menonton TV, yaitu 2 jam sehari. Anak-anak pun perlu tahu batasnya. Pada awalnya bisa jadi mereka akan protes. Namun, jika peraturan ini jelas dan tegas penerapannya, maka anak-anak pun akan terbiasa.

Prinsip No 2: Siapkan Hidangan TV yang Seimbang. Hidangan utama: pilihlah program-program yang mempunyai nilai-nilai pendidikan atau informasi tinggi. Sebagaimana *snacks* dan pencuci mulut itu bagus bila dikonsumsi dalam jumlah moderat, kita juga bisa meloloskan program-program hiburan sekadarnya.

Prinsip No 3: Ikutlah sesekali menonton bersama anak. Cara terbaik untuk belajar mengenai apa yang ditonton anak-anak kita adalah dengan menonton bersama mereka. Dengan menonton bersama anak-anak, kita mengirimkan pesan kepada anak-anak kita bahwa kita menilai tinggi program-program itu, dan kita juga lebih siap mendiskusikan kandungan muatan TV dengan mereka dan mengaitkannya dengan kegiatan-kegiatan mereka yang lain.

Prinsip No 4: Setelah Makan, Jangan Cuma Duduk-duduk. Setelah menonton suatu program TV yang bermutu, biasakan diri kita untuk jangan hanya duduk-duduk saja. Secara alami acara-acara pendidikan bisa dengan mudah dikaitkan pada kegiatan-kegiatan lanjutan yang bisa dilakukan anak kita, baik ia lakukan sendirian atau bersama-sama orangtua setelah pesawat TV dimatikan.

Prinsip No 5: Opatkan Demokrasi, Bukan Kediktatoran. Untuk membiasakan anak berdiet TV, jangan selalu paksa keinginan orangtua pada anak. Terutama pada saat mereka sudah memasuki usia sekolah. Baikinya orangtua melibatkannya dalam pengambilan keputusan yang menyangkut hal-hal mengenai diet TV ini, sebagaimana ia menyuarakan pendapatnya mengenai apa yang ingin ia sarankan pada orangtua untuk kegiatan-kegiatan lainnya.

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

Tips berdiet TV

Selain prinsip-prinsip di atas, untuk lebih mengoptimalkan pengaturan pola menonton yang sehat bagi keluarga kita, ada baiknya juga kita melakukan tips-tips di bawah ini:

- Pindahkan TV ke tempat yang tidak terlalu nyaman untuk menonton, misal: tempat duduk bukan sofa empuk, TV digantung di atas, dsb
- Matikan TV pada waktu makan.
- Jangan gunakan kesempatan menonton TV sebagai hadiah.
- Tidak perlu ada TV di kamar, apalagi di kamar anak-anak.
- Stop memilih program TV dengan menggunakan *remote control*.
- Pakailah jadwal acara TV dari surat kabar untuk memilih program acara TV yang bermanfaat.
- Batasi aktivitas keluarga untuk menonton TV maksimal 1 jam di hari sekolah.
- Berhenti berlangganan channel tambahan (TV cable, TV satellite, dll) dan gunakan uangnya untuk membeli hal-hal yang berguna lainnya, seperti buku, perlengkapan olahraga, berekreasi.
- Lakukan Aktivitas alternatif: mendongeng, musyawarah keluarga, bertamasya, kerja bakti membersihkan rumah, bermain sepeda, berolahraga, dsb

Penutup

Prinsip penyelenggaraan penyiaran berdasarkan UU 32/2002 tentang penyiaran adalah menggunakan frekuensi dan harus digunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.¹⁷ Hal ini disebabkan karena frekuensi tersebut adalah ranah publik yang dikuasai negara karena jumlahnya terbatas dan fungsinya yang sangat strategis. Dengan kata lain, penggunaan frekuensi hanyalah bersifat 'pinjaman' dari negara kepada pengelola lembaga penyiaran.

Untuk televisi, lamanya 10 tahun, untuk radio selama 5 tahun. Jadi, frekuensi ini bukanlah 'milik' lembaga penyiaran seumur hidup.

Untuk itu, lembaga penyiaran dalam menjalankan kegiatannya, harus mematuhi ketentuan/peraturan-peraturan yang ada mengenai penyiaran, antara lain: Undang-Undang Penyiaran, Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Penyiaran, dan aturan KPI tentang isi siaran yaitu P3 dan SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program

¹⁷ Pasal 6 ayat 2 UU 32/2002 tentang Penyiaran

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis

Penyiaran). Lembaga penyiaran juga harus menjalankan fungsinya secara proporsional yaitu informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol & perekat sosial, dan ekonomi.

Pentingnya pengaturan terhadap penyiaran ini, dikarenakan isi siaran yang diproduksi oleh lembaga penyiaran (baca: TV) hadir di ranah publik. Publik tentu memiliki norma-norma, baik norma sosial, norma agama, dan tentunya norma hukum. Tidak semua hal yang bersifat informatif, dapat ditayangkan oleh televisi. Peristiwa taburan, kecelakaan yang menampilkan korban luka secara eksplisit, rekaman kasus kejahatan seksual, adalah antara lain yang dilarang hadir di televisi. Begitu juga dengan hiburan yang memuat adegan kekerasan, seks, dan mistik, juga dilarang hadir di televisi. Pelarangan ini terutama untuk menghormati norma-norma yang ada di masyarakat dan perlindungan kepada kelompok yang rentan, yaitu anak-anak dan remaja.

Akan tetapi yang terjadi saat ini, lembaga penyiaran, khususnya televisi swasta seringkali abai terhadap peraturan yang ada. Sebagai sebuah institusi yang padat modal dengan pers-

ingan yang tinggi dalam mendapatkan iklan, membuat pengelola TV tidak memedulikan mutu isi siarannya, akan tetapi lebih kepada seberapa tinggi rating yang diperoleh dari tayangan tersebut. Akibatnya, isi siaran yang sampai kepada masyarakat seringkali bertolak belakang dari harapan.

Untuk itu, sudah saatnya kini, masyarakat pemirsa juga dapat lebih aktif berpartisipasi mengontrol dunia penyiaran. Bentuk partisipasi dari masyarakat adalah dengan senantiasa menjadi penonton yang cerdas dan kritis. Kita secara bersama-sama harus mengembalikan ranah publik ini menjadi benar-benar milik publik alias milik kita semua sebagai anggota masyarakat. Yaitu dengan lebih terencana dalam menonton TV, selektif terhadap isi siaran yang akan ditonton, dan menyatakan harapan dan keinginan secara langsung kepada lembaga penyiaran, atau melalui media massa atau KPI tentang program-program TV yang lebih bermutu. Jika seluruh penonton TV di tanah air melakukan hal ini, maka hampir dapat dipastikan dunia penyiaran kita akan menjadi lebih baik lagi. Semoga.

Diet TV, Upaya Menonton Televisi Secara Cerdas dan Kritis



Olah raga adalah salah satu aktivitas lain yang baik bagi anak selain menonton TV

8 Kritis Terhadap Tayangan TV

Oleh: Ezki Tri Rezeki Widianti¹

Saat televisi (TV) swasta pertama hadir di Indonesia masyarakat menyambut dengan antusias sebagai TV alternatif selain TVRI yang saat itu menjadi corong pemerintah. Muncul dengan nama Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) tahun 1987 sebagai TV swasta pertama kemudian disusul dengan TV swasta lainnya sehingga berjumlah sepuluh (10) yang menjangkau hampir seluruh pelosok. “Selang dua tahun kemudian, RCTI menunjukkan minatnya membuat berita, tetapi pemerintah (dalam hal ini Departemen Penerangan) dengan cepat memberi sinyal ketidaksetujuannya. Bagi pemerintah, monopoli TVRI atas pemberitaan di Indonesia bukan sebuah tujuan, melainkan alat untuk mempertahankan hegemoni,” ungkap Dana Iswara dalam bukunya berjudul *Mengangkat Peristiwa ke Layar Kaca*.

Jadi, hampir 11 tahun TV swasta tidak memproduksi berita sendiri. Lalu, Indonesia mengalami fase perubahan politik pada 1998 yang berdampak pada era demokratisasi terhadap berbagai bidang termasuk penyiaran. Salah satu buah reformasi tersebut lahir UU Penyiaran no 32 tahun 2002 yang mengembalikan esensi dari penyiaran bahwa frekuensi milik publik yang dikelola oleh negara. TV swasta menghirup udara kebebasan membuat program termasuk berita.

Berdasarkan amanat UU Penyiaran maka dibentuk lembaga independen yang disebut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) di tingkat pusat maupun daerah di seluruh propinsi. KPI selain bertugas menjadi mata dan telinga masyarakat mengawasi radio dan TV juga membuat aturan dan memberikan sanksi (pasal 7 sampai pasal 12 UU Penyiaran no 32

¹ Komisiner KPI Pusat 2010-2013



Kritis Terhadap Tayangan TV

tahun 2002). KPI harus membuat aturan yang disebut Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Pedoman Siaran (SPS) sebagai acuan penyiaran dalam membuat sebuah program sehingga muncul di layar kaca atau terdengar di radio.

P3 dan SPS adalah senjata KPI dalam mengawasi sampai memberikan sanksi bila terjadi pelanggaran. Pembuatan pasal-pasal dalam P3 dan SPS melibatkan pemangku kepentingan dalam hal ini lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran publik dan lembaga penyiaran komunitas juga masyarakat seperti terdapat dalam pasal 8 ayat 1 dan pasal 2e UU Penyiaran. Khusus masyarakat keterlibatannya total diperlukan karena kini TV menjadi kebutuhan primer kebanyakan rumah tangga di Indonesia.

Ditambah lagi tidak dapat dipungkiri bahwa UU Penyiaran mendorong tumbuhnya TV lokal dan berjejaring sehingga persaingan antar TV semakin ketat. Persoalan menjadi lebih rumit ketika atas nama *rating* dan *share* yang dikelola oleh AGB Nielsen sebagai satu-satunya

perusahaan rating di Indonesia, lembaga penyiaran swasta memakainya sebagai patokan dalam pembuatan sebuah program meski tidak sesuai dengan aturan yang ada. Dampaknya, isi siaran lebih mengedepankan sensasi bahkan menabrak rambu-rambu P3 dan SPS. Meski P3 dan SPS berlaku untuk TV dan radio namun kali ini akan membahas bagaimana masyarakat mengkritisi sebuah program tayangan.

Berdasarkan hasil penelitian PR2 Media tayangan TV swasta di Indonesia masih miskin edukasi. Lembaga penyiaran swasta mendominasi tayangan dengan gossip di infotainment, sinetron kualitas rendah dan *reality show* (yang direkayasa). Bahkan berita yang diharapkan dapat menjadi tuntunan agar dapat berpartisipasi dalam membuat kebijakan publik jauh dari yang diharapkan.

Hasil penelitian Pr2 Media (Peantau Regulasi dan Regulator Media) sejalan dengan analisa bidang isi siaran KPI bahwa program unggulan TV yang umum di lembaga

penyiaran swasta terdiri dari berita, musik, infotainment, sinetron, dan *reality show*. Sedangkan program anak, komedi, olah raga dan kuis ditayangkan hanya di TV tertentu saja. Pemaparan akan membedah sekilas program-program unggulan oleh sebagian lembaga penyiaran swasta yang diputar saat waktu utama (*prime time*). Kemudian memberikan pandangan dan dorongan kepada publik untuk bersama-sama mengawasi tayangan TV dengan menggunakan aturan yang ada yakni P3 dan SPS.

Berita

Menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam bukunya yang berjudul *Sembilan Elemen Jurnalisme*, sebuah berita harus berdasarkan kebenaran, loyalitas, verifikasi, independensi, memantau kekuasaan forum publik, relevan, proposional dan komprehensif dan hati nurani. P3 dan SPS juga menegaskan produk jurnalistik harus mengacu pada aturan KPI, kode etik jurnalistik dan peraturan perundangan lainnya.

Kritis Terhadap Tayangan TV



Anak remaja saat ini mudah terpengaruh TV, dan memerlukan tayangan yang baik

Namun kenyataannya jauh panggang dari api, penayangan berita kerap kali melanggar P3 dan SPS dan kode etik karena lebih mengedepankan kecepatan daripada yang diutarakan Kovach dan Rosenstiel. Apalagi belakangan ini pemilik TV sering menyisipkan informasi untuk kepentingan pribadi maupun kelompoknya atau yang dikenal dengan istilah pelanggaran netralitas sebuah berita. Permasalahan ini menjadi lebih rumit karena lemahnya kemampuan sumber daya manusia serta sistem rekrutmen instan di berbagai daerah. Tak pelak kekerasan verbal maupun non verbal, cabul, tidak akurat menyebabkan pencemaran nama

Kritis Terhadap Tayangan TV

baik seseorang atau kelompok menjadi sebagian besar porsi dalam pemberitaan. Sejak pagi kita disuguhkan informasi disertai gambar adanya kekerasan di berbagai daerah kemudian dilanjutkan dengan pernyataan-pernyataan berbagai elit yang hanya di permukaan saja.

Talk show atau bincang-bincang *live* (siaran langsung) sering menjadi panggung berbagai kelompok atau perorangan untuk mempertahankan citra atau menyebarkan ideologi tertentu. Tak banyak TV yang melakukan investigasi atau pendalaman terhadap berbagai kasus sehingga terkesan sensasional saja. Menurut George Rodman dalam bukunya berjudul *Making Sense of Media*, An

Introduction to Mass Communication, media *mainstream* seharusnya menggunakan *Centrist Bias*; tidak terlalu liberal tapi juga tidak terlalu konservatif dalam melihat isu yang akan dipublikasikan. Mungkin, lembaga penyiaran swasta di Indonesia mencoba untuk memakai teori Rodman namun dalam implementasinya masih terbawa pada arus suatu kelompok.

Dalam berbagai kejadian bencana alam, tayangan hanya seputar penggambaran penderitaan namun dalam pemberian informasinya kerap tidak akurat. Seharusnya dalam situasi tidak menentu jurnalis yang dikirim ke daerah bencana mempunyai pengetahuan dan pengalaman.



TV sering menayangkan berita tidak baik, pada jam dimana anak-anak menonton televisi

Kritis Terhadap Tayangan TV

Jurnalis juga sering melakukan wawancara saat korban masih trauma bahkan fisik masih dalam keadaan lemah. Pertanyaan terhadap para korban juga tidak simpatik dan empati, seperti, bila ada yang meninggal apakah mempunyai firasat, bagaimana perasaan korban dan harapan terhadap pemerintah.

Tidak banyak yang dapat digali oleh jurnalis TV agar pemirsa mendapatkan gambaran utuh suatu peristiwa bencana. Entah disadari atau tidak oleh lembaga penyiaran swasta ada akibat pemberitaan bila tidak melakukan klarifikasi dan verifikasi saat publik menggantung informasi dari TV. Seharusnya lembaga penyiaran swasta memahami dampak simpang siurnya sebuah berita bukan hanya jauh dari realita tapi juga tidak mendapatkan kebenaran bahkan kerap menyampingkan hati nurani. "Kita memang mencari informasi tapi kita juga mencari validasi, otoritas, kejujuran dan semua keyakinan bahwa wartawan sungguh-sungguh memperjuangkan kepentingan kita," ujar Carol Martin dalam buku *Sembilan Elemen Jurnalis*.

Tak kalah sensasional adalah pemberitaan terorisme dimana jurnalis terlalu dini menyampaikan informasi, percaya pada satu nara sumber dan memburu eksklusivitas namun melanggar privasi yang diduga pelaku terorisme. Sebuah TV berita April 2011 telah melakukan kesalahan fatal dengan memuat foto seseorang yang diduga pelaku terorisme. Padahal foto yang ditayangkan tidak terlibat sama sekali dalam tindakan terorisme. Nama depan tersangka pelaku sebenarnya dengan nama yang dimuat fotonya memang mirip. Selain mempunyai nama yang mirip, keduanya juga mempunyai profesi yang sama. Kelalaian stasiun TV tersebut mengakibatkan keluarga syok, nama tercemar dan pekerjaannya tertunda. Meski telah melakukan ralat namun foto itu sudah digunakan berbagai media cetak dan elektronik lainnya. *Damage has been done!!*

Musik

Salah satu perkembangan positif kreatifitas insan pertelevisian yaitu membuat banyak panggung untuk musik Indonesia. Jargon musik

Kritis Terhadap Tayangan TV

Indonesia menjadi tuan rumah di negeri sendiri menjadi kenyataan. Namun, masyarakat harus tetap mengkritisi terhadap lirik maupun klip, performa penyanyi serta jam tayang. Lirik sering mengarah pada kata-kata cabul atau penghinaan. Misalnya, lagu *Cinta Satu Malam*, liriknya dapat ditafsirkan ajakan untuk melakukan seks bebas dan yang belakangan ini menjadi kontroversial juga yaitu lagu *Udin se-Dunia*. Lagu dan tayangan *Udin se-Dunia* yang diunduh dari *Youtube* menurut masyarakat Nusa Tenggara Barat (NTB) beberapa baitnya menghina nama orang lain. Selayaknya lembaga penyiaran swasta saat akan mengorbitkan seorang artis dan lagunya memperhitungkan budaya daerah lain. Kerap lembaga penyiaran swasta “Jakarta centris” segala sesuatu dilihat dari sudut pandang kehidupan masyarakat ibu kota

Tak kalah meresahkan dalam program musik karena ditayangkan langsung para pembawa acara kerap mengeluarkan komentar atau celotehan yang dapat dikategorikan penghinaan, kata-kata cabul, makian dan melanggar privasi pemusik atau

pihak lain. Penampilan pembawa acara dan penyanyi terkadang seronok padahal penonton acara ini kebanyakan remaja dan anak-anak. Bahkan pernah terjadi seorang artis bersama suami barunya melakukan ciuman bibir saat merayakan ulang tahunnya dalam program musik *live*. Masih di lembaga penyiaran swasta yang sama seorang artis diceburkan kedalam kolam hingga basah kuyup sampai pakaian dalamnya terlihat jelas. Meski tayangan langsung namun tidak dapat dijadikan alasan lembaga penyiaran swasta untuk melakukan kecerobohan seperti kejadian tersebut. KPI telah memberikan peringatan agar memperbaiki sistem internal lembaga penyiaran swasta saat melakukan tayangan langsung.

Infotainment

Program infotainment selalu menjadi kontroversial karena selalu membuka aib selebrita. Perkawinan, pertikaian, privasi dan perselingkuhan menjadi topik utama dalam penayangan infotainment. Program ini di internal lembaga penyiaran

swasta kerap mengundang perdebatan; ada yang memasukkan sebagai produk jurnalistik dan ada yang memasukkan sebagai kategori non jurnalistik. Perdebatan jenis kelamin infotainment menjaral sampai kepada organisasi profesi seperti Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dan Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI) yang menolak infotainment sebagai produk jurnalistik.

Menurut AJI dan IJTI sebuah produk jurnalistik harus semata-mata demi kepentingan publik seperti tercantum dalam UU Pers no 40 tahun 1999 dan Kode Etik Jurnalistik. Bagi kedua organisasi ini infotainment hanya menyorot kehidupan pribadi dan tidak ada kepentingan publik. Dalam beberapa kasus buka aib ala infotainment membuat ormas seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Nahdatul Ulama (NU) mengeluarkan fatwa bahwa infotainment haram atau gibah. NU tegas memerintahkan pengikutnya untuk tidak menonton infotainment karena membuka aib siapapun haram hukumnya.

Dalam penayangannya infotainment

Kritis Terhadap Tayangan TV

berusaha agar publik menilai bahwa produk ini menggunakan prinsip-prinsip jurnalistik seperti *cover both side*. Pihak yang berseteru diberi kesempatan untuk saling berbantah. Namun dengan kasat mata kita dapat melihat bahwa penayangan tersebut tak lebih dari saling caci maki, menuduh, memfitnah dan menghina. Lebih membuat miris, infotainment sering kali mewawancarai anak-anak di bawah umur berkaitan dengan konflik keluarga.

Program infotainment sering menjadi kontroversi di masyarakat



Kritis Terhadap Tayangan TV

Padahal sebenarnya banyak sisi positif yang bisa digali dari sosok selebritas yang berkaitan dengan dunia seni. Tapi, lembaga penyiaran swasta selalu berkelit bahwa infotainment salah satu acara yang dicintai dan diminati masyarakat padahal data KPI menunjukkan sebaliknya karena ada sekitar 13.000 aduan selama 2010 yang mengecam keberadaan infotainment. Apalagi program infotainment ditayangkan sejak kita membuka mata di pagi hari sampai menutup mata di malam hari dan tujuh hari dalam seminggu.

Sinetron

Program yang satu ini boleh dikatakan sebagai primadona sebagian besar lembaga penyiaran swasta. Namun permasalahannya juga pelik bukan hanya jalan cerita yang terlalu berbelit-belit namun sekaligus menciptakan budaya kekerasan verbal dan non verbal. Kualitas isi cerita hanya seputar soal perebutan harta, pelecehan terhadap tatanan moral dan budaya termasuk perselingkuhan, hubungan di luar pernikahan sampai dengan penghinaan terhadap orang tua, guru dan kaum marginal. Pemain sinetron kebanyakan cantik dan tampan meski kualitas aktingnya jauh di bawah standar.

Lembaga penyiaran swasta untuk program yang satu ini selalu tutup telinga atas keluhan sebagian masyarakat. Biasanya, lembaga penyiaran swasta mengatasnamakan *rating* dan *share* yang tinggi sehingga menafikan masyarakat yang protes terhadap tayangan ini. Bahkan demi mempertahankan "pendapatan" sebuah sinetron diproduksi sampai ratusan seri dengan isi cerita yang

tidak bermutu dan tidak masuk akal. Apalagi sinetron selalu ditayangkan pada waktu utama (*prime time*) dimana remaja masih diijinkan orang tuanya untuk menonton TV. Keluhan utama dari para orang tua bahwa sinetron membuat anak-anak mereka menjadi anti sosial dan melawan siapa pun termasuk orang tua. Keprihatinan para orang tua dapat dipadukan dari hasil penelitian Elis Zulianis, dosen komunikasi UGM, bahwa sebagian besar mahasiswi menunggu iklan untuk sholat magrib ketika sinetron diputar. Jadi dapat dibayangkan efek sinetron terhadap kehidupan sebagian masyarakat.

Meski ada lembaga penyiaran swasta yang mencoba menggali sumber cerita dari legenda masyarakat namun tetap saja penggambarannya dibuat jauh dari aslinya. Ada beberapa cerita rakyat malah dianggap menghina budaya daerah lainnya. Kurang peka dan empati terhadap budaya lokal membuat tayangan sinetron legenda menimbulkan kegalauan masyarakat di daerah tertentu. Selain tema legenda beberapa sinetron menyajikan cerita

Kritis Terhadap Tayangan TV

yang memutarbalikkan standar moral masyarakat seperti murid kaya melawan guru, anak melawan atau malu terhadap kondisi orang tuanya, pelecehan terhadap pembantu, satpam, orang miskin dan cacat.

Reality Show

Program berdasarkan kisah sebenarnya ini, pada awalnya dimaksudkan untuk memberikan gambaran kehidupan sehari-hari sebagian besar masyarakat. Tayangan realita dikemas melalui berbagai kemasan, seperti hipnotis, drama, dan mistik. Namun, ketika muncul di layar kaca tayangan-tayangan itu penuh rekayasa sehingga alur ceritanya menjadi tidak masuk akal. Termasuk menggunakan teknologi untuk mendramatisasi agar rekayasa terlihat menjadi realita. Terutama dalam produk mistik selalu menggunakan *sound effect* untuk mengelabui penonton dan kerap melecehkan agama serta budaya tertentu. Misalnya, bila ada seseorang kesurupan maka ustad akan datang mengusir setan. Terlihat jelas degradasi terhadap peran ulama sebagai pemberi



Sinetron masih menjadi tayangan primadona yang digemari sebagian besar pemirsa

Kritis Terhadap Tayangan TV

pencerahan umatnya menjadi dukun.

Kemudian tayangan dalam bentuk drama selalu seputar tema anak adopsi mencari orang tua kandung, perselingkuhan dan hamil di luar nikah. Selain itu juga terdapat isi cerita yang menggambarkan bagaimana orang miskin atas belas kasihan orang lain mendapat uang bahkan rumah. Sementara itu penayangan hipnotis hampir mirip dengan infotainment banyak membuka aib orang tuanya sendiri dan teman dekatnya. Perbedaananya bila infotainment artis yang disorot maka hipnotis hanya masyarakat biasa.

Tema-tema diatas tidak menggambarkan realita sesungguhnya bagaimana seharusnya seseorang atau kelompok masyarakat hidup pada umumnya. Padahal dalam kenyataan bila ingin mendapatkan uang dalam jumlah banyak apalagi rumah diperlukan kerja keras. Begitu juga seharusnya anak-anak muda harus diberi pelajaran moral untuk tidak menjelek-jelekkan temannya apalagi orang tuanya. Tayangan ini membuat sebagian masyarakat ber-

mimpi ingin dapat hidup nyaman tanpa kerja keras, percaya tahayul dan menjelekkan orang lain menjadi hal lumrah.

Peran Masyarakat

Setelah mendapat gambaran bagaimana lembaga penyiaran swasta menyajikan isi siarannya kepada publik maka keterlibatan masyarakat sangatlah diperlukan. KPI tidak dapat melakukannya sendiri tanpa bergandengan tangan dengan masyarakat. Menurut Val E Limburg dalam bukunya *Electronics Media Ethics*, dalam sebuah penelitian rumah tangga di Chicago, hasilnya menunjukkan bahwa anak-anak yang menonton TV tanpa kontrol seperti halnya menggunakan obat bius. Akibatnya generasi penerus menjadi kecanduan dan berakhir dengan depresi.

Masyarakat dan khususnya orang tua tentu saja tidak mau generasi muda berakhir seperti yang digambarkan Limburg. Untuk menghindari "kecanduan", diperlukan daya kritis masyarakat saat me-

nonton TV. Alangkah baiknya bila masyarakat dapat membentuk kelompok atau membentuk divisi dalam kelompok yang sudah ada untuk mengawasi tayangan TV.

Merujuk pada buku berjudul *Broadcasting to be Broadcaster* karya Eva Arifin, digambarkan bahwa kehadiran TV dalam masyarakat modern dapat diterima atau ditolak. Publik jangan mau dijadikan bahan komoditi atau obyek dan harus menyadari bahwa frekwensi milik masyarakat artinya publik punya "saham" di TV. Kepemilikan publik terhadap TV harus diekspresikan dengan mendesak lembaga penyiaran swasta untuk memberikan tayangan bermutu.

Limburg memberikan contoh berdirinya Asosiasi Keluarga Amerika (AFA) yang melakukan monitoring terhadap tayangan yang dianggap menghina budaya, agama dan norma sosial. AFA mengidentifikasi semua program termasuk iklan yang dianggap bermasalah kemudian mempublikasikannya dalam bentuk *newsletter*. Gerakan AFA sangat efektif karena melibatkan *civil*

Kritis Terhadap Tayangan TV

society bahkan menyebar sampai ke negara bagian lainnya di Amerika.

Masyarakat Indonesia dapat mencontoh yang dilakukan AFA atau aktif menyalurkan pengaduannya melalui KPI. Selain merujuk pada P3 dan SPS dan aturan lainnya, sebuah program harus memenuhi kriteria standar umum moral, norma-norma kesopanan, kesusilaan, dan hati nurani.

Daftar Pustaka

- PR2Media, 2011, *Ironi Eksistensi Regulator Media Di Era Demokrasi*, PR2Media dan Yayasan Tifa
- Arifin, Eva, 2010, *Broadcasting to be Broadcaster*, Graha Ilmu
- Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 DAN SPS) 2010
- Limburg, Val E, 2008, *Electronics Media Ethics*, Focal Press, Boston
- Iswara, Dana, 2007, *Mengangkat Peristiwa Ke Layar Kaca, Panduan Menjadi Jurnalis televisi*, Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP)
- UU Penyiaran no 32 tahun 2002
- Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom, 2001, *Sembilan Elemen Jurnalisisme*, Yayasan Pantau Studi Arus Informasi dan Keduatan Besar Amerika
- Rodman, George, 2001, *Making Sense of Media, An Introduction to Mass Communication*, Allyn and Bacon, A Pearson Education Company, MA, Boston

9 Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

Oleh: Mochammad Riyanto Rasyid, SH, M. Si¹

Fenomena Dampak Televisi

Pada Bulan November 2010 setahun lalu, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat melayangkan surat teguran untuk acara *Silet* di RCTI yang mengetengahkan tema petaka pasca ledakan Gunung Merapi. Pasalnya, tayangan tanggal 7 November 2010 tersebut dinilai meresahkan masyarakat. Sang presenter menyebut Daerah Istimewa Yogyakarta mendapat julukan kota malapetaka.

Cerita tidak cukup sampai di sini. Narasumber paranormal yang dihadirkan menyebutkan sebuah ramalan tentang adanya musibah hebat di Hari Senin, 8 November 2010, keesokan harinya. Akibatnya sekitar 550 pengungsi di daerah Muntiran mendesak agar dipindahkan ke Nanggulan, Kabupaten Kulon Progo, karena ketakutan akan datang bencana yang lebih besar dari letusan Gunung Merapi. Padahal yang aman dari letusan Gunung

Merapi. Akhirnya KPI menerima lebih dari 1000 surat pengaduan dari masyarakat mengenai kepanikan warga Yogyakarta akibat tayangan akan ramalan tersebut.

Keterangan Grafik: Pengaduan paling banyak yang masuk ke KPI Pusat adalah di bulan November, yakni sejumlah 1.578 pengaduan. Hal ini tidak lepas dari banyaknya pengaduan mengenai tayangan “Silet” (RCTI) tanggal 7 November 2010. (Sumber: database KPI Pusat)

¹ Komisioner KPI Pusat 2010-2013



Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

Kasus lainnya, ketika merebaknya pemberitaan video porno Ariel Peterpan. Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) mencatat ada 59 anak korban pornografi, perkosaan dan pelecehan seks yang terjadi saat beredarnya video Ariel. Media televisi dianggap andil di dalam pemberitaan kasus ini. Menurut Ketua Komisi Pengaduan Masyarakat dan Penegakan Etika Dewan Pers, Agus Sudibyo, "Media massa, terutama televisi, harus sangat memperhatikan pemirsanya mengenai dampak tayangan mengenai video cabul ini," ujarnya pada acara diskusi di gedung Dewan Pers di Jakarta, Jumat (25/6/2010).

Ketua KPAI, Hadi Supeno turut menyuarakan kemunculan video cabul tersebut. Ia mengatakan, setidaknya ada 4 (empat) dampak yang ditimbulkan karena tayangan ini. Pertama, anak bisa ketagihan. Kedua, merusak tumbuh kembang anak. Ketiga, anak ingin melakukan *acting out* atau menirukan hal yang dilihat. Kalau punya uang, anak akan pergi ke tempat prostitusi, namun kalau tidak punya uang, yang menjadi sasaran adalah anak yang lain. Keempat, meningkatkan eskalasi kriminalitas anak," paparnya.

Tahun 1998, di Jepang ada tayangan kekerasan di televisi yang berjudul *Gift*. Di mana karakter pemain di dalamnya selalu membawa pisau kupu-kupu (*butterfly knife*). Tayangan ini akhirnya mendapatkan kecaman dari para orangtua, pendidik dan pejabat pemerintah Jepang karena telah menginspirasi seorang anak laki-laki berusia 13 tahun yang menusukkan pisau kupu-kupu tersebut ke gurunya hingga tewas.

Peristiwa tragis itu juga terjadi di tanah air. Masih ingat dengan Reza Ikhsan Fadillah (9 tahun)? Ia me-

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

ninggal pada tanggal 16 November 2006 karena meniru adegan acara televisi *Smackdown* di televisi. Kemudian Angga Rakasiwi (11 tahun) mendapat lima jahitan di kening karena beradegan serupa mengikuti tayangan yang juga marak dalam bentuk permainan/*games* itu, dan beberapa lagi yang korban-korban-nya berusia anak-anak dan remaja.

Jika berbicara mengenai dampak televisi, hanya ada dua kategori: dampak baik (positif) dan dampak buruk (negatif). Jika dikaitkan dengan fungsi dari media penyiaran (televisi): menghibur, mendidik dan memberikan informasi (Pasal 4, Undang-Undang Penyiaran No.32 tahun 2002), idealnya, dampak positif televisi lebih mendominasi daripada dampak buruknya. Namun ternyata tidak.

Di dalam paparan berikut ini akan ada ulasan lebih jauh mengenai dampak televisi serta upaya menanggulangi dampak buruknya. Meski demikian akan disinggung sedikit persoalan yang terkait dengan televisi, masyarakat (sifat, karakter dan klasifikasi khalayak pemirsa),

tidak ketinggalan beberapa teori-teori populer tentang efek media (televisi) yang kerap dipakai oleh banyak penelitian bidang ilmu sosial dan komunikasi.

Tulisan ini tidak akan terlalu jauh memasuki ranah ideologi dan motif/ alasan media penyiaran televisi dalam membuat dan menyajikan berbagai jenis tayangan untuk menarik perhatian pemirsanya. Namun hanya akan menitikberatkan pada dampak baik dan buruk media televisi terhadap khalayak.

Media Penyiaran (Televisi)

Seperti kita ketahui, media massa dibagi menjadi dua kategori, pertama media cetak yang terdiri dari surat kabar dan majalah, kedua media elektronik yang terdiri dari radio siaran, televisi, film, dan media *online* (internet). Penyiaran televisi itu sendiri adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Pasal 1 ayat 4, UU Penyiaran 32/2002).



Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

Sementara dalam perspektif semiotik, televisi dikenal sebagai medium kompleks yang menggunakan bahasa verbal, bahasa gambar, dan suara untuk menghasilkan impresi dan ide-ide pada orang.

Berbeda lagi dari perspektif ideologi. Teoritikus Ilmu Sosial, Anthoni Gramsci melihat media sebagai ruang di mana berbagai ideologi direpresentasikan. Dijelaskan bahwa di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Di sisi lain, media dapat digunakan sebagai alat resistensi terhadap kekuasaan. Media dapat menjadi alat untuk membangun kultur dan ideologi dominan bagi kepentingan kelas dominan, sekaligus juga menjadi instrumen perjuangan bagi kaum tertindas untuk membangun kultur dan ideologi tandingan.

Jadi dapat ditegaskan bahwa televisi merupakan media dengar pandang yang dapat memberikan kesan dan memunculkan ide-ide pemirsanya. Termasuk dapat dimanfaatkan untuk merepresentasikan maksud dan

tujuan penguasa, atau menyalurkan aspirasi, gagasan bagi kepentingan-kepentingan pihak tertentu

Adanya kemajuan teknologi membuat televisi menyampaikan informasi secara cepat dan dapat menjadi jendela dunia. Kemajuan televisi ini mengagetkan banyak orang. Televisi dianggap sebagai media yang dapat menjadi "lubang penembus *space*". Menjadikan dunia bahkan alam jagad raya ini menjadi hanya selebar daun kelor (sebuah pepatah lama yang mengolok-olok). Oleh sebab itu CNN menyatakan bahwa setiap kejadian penting yang terjadi di mana pun di dunia dapat dilaporkan dalam waktu 10 menit.

Sejak awal penciptaan, televisi memang dikonstruksikan untuk dapat menarik banyak pemirsa dari semua kalangan. Seperti siaran berita di televisi, kecepatan siaran televisi dalam mencapai keseluruhan populasi mendefinisikan ulang peran pelaporan berita di masyarakat. Sebagai akibatnya peran media cetak kadang dianggap hanya sebagai pelengkap media televisi.

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

Di Indonesia, televisi adalah media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakatnya. Sebagai media *audio-visual* dianggap tidak terlalu membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya. Sampai-sampai dikatakan, belum lengkap rumah seseorang tanpa ada pesawat televisi di dalamnya. Hal ini membuktikan televisi telah mengalami pergeseran fungsi, dari yang semula sebagai penyedia informasi kini lebih banyak sebagai media hiburan. Tidak hanya masyarakat perkotaan yang mempunyai tingkat konsumerisme tinggi pada televisi namun masyarakat pedesaan atau pinggiran juga demikian.

Media berbentuk kotak ini merupakan sarana yang sangat efektif untuk mentransfer nilai dan pesan yang dapat mempengaruhi khalayak secara luas. Mc Luhan adalah orang pertama yang melihat bahwa dampak televisi jauh lebih besar dibandingkan materi yang dikomunikasikannya. Seperti contoh di Amerika, televisi memiliki efek yang kuat terhadap politik pemilu tahun 1960, ketika kandidat presiden Richard M. Nixon dan John F. Kennedy setuju

untuk berdebat di dalam pemilihan dan disiarkan secara langsung di televisi dan radio. Menurut hasil survei, kebanyakan pendengar radio merasa bahwa Nixon telah memenangkan debat tersebut, tetapi pada kenyataannya pemirsa televisi lebih memilih Kennedy. Maka Kennedy memenangkan pemilu pada musim gugur itu.

Televisi juga dapat menyebabkan orang kecanduan. Interaksi masyarakat, terutama anak-anak terhadap televisi sangat tinggi. Anak akan menonton semua jenis acara di televisi, termasuk tayangan untuk orang dewasa. Anak-anak sangat mudah terpengaruh tayangan televisi karena stimulus yang lebih intens dan lebih menarik bagi anak.

Catatan penelitian sebuah akademi dokter anak di Amerika, korban pertama dari pengaruh televisi adalah anak. Anak berusia di bawah dua tahun dianggap lebih menyerap pengaruh merugikan. Terutama, pada perkembangan otak, emosi, sosial, dan kemampuan kognitif anak. Menonton televisi terlalu dini bisa mengakibatkan proses *wiring*,

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

proses penyambungan antara sel-sel otak menjadi tidak sempurna. Dari uraian tersebut, terlihat jelas dampak buruk media televisi untuk anak.

Khalayak Media (Pemirsa)

A. *Karakteristik dan Sifat Pemirsa*
Menurut Hiebert dan kawan-kawan, pemirsa (*audience*) dalam komunikasi massa memiliki 5 (lima) karakteristik sebagai berikut:

- 1) *Audience* berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh lingkungan sosial di antara mereka.
- 2) *Audience* cenderung besar. Berarti tersebar di berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meski demikian ukuran luas ini sifatnya bisa relatif. Sebab ada media tertentu yang khalayaknya mencapai jutaan dan ada yang mencapai ribuan.
- 3) *Audience* cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial.
- 4) *Audience* cenderung anonim,

yakni tidak saling mengenal satu sama lain.

- 5) *Audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator, atau pemirsa dipisahkan oleh ruang dan waktu.

Sementara itu dari jika dilihat dari bagaimana reaksi atau tindakan pemirsa terhadap isi media, ada teori dari Melvin De Fleur dan Sandra Ball Rokeach (1988) yang menjelaskan mengenai hal ini:

- *Individual Differences Perspective*. Proses ini berlangsung berdasarkan ide dasar dari *stimulus-response*. Di sini tidak ada sikap pemirsa yang relatif sama. Pengaruh media massa pada masing-masing individu berbeda dan tergantung pada kondisi psikologi individu yang berasal dari pengalaman masa lalunya.
- *Social Categories Perspective*. Adanya perkumpulan sosial, memberi kecenderungan pemirsa mempunyai kesamaan norma sosial, nilai, dan sikap. Di sini ada kelompok *audience* yang akan bereaksi secara sama pada pesan khusus yang di-

terimanya.

- *Social Relationships Perspective*. Dampak komunikasi massa yang diberikan diubah dengan sangat hebat oleh individu yang memiliki kekuatan hubungan sosial dengan anggota *audience*. Sebagai hasilnya, individu dipengaruhi oleh sikap dan perilaku individu anggota *audience* yang didapatkan dari televisi. Artinya, antarindividu itu saling mempengaruhi satu sama lain dan menghasilkan respons yang hampir sama.

Di sini dapat ditegaskan bahwa pemirsa televisi (masing-masing individu) akan memiliki sikap yang berbeda setelah menyaksikan tayangan televisi. Tergantung pada psikologi, pengalaman masa lalu dan latar belakang budaya yang berbeda.

Secara teoritis, ada beberapa alasan mengapa masyarakat menggunakan media (televisi). *Pertama*, kebutuhan akan informasi, pengetahuan, dan pemahaman atau disebut dengan kebutuhan kognitif. *Kedua*, ke-

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

peneguhan, pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional atau merupakan kebutuhan afektif. *Ketiga*, kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, stabilitas, kepercayaan, dan status atau disebut dengan kebutuhan integratif personal.

Keempat, kebutuhan yang terkait dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia, hasrat untuk berafiliasi. Ini disebut dengan kebutuhan integratif sosial. Dan terakhir, kebutuhan yang terkait dengan dengan hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, kelepanan emosi, ketegangan dan kebutuhan akan hiburan atau disebut dengan kebutuhan pelepasan ketegangan.

Salah satu dampak positif dari tayangan TV adalah, Seorang ibu rumah tangga meningkat keahliannya memasak karena banyak mendapatkan informasi dari acara memasak di TV



Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

Namun kebanyakan pemirsa cenderung terhipnotis televisi. Pemirsa televisi akan digiring ke dalam alam bentukan konstruksi media. Sementara itu kalau pada anak, apa yang dilihatnya sesuatu itu akan dianggap benar. Perilaku meniru menjadi sangat menonjol pada anak-anak. Permasalahan ini diperparah dengan kemampuan berfikir anak yang masih sederhana. Mereka cenderung berfikir apa yang ada di televisi adalah yang sebenarnya. Anak-anak masih sulit membedakan antara yang fiktif dan nyata. Anak-anak juga masih sulit membedakan antara yang baik sesuai norma dan etika, agama dan hukum. Sebab anak adalah pemirsa televisi yang cenderung akan menyerap langsung peristiwa dari media dan belum punya kemampuan untuk menentukan pilihan bagi dirinya sendiri.

Menurut Mc Luhan, manusia berhubungan dengan televisi sudah tidak hanya melihat dan menonton lagi, tapi sudah terlibat di dalamnya. Ditambah dengan kemajuan teknologi sekarang dan permainan yang berbau kekerasan. Perilaku anak dapat dijerumuskan dalam

tayangan atau *games* yang lebih melibatkan imajinasi, ilusi, dan impresi anak secara langsung.

Masyarakat pemirsa televisi juga memiliki ketergantungan dengan televisi. Bahkan telah menjadi suatu kebutuhan. Tanpa kita sadari sehari saja tidak menonton televisi, pasti merasa ada sesuatu yang kurang.

Menurut informasi dari AGB Nielsen (2008) berdasarkan survei komposisi penonton televisi menurut usia, penonton anak usia 5 sampai 15 tahun menempati porsi yang cukup besar, yaitu hampir 30%. Data YPMA (2006) menyebutkan bahwa dalam seminggu anak-anak di Indonesia menyaksikan tayangan televisi rata-rata 35 sampai 45 jam, atau 1.560 sampai 1.820 jam setahun. Sementara jumlah jam belajar anak tidak lebih dari 1.000 jam setahun. Untuk tayangannya sendiri ada 80 judul program anak yang ditayangkan dalam 300 kali penayangan selama 168 jam per minggu

Dari data tersebut tak dapat dipungkiri jika pada akhirnya anak-anak akan tumbuh dengan gaya

hidup “ala televisi”. Tayangan kartun adegan kekerasan akan masuk ke dalam pemahaman anak bahwa adegan tersebut adalah perilaku yang lazim dilakukan. Tingkat sensitifitas anak akan berkurang. Diterpa oleh tayangan kekerasan secara terus-menerus.

B. *Kode Klasifikasi Pemirsa Televisi*
Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, anak-anak dan remaja adalah kalangan yang paling berpotensi terkena dampak dari televisi. Dari berbagai literatur ada perbedaan pengklasifikasian mengenai kelompok usia. Seperti di dalam Pedoman Perilaku Penyiaran (PPP) dan Standar Program Siaran (SPS) KPI tahun 2009, klasifikasi “A” (tayangan Anak) untuk pemirsa usia di bawah 12 tahun, klasifikasi “R” (tayangan Remaja) untuk pemirsa usia 12-18 tahun, klasifikasi “D” untuk tayangan untuk dewasa yakni di atas 18 tahun. Klasifikasi “SU” (tayangan Semua Umur).

Sementara itu rujukan dari *Federal Communications Commission (FCC)*. Kode “TV-Y” menandakan sebuah

acara ditujukan dan aman untuk semua tingkatan usia anak-anak. Khususnya bagi penonton yang sangat belia yang berusia 2-6 tahun. Sedangkan “TV-Y7” ditujukan untuk anak yang usianya lebih tua yakni yang berusia tujuh tahun ke atas. Mereka telah dianggap dapat membedakan antara khayalan dan kenyataan. Kedua jenis acara ini dirancang untuk dapat ditonton oleh anak secara mandiri.

Ada juga kode yang ditujukan untuk penonton secara umum. Kode “TV-MA” (*mature audience*) yakni untuk acara yang ditujukan bagi khalayak dewasa. Sedangkan tanda “TV-G” yang muncul pada sebuah program acara menginformasikan bahwa acara tersebut cocok untuk semua usia (*general audience*). Ada dua jenis acara yang merekomendasikan agar orangtua mendampingi anak mereka saat menontonnya yaitu “TV-PG” dan “TV-14”. Lalu kode “TV-PG” (*parental guidance*) menandakan bahwa sebuah acara mengandung unsur kekerasan dan seksual meski dalam jumlah yang sedikit. Anak-anak yang menonton acara ini, disarankan agar didampingi oleh

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

Orang tuanya. Untuk tanda “TV-14” ditujukan pada program acara yang mengandung unsur kekerasan, seksual, atau kata kasar dalam jumlah yang sedang (moderat). Anak-anak di bawah usia 14 sangat disarankan untuk didampingi saat menonton acara ini.

Televisi bertanggung jawab penuh soal pencantuman kode pengklasifikasi ini. Karena mereka yang memproduksi atau yang lebih mengetahui isi program disiarkan. Khusus program anak, stasiun televisi juga harus menjelaskan kepada FCC rentang usia yang menjadi target sebuah acara. Termasuk sisi pendidikan yang menjadi tujuan program tersebut dan bagaimana tujuan itu dikemas agar memungkinkan anak untuk mendapatkannya.

Membaca dapat, menjadi kegiatan alternatif anak yang positif daripada menonton Televisi



Berbeda halnya dengan di Indonesia, kode tersebut tidak selalu muncul di beberapa mata acara. Sementara sanksi terhadap lembaga penyiaran terhadap pelanggaran ini masih cenderung ringan. Maka tak heran jika lembaga penyiaran masih terus melakukan kesalahan yang sama. Itulah mengapa diperlukan adanya pendampingan orang tua di saat anak-anak menonton televisi.

Beberapa Teori Dampak Media Massa (Televisi)

Di dalam penelitian komunikasi banyak teori yang mengetengahkan dampak atau efek media terhadap masyarakat pemirsa televisi. Dennis McQuail menjelaskan, efek media memiliki tipologi yang terdiri dari empat bagian: *Pertama*, efek media merupakan efek yang direncanakan, sebagai sebuah efek yang diharapkan terjadi baik oleh media massa sendiri maupun orang yang menggunakan media massa untuk kepentingan penyebaran informasi. *Kedua*, efek media yang tidak direncanakan atau tidak dapat diperkirakan, artinya efek ini benar-benar di luar kontrol media, ataupun

orang lain yang menggunakan media untuk penyebaran informasi melalui media. *Ketiga*, efek media yang terjadi dalam waktu pendek namun cepat dan instan, keras mempengaruhi seseorang atau masyarakat. *Keempat*, efek media massa yang berlangsung dalam waktu yang lama, sehingga mempengaruhi sikap-sikap adopsi, inovasi, kontrol sosial sampai pada perubahan kelembagaan, dan persoalan-persoalan perubahan budaya.

Secara sederhana Keith. R. Stamm dan John E. Bowes (1990) membagi efek ke dalam dua hal: pertama efek primer dan kedua efek sekunder. Efek primer adalah efek yang meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman. Efek sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memiliki).

Kebanyakan penelitian membagi efek komunikasi massa dalam tiga dimensi, yaitu: kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan. Efek efektif

berhubungan dengan emosi, perasaan, dan *attitude* (sikap). Sedangkan efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu.

Teori-teori efek media yang cukup populer dalam penelitian komunikasi itu antara lain :

- *Teori model peluru (bullet) atau jarum hipodermik (hypodermic needle)*. Jadi materi atau isi tayangan di televisi diibaratkan peluru atau jarum suntik yang ditembakkan ke sasaran, sehingga sasaran tidak dapat menghindar. Ini dimaksudkan bahwa peluru dan jarum suntik memiliki kekuatan yang luar biasa didalam upaya “mempengaruhi” pemirsanya. Dasar dari teori jarum suntik ini adalah teori *Stimulus-Respons*.
- *Teori Difusi-Inovasi*. Teori ini Everett M. Rogers (1983: 165) merumuskan kembali teori ini ke dalam 5 tahap dalam suatu proses difusi inovasi. Pertama, pengetahuan (kesadaran individu akan adanya inovasi);

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

Kedua, persuasi (individu memiliki sifat menyetujui/tidak adanya inovasi); Ketiga, keputusan (aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi); Keempat, pelaksanaan (melaksanakan keputusan sesuai dengan pilihan); Kelima, konfirmasi (individu akan mencari pendapat yang menguatkan keputusan yang telah diambilnya).

- *Teori Agenda Setting* pertama dikemukakan oleh Walter Lippman (1965) pada konsep "*The World Outside and the Picture in our head*". Penelitian empiris teori ini dilakukan McCombs dan Shaw ketika mereka meneliti pemilihan presiden tahun 1972. Mereka mengatakan antara lain walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat yang konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial

kita, ketika mereka melaksanakan tugas keseharian mereka dalam menonjolkan berita. Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa. Dampak media massa, kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif di antara individu-individu, telah dijuluki sebagai fungsi *agenda setting* dari komunikasi massa. Di sinilah terletak efek komunikasi massa yang terpenting, kemampuan media untuk menstruktur dunia buat kita.

- *Teori Uses and Gratification*. Pencetusnya adalah Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch. Teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis, sosial psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan

(atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Asumsi-asumsi dari teori ini adalah khalayak dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan punya tujuan. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya.

- *Teori Uses and Effects*. Adalah Sven Windahl (1779) yang pertama kali mengungkapkan sintesis antara pendekatan *Uses and Gratifications* dan teori tradisional mengenai efek. Pengetahuan mengenai penggunaan media memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Artinya, penggunaan media massa memiliki banyak

arti, dan yang pertama kali menunujuk pada tindakan mempersepsi.

- *Teori Spiral of Silence* (Spiral Kebisuan). Berkaitan dengan pertanyaan mengenai bagaimana terbentuknya pendapat umum. Dikemukakan pertama kali oleh Elizabeth Noelle-Neuman, sosiolog Jerman tahun 1974. Penjelasan teori ini, individu pada umumnya menghindari isolasi, dalam arti kesendirian mempertahankan sikap atau keyakinan tertentu. Oleh sebab itu orang akan mengamati pandangannya tentang lingkungannya untuk mempelajari pandangan-pandangan mana yang bertahan dan mendapatkan dukungan, dan mana yang tidak dominan atau populer. Jika orang merasakan bahwa pandangannya tidak populer maka ia cenderung kurang bereaksi mengekspresikannya karena ketakutan akan isolasi tersebut.

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

- *Teori Belajar Sosial dari Bandura.* Ini adalah teori psikologi yang sering diterapkan dalam suatu penelitian komunikasi untuk melihat dampak negatif dari televisi karena berperilaku meniru adegan yang ada di televisi. Menurut Bandura, kita belajar bukan saja dari pengalaman langsung, tetapi dari peniruan atau peneladanan (*modelling*). Perilaku merupakan hasil faktor-faktor kognitif dan lingkungan. Teori ini menganggap pesan yang berulang-ulang di media dapat menjadi referensi atau teladan bagi seseorang dalam perilakunya.
- *Laswell Model.* Tahun 1948 seorang ahli dari Amerika mengemukakan suatu ungkapan yang terkenal dalam teorinya. Ungkapan itu adalah: siapa (*who*), berkata apa (*says what*), melalui saluran apa (*in which channel*), kepada siapa (*to whom*), dan dengan efek apa? (*With what effect?*).

Dampak Baik dan Buruk Televisi

a. Dampak Baik Televisi

- Dalam pemberitaan televisi akan selalu mempertahankan prinsip aktualitas peristiwa, sehingga kita dapat mengetahui suatu kejadian dalam kurun waktu yang cepat. Misalnya peristiwa gempa bumi dan tsunami di Jepang. Indonesia dapat menilai dan belajar bagaimana upaya Jepang dalam penanganan masalah bencana gempa dan tsunami, dan lain-lain.
- Media juga memiliki andil yang penting dalam mengajak masyarakat untuk memerangi kekerasan, dan tindak kriminalitas. Dengan cara menyampaikan pesan-pesan akan dampak yang buruk dari tindakan tersebut.
- Tayangan pendidikan akan bermanfaat bagi para pelajar. Sekarang ini televisi memiliki metode belajar atau mendidik yang dikemas dalam situasi

yang menghibur. Salah satunya acara "*Rangking 1*" di Trans TV. Acara ini cukup disukai pemirsa karena mengupas dan menggali pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya pengetahuan dan sangat mendidik. Seorang pelajar pun bisa menambah wawasan dari acara televisi tersebut.

- Jika media menayangkan program yang mengandung materi inovasi. Misalnya bagaimana cara membuat benda-benda tertentu yang dapat berimplikasi pada penerapan yang dapat menghidupkan perekonomian masyarakat.
- Televisi adalah salah satu hiburan untuk pelampiasan kepenatan otak. Pemirsa dapat menyegarkan diri (*refreshing*) dengan menonton tayangan hiburan yang disajikan oleh stasiun televisi. Mulai dari acara kuis, film, sinetron, lawak, atau hiburan-hiburan yang lain.

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

- Televisi banyak menampilkan tokoh-tokoh, pelaku bisnis, pejabat yang memiliki pengaruh (figuritas) yang baik/positif, apakah dalam dunia bisnis, budaya maupun pendidikan, sehingga figurinya dapat menginspirasi dan memotivasi seseorang untuk mencontoh kesuksesan mereka.

- Media sebagai kekuatan strategis dalam menyebarkan informasi merupakan salah satu otoritas sosial yang berpengaruh dalam membentuk sikap dan norma sosial suatu masyarakat. Media massa dapat menyuguhkan teladan budaya yang bijak untuk mengubah perilaku masyarakat.

b. Dampak Negatif Televisi

Dari berbagai penelitian dan berbagai sumber, dapat disarikan dampak negatif televisi terhadap pemirsanya, termasuk anak-anak adalah sebagai berikut:

1. Dampak televisi secara umum:

- Dapat merusak mental sekaligus pola pikir anak-anak. Anak balita yang sering menonton

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

TV cenderung memiliki keterlambatan perkembangan kognitif dan bahasa dalam 14 bulan, terutama jika mereka sedang menonton program televisi yang ditujukan untuk orang dewasa dan remaja.

- Mengajarkan dan menanamkan budaya komersil atau konsumerisme dalam diri anak-anak. Televisi mampu meningkatkan daya konsumtif masyarakat. Di televisi, banyak iklan yang menyajikan beragam barang. Terbukti banyak pemirsa (baik orang dewasa maupun anak kecil) yang telah menjadi korban iklan televisi.
- Televisi dapat berdampak negatif pada kesehatan badan. Menonton televisi terus-menerus dapat membuat mata lelah. Mata juga perlu istirahat dan tidak menonton televisi dalam waktu lama. Bahkan ada studi terbaru dari Inggris yang mengungkapkan setiap menonton televisi satu jam sehari dapat meningkatkan resiko penyakit jantung sekira

tujuh persen. Di Inggris, diketahui rata-rata orang menghabiskan waktu sekitar empat jam per hari untuk berada di depan televisi. Hal ini sungguh mengkhawatirkan, karena penyakit jantung masih menjadi penyebab kematian tertinggi di Inggris. Setidaknya data menunjukkan bahwa penyakit jantung telah membunuh sekira 193 ribu orang per tahun.

- Televisi tak jarang dapat melalaikan waktu bekerja, beribadah dan melupakan kewajiban lainnya yang lebih penting.
- Mengganggu jam belajar anak. Kecenderungannya program tayangan anak ditempatkan di jam-jam belajar anak atau waktu sekolah anak yang berakibat anak tidak mau sekolah dan enggan belajar.
- Televisi juga menghadirkan dunia yang rekayasa hasil bentukan media berdasarkan

konstruksi media itu sendiri. Tak jarang justru menjadi aneh (maya). Tidak sesuai pada realitas sosial.

2. Dampak Tayangan Kekerasan:

- *Desensitisasi* kekerasan. Yakni penumpukan kepekaan terhadap kekerasan. Ketika kekerasan tak lagi dianggap sebagai hal yang luar biasa. Maka, tatkala masyarakat terpa oleh informasi kekerasan secara berulang kali dalam waktu yang lama, dan menganggap realitas media tidak berbeda dengan realitas nyata, perilaku kekerasan pun kian disahkan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya: masyarakat ramai-ramai menghakimi pelaku kriminalitas, memukuli maling sampai mati, dan lain-lain.
- Ada salah satu studi khusus terhadap dampak tayangan kekerasan di media terhadap anak. Penelitian yang dilakukan Ron Solby dari Universitas Harvard menggolongkan ada 4 (empat) macam



Dampak TV dapat meningkatkan sifat agresor dari anak

kekerasan dalam televisi terhadap perkembangan kepribadian anak:

1. Dampak agresor dari anak, dimana sifat jahat dari anak akan semakin meningkat.
2. Dampak korban dimana anak menjadi penakut dan semakin sulit mempercayai orang lain.
3. Dampak pemerhati, anak semakin kurang peduli terhadap kesulitan orang lain.
4. Dampak nafsu dengan meningkatnya keinginan anak untuk melihat atau melakukan kekerasan dalam mengatasi setiap persoalan.

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

3. Dampak Tayangan Seks (pornografi):

- Tayangan yang mengandung unsur seksualitas akan berpengaruh kepada anak usia dini. Mereka menjadi lebih cepat matang secara seksual, berperilaku psikososial yang melebihi usia, dan lain-lain.
- Data di Amerika tahun 1993 menunjukkan bahwa 70% remaja perempuan dan 80% remaja pria pernah berhubungan seks di usia 20 tahun dan satu dari tujuh orang di antara mereka tertular penyakit. Beberapa di antaranya terkena AIDS, dan 25% kehamilan terjadi pada remaja usia di bawah 20 tahun.
- Efek yang ditimbulkan dari mengonsumsi media bermuatan seks adalah: *arousal*, yakni efek langsung seks di media adalah *sexual arousal* (terbangkitnya naluri seksual), dorongan yang meningkatkan perilaku seksual. Media yang berorientasi seksual memang sengaja ditujukan untuk membangkitkan naluri seksual konsumennya. Lalu perubahan itu

Akan dapat mempengaruhi nilai dan sikapnya sehari-hari.

- Media yang bermuatan seks akan memberikan pelajaran tentang perilaku seks kepada masyarakat. Tayangan pornografi akan menambah maraknya peristiwa *sex crimes*. Karena orang akan meniru tayangan tersebut.
- Desensitisasi dan desakralisasi. *Desensitisasi* seksualitas menyebabkan penumpukan kepekaan ketika adegan seksual di hadapannya sudah dianggap sesuatu yang lazim dilakukan. Dampak desakralisasi seksualitas, menghancurkan lembaga pernikahan dan menurunkan nilai-nilai kesakralan pernikahan itu sendiri (maraknya seks bebas, dan lain-lain).

Upaya Mengatasi Dampak Buruk Televisi

Tidak disarankan orangtua melarang anak (usia 5 tahun ke atas) untuk sama sekali tidak menonton televisi. Sebab televisi sudah menjadi bagian kehidupan kita sehari-hari. Yang

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

dikhawatirkan, jika terjadi pelanggaran tersebut maka akan berakibat anak lebih memilih untuk menyaksikan tayangan di tempat lain tanpa sepengetahuan orang tuanya. Ini akan lebih membahayakan karena boleh jadi tayangan yang disaksikan anak itu adalah siaran yang bermasalah, dan orangtua tidak dapat mengontrol hal tersebut.

Ada banyak upaya untuk mengantisipasi dampak buruk televisi terhadap anak.

- Tidak menempatkan televisi di kamar anak. Karena dampak yang paling buruk adalah anak hanya akan terbiasa tidur dengan ditemani televisi.
- Rekomendasi dari *American Academy of Pediatric (AAP)*, anak yang berusia kurang dari dua tahun, sebaiknya tidak boleh menonton TV. Sementara anak usia satu hingga tiga tahun waktu menonton dibatasi. Sedangkan pada bayi belum masanya. Bila terlalu lama menonton televisi, VCD, dan game komputer, mata anak akan cepat lelah dan tidak sehat. Mata yang lelah akan berpengaruh pula pada

saraf otak. Otot mata akan terus berkontraksi dan letih. (lihat: dampak buruk televisi). Anak di bawah 10 tahun sebaiknya dihindarkan dari tayangan agresi-fitas yang mengarah pada kekerasan.

- Anak diberikan batasan waktu menonton televisi sehari sebanyak-banyaknya selama dua jam saja.
- Orangtua harus mendampingi anak dalam menonton televisi. Bersama-sama dengan anak memutuskan tayangan atau program anak yang mana saja yang akan disaksikan bersama. Bersama-sama memilih program yang edukatif, informatif dan tidak mengandung kekerasan, seks dan mistis (tahayul). Anak diberi bimbingan dengan penjelasan terhadap materi dan isi tontonan saat menyaksikan tayangan televisi.
- Bagi orangtua yang keduanya bekerja, anak harus didampingi oleh pengasuhnya. Maka orangtua harus memberi pengarahan kepada pengasuh tersebut sebelum berangkat bekerja, menanyakan kegiatan anaknya ke-

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

tika orangtua berada di kantor, dan kembali menanyakan ketika sudah berada di rumah. Orangtua yang bekerja wajib menyediakan waktu semaksimal mungkin untuk pendampingan anak menonton televisi.

- Orangtua bersama anak dapat melakukan kegiatan di luar rumah yang positif dan mendukung perkembangan otak anak. Misalnya: olah raga, dan aktivitas fisik untuk menjalin kebersamaan keluarga secara seimbang dan teratur. Ini adalah upaya untuk mengalihkan ketergantungan anak terhadap menonton acara televisi.

Peran KPI Mengurangi Dampak Buruk Televisi

Seperti yang disebutkan di atas bahwa televisi memiliki andil besar terhadap perkembangan bangsa ini. Media yang sehat akan menghasilkan masyarakat yang sehat pula. Menjunjung tinggi nilai, norma serta masih mengutamakan keberadaan perilaku dengan akhlak yang baik.

Sayangnya, saat ini idealisme pengelola televisi untuk mengutamakan aspek pendidikan dibanding kepentingan bisnis semakin berkurang. Program-program yang berkualitas menjadi sangat langka dibandingkan dengan program yang non-edukasi, dan konsumtif.

KPI masih sering menemukan tayangan bermasalah di televisi. Pengaduan masyarakat juga masih berdatangan mengeluhkan beragam masalah di televisi yang dinilai menyimpang. Walaupun demikian banyaknya pengaduan masyarakat tidak semuanya direspon dengan teguran atau sanksi yang dikeluarkan



Grafik Pengaduan: Lembaga penyiaran yang bersiaran nasional yang didirikan oleh publik kepada KPI Pusat secara berturut-turut berdasarkan jumlah pengaduan adalah RCTI, ANTV, Trans TV, SCTV, Indosiar, TV One, MetroTV, dan Televisi.

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayak

KPI. Mengingat aduan yang dikeluhkan tak jarang hanya mengeluhkan jalan cerita dari program tersebut, komentar terhadap presenter, dan lain sebagainya.

Program tayangan televisi yang sering mendapat pengaduan masyarakat adalah isi siaran yang mengandung kekerasan, pronografi, mistik, dan program dewasa yang tayang di jam-jam anak. Lembaga penyiaran tak jarang "lupa" mencantumkan klasifikasi kode khalayak untuk panduan menonton televisi. Atau hanya sesaat saja mencantumkannya.

KPI berupaya melaksanakan tugas sesuai dengan amanah UU Penyiaran. Di dalam pasal 8 UU Penyiaran No. 32/2002, KPI sebagai wujud peran serta masyarakat dan mewakili kepentingan masyarakat di dalam penyiaran, akan melaksanakan tugasnya menjamin masyarakat mendapatkan informasi yang layak dan benar, sesuai dengan hak azasi manusia. KPI juga akan mengingatkan dan memberikan sanksi jika lembaga penyiaran melakukan pelanggaran peraturan KPI.

Tiga arah sinergi KPI adalah: masyarakat, pemerintah, dan lembaga penyiaran. Implementasi melakukan pemberdayaan masyarakat dilaksanakan KPI dalam bentuk sosialisasi peraturan penyiaran dan melalui kegiatan literasi media. Mengajak masyarakat untuk selalu kritis terhadap media, sehingga nantinya akan menghasilkan agen-agen di masyarakat yang siap membantu untuk menularkan pemahamannya kepada masyarakat luas yang awam media menjadi paham media.

Di dalam bidang infrastruktur perizinan, KPI pun memulai mengawal langkah-langkah pemohon atau lembaga penyiaran sejak melaksanakan proses izin ketika Evaluasi Dengar pendapat (EDP). KPI bersama masyarakat secara tegas mempertanyakan kesungguhan lembaga penyiaran tersebut untuk benar-benar melaksanakan peraturan yang berlaku. KPI juga akan menyeleksi lembaga penyiaran mana yang layak atau tidak cukup layak berada di tengah-tengah masyarakat.

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayakan

Perjanjian kesungguhan pemohon dalam melaksanakan peraturan tersebut dilakukan secara tertulis. Pada saat Pra Forum Rapat Bersama (FRB) dan FRB, KPI bersama Pemerintah (Kementerian Komunikasi dan Informatika/Kemkominfo) kembali mempertanyakan kesungguhan dan kesediaan mereka baik dari isi siaran, kelembagaan maupun dari sisi infrastruktur. Ketika sampai pada Evaluasi Uji Coba Siaran (EUCS), KPI dan Pemerintah menguji komitmen yang telah dibuat oleh lembaga penyiaran selama proses siaran yang telah berlangsung. Setelah itu, jika lulus dalam penilaian KPI bersama Pemerintah (Kementerian Komunikasi dan Informatika), serta Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi maka pemohon berhak memperoleh Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) tetap.

Langkah-langkah tersebut di atas adalah salah satu upaya KPI menjaga dan mengawal lahirnya lembaga penyiaran yang profesional, bertanggungjawab dan berpihak terhadap kepentingan publik. Yang paling penting adalah didukung oleh sumber daya manusia (SDM)

penyiaran yang profesional. Sesuai dengan pasal 8 ayat 3 (f) UU Penyiaran: "KPI memiliki tugas menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang profesionalitas di bidang penyiaran."

Sementara itu KPI sebagai lembaga negara independen juga akan mengawal kebijakan Pemerintah agar tetap berorientasi pada kepentingan publik. Karena jika tidak, maka publik akan dirugikan dan penyiaran tidak akan berkembang dalam persaingan yang sehat. Bukankah frekuensi itu adalah milik publik?

Referensi:

Buku:

Asa, Arthur Berger (Alih bahasa: Setio Budi HH). *Media Analysis Techniques* (Teknik-teknik Analisis Media. 2000. Univ. Atmajaya: Yogyakarta.
Bryant, Jennings & Dolf Zillmann, *Media Effect Advance in Theory and Research*. 2002. Lawrence Erlbaum associates, inc, Publishers: New Jersey. Bungin, Burhan, S.Sos. M.Si,

Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi Masyarakat, 2007. Kencana: Jakarta.
Danesi, Marcel, *Pesan, Tanda, dan Makna*, 2010, Jalasutra: Yogyakarta
Nurudin, M.Si, *Pengantar Komunikasi Massa*, 2007. Raja Grafindo Persada: Jakarta
Sobur, Alex, M.Si. *Analisis Teks media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. 2004. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Internet:

Kompasiana.com <http://a9uszt-akava.blogspot.com/2011/04/televisi.html>, diakses tanggal 18 April 2011
<http://hileud.com/media-harus-pertimbangkan-dampak-pemberitaan-video-porno.html> diakses tanggal 18 April 2011
<http://m.kapanlagi.com/showbiz/selebri/saksi-hadi-supeno-paparkan-empat-dampak-video-ariel.html>, diakses tanggal 18 April 2011
Televisi & Kode yang Melindungi Anak, <http://ideaswan.blogspot.Com/2008/06/televisi-kode-yang-melindungi-anak.html> diakses tanggal 21 April 2010

Berbagai Dampak Tayangan Televisi Terhadap Khalayakan

<http://dunia-ibu.co.cc/tag/-penelitian-data-keterlambatan-bahasa-balita-akibat-menonton-tv>, diakses tanggal 18 April 2011
<http://mediaanakindonesia.Wordpress.com/2010/12/24/bahaya-dan-pencegahan-dampak-televisi-dan-game-bagi-anak/>, diakses pada 18 April 2011
Agresivitas Tayangan TV, <http://m.intisari-online.Com/home/read/299/-agresivitas-tayangan-teve>, diakses tanggal 20 April 2011
<http://mediaanakindonesia.Wordpress.com/2010/12/24/bahaya-dan-pencegahan-dampak-televisi-dan-game-bagi-anak/>, op.Cit. diakses pada 18 April 2011

10 Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

Oleh: Judhariksawan¹

Pendahuluan

Gerakan reformasi 1998 tidak hanya mengubah tatanan sistem pemerintahan, akan tetapi berpengaruh terhadap sistem hukum nasional ke arah yang lebih demokratis. Salah satu ciri negara hukum yang demokratis tersebut adalah jaminan secara luas terhadap perlindungan Hak Asasi Manusia (HAM) bagi setiap warga negara di dalam konstitusi. Jaminan kemerdekaan berpendapat dan memperoleh informasi diatur dalam Pasal 28F UUD 1945, yang berbunyi: *Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.*

Dianutnya sistem negara dan hukum yang demokratis menjadi landasan

filosofi penyusunan Undang-Undang nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran). Demokratisasi penyiaran diakselerasikan pada konsep keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*) dan keberagaman muatan siaran (*diversity of content*). Maksud dari prinsip keberagaman muatan siaran adalah tersedianya informasi yang beragam bagi publik baik berdasarkan jenis program maupun isi program. Sedangkan prinsip keberagaman kepemilikan adalah jaminan bahwa kepemilikan media massa penyiaran di Indonesia tidak terpusat dan dimonopoli oleh segelintir orang atau lembaga saja.

Demokratisasi penyiaran juga mengusung semangat desentralisasi melalui Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) yang menghapus model siaran nasional yang berpusat di Jakarta, tetapi mengembangkan stasiun-stasiun lokal yang dapat beroperasi



¹ Komisiner KPI Pusat 2010-2013

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

mandiri atau membentuk suatu jaringan bisnis dan program. SSJ tidak hanya merupakan bentuk pemerataan kesempatan berusaha dalam bidang penyiaran, namun lebih jauh lagi ingin mengangkat keanekaragaman sosial-budaya daerah masing-masing ke dalam media penyiaran

Selain gagasan demokratisasi, filosofi normatif UU Penyiaran menegaskan bahwa spektrum frekuensi radio yang merupakan ranah publik. Hal ini ditegaskan dalam ketentuan menimbang butir b, bahwa “spektrum frekuensi radio merupakan sumber daya alam terbatas dan merupakan kekayaan nasional yang harus dijaga dan dilindungi oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat sesuai dengan cita-cita Proklamasi 17 Agustus 1945”.

Gagasan yang terkandung dalam nomenklatur “ranah publik” tersebut adalah bahwa setiap orang dapat menggunakan spektrum frekuensi radio. Namun, karena keterbatasannya, hanya sejumlah kecil orang saja yang berhak menggunakannya di bawah pengaturan

oleh negara. Atas dasar inilah harus ada jaminan bahwa pihak yang memperoleh izin atau lisensi untuk menggunakan spektrum frekuensi radio tersebut harus menghormati hak semua orang yang tidak dapat menggunakannya.

Sebagai ranah publik yang terbatas, penggunaan atau pemanfaatan spektrum frekuensi radio harus sebesar-besarnya bagi kepentingan publik. Sebesar-besarnya bagi kepentingan publik artinya adalah media penyiaran harus menjalankan fungsi pelayanan informasi publik yang sehat. Informasi terdiri dari bermacam-macam bentuk, mulai dari berita, hiburan, ilmu pengetahuan, dan sebagainya. Izin penggunaan spektrum frekuensi radio memiliki batas waktu dan tidak dipandang sebagai hak kebendaan yang dapat dimiliki selamanya.

Sejalan dengan konsep *civil society* di alam negara modern, proses demokratisasi di Indonesia hendak pula meminimalkan intervensi pemerintah dalam urusan publik. Akibatnya, karena spektrum frekuensi dan penyiaran dipandang sebagai ranah publik, maka gagasan

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

UU Penyiaran telah menempatkan publik sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran. Untuk mengendalikannya, UU Penyiaran telah membentuk suatu badan khusus yang merupakan representasi publik dalam sistem pengaturan penyiaran di Indonesia, yaitu adanya Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

KPI adalah lembaga negara yang bersifat independen mengatur hal-hal mengenai penyiaran. Spirit pembentukan KPI adalah pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan independen yang bebas dari campur tangan pemodal maupun kepentingan kekuasaan demi menjamin pemanfaatan ranah publik sebesar-besarnya untuk kepentingan publik.

Dalam rangka menjalankan fungsinya, KPI memiliki otoritas menyusun dan mengawasi berbagai peraturan penyiaran yang menghubungkan antara lembaga penyiaran, pemerintah dan masyarakat. Pengaturan ini mencakup semua daur proses kegiatan penyiaran, mulai dari tahap pendirian, operasionalisasi,

pertanggungjawaban, dan dan evaluasi. Dalam melakukan keseluruhan ini, KPI berkoordinasi dengan pemerintah dan lembaga negara lainnya, karena spektrum pengaturannya yang saling berkaitan. Ini misalnya terkait dengan kewenangan yudisial dan yustisial karena terjadinya pelanggaran yang oleh UU Penyiaran dikategorikan sebagai tindak pidana. Selain itu, KPI juga berhubungan dengan masyarakat dalam menampung dan menindaklanjuti segenap bentuk apresiasi masyarakat terhadap lembaga penyiaran maupun terhadap dunia penyiaran pada umumnya.

KPI terdiri atas KPI Pusat dibentuk di tingkat pusat/nasional dan KPI Daerah dibentuk di tingkat provinsi. Anggota KPI Pusat (KPIP) berjumlah 9 (sembilan) orang dan KPI Daerah (KPID) berjumlah 7 (tujuh) orang. Masa jabatan keanggotaan KPI Pusat dan KPI Daerah adalah 3 (tiga) tahun dan dapat dipilih kembali hanya untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya. Pendanaan KPI Pusat berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan pendanaan KPI Daerah berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah.

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

Dalam menjalankan fungsi, tugas, wewenang dan kewajibannya, KPI Pusat diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, dan KPI Daerah diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi. KPI sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi memwadhahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran. Dalam menjalankan fungsinya KPI mempunyai wewenang:

1. menetapkan standar program siaran;
2. menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran;
3. mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran;
4. memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran;
5. melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

Berdasarkan UU Penyiaran, KPI mempunyai tugas dan kewajiban :

1. menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang la-

yak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia;

2. ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran;
3. ikut membangun iklim persaingan yang sehat antar lembaga penyiaran dan industri terkait;
4. memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang;
5. menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran; dan
6. menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran.

Salah satu kewenangan KPI dalam UU Penyiaran adalah menyusun dan menetapkan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS). P3 dan SPS disusun dengan dasar pertimbangan bahwa dalam rangka pengaturan perilaku lembaga penyiaran dan lembaga-lembaga lain yang terlibat dalam dunia penyiaran di Indonesia dibutuhkan suatu pedoman yang wajib dipatuhi

agar pemanfaatan frekuensi radio yang merupakan sumber daya alam terbatas dapat senantiasa ditujukan untuk kemaslahatan masyarakat sebesar-besarnya.

Alasan pemikiran lain adalah bahwa dengan munculnya stasiun-stasiun televisi dan radio baru di seluruh pelosok Indonesia, harus disusun standar baku yang mampu mendorong lembaga penyiaran untuk memperkuat integrasi nasional, terbina-nya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera.

P3 dan SPS adalah ketentuan-ketentuan bagi Lembaga Penyiaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia untuk menjadi panduan tentang batasan apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan dalam menyelenggarakan penyiaran dan mengawasi sistem penyiaran nasional Indonesia. P3 dan SPS ditetapkan oleh KPI berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku, nilai-nilai agama, norma-

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

norma yang berlaku dan diterima dalam masyarakat, kode etik, serta standar profesi dan pedoman profesi yang dikembangkan masyarakat penyiaran. P3SPS ditetapkan berdasarkan asas kepastian hukum, asas kebebasan dan bertanggung jawab, asas manfaat, asas adil dan merata, asas keberagaman, asas kemandirian, asas kemitraan, asas keamanan, dan etika profesi.

P3SPS bertujuan agar lembaga penyiaran:

- A. Menjunjung tinggi dan meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- B. Meningkatkan kesadaran dan ketaatan terhadap hukum dan segenap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia;
- C. Menghormati dan menjunjung tinggi norma dan nilai agama dan budaya bangsa yang multi-kultural;
- D. Menghormati dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip demokrasi;
- E. Menghormati dan menjunjung tinggi hak-hak asasi manusia;
- F. Menghormati dan menjunjung tinggi hak-hak dan kepentingan publik;

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

- G. Menghormati dan menjunjung tinggi hak-hak anak, remaja, dan perempuan;
- H. Menghormati dan menjunjung tinggi hak-hak kelompok masyarakat minoritas dan marginal; dan
- I. Menjunjung tinggi prinsip-prinsip jurnalistik.

KPI juga menekankan kewajiban bagi Lembaga Penyiaran untuk menghormati perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, dan hak pribadi maupun kelompok, yang mencakup keragaman budaya, usia, gender, dan kehidupan sosial ekonomi. Selain itu Lembaga Penyiaran dilarang merendahkan suku, agama, ras, antargolongan dan/atau melecehkan perbedaan individu dan/atau kelompok, yang mencakup, usia, gender, dan kehidupan sosial ekonomi. Lembaga Penyiaran juga harus melakukan penghormatan terhadap norma kesopanan dan kesusilaan. Dengan penekanan bahwa Lembaga Penyiaran harus berhati-hati agar tidak merugikan dan menimbulkan efek negatif terhadap keberagaman khalayak baik dalam agama, suku, budaya, usia,

gender dan/atau latar belakang ekonomi. Serta Lembaga penyiaran wajib menghormati norma kesopanan dan kesusilaan yang berlaku dalam masyarakat.

Hal lain yang juga diatur dalam P3SPS adalah tentang perlindungan terhadap anak-anak, remaja dan perempuan. Juga perlindungan terhadap kelompok masyarakat minoritas dan marginal. Dalam konteks ini, yang digolongkan oleh KPI sebagai masyarakat minoritas dan marginal meliputi: kelompok pekerja yang dianggap marginal, kelompok masyarakat yang kerap dianggap memiliki penyimpangan orientasi seksual, kelompok masyarakat dengan ukuran fisik diluar normal, kelompok masyarakat yang memiliki cacat fisik, kelompok masyarakat yang memiliki keterbelakangan mental, dan kelompok masyarakat dengan pengidap penyakit tertentu.

Berbagai pembatasan juga diatur dalam P3SPS. Pembatasan itu berlaku terhadap adegan seksual, adegan kekerasan, muatan program siaran yang berkenaan dengan

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

Berbagai pembatasan juga diatur dalam P3SPS. Pembatasan itu berlaku terhadap adegan seksual, adegan kekerasan, muatan program siaran yang berkenaan dengan narkoba, psikotropika, dan zat adiktif (NAPZA), alkohol, rokok, dan perjudian, muatan program mistik dan supranatural. Pembatasan ini disesuaikan dengan penggolongan program siaran, yang diklasifikasikan oleh KPI dalam 4 (empat) kelompok usia.²

Lembaga penyiaran wajib menayangkan klasifikasi program siaran sepanjang penyiaran program siaran. Juga diwajibkan bagi Lembaga Penyiaran dalam menyiarkan program siaran yang berklasifikasi A dan/atau R harus memberikan peringatan dan himbauan tambahan tentang arahan dan bimbingan orangtua (BO) terhadap anak dan/atau remaja yang akan menonton program dan isi siaran tersebut.

Salah satu bentuk partisipasi masyarakat, adalah kelompok orang tua siswa yang mengamati TV dan memberikan masukan kepada KPI, tentang tontonan yang dibutuhkan oleh anak-anak mereka .



² Kelompok klasifikasi usia :
- Klasifikasi P: Tayangan untuk Anak Pra Sekolah, yakni khalayak berusia 3-6 tahun;
- Klasifikasi A: Tayangan untuk Anak, yakni khalayak berusia di bawah 7-12 tahun;
- Klasifikasi R: Tayangan untuk Remaja, yakni khalayak berusia 13-17 tahun; dan
- Klasifikasi D: Tayangan untuk Dewasa, yakni khalayak di atas 18 tahun dan/atau sudah menikah.



Bimbingan orangtua terhadap anak dan/atau remaja yang akan menonton program dan isi siaran sangat diperlukan

Berkaitan dengan penegakan pelaksanaan pengawasan dan penegakan hukum, diatur pada Pasal 53 bahwa bila terjadi pelanggaran atas P3 dan SPS, maka yang bertanggungjawab adalah lembaga penyiaran yang menyiarkan program yang mengandung dugaan pelanggaran tersebut. Ketentuan ini berlaku untuk seluruh jenis program, baik faktual maupun non-faktual, program yang diproduksi sendiri maupun yang dibeli dari

pihak lain, program yang dihasilkan dari suatu kerjasama produksi maupun yang disponsori.

Peran Serta Masyarakat

Dalam UU Penyiaran Pasal 52, diatur mengenai peran serta masyarakat terhadap penyiaran. Walaupun secara prinsip KPI merupakan representasi masyarakat, akan tetapi itu tidak berarti bahwa masyarakat sebagai pihak yang secara langsung bersentuhan dengan muatan siaran tidak mempunyai peranan. Pasal 52 ayat (1) bahkan secara tegas mengatur bahwa “setiap warga negara Indonesia memiliki hak, kewajiban, dan tanggung jawab dalam berperan serta mengembangkan penyelenggaraan penyiaran nasional”.

Substansi norma demikian tidak hanya memberikan hak akan tetapi meletakkan kewajiban dan bahkan tanggungjawab kepada masyarakat dalam rangka pengembangan penyiaran. Sehingga masyarakat tidak boleh mengabaikan bilamana terjadi hal-hal dalam penyiaran yang tidak

berkesesuaian dengan norma hukum ataupun norma-norma yang hidup dalam masyarakat.

Proses pelibatan masyarakat atau wujud peran serta masyarakat dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, baik secara individual maupun secara kelembagaan. Pasal 52 ayat (2) mengatur bahwa “organisasi nirlaba, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan kalangan pendidikan, dapat mengembangkan kegiatan literasi dan/atau pemantauan Lembaga Penyiaran”. Aturan ini mengajak seluruh elemen masyarakat untuk dapat membentuk lembaga-lembaga pemantau siaran independen secara swadaya atau berafiliasi dengan lembaga tertentu. Tidak ada aturan tentang bagaimana bentuk atau struktur organisasi lembaga pemantau, sehingga sewajarnya disusun sesuai kebutuhan dan ketersediaan sumber daya. Demikian pula dengan bentuk-bentuk kegiatan pemantauan serta literasi media yang dilakukan.

Arti penting keterlibatan masyarakat dalam proses pemantauan dan literasi media adalah agar penyiaran

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

dapat diselenggarakan sesuai dengan arah dan tujuan yang hendak dicapai. Berdasarkan UU Penyiaran, arah dan tujuan penyiaran Indonesia adalah untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. Di samping itu, keterlibatan langsung masyarakat dapat menjadi kontrol sosial terhadap pemanfaatan spektrum frekuensi sebagai ranah publik, agar amanat yang dipercayakan kepada pengguna spektrum frekuensi benar-benar menyelenggarakan siarannya sebesar-besarnya demi kepentingan publik.

Selain membentuk lembaga pemantauan dan literasi media, masyarakat juga dapat secara langsung menyampaikan aduan berupa keberatan-keberatan terhadap program siaran yang dinilai melanggar peraturan perundang-undangan atau yang merugikan.

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

Dasar hukum yang melindungi kegiatan ini adalah Pasal 52 ayat (3) UU Penyiaran.

Berdasarkan ketentuan tersebut, aduan masyarakat dapat disalurkan secara langsung kepada lembaga penyiaran yang dimaksud telah menyalahi dan atau merugikan tersebut, atau dapat pula melakukan pengaduan kepada Komisi Penyiaran Indonesia, baik di Pusat maupun di Daerah. Telah ditegaskan dalam Pasal 8 ayat (5) UU Penyiaran bahwa KPI berkewajiban untuk menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran.

Mekanisme pengaduan melalui Komisi Penyiaran Indonesia dapat dilakukan dalam berbagai cara dan sarana. Dapat melalui surat menyurat biasa, surat elektronik (*e-mail*), faksimili, atau melalui telepon. Dalam situs internet resmi KPI (www.kpi.go.id) telah disediakan pula pojok aduan sehingga masyarakat yang hendak menyampaikan aduannya dapat dengan mudah melakukannya melalui situs internet

tersebut. Pada situs internet itu pula dapat diketahui informasi tentang program siaran dan lembaga penyiaran apa yang telah menerima aduan masyarakat serta bagaimana tindak lanjut dari aduan tersebut dilakukan oleh KPI.

Hal terpenting dalam proses pengaduan adalah aduan harus disampaikan secara jelas dan bertanggungjawab. Jelas artinya memuat informasi tentang tayangan program siaran (mata acara) mana yang diadukan, termasuk informasi tentang tanggal dan jam penayangan. Demikian pula harus jelas tentang nama lembaga penyiaran yang menyiarkannya. Jika memungkinkan, sangat dianjurkan untuk menjelaskan apa bentuk dugaan pelanggaran dan atau kerugian yang menjadi dasar aduan. Dasar pertimbangan utama bagi KPI dalam menerima aduan dari masyarakat adalah UU Penyiaran dan Pedoman Perilaku dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) sehingga indikator yang digunakan dalam pengaduan tersebut juga harus berlandaskan sumber hukum yang sama.

Bertanggungjawab dimaksudkan bahwa setiap individu atau kelompok masyarakat yang menyampaikan aduan wajib menyertakan keterangan identitas diri. Keterangan itu termasuk nama lengkap, alamat tempat tinggal, nomor telepon, alamat e-mail (jika ada) dan kota tempat tinggal. Identitas ini sangat penting sebagai alat klarifikasi kebenaran adanya aduan dan menghindarkan dari upaya kebohongan publik.

Bilamana individu atau kelompok masyarakat yang menyampaikan aduan merasa kurang cukup aman kalau identitasnya disebarluaskan, maka dapat meminta kepada KPI agar merahasiakan identitas lengkap atau salah satu dari keterangan yang diberikan. Misalnya, alamat rumah atau nomor telepon. Walaupun KPI wajib meneruskan aduan kepada lembaga penyiaran, KPI umumnya tidak menyertakan data lengkap yang bersifat sangat pribadi atau yang dapat disalahgunakan oleh pihak lain. Terutama terhadap aduan-aduan yang berpotensi dijatuhi sanksi oleh KPI.

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

Setiap aduan yang masuk akan diteruskan oleh KPI kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan. Bilamana dalam meneliti aduan yang diterima ditemukan hal-hal yang sifatnya krusial, maka KPI dapat menjadikan aduan masyarakat tersebut sebagai dasar untuk menjatuhkan sanksi administratif sesuai kewenangan KPI, atau menyampaikan kepada pihak aparat penegak hukum berwenang bilamana terindikasi sebagai tindak pidana penyiaran. Penjatuhan sanksi administratif oleh KPI berdasarkan UU Penyiaran dan P3SPS, dapat berupa:

- A. Teguran tertulis;
- B. Penghentian sementara mata acara yang bermasalah setelah melalui tahap tertentu;
- C. Pembatasan durasi dan waktu siaran;
- D. Denda administratif;
- E. Pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu;
- F. Tidak diberi perpanjangan izin penyelenggaraan penyiaran;
- G. Pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran.

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

Khusus untuk sanksi penghentian sementara, tahap-tahap yang harus dilakukan oleh KPI sebelum menetapkan sanksi tersebut adalah:

- A. Tahap pemeriksaan bukti pelanggaran;
- B. Tahap penelitian dan penilaian pelanggaran;
- C. Tahap klarifikasi;
- D. Tahap keputusan sanksi administratif.

Sementara itu, akibat adanya putusan Mahkamah Konstitusi terhadap gugatan beberapa pihak atas UU Penyiaran, maka khusus sanksi pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu, serta pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran, hanya dapat dilakukan oleh KPI setelah adanya putusan pengadilan yang bersifat tetap terhadap pelanggaran isi siaran oleh lembaga penyiaran. Hal yang belum diatur dan belum dilaksanakan selama ini adalah penjatuhan sanksi denda administratif karena belum adanya Peraturan Pemerintah tentang besaran dan tata cara penjatuhan sanksi denda. Peraturan Pemerintah dibutuhkan sesuai amar putusan Mahkamah Konstitusi dan melibatkan kewenangan Pemerintah dalam hal

penetapannya. Peran serta masyarakat dalam penyiaran tidak hanya dalam bentuk aduan terhadap pelanggaran dan atau kerugian akibat penyiaran. Apresiasi terhadap tayangan yang dinilai bermanfaat, mendidik, dan atau sesuai kepentingan publik juga perlu dilakukan. Penyampaian apresiasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan mekanisme yang serupa dengan cara menyampaikan pengaduan keberatan atas tayangan bermasalah. Apresiasi ini akan sangat bermanfaat bagi lembaga penyiaran untuk mengetahui sejauh mana dampak dan manfaat dari program siaran yang mereka tayangkan, serta sebagai alat ukur untuk meningkatkan kualitas program siaran.

Bagi KPI, apresiasi akan membantu dalam rangka KPI menyusun sistem laporan monitoring lembaga penyiaran yang dilakukan setiap akhir bulan. Laporan monitoring ini akan menunjukkan prestasi dan pelanggaran yang telah dilakukan lembaga penyiaran untuk kemudian diharapkan menjadi dasar pengembangan program lembaga penyiaran yang bersangkutan. Baik pengaduan keberatan maupun apresiasi

masyarakat, juga dapat bermanfaat sebagai bentuk *rating* pembandingan dari bentuk penyelenggaraan *rating* yang selama ini telah digunakan oleh lembaga penyiaran.

Penutup

Walaupun Komisi Penyiaran Indonesia merupakan representasi publik dalam mengatur hal-hal mengenai penyiaran, akan tetapi peran serta masyarakat senantiasa tetap dibutuhkan. Sinergi KPI dan masyarakat dalam mengawal penyiaran akan memberikan efek positif bagi lembaga penyiaran untuk menggunakan ranah publik spektrum frekuensi dalam koridor sesungguhnya. Bilamana terlaksana dengan baik maka harapan untuk menjadikan penyiaran sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial yang berasaskan Pancasila dan UUD 1945 dapat terpenuhi.

Peran serta masyarakat dengan membentuk lembaga pemantau di berbagai sektor kehidupan serta peran aktif menyampaikan gagasan, keberatan, kritik serta apresiasi terhadap program siaran adalah

Proses Pengajuan Keberatan Atas Isi Siaran

implementasi dari amanat UU Penyiaran. Peran serta itu juga sebagai wujud tercapainya filosofi utama pengaturan penyiaran Indonesia yang berbasis pada demokratisasi penyiaran.

Broadcaster membuat standar verifikasi program (self-verification program) dan program-program yang lebih merefleksikan opini khalayak.



11 MATERI SOSIALISASI UNTUK ORANG TUA

169



Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

170



Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

HILANGNYA MASA KANAK-KANAK

- Neil Postman (1982 ; 1994) dan David Buckingham (2000) menulis tentang hilangnya masa kanak-kanak pada jutaan anak di seluruh dunia akibat mereka terlalu banyak mengonsumsi isi media elektronik yang kebanyakan berupa materi untuk orang dewasa.
- Banyaknya materi dewasa yang masuk di kepalanya membuat mereka cepat dewasa sebelum waktunya dan ini tentu menimbulkan banyak masalah.
- Hak anak telah diabaikan, bahkan anak dieksploitasi untuk kepentingan bisnis melalui penanaman konsumerisme dengan cara yang halus dan sangat persuasif.



5

PERKEMBANGAN ANAK DAN PEMAHAMANNYA TERHADAP TAYANGAN



BAGIAN 2

6

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

PERKEMBANGAN ANAK

- Dalam psikologi perkembangan, dikenal istilah TUGAS PERKEMBANGAN ANAK, yakni tugas-tugas yang timbul pada masa perkembangan tertentu dalam kehidupan seseorang.
- Bilamana anak berhasil melaksanakan tugas-tugas tersebut maka akan menimbulkan kebahagiaan dan akan diharapkan berhasil pada tugas perkembangan berikutnya.
- Namun sebaliknya bilamana gagal akan timbul ketidak bahagiaan pada diri pribadi yang bersangkutan, dan tidak diterima oleh masyarakatnya. Anak juga diprediksi akan mengalami kesulitan untuk mencapai tugas-tugas perkembangan selanjutnya.



7

MASA PERTENGAHAN KANAK-KANAK

- Belajar keterampilan fisik yang diperlukan untuk bermain.
- Membangun sikap yang sehat sebagai individu yang berkembang.
- Belajar bergaul dengan teman sebaya.
- Mulai mengembangkan sikap maskulin atau feminim yang benar sesuai dengan peran sosialnya.
- Mengembangkan keterampilan dasar dalam membaca, menulis dan berhitung.
- Mengembangkan hati nurani, moralitas dan nilai.
- Mengembangkan sikap terhadap kelompok sosial dan institusi.
- Mencapai kemandirian pribadi.



8

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

MASA PERTENGAHAN KANAK-KANAK

- Berdasarkan teori perkembangan intelektual dari Piaget, anak usia 7-11 tahun berada pada tahap KONKRIT OPERASIONAL dimana mereka dapat berpikir secara logis dan sistematis untuk hal-hal yang atau obyek-obyek yang konkrit.



- Mereka juga menjadi lebih mampu untuk melakukan klasifikasi, menghitung, konsep ruang dan waktu, dan membedakan antara kenyataan dan khayalan.
- Mereka sudah berkurang egosentrisnya sehingga lebih mampu untuk melakukan pemahaman yang logis.
- Kapasitas berpikir meningkat dan lebih terampil menggunakan strategi mengingat seperti mengulang, mengorganisir, mengelaborasi.
- Kemampuan meningkatnya berkembang sangat pesat.

9

PERKEMBANGAN SOSIAL

- Teman sebaya sangat berperan pada pengembangan konsep diri dan harga diri seorang anak.
- Kebanyakan mereka akan memilih teman sebaya yang memiliki kesamaan usia, jenis kelamin, ras dan status sosial ekonomi.
- Persahabatan dimasa ini didasarkan pada rasa nyaman bersama mereka dan ada kesediaan untuk saling memberi dan menerima.
- Memiliki ketrampilan sosial menjadi penting bagi mereka.



10

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

ANAK DAN TELEVISI

- Perhatian anak terhadap TV pada awalnya tinggi namun mulai menurun ketika kebutuhan sosialisasinya makin besar.



- Pemahaman dan kemampuan mengingat isi dan cerita sangat baik.
- Ganti saluran jika sisipan iklan muncul.
- Pada awalnya ketertarikan terhadap iklan tinggi.
- Mengetahui perbedaan antara program dan iklan.
- Paham terhadap tujuan iklan yakni untuk membujuk, dan juga memahami berbagai teknik bujukan.

11

1. ANAK USIA 2-5 TAHUN

- Mengalami peningkatan perhatian yang dramatis terhadap visual TV.
- Kemampuan menangkap cerita belum berkembang.
- Kemampuan mengingat isi cerita tentu perlahan-lahan meningkat.
- Belum dapat membangun hubungan antara gambar dengan baik.
- Lebih dapat meningkatkan kejadian-kejadian yang akhir daripada alur cerita.
- Cenderung lebih menyukai format majalah daripada program-program yang beralur.
- Penggambaran dari program-program yang dramatis kurang lengkap dan kurang terorganisir.
- Masih sering menangkap informasi yang stereotip dibandingkan anak-anak yang lebih tua.
- Cenderung menyimpan gambaran cerita yang sama di dalam memori mereka.
- Pemahaman akan menjadi lebih baik ketika isi disertai gambar-gambar menarik.
- Mempunyai perhatian besar pada iklan.
- Belum cukup mampu membedakan antara TV & iklan.
- Mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap iklan.



12

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

2. ANAK USIA 6-8 TAHUN



- Perhatian terhadap TV semakin meningkat.
- Audio akan makin membantu anak memahami isi acara.
- Pemahaman anak terhadap isi mulai berkembang.
- Ingatan terhadap isi acara tentu meningkat.
- Kesadaran akan hubungan antar gambar meningkat.
- Kemampuan menangkap suatu tayangan mulai meningkat, berkembang baik pada usia 7-8 tahun.
- Menyukai program beralur dan berlanjut.
- Pemahaman akan meingkat jika diikuti oleh gambar-gambar yang penting dan menarik.
- Perhatian terhadap iklan masih tinggi.
- Mulai bisa membedakan antara iklan dan acara TV.
- Masih memiliki kemampuan yang tinggi terhadap iklan.

13

3. ANAK USIA 9-14 TAHUN



- Perhatian terhadap TV mulai menurun dan semakin menurun setelah usia 10 tahun
- Kemampuan memahami dan mengingat isi pokok acara lebih meningkat
- Kemampuan menangkap isi cerita berkembang dengan baik
- Memiliki kemampuan yang baik untuk menyatukan hubungan antar adegan
- Perhatian pada iklan mulai menurun
- Mengganti saluran TV jika ada iklan muncul
- Mulai kurang percaya pada iklan
- Lebih mampu mengingat dan memahami iklan
- Mulai memahami maksud dan persuasif dari iklan

14

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua



- Anak laki-laki banyak menonton televisi dibandingkan anak perempuan.
- Anak pandai secara akademis biasanya kurang menyukai menonton televisi.
- Televisi lebih disukai oleh anak yang berasal dari keluarga dengan tingkat sosioekonomi rendah.
- Menonton televisi lebih diminati oleh anak yang memiliki penyesuaian diri yang buruk.

15

AKSES MEDIA PADA ANAK



- Anak usia 8-18 tahun menghabiskan 7 jam 38 menit untuk mengonsumsi berbagai media dalam sehari dengan urutan:
 - a. TV 4:29 jam
 - b. Musik 2:31 jam
 - c. Komputer 1:29 jam
 - d. Video games 1:13 jam
 - e. Media Cetak 38 menit
 - f. Movie 25 menit

(Kaiser Foundation, 2010)

16

AKSES MEDIA PADA ANAK



- Di Indonesia, anak-anak menonton TV 30-35 jam seminggu dan bermain video games sekitar 15 jam seminggu.
- Dalam satu tahun, aktivitas menonton TV besarnya dua kali lipat aktivitas kegiatan belajar di sekolah.

17

MENONTON TV DAN BERSEKOLAH



18

MENONTON TV DAN BERSEKOLAH



19

ISI TAYANGAN TV



BAGIAN 3

20

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

KONDISI ACARA TV DI INDONESIA



- 91% program untuk orang dewasa
- 97% tayangan hiburan
- 3% program pendidikan
- Tayangan iklan yang tidak sesuai konsumtif dan hedonistik
- Mencetak anak matang sebelum waktunya (AFI, Idola Cilik, dll)
- Muatanya banyak yang 'bermasalah': mengandung muatan seks; mengandung kekerasan; bahasa kasar; iklan yang konsumtif; mistik
- Jam tayang sembarangan
- Label acara tidak tepat
- Tidak semua acara berlabel anak memang aman untuk anak

21

KATEGORI ACARA TV DALAM %

No	Kategori	RCTI	SCTV	IVM	TRS	TPI	AnTV	LATV	G-TV	TR 7
1.	Berita, Infotainment	20,1	28,2	21,1	42,0	26,6	31,4	22,1	16,0	36,3
2.	Talktainment, musik	12,2	10,4	10,8	27,2	21	21,5	12,8	30,8	11,7
3.	Sinetron, film, kartun	54,3	57,8	57,9	27,8	46,1	31,7	55,9	50,5	28,9
4.	Sport	14,3	0	3,6	0	0	11,6	5,6	2,4	17,8
5.	Agama, pendidikan	4,2	3,6	6,6	3,0	6,3	3,8	3,6	0,3	5,3
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Sumber: YPMA, 2007
17-35 Februari 2007

22

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

CONTOH ISI TAYANGAN TV KITA

- Kekerasan dalam film laga
- Kekerasan dalam sinetron
- Kekerasan dalam tayangan anak
- Drama realitas
- Talkshow
- Berita
- Infotainment
- Iklan



23

CONTOH TAYANGAN TV TAYANGAN YANG POSITIF

- Kick Andy
- Jalan Sesama
- Si Bolang
- Feature
- Iklan



24

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

TV KITA TIDAK RAMAH ANAK



- Banyak cerita ditunjukkan untuk anak, tapi mengandung adegan yang tidak pantas disaksikan anak atau tidak mudah dipahami anak.
- Banyak acara untuk anak yang sebenarnya bukan acara untuk anak.
- Banyak acara dewasa dengan adegan-adegan yang tidak pantas ditonton anak-anak, namun disajikan pada saat anak bisa menonton.

25

SEBERAPA SERING HAL INI MUNCUL DI TV

Adil	Aman	Bekerja keras
Berdisiplin	Berfikir matang	Bersahaja
Bersemerang	Bersyukur	Bertanggungjawab
Bertenggangrasa	Berkorban	Bijaksana
Damai	Efisien	Cigih
Hemat	Ikhlis	Jujur
Kerja keras	Kreatif	Mandiri
Mawas diri	Menghargai waktu	Menjaga aurat
Pemaaf	Pemurah	Pengabdian
Pengendalian diri	Produktif	Rajin
Ramah tamah	Kasih sayang	Percaya diri
Rendah hati	Sabar	Setia
Sikap hormat	Sikap santun	Sportif
Susila	Tangguh	Tegas

26

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

APAKAH INI SERING MUNCUL DI TV ?

Adu mulut	Asusila	Berantem
Berebut cowok	Boros	Cerobah
Curang	Intrik	Ingkar
Individualis	Instan	Haus harta
Haus kekuasaan	Korupsi	Kurang ajar
Malas	Marah besar	Minta dilayani
Mengumpat	Menyeleweng	Menendang
Menoyor	Memukul	Mengejek
Menjegal	Membunuh	Melecehkan
Merendahkan	Pamer kecantikan	Melanggar
Mudah menyerah	Mimpi-mimpi	Nafsu
Pamer kekayaan	Tidak sabar	Sombong
Subyektif	Selingkuh	

27

DAMPAK TV



BAGIAN 4

28

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

CONTOH KASUS DAMPAK MEDIA

1. Kasus pembunuhan James Bulger, 2 tahun, oleh 2 anak usia 10 tahun di Marseyside, Inggris, 1993. Si pembunuh berusaha 'menghidupkan' James Bulger dengan menggunakan baterai. Mereka diketahui terekspos video yang mengandung kekerasan.
2. Kasus pembunuhan 2 anak usia 10 dan 11 tahun oleh anak usia 14 tahun di Kobe, Jepang 1997. Seorang ahli di Jepang menjelaskan bahwa kemungkinan si pembunuh mengira bahwa manusia bisa 'dimatikan' dan 'dihidupkan' seperti halnya dalam video games.



29

CONTOH KASUS DAMPAK MEDIA



3. Peniruan adegan "Smackdown" di Lativi menyebabkan 3 anak meninggal, dan puluhan anak luka (2006). Di Semarang, seorang anak usia 11 th meninggal terjerat ikata kepala Naruto. Di Pontianak, anak usia 10 tahun meninggal karena main "mati-matian" meniru adegan di TV, di Jakarta seorang anak 12 tahun meninggal menirukan adegan sulap Limbad dan anak usia 9 tahun menelan cincin logam menirukan sulap Limbad. Di Cakung, anak usia 3 tahun terjun dari lt 3 apartemen Griya Tipar, Cakung, namaun beruntung dia jatuh di selokan yang penuh lumpur.

30

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

CONTOH DAMPAK MEDIA



1. Dampak Tayangan TV



2. Dampak Video Games

31

CONTOH DAMPAK MEDIA



3. Dampak Internet

32

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

1. DAMPAK PADA PENGETAHUAN



- Menonton TV dalam jumlah yang banyak dapat membuat pengetahuan seseorang menjadi bertambah.
- Pengetahuan tersebut mencakup hal-hal yang terkait dengan isi tayangan TV seperti judul sinetron, nama pemeran dalam sinetron, jalan ceritanya, nama acara musik, nama grup musik, judul lagi, penyanyinya, dsb.; kemudian nama-nama acara drama realitas; infotainment, perkembangan kasus para artis, dsb.

33

1. DAMPAK PADA PENGETAHUAN



- Namun pengetahuan juga bisa dalam konteks yang lebih bermakna. Misalnya, pengetahuan tentang kejadian yang terjadi di dalam dan luar negeri; mendapatkan informasi yang terkait dan bermanfaat bagi kehidupan kita; belajar dari pengalaman orang lain; pengetahuan yang dapat memotivasi seseorang, dsb.
- Dampak positif pada pengetahuan tidak terjadi dengan sendirinya, namun harus diupayakan. Perlu usaha tertentu agar isi media dapat memberikan dampak yang bermanfaat bagi khalayaknya.

34

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

STEREOTIP



- Media massa terutama dapat melahirkan *stereotype* generalisasi mengenai satu kelompok manusia yang membedakannya dari kelompok lain.
- Jika TV misalnya terus-menerus menggambarkan satu kelompok sosial dalam gambaran tertentu yang negatif, maka gambaran negatif itulah yang muncul di benak khalayak mengenai kelompok tersebut.
- Stereotip yang secara konsisten muncul di media massa ini potensial untuk membangun stereotip yang sama di benak khalayak. Sikap ini dapat mempengaruhi perilaku khalayak
- TV memiliki kekuatan untuk mengubah stereotip

35

3. Cultivation Analysis

- Menonton TV akan "menanamkan" (*cultivate*) persepsi bahwa apa yang ada di dunia nyata konsisten dengan gambaran yang telah dilihat di TV.
- Pelajaran tentang nilai tertentu di TV mengendap, terakumulasi, dan menentukan cara individu memandang dunia.
- TV telah mendapat tempat yang demikian penting dalam kehidupan sehari-hari sehingga mendominasi "lingkungan simbolik" kita.
- Pengenaan TV secara terus-menerus menyebabkan penerimaannya sebagai pandangan konsensus masyarakat.
- Gerbner meyakini TV sebagai kekuatan dominan dalam membentuk masyarakat modern.

36

4. Desensitisasi

- Khusus untuk muatan TV yang negatif, efek yang mungkin terjadi akibat mengkonsumsi isi TV yang berisi muatan antisosial (seperti kekerasan) adalah efek *desensitization*.
- Frekuensi menonton muatan kekerasan di TV membuat orang menjadi tidak sensitif terhadap kekerasan. Perasaan mereka menjadi tumpul.
- Perasaan yang tidak sensitif terhadap kekerasan berpengaruh terhadap sikap yang muncul di dunia nyata.
- Ketika kekerasan itu muncul dalam kehidupan sehari-hari, kekerasan itu dianggap sebagai hal yang biasa-biasa saja. Pada tahap ini, bisa jadi materi yang tabu, keras, immoral, mengejutkan, pelan-pelan akan menjadi sesuatu yang biasa.

37

5. Pornografi

- Pornografi atau Sexually Explicit Materials
- Asal kata Pornografi:
 - Porne = pelacur
 - Graphe = tulisan atau gambar
- Pornografi = materi yang disajikan di media tertentu yang dapat dan atau ditujukan untuk membangkitkan hasrat seksual khalayak atau mengeksploitasi seks.
- Para ahli sepakat bahwa ada materi erotis yang dapat merangsang individu.
- Stimuli erotis pada media massa menimbulkan tingkat rangsangan yang berlainan bagi orang yang memiliki pengalaman yang berbeda.
- Menurut Victor B. Kline, tahap2 efek pornografi terdiri atas Addiction (kecanduan) Eskalasi Desensitisasi Act out.
- Efek pornografi bisa sampai tahap perilaku.

38

DAMPAK PADA PRILAKU

Teori Social Learning

- Dirumuskan oleh Albert Bandura menjelaskan bahwa pada anak-anak terjadi proses pembelajaran setelah melihat contoh (*observational learning*)
- Diterapkan secara khusus pada pembelajaran agresi melalui TV. Menurutnya, belajar terjadi karena adanya peniruan (*imitation*)
- Kemampuan meniru tespons orang lain adalah penyebab utama belajar
- Orang dapat memperoleh pola-pola perilaku baru melalui pengamatan terhadap orang-orang lain. Model yang ditiru tidak harus berupa bentuk hidup. Penyajian simbolik atau piktorial (misal: acara TV) juga berfungsi sebagai sumber peniruan



39

- Peniruan juga dilakukan terhadap kata-kata kasar yang ada dalam adegan TV *agresif secara verbal*.
- Studi *social learning* melihat bahwa munculnya perilaku akibat meniru tersebut tergantung pada sejumlah faktor, seperti kemampuan si pelaku, adanya kesempatan untuk menerapkan perilaku tersebut, dan motivasi.
- Perhatian utama: motivasi.
- Orang bisa memperoleh *reinforcement* (penguatan) untuk bertindak agresif.
- Penguatan merupakan mekanisme utama di mana *proses learning* terjadi. Penguatan inilah yang dapat memfasilitasi agresi.
- Ketidadaan rintangan atau hambatan = *reinforcement* (penguatan)

40

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

2. Meningkatkan Perilaku Prososial

- Dipengaruhi oleh keberhasilan *Sesame Street*, para peneliti menyadari bahwa perilaku-perilaku positif dapat dipromosikan oleh program TV
- Perilaku-perilaku positif ini sering disebut perilaku prososial
- Perilaku + yang sering disebut : pengendalian diri, kerjasama, berbagi, menolong orang lain
- Dapat dijelaskan melalui proses imitasi, *observational learning*, mampu *social learning*

41

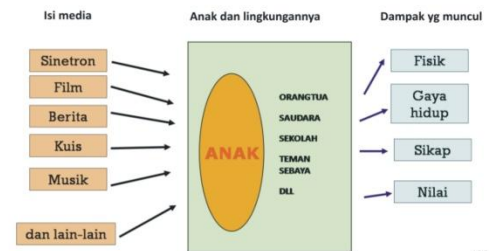
DAMPAK TV PADA ANAK

- TV mempengaruhi cara anak bermain, mempersepsi dunia, bagaimana anak bertingkah;
- Kekerasan di TV mempengaruhi anak dan remaja dengan berbagai cara
- Memberikan dampak positif, seperti pesan-pesan prososial
- Semakin lamanya waktu menonton memberikan dampak yang lebih besar
- Semakin sering dibicara dan dipikirkan apa yang anak lihat di TV, semakin sedikit dampak yang muncul
- Mempengaruhi kesehatan anak.

42

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

DAMPAK TERHADAP OTAK



43

DAMPAK KEKERASAN DI TV



- Semakin sering kekerasan di TV yang dilihat anak, makin besar kemungkinan anak berpikir bahwa kekerasan merupakan bagian yang normal dalam kehidupan sehari-hari.
- Menonton kekerasan memungkinkan anak-anak dan orang dewasa berlaku keras.
- Anak mulai berpikir bahwa dunia ini berbahaya dan merupakan tempat yang menakutkan.
- Semakin banyak kekerasan yang dilihat maka semakin kurang aktif area di otak yang digunakan untuk mengendalikan proses berfikir, belajar, memberikan alasan dan emosi.

44

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

AKIBAT KECANDUAN MENONTON TV

1. Tidak dapat fokus dan konsentrasi pada hal-hal yang bermanfaat pada kehidupannya.
2. Berubah perangainya jadi tidak realistis.
3. Tidak sabar dan mengganggu semuanya instan.
4. Anak jadi pasif tidak punya kepedulian dan empati.
5. Meniru kata-kata/perilaku buruk dari tayangan yang disaksikan.
6. Anak menjadi malas bergerak ke cenderungannya jadi obesitas.
7. Anak akan matang sebelum waktunya.



45

DAMPAK TERHADAP KESEHATAN



- Anak yang banyak menghabiskan waktu di depan TV, badannya menjadi kurang bugar dan mudah mengalami kelelahan
- Anak dapat mengalami gangguan tidur, dan gangguan mata
- Kondisi nutrisi anak terganggu, dan juga pola kebiasaan makannya menjadi kurang baik, terutama apabila mengonsumsi makanan yang diiklankan di TV.

46

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

DAMPAK TERHADAP OTAK

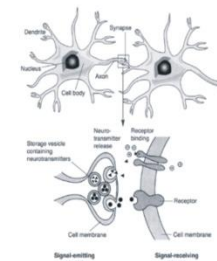
- Banyaknya exposure dari TV membuat otak tidak terlatih untuk dipergunakan, dan dapat menimbulkan berkurangnya kemampuan memusatkan perhatian.
- Kebanyakan menonton TV membuat waktu belajar dan perhatian ke pelajaran menjadi berkurang penurunan prestasi anak di sekolah.
- Dampak menonton TV pada anak usia 0-3 tahun: gangguan dalam penyambungan synaps syaraf otak (proses wiring antar sel dapat terganggu oleh tayangan dari TV).
- Dalam jangka panjang, gangguan proses wiring ini berupa gangguan konsentrasi, hiperaktif, kesulitan bicara, dsb.



47

Anak usia 0-3 tahun yang gemar menonton TV berpotensi mengalami gangguan dalam proses penyambungan synaps syaraf otak.

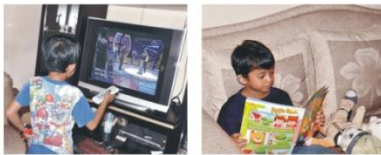
Layar kaca TV menampilkan suara, warna, dan gambar yang cepat berganti-ganti yang membuat otak anak balita tidak mampu mengolahnya dan menjadi **overload**.
Sel syaraf otak yang tidak tersambung itu kemudian akan mati, dan ini terkait dengan kemampuan anak dalam memaknai apa yang ada di lingkungan sekitarnya.



48

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

MENONTON TV & MEMBACA BUKU



Aktivitas menonton TV dan membaca buku adalah dua aktivitas yang sangat berbeda. Menonton TV hampir tidak menuntut kemampuan apapun karena bahasa gambar yang digunakan televisi bersifat universal sehingga sangat mudah dipahami. Unsur hiburan yang selalu dominan dalam setiap tayangan acara TV menambah daya tariknya.

49

MENONTON TV DAN MEMBACA BUKU

Sebaliknya dengan membaca buku. Pada saat membaca buku, diperlukan aktivitas pikiran untuk mencerna dan merangkai kalimat-kalimat dalam paragraf yang dibaca sehingga dapat diperoleh suatu pengertian yang utuh, dalam proses kreatif seseorang.



Dengan sering membaca buku dan kemudian menulis, seseorang akan terbiasa menghubungkan satu hal dengan hal lainnya dan menyebabkan ia menjadi kritis, serta terbiasa berfikir imajinatif. Kemampuan berfikir imajinatif sangat diperlukan dalam proses kreatif seseorang.

50

Materi Sosialisasi untuk Orang Tua

LITERASI MEDIA



BAGIAN 3

51

PENGERTIAN LITERASI MEDIA



"Sekumpulan perspektif yang harus dimiliki oleh setiap orang yang secara aktif digunakan dalam memaknai pesan-pesan media".
(James Potter, 2003)

- Tujuannya agar orang tersebut dapat melakukan kontrol terhadap isi media, bukan sebaliknya.
- Kontrol terhadap media dapat dilakukan bila seseorang memiliki pengetahuan yang cukup tentang media, dan memiliki sikap kritis.

52

MENGAPA LITERASI MEDIA PENTING ?



- Perkembangan media yang luar biasa cepat dengan penetrasi yang sangat tinggi.
- Persaingan yang sangat tinggi membuat isi media sangat berorientasi pada pasar yang komersil dan tidak memikirkan aspek edukasi serta dampaknya di masyarakat.
- Setiap orang perlu memahami "bahasa" yang digunakan oleh setiap jenis media agar bisa memahami isi media dengan optimal.
- Perilaku bermedia pada kebanyakan keluarga di Indonesia masih belum kritis dan cerdas, sehingga sering terjadi dampak negatif.

53

TARGET LITERASI MEDIA

- Pada orang dewasa → optimalisasi isi pesan media, menghindari kontrol media, dan untuk disosialisasikan di lingkungannya
- Pada anak-anak → aspek perlindungan dari dampak negatif media, dan pemanfaatan isi pesan media
- Pada siswa → studi/kajian isi media, sebagai bagian dari pelajaran bahasa.



54

MAKNA PENDIDIKAN LITERASI MEDIA



Ketika Pendidikan Literasi Media mulai diajarkan di usia dini:

- Anak akan mulai memiliki pemahaman kritis tentang bagaimana media bekerja, bahwa isi media adalah rekam, bahwa media massa dapat mempengaruhi kita; bahwa dalam menggunakan media ada aturannya, dsb.
- Anak menjadi lebih "melek" media. Mereka tidak mudah terpengaruh oleh isi media, menjadi kritis, bisa menggunakan media dengan benar, dalam perkembangan selanjutnya hingga dewasa.

55

KERITIK DALAM MENONTON TV



1. Tidak mudah percaya dengan apa yang disajikan TV.
2. Dapat memahami dan mengapresiasi isi pesan tayangan.
3. Dapat menyeleksi isi tayangan.
4. Tidak mudah terkena dampak negatif.
5. Dapat mengambil manfaat dari isi tayangan yang ditonton.
6. Dapat mengatur kapan waktu menonton media dan membatasi jumlah jamnya.

56

12 MATERI SOSIALISASI UNTUK REMAJA

197

REMAJA SADAR TELEVISI:
CERDAS, KRITIS, & KREATIF
K P I 2011

1.

TELEVISI DI SEKITAR KITA



2.

Materi Sosialisasi untuk Remaja

198

DIMANA KITA MENONTON?



Di rumah

3.



Di sekolah

4.

Materi Sosialisasi untuk Remaja



Di mall

5.



Di ruang tunggu dokter

6.

Materi Sosialisasi untuk Remaja



Di Mobil

7.



Di rumah makan

8.

BERSAMA SIAPA KITA MENONTON ?



Sendiri

9.



Berdua

10.



Keluarga

11.



Kakak Adik

12.

Materi Sosialisasi untuk Remaja



Teman Akrab

13.



1 Kelas

14.

Materi Sosialisasi untuk Remaja

APA YANG KITA TONTON ?



Berita



Acara pendidikan

15.

APA YANG KITA TONTON ?



Kuis keluarga



Olahraga

16.

APA YANG KITA TONTON ?



Acara hoby



Hiburan

17.

Benarkah isi siarannya selalu baik?



Contoh berita kekerasan



Contoh acara musik dg goyang erotis

18.

Benarkah isi siarannya selalu baik?



Contoh iklan yg bohong



Contoh acara infotainment

19.

Benarkah isi siarannya selalu baik?



Contoh film remaja yg bullying, pakai atribut sekolah yg salah, melecehkan guru, dsb

20.

Materi Sosialisasi untuk Remaja



Pengaruh TV pada Remaja

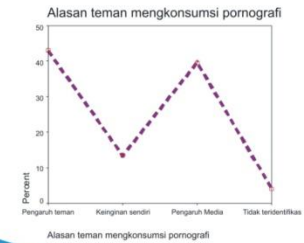


Berdasarkan jajak pendapat tahun 1995 terhadap anak-anak 16 tahun yang memiliki intensitas menonton yang tinggi, ditemukan data bahwa mereka lebih cepat melakukan hubungan seksual, tidak berlaku hormat terhadap orang tua, suka berbohong serta berperilaku kasar

22.

Materi Sosialisasi untuk Remaja

Penelitian MTP tentang Aksesibilitas Remaja terhadap Materi Pornografi di 25 SMA Negeri di DKI Jakarta (2006)



23.

Gaya TV = Gaya Remaja



Dampak langsung/ pengaruh TV pada remaja: misalnya cara berpakaian, gaya hidup konsumtif, budaya instan, cara berbicara, bahasa alay, permisif (contoh film virgin/jomblo/sinetron akibat pergaulan bebas) dll

24.



25.

SIFAT TELEVISI

- Audio-Visual (pandang-dengar), pesan mudah diserap oleh pemirsa
- Ada gambar dan suara yang dramatis, penuh warna, dan sangat impresif
- Anonim = bisa siapa saja yang hadir sebagai nara sumber
- Cakupan luas = TV dapat dipancarluaskan melalui frekuensi/satelit hingga menjangkau khalayak yang luas, desa – kota, antarpulau, nasional, regional, dunia
- Heterogen = latar belakang psikografi khalayak berbeda



26.

TV AHLI REKAYASA SOSIAL



27.

Teori-Teori Dampak Media (TV)

- Imitasi/modelling (meniru)
- Social Learning ('belajar' dari TV)
- Kultivasi (penanaman nilai-nilai dari TV)



28.

Kesimpulan: TV PUNYA DAMPAK



- Cenderung Menstimuli Responder
- Berupaya menjadi Director (otak) Pengganti
- Penelitian otak oleh peneliti Itali tentang bermain piano= membayangkan bermain piano (10 minggu)
- Belajar dari Iklan

29.

Masalah Kita pada Pola Menonton



- Terlalu sering menonton (4-5 jam sehari)
- Menonton apa saja
- Menonton tidak terencana
- Menonton secara automaticity (menonton dg kondisi pikiran bekerja tanpa usaha sadar dari kita untuk memaknai, menganalisis, dan mengkritisi)

30.

Beberapa Perangkap Media



- Information fatigue: rasa lelah/ jenuh/ terhadap informasi)
- False feeling of Being Informed: perasaan palsu bahwa kita telah mengetahui banyak informasi, padahal sebenarnya informasi yang dikonsumsi tidak beragam

31.

Beberapa Perangkap Media



- False sense of control: merasa dapat mengontrol isi media yang dikonsumsi (karena memegang remote), padahal sebenarnya pola konsumsinya sendiri sudah dikendalikan oleh media
- Faulty beliefs: kecenderungan untuk meyakini realitas sebagaimana yang dikonstruksikan oleh media

32.

Padahal....



- Masa remaja adalah masa transisi
- Perubahan fisik, kebiasaan, sikap, idealisme baru
- Masa Remaja adalah masa pengambilan keputusan atau penentuan pilihan
- Kegagalan dalam mengatasi problem pada masa remaja adalah kegagalan untuk menyiapkan masa depan
- Media sangat berpengaruh terhadap keputusan-keputusan yg diambil remaja

33.



SOLUSI

REMAJA PERLU TAHU LITERASI MEDIA !

yaitu menjadi **PEMIRSA yang CERDAS dan KRITIS**

35.



34.



36.



Literasi Media

- Pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki seseorang agar dapat menggunakan media dengan benar dan optimal
- Pengetahuan: adegan perkelahian di sinetron & reality show tidak sungguhan, iklan bertujuan konsumtif, isi media cenderung digambarkan berlebihan dibanding yang sesungguhnya
- Kemampuan (skill) : mengerti teknik flashback, paham penggunaan ilustrasi musik/spesial efek dalam film, dapat mengambil manfaat dari media untuk kebutuhannya

37.

MENGAPA LITERASI MEDIA BERMANFAAT?



- ✓ Taking control!
- ✓ Build the life that you want rather than letting the media build the life they want to you
- ✓ Bahaya buta media bagi pikiran manusia sama dengan bahayanya air atau makanan yang tercemar bagi tubuh manusia

38.

YANG DILAKUKAN DENGAN MEDIA LITERASI?



- ✓ Reduce the time we spend in the state of automaticity: menekan jumlah waktu yang kita habiskan dalam mengonsumsi media dengan pikiran kosong
- ✓ Program our triggers: merencanakan atau memprogram secara sadar isi materi media yang kita biarkan menarik

39.

BEBERAPA HAL HARUS DIBEDAKAN

- Media and Mass Media
 - Media:** muatan bersifat spesifik dan ditujukan untuk individu tertentu
 - Mass Media:** muatan telah dirancang agar dapat dikonsumsi sebanyak-banyaknya orang secara berulang-ulang dan TV adalah media massa
- Information and Knowledge
 - Information:** serpihan-serpihan informasi yang mentah dan tak terstruktur
 - Knowledge:** merupakan informasi yang telah dikonstruksi sehingga telah tersistematisasi

40.

BEBERAPA HAL HARUS DIBEDAKAN

Exposure and Attention

Exposure : terpaan isi media yang secara fisik kita terima (gambar yang ditayangkan televisi, suara yang diperdengarkan radio, dsb)

Attention : isi media yang secara sadar kita perhatikan

Automaticity and Mindfulness

Automaticity : kondisi pikiran yang pasif dan mengikuti pola rutin dalam mengkonsumsi isi media

Mindfulness : kondisi pikiran yang aktif memilih, menyeleksi, mencerna, dan mengevaluasi isi media yang dikonsumsi

41.

KIAT JADI PENONTON YANG CERDAS & KRITIS

- ➊ Jadikan menonton sbg kegiatan pilihan
- ➋ Batasi waktunya
- ➌ Pilih program acara yg sesuai usia, baik, & bermanfaat
- ➍ Menonton dg mindfulness
- ➎ Kritis bila ada isi siaran yg buruk
- ➏ Mengadu kepada KPI



42.

KIAT MENGADU KEPADA KPI

Sebutkan Nama Program, Nama Stasiun yang menyiarkan, dan waktu siarnya

Kirimkan ke Call Center KPI:

- ➊ SMS
- ➋ Telepon
- ➌ Email



43.

Mari Membuat Surat Aduan

Contoh tayangan bermasalah



44.

Contoh Aduan yang SALAH



- Tidak jelas (sinebron buruk, tidak mendidik?)
- Marah-Marah (apa saja sih kerja KPI? Kok isi siarannya buruk semua!!!)
- Gaya ustadz (kenapa tayangan ini masih ada. Bertobatlah. Sesungguhnya setiap kezaliman itu akan mendapatkan ganjarannya)
- Gaya alay (peserta sakit malah dimarah-marahin terus yang punya istri malah digangguin)

45.

Contoh Surat Aduan yang BAIK



Dengan hormat, Harap dicermati tayangan metro highlight yg ditayangkan pada hari Sabtu, 5 February 2011, jam 18:30 - 19:00 wib.

46.

PENUTUP



- TV bisa jadi kawan namun bisa juga jadi lawan
- TV jadi Kawan, ketika memberi manfaat kepada kita, dan jadi lawan ketika kita 'dimanfaatkan' TV
- Mulai sekarang jadilah pemirsa yg cerdas (mampu memilah/memilih isi siaran, menonton dg sadar) & kritis (ikut mendorong siaran TV yg berkualitas)

47.

13 MATERI SOSIALISASI UNTUK ORANG DEWASA

221



Kritis dan Cerdas Menonton TV

Materi Sosialisasi "Literasi Televisi" untuk Masyarakat

1



Mendorong masyarakat menjadi pemirsa yang kritis dan cerdas dalam menonton TV

2

Materi Sosialisasi untuk Orang Dewasa

222

Media di sekitar kita

- Setiap hari, kita diterpa oleh ribuan pesan media: iklan, berita, hiburan, informasi yang beradal dari radio, koran, TV, film, VCD/DVD, poster di jalan-jalan, stiker dan iklan di mobil dan bis, masuk ke dalam handphone kita, dsb. TV masih mendominasi semua media yang ada.
- Media "mengepung" kita dengan pesan-pesannya yang pada akhirnya bertujuan untuk membujuk kita agar mengikuti apa yang mereka inginkan. Kalau itu adalah hal yang baik, tidak menjadi masalah. Tapi, apakah media selalu berisi pesan-pesan yang baik?



3

- Anak dan remaja adalah kelompok dalam masyarakat yang rawan terhadap pengaruh media massa, sehingga perlu ada upaya yang harus kita lakukan.
- Daya kritis mereka belum terbentuk, jam mengonsumsi medianya tinggi, sementara isi medianya banyak yang tidak aman. Juga, peran orangtua belum optimal.

4

Materi Sosialisasi untuk Orang Dewasa



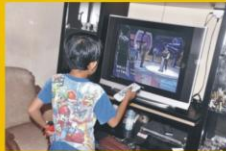
Melalui media, materi dewasa masuk ke dalam dunia anak dalam jumlah yang besar sehingga membuat mereka tidak lagi murni hidup dalam dunianya.

Dikhawatirkan, kondisi ini akan membuat anak kehilangan masa kanak-kanaknya dan merugikan tumbuh kembangnya.

5

Hilangnya Masa Kanak-kanak

Neil Postman (1982; 1994) dan David Buckingham (2000) menulis tentang hilangnya masa kanak-anak pada jutaan anak di seluruh dunia akibat mereka terlalu banyak mengonsumsi isi media elektronik yang kebanyakan berupa materi untuk orang dewasa.



- Banyaknya materi dewasa yang masuk di kepalanya membuat mereka menjadi cepat dewasa sebelum waktunya, dan ini tentu menimbulkan banyak masalah.
- Hak anak telah diabaikan, bahkan anak dieksploitasi untuk kepentingan bisnis melalui penanaman konsumtivisme dengan cara yang halus dan sangat persuasif.

6

Materi Sosialisasi untuk Orang Dewasa

TAYANGAN TV KITA

7

Tayangan TV Yang Ditonton Anak

- Gambaran isi tayangan TV
- Contoh-contoh tayangan yang melanggar
- Kurangnya pendampingan orangtua



8

Seberapa sering hal ini muncul di TV?

Aman	Adil	Bekerja keras
Berpikir matang	Berdisiplin	Bersahaja
Bersyukur	Bersemangat	Bertanggungjawab
Berkorban	Bertenggangrasa	Bijaksana
Efisien	Damai	Efisien
Ikhlās	Hemat	Jujur
Kreatif	Kerja keras	Mandiri
Menghargai waktu	Mawas diri	Menjaga aurat
Pemurah	Pemaaf	Pengabdian
Produktif	Pengendalian diri	Rajin
Kasih sayang	Ramah tamah	Percaya diri
Sabar	Rendah hati	Setia
Sikap santun	Sikap hormat	Sportif
Tangguh	Susila	Tegas

9

Apakah ini lebih sering muncul di TV?

Asusila	Adu mulut	Berantem
Boros	Berebut cowok	Ceroboh
Intrik	Curang	Ingkar
Instan	Individualistis	Haus harta
Korupsi	Haus kekuasaan	Kurang ajar
Marah besar	Malas	Minta dilayani
Menyeleweng	Mengumpat	Menendang
Memukul	Menoyor	Mengejek
Membunuh	Menjegal	Melecehkan
Pamer kecantikan	Merendahkan	Melanggar
Mimpi-mimpi	Mudah menyerah	Nafsu
Tidak sabar	Pamer kekayaan	Sombong
Selingkuh	Subyektif	

10

Contoh Tayangan TV Melanggar

1. Kekerasan dalam film laga
2. Kekerasan dalam sinetron
3. Kekerasan dalam tayangan anak

11

DAMPAK MEDIA

12

Akses Media Pada Anak

- Anak usia 8-18 tahun menghabiskan 7 jam 38 menit untuk mengonsumsi berbagai media dalam sehari dengan urutan:
 - TV: 29 jam
 - Musik: 2:31 jam
 - Komputer: 1:29 jam
 - Video games: 1:13 jam
 - Media Cetak: 38 menit
 - Movie: 25 menit
 (Kaiser Foundation, 2010)
- Di Indonesia, anak-anak menonton TV 30-35 jam seminggu atau sekitar 1.800 jam setahun, dan bermain video games sekitar 10 jam seminggu (YPMA, 2004)



13

Contoh Kasus Dampak Media

- Kasus pembunuhan James Bulger, 2 tahun, oleh 2 anak usia 10 tahun di Merseyside, Inggris, 1993. Si pembunuh berusaha 'menghidupkan' James Bulger dengan menggunakan baterai. Mereka diketahui terekspos video yang mengandung kekerasan.
- Kasus pembunuhan 2 anak usia 10 dan 11 tahun oleh anak usia 14 tahun di Kobe, Jepang, 1997. Seorang ahli di Jepang menjelaskan bahwa kemungkinan si pembunuh mengira bahwa manusia bisa 'dimatikan' dan 'dihidupkan' seperti halnya dalam video games.
- Peniruan adegan "Smackdown" di Lativi menyebabkan 3 anak meninggal, dan puluhan anak luka (2006). Di Semarang, seorang anak usia 11 th meninggal terjerat ikat kepala Naruto. Di Pontianak anak usia 10 tahun meninggal karena main "mati-matian" meniru adegan di TV, di Jakarta seorang anak 12 tahun meninggal menirukan adegan sulap Limbad dan anak berusia 9 tahun menelan cincin logam menirukan sulap Limbad. Di Cakung, anak usia 3 th terjun dari lt 3 apartemen Griya Tipar, Cakung, namun beruntung dia jatuh di selokan yang penuh lumpur.

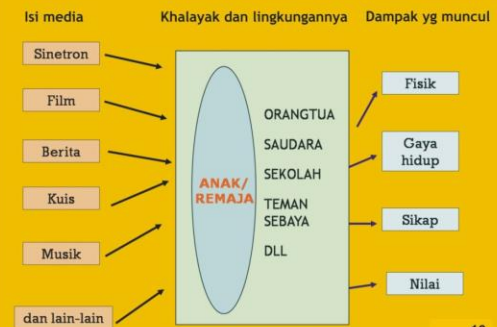
14

Contoh Dampak Media

- Dampak Tayangan TV
- Dampak Video Games
- Dampak Internet



15



16

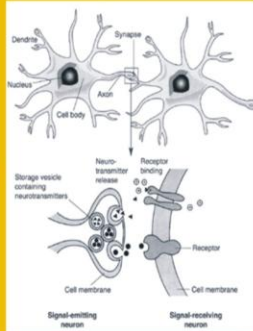
Dampak Terhadap Otak

- Banyaknya exposure dari TV membuat otak tidak terlatih untuk dipergunakan, dan dapat menimbulkan berkurangnya kemampuan memusatkan perhatian.
- Kebanyakan menonton TV membuat kesempatan belajar dan perhatian belajar berkurang penurunan prestasi anak di sekolah
- Dampak menonton TV pada anak usia 0-3 tahun: gangguan dalam penyambungan synaps syaraf otak (proses wiring antar sel dapat terganggu oleh tayangan dari TV).



17

Anak usia 0-3 tahun yang gemar menonton TV berpotensi mengalami gangguan dalam proses penyambungan synaps syaraf otak. Layar kaca TV menampilkan suara, warna, dan gambar yang cepat berganti-ganti yang membuat otak anak batita tidak mampu mengolahnya dan menjadi overload. Sel syaraf otak yang tidak tersambung itu kemudian akan mati, dan ini terkait dengan kemampuan anak dalam memaknai apa yang ada di lingkungan sekitarnya



18

Menonton TV dan Membaca



Aktivitas menonton TV dan membaca buku adalah dua aktivitas yang sangat berbeda. Menonton TV hampir tidak menuntut kemampuan apa pun karena bahasa gambar yang digunakan televisi bersifat universal sehingga sangat mudah dipahami. Unsur hiburan yang selalu dominan dalam setiap tayangan acara TV menambah daya tariknya. Sebaliknya dengan membaca buku. Pada saat membaca buku, diperlukan aktivitas pikiran untuk mencerna dan merangkai kalimat-kalimat dalam paragraf yang dibaca sehingga dapat diperoleh suatu pengertian yang utuh.

19

Dengan sering membaca dan kemudian menulis, seseorang akan terbiasa menghubungkan satu hal dengan hal lainnya dan menyebabkan ia menjadi kritis, serta terbiasa berfikir imajinatif. Kemampuan berfikir imajinatif sangat diperlukan dalam proses kreatif seseorang.

20

LITERASI MEDIA

21

Pengertian Literasi Media

“Sekumpulan perspektif yang harus dimiliki oleh setiap orang yang secara aktif digunakan dalam memaknai pesan-pesan media.”

(James Potter, 2008).



- Tujuannya agar orang tersebut dapat melakukan kontrol terhadap isi media, bukan sebaliknya.
- Kontrol terhadap media dapat dilakukan bila seseorang memiliki pengetahuan yang cukup tentang media, dan memiliki sikap kritis.

22

Mengapa Literasi Media Penting?

- Perkembangan media yang luarbiasa cepat dengan penetrasi yang sangat tinggi
- Regulasi media yang lambat serta penegakan regulasi yang lemah
- Isi media sangat dipengaruhi oleh kekuatan pasar yang komersil dan tidak memikirkan aspek edukasi
- Setiap orang perlu memahami 'bahasa' yang digunakan oleh setiap jenis media agar bisa memahami isi media dengan optimal

23

Target Literasi Media

- Orang dewasa → optimalisasi isi pesan media, menghindari kontrol media
- Anak-anak → aspek perlindungan dari dampak negatif media
- Siswa → studi/kajian isi media, sebagai bagian dari pelajaran bahasa.



24

Makna Pendidikan Literasi Media

Ketika Pendidikan Literasi Media mulai diajarkan di usia dini:

- Anak akan mulai memiliki pemahaman kritis tentang bagaimana media bekerja, bahwa isi media adalah rekaan, bahwa media massa dapat mempengaruhi kita; bahwa dalam menggunakan media ada aturannya, dsb.
- Anak menjadi lebih “melek” media.
- Mereka tidak mudah terpengaruh oleh isi media, menjadi kritis, bisa menggunakan media dengan benar, dalam perkembangan selanjutnya hingga dewasa.



25

MEDIA WATCH

26

Amanah UU Penyiaran

UU 32 tahun 2002 tentang **Penyiaran**, pasal **Pasal 52**:

1. Setiap warga negara Indonesia memiliki **hak, kewajiban, dan tanggung jawab** dalam berperan serta mengembangkan penyelenggaraan penyiaran nasional.
2. Organisasi nirlaba, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan kalangan pendidikan, dapat mengembangkan kegiatan literasi dan/atau **pemantauan** Lembaga Penyiaran.
3. Masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) **dapat mengajukan keberatan** terhadap program dan/atau isi siaran yang merugikan.

27

Amanah UU Pers

UU no. 40 tahun 1999 tentang **Pers** Pasal 17:

Masyarakat dapat melakukan kegiatan untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan menjamin hak memperoleh informasi yang diperlukan. Yakni berupa :

- a. **Memantau dan melaporkan** analisis mengenai pelanggaran hukum, dan kekeliruan teknis pemberitaan yang dilakukan oleh pers; Menyampaikan **usulan dan saran** kepada Dewan
- b. Pers dalam rangka menjaga dan meningkatkan kualitas pers nasional.

28

Pembentukan Media Watch

Pada awal reformasi, fungsi media watch sangat aktif mengontrol media massa, terutama media pers perlindungan masyarakat + menjaga kualitas media pers.

"Jika pers tidak memperbaiki liputan beritanya, maka media watch dapat mengkampanyekan pemboikotan terhadap media pers itu. Dan bila pers tetap tidak memperbaiki perilaku kinerja pers maka media watch bisa menuntutnya di pengadilan" (Muh. Ridho Eisy: 2002).

- Media watch sebagai lembaga (mis. Habibie Center)
- Media watch sebagai aktivitas (mis. ELSIM di Makasar, Lembaga Konsumen Media di Surabaya, dan YPMA di Jakarta).

29

Harapan Pada Media Watch

- Mengawasi pelaksanaan regulasi.
- Memantau pelaksanaan kode etik.
- Memantau bila ada ketidaksesuaian isi media dengan norma masyarakat.
- Melindungi masyarakat dari ancaman penyalahgunaan kekuatan yang dimiliki media.
- Membantu meningkatkan kualitas media nasional dan lokal.

30

Tantangan Media Watch

1. Bagaimana hasil kerja media watch bisa dipertanggung-jawabkan.
2. Bagaimana hasil kerja media watch dapat bermanfaat bagi media.
3. Bagaimana hasil kerja media watch bisa mendorong masyarakat agar bisa menjadi kritis terhadap isi media.

Sangat disayangkan tayangan TV, terutama TV Lokal, jarang menjadi lahan kajian media watch karena sulitnya mendapatkan bahan/rekaman tayangan. Padahal, TV merupakan media yang paling besar pengaruhnya saat ini.

31

Peran Media Watch

- Menjadi penyeimbang dari situasi komersialisasi dan industrialisasi media
- Membela kepentingan publik (hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang penting, benar, dan obyektif)
- Merupakan saluran bagi partisipasi masyarakat untuk mengawasi pers, dalam koridor kemerdekaan pers dan hak masyarakat untuk mendapatkan tayangan yang berkualitas.

32

Karakter Pemantau Media

1. Independen dari institusi media.
2. Menjalankan fungsinya secara jujur.
3. Transparan (mis. metode dijabarkan, taat azas)
4. Prinsip akurasi dan siap mempertanggungjawabkan hasil pantauannya.
5. Mengutamakan kepentingan masyarakat di atas kepentingan lainnya
6. Memperjuangkan kebebasan pers.

33

Pilihan Metode

- Analisis Isi (framing, semiotik, kuantitatif, dll)
- Pemilihan metodologi sangat tergantung dari sumber daya.

Contoh

Memilah tayangan TV untuk anak menjadi aman, hati-hati, dan bahaya.
 Penelitian sinetron untuk melihat isi adegan kekerasan, mistik, dan seksual.

34

Contoh Tema Kajian

- Obyektivitas tayangan berita.
- Iklan-berita (terutama figur atau kelompok politik tertentu).
- Kecenderungan / tendensi dalam pemberitaan mengenai
- Lapindo; pemberitaan tentang Nasdem; pemberitaan tentang parpol; dll. di beberapa stasiun TV.
- Keberimbangan nara sumber.
- Kecenderungan pilihan jenis berita dalam tayangan berita di berbagai stasiun TV. Bisa juga kemudian dibandingkan dengan pilihan jenis berita oleh media cetak seperti Kompas.
- Kejanggalan, hal-hal yang tidak masuk akal dan tidak logis, "kebohongan" dalam tayangan *reality show* atau drama realitas.
- Pelanggaran P3 dan SPS KPI dalam tayangan TV.

35

Contoh: Infotainment

1. Kredibilitas Narasumber
 2. Aktualitas
 3. Penerapan 5W + 1H
 4. *Cover both side*
 5. Kepentingan publik
 6. Perlakuan menyudutkan, mengintimidasi, memaksa narasumber
 7. Penggunaan kamera tersembunyi
 8. Presenter menyimpulkan sendiri
 9. Presenter menghakimi salah satu pihak
 10. Perlakuan terhadap narasumber yang menolak diwawancara, dll.
- Kesesuaian dengan P3/SPS, kode etik jurnalistik.

36

14 Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

Apa itu literasi media televisi?

Literasi media televisi adalah kemampuan untuk memilah, mengakses, dan menganalisis isi media televisi. Literasi media televisi adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh siapa saja, sehubungan dengan banyaknya media massa yang ada di tengah-tengah kita.

Mengapa literasi media televisi itu penting?

Pada saat ini, tidak semua isi media massa bermanfaat bagi khalayak. Banyak di antaranya yang tidak mendidik dan hanya mengedepankan kepentingan pemilik/pengelola media televisi untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Literasi media televisi bermaksud membekali khalayak dengan kemampuan untuk memilah dan menilai isi media televisi secara kritis, sehingga khalayak diharapkan hanya memanfaatkan isi media televisi sesuai dengan kepentingannya.

Apa sih sesungguhnya fungsi media televisi?

Dalam Undang-Undang, fungsi penyiaran termasuk di dalamnya TV adalah untuk menginformasikan (to inform), mendidik (to educate), kontrol, perekat sosial, dan menghibur (to entertain). Literasi media muncul didorong kenyataan bahwa fungsi media televisi lebih dominan dalam hal menghibur, dan mengabaikan fungsi mendidik.

Apa saja yang sering ditampilkan dalam TV?

Untuk saat ini, televisi menampilkan banyak acara dan acara tersebut terus dikemas dalam berbagai bentuk dan model. Acara televisi tersebut antara lain; berita, variety show, iklan, olah raga, infotainment, komedi, kuis, religi dan lain.

Apa yang dimaksud dengan berita?

Berita berasal dari bahasa sansekerta *Vrit*, dalam bahasa Inggris disebut *Write* yang berarti

adalah *Ada* atau *Terjadi*. Ada juga yang menyebut dengan *Vritta* (kejadian atau yang telah terjadi). Dalam kamus besar, berita berarti laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media on-line internet. Secara singkat sebuah berita adalah sesuatu yang baru yang diketengahkan bagi khalayak pembaca atau pendengar.

Menurut Dean M. Lyle Spencer : Berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar dari pembaca. Menurut Willard C. Bleyer, Berita adalah sesuatu yang termasa (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar. Karena itu ia dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena ia dapat menarik pembaca - pembaca tersebut. Menurut William S Maulsby, Berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

Menurut Eric C. Hepwood, Berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting yang dapat menarik perhatian umum. Menurut J.B. Wahyudi : Berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan melalui media massa periodik.

Dalam berita mengandung unsur-unsur 5W 1H yaitu: (1) What - apa yang terjadi di dalam suatu peristiwa? (2) Who - siapa yang terlibat di dalamnya? (3) Where - di mana terjadinya peristiwa itu? (4) When - kapan terjadinya? (5) Why - mengapa peristiwa itu terjadi? (6) How - bagaimana terjadinya? (7) What next - terus bagaimana?

Apa kategori berita yang baik

Berita yang baik adalah berita yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip jurnalistik, antara lain: akurat, berimbang, adil, tidak beritikad buruk, tidak

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

menghasut dan menyesatkan, tidak mencampurkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur sadistik, tidak mempertentangkan suku, agama, ras dan antargolongan, tidak membuat berita bohong, fitnah, dan cabul.

Apa yang dinamakan Iklan

Iklan adalah salah satu jenis komunikasi massa dengan membayar suatu ruangan atau waktu untuk menyiarkan informasi barang atau jasa yang ditawarkan oleh si pemasang iklan. Iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang, tersedianya jasa barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan. Iklan secara umum dapat dibagi menjadi iklan niaga dan iklan layanan masyarakat. *iklan niaga* adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk

yang ditawarkan. Iklan layanan masyarakat adalah siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertindak laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.

Dalam televisi, kita biasa melihat acara religi dan ada juga acara mistik. Apakah perbedaan keduanya?

Selama ini kita sering melihat acara televisi religi yang dibungkus dengan mistik. Religi secara umum adalah hubungan antara hamba dengan Tuhan dengan berbagai derivasinya. Hal ini berbeda dengan mistik yang tidak selalu berkaitan dengan Tuhan, namun berkaitan dengan supranatural. Sehingga, seseorang jika melihat tayangan televisi harus jeli antara religi dengan mistik. Misalnya acara pengobatan non medis atau melalui kekuatan supranatural, walaupun diberikan oleh seorang

ustadz, hal itu bukanlah acara religi. Acara religi adalah acara yang membahas mengenai hubungan antara hamba dengan Tuhannya dengan berbagai derivasinya, seperti masa-lah ibadah dan etika dan lain sebagainya.

Apakah dalam acara televisi selalu bersifat faktual.

Tidak, tidak semua acara televisi bersifat faktual. Sebab, secara garis besar acara dalam tv sudah dibagi menjadi dua yaitu program faktual dan program non faktual. Program faktual adalah program siaran yang menyajikan fakta non-fiksi, seperti: program berita, *features*, dokumentasi, *infotainment*, program realita (*reality show*), konsultasi *on-air*, diskusi, bincang-bincang (*talkshow*), jajak pendapat, pidato, ceramah, editorial, kuis, perlombaan, pertandingan olahraga, dan program sejenis yang bersifat nyata dan terjadi tanpa rekayasa. Program non-faktual adalah program siaran yang berisi ekspresi, pengalaman situasi dan/atau kondisi individual dan/atau kelompok yang bersifat rekayasa atau imajinatif dan bersifat menghibur, seperti: drama

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

yang dikemas dalam bentuk film, program musik, seni, dan/atau program sejenis yang bersifat rekayasa dan bertujuan menghibur.

Apakah kita harus membedakan antara program tersebut?

Ya, sebab dengan dapat membedakan antara program faktual dan non faktual, seseorang dapat membedakan acara televisi yang bermuatan sebenarnya dengan televisi yang bermuatan rekayasa. Tujuannya adalah kita menjadi kritis dan memahami secara penuh bentuk acara televisi tersebut.

LITERASI MEDIA TELEVISI UNTUK ANAK-ANAK

Apakah anak-anak diperbolehkan untuk menonton acara TV?

Secara umum boleh menonton tv. Namun, menonton tv bagi anak-anak harus mempunyai batasan yang jelas. Sebab, secara langsung atau tidak langsung menonton tv bagi anak-anak justru akan membahayakan masa depan anak itu sendiri. Anak di bawah umur lima tahun tidak dianjurkan untuk menonton tv. Sedangkan anak

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

yang menonton tv hendaknya tidak lebih dari dua jam. Sebab, anak-anak yang menyaksikan televisi lebih dari 2 jam dalam satu hari di waktu kecil, mereka umumnya mengalami sulit berkonsentrasi ketika mereka mulai beranjak remaja. Sementara anak-anak yang menyaksikan televisi lebih dari 3 jam dalam satu hari, kesulitan konsentrasi akan dialami dalam tingkatan yang lebih besar.

Apakah tayangan tv sangat mempengaruhi anak?

Ya, tayangan tv sangat mempengaruhi tingkat kejiwaan anak. Hal ini berkaitan dengan kejiwaan anak yang masih labil dan belum bersikap kritis atas tayangan yang ada di tv. Tv akan mempengaruhi sistem bahasa anak, cara bicara dan bertindak dalam keseharian. Oleh karena itu, orang tua harus berhati-hati berkaitan dengan acara tv.

Tayangan tv yang bagaimana yang layak untuk anak-anak?

Tayangan yang layak untuk anak adalah tayangan yang bermuatan pendidikan, sesuai dengan umur mereka, tidak mengandung beberapa unsur berikut: Kekerasan, Pornoaksi dan

Pornografi, Gosip (Infotainment), Iklan Yang Tidak Mendidik, Film/Lawakan Vulgar, menayangkan kata-kata kasar, yang bersifat tidak mendidik, tayangan untuk dewasa dan remaja, budaya dan kebiasaan buruk, dll.

Selain itu, tayangan yang layak untuk anak adalah tayangan yang memenuhi persyaratan sebagai berikut: *Pertama*, Program tersebut secara mayoritas di-perankan oleh anak-anak; *Kedua*, Program tersebut memiliki alur/jalan cerita yang sesuai dengan karakteristik anak seperti belajar, bermain, bersenang-senang atau bergembira; *Ketiga*, Program tersebut dibumbui cerita imajinatif atau khayalan yang positif. *Keempat*, Program tersebut mengandung nilai-nilai pendidikan formal atau informal, budi pekerti, hiburan, dan penumbuhan rasa ingin tahu akan lingkungan luar.

Apa yang harus dilakukan oleh orang tua ketika anaknya menonton tv?

Ada banyak cara yang harus dilakukan oleh orang tua ketika anaknya menonton tv. Cara tersebut antara

lain; *pertama*, orang tua harus memberikan bimbingan kepada anaknya ketika si anak menonton tv. Anak hanya boleh menonton tv ketika didampingi orang tua yang telah paham tayangan yang ada di tv. Jangan sampai anak menjadi teman orang tua yang menonton tv, tapi anak harus mendapatkan teman dari orang tua ketika menonton tv. *Kedua*, Sistem Rekam dan Sortir. Orang tua merekam tayangan yang ada di tv lalu mengedit bagian-bagian yang tidak layak, lalu kemudian menayangkannya kepada anak-anak kita. Hal mungkin agak susah untuk dilakukan oleh orang tua. *Ketiga*, Sistem Beli Jadi. Orang tua membeli film vcd, dvd atau cd interaktif yang sesuai dengan umur/usia anak kita di toko buku. Pastikan tayangan yang kita beli tersebut telah lulus sensor oleh pihak yang berwenang. *Keempat*, Sistem Langganan TV Berbayar. Pada tv berlangganan biasanya memiliki fitur untuk memblokir channel-channel tertentu. Pilihlah saluran tv berbayar yang sesuai usia dan mendidik. Kunci saluran-saluran yang tidak layak ditonton anak-anak Ikuti terus perkembangan setiap salurannya jangan sampai ada peruba-

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

han yang signifikan tetapi kita sebagai orangtua tidak mengetahuinya. Jangan sampai anak kita menonton tv tanpa pengawasan orang tua, apapun acaranya. Selain itu, orangtua juga harus mengajak diskusi atas hasil tayangan tv yang sudah mereka tonton sehingga anak dapat memperoleh hasil yang positif dari tayangan tersebut.

Selama ini bentuk tayangan anak untuk ditelevisi bagaimana?

Dari sekian acara tv yang ada, memang hanya sedikit tayangan yang layak untuk ditonton oleh anak. Kita dapat memilah tayangan menjadi tiga bagian penting yaitu;

- A. Kategori "Aman", yaitu tayangan-tayangan anak yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan manfaat lebih seperti pendidikan, memotivasi, mengembangkan sikap percaya diri anak dan penanaman nilai-nilai positif dalam kehidupan. Salah satu contoh program anak yang dinilai "aman" adalah **Samba dan Sahabat**, yang diluncurkan oleh Direktorat pendidikan Madrasah Kementerian Agama. Film animasi 3 dimensi ini dikemas se-

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI



cara sederhana, namun menarik dan lucu serta tidak membosankan, Samba dan Sahabat bercerita tentang beberapa anak pelajar disebuah Madrasah dengan segala tingkah polah anak-anak namun sarat dengan kearifan lokal. Film ini terdiri dari 26 episode berdurasi 30 detik dengan berbagai judul yang bergenre komedi religi. Samba dan Sahabat menyajikan nilai-nilai pendidikan yang positif mengenai karakter bangsa, seperti pendidikan moral, etika, sikap sosial, gotong royong dan tanggung

jawab, dan pendidikan keagamaan yang dikemas dalam sebuah cerita sederhana yang sesuai dengan dunia anak-anak. Temanya pun sangat menginspirasi kehidupan anak-anak, seperti: Takut Pada Allah, Ikhlas Bersedekah, Aku juga Mau, dan Mari Hidup Sederhana, Berdasarkan nilai-nilai positif tersebut, program Samba dan Sahabat layak mendapat kategori “aman” untuk ditonton anak-anak.

Beberapa program lain yang juga aman dan dianjurkan ditonton anak-anak, antar lain: Petualangan Didi Tikus, 12 Satria Bersaudara, Si Kecil Berhati Besar, Jalan Sesama, Barney and Friend, Upin-Ipin. Meskipun masuk kategori aman, untuk episode selanjutnya perlu dikaji kembali untuk memberikan rekomendasi bahwa program ini benar-benar aman dan layak dikonsumsi anak-anak.

- B. Kategori “Hati-hati”, yaitu tayangan yang pada umumnya baik dan memiliki nilai positif namun masih memuat adegan kekerasan, mistis, seks dan cerita yang agak rumit sehingga dipandang memerlukan kehadiran orangtua (BO/bimbingan orang

tua) untuk mendampingi anak-anak yang menonton. Salah satu contoh program yang masuk kategori hati-hati adalah *Yugioh*, *Shawn the Sheep*, *Astro Boy*.

- C. Kategori “Berbahaya”, yaitu tayangan yang banyak mengandung muatan negatif seperti kekerasan, mistis, seks dan perilaku negatif lainnya dengan frekuensi penyiaran yang cukup tinggi dan cenderung menjadi daya tarik utama.

“Hati-hati dengan saya !!.....”



Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

Sedangkan tayangan yang berbahaya adalah seperti pada program *Bleach*, *One Piece*, *Vicky dan Johnny*, *Fanboy and Chum Chum*, dan *Bernard Bear*. Film *One Piece*, misalnya, bercerita seputar petualangan Monkey D. Luffy, seorang remaja berusia 17 tahun yang memperoleh kemampuan luar biasa yaitu tubuh yang sangat lentur dan kuat karena ia makan buah ajaib. Luffy memiliki ambisi besar untuk memperoleh harta tertinggi di dunia. *One Piece*, harta legendaris raja bajak laut. Untuk memperoleh harta tersebut, ia harus mencapai ujung laut yang paling mematkan dan berbahaya, yaitu The Grand Line. Dalam perjalanannya, Luffy ditemani oleh Zoro, Nami, Usop, Sanji, Tony Chopper, Nico Robin, Franky dan Brook. Luffy pun bertindak sebagai kapten bajak laut. Dalam petualangan tersebut mereka harus berhadapan atau bertarung dengan bajak laut lainnya *The Royal Seven Warlords of the Sea* (*Ouka Shicibukai*) dan marinir yang selalu berusaha menangkap mereka. Dalam pertarungan tersebut, tidak jarang menampilkan adegan kekerasan yang berlebihan

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

hingga mengeluarkan darah yang memuncrat atau menetes akibat sebuah perkeltahan. Beberapa adegan kekerasan yang berlebihan tersebut muncul seperti adegan pertarungan antara Mihoku dan Zoro. Keduanya bertarung menggunakan senjata pedang. Suatu saat pedang Mihoku menusuk perut Zoro hingga mengeluarkan darah. Begitu pula saat Mihoku menyabetkan pedangnya di lain kesempatan hingga Zoro mengeluarkan darah yang cukup jelas terlihat.

Program **Fanboy dan Chum-chum**, serial animasi CGI Amerika yang diproduksi oleh Frederator Studios juga kerap menampilkan adegan kekerasan dan perilaku tidak pantas. Bahkan dalam beberapa episode, ditemukan pelanggaran pada unsur mistik dan spiritual. Film bergenre sains fiksi ini bercerita seputar dunia anak super bernama Fanboy dan Chum chum dimana keduanya selalu menggunakan kostum superhero dengan celana dalam di luar. Berada dalam setting sekolah, film ini memuat kisah petualangan Fanboy dan Chum chum yang terjadi dalam dunia sekolah, seperti teman-teman

sekelas maupun kejahatan-kejahilan mereka terhadap Guru .

Film ini sangat menonjolkan hal-hal yang konyol dan jorok dimana terdapat adegan-adegan yang mengumbar perilaku yang tidak baik bahkan mengandung muatan melecehkan Guru dan sekolah, seperti saat Magmag menyemburkan air dari dalam mulut ke wajah Fanboy, ketika magmag meludahi tangan Fanboy. Adegan melecehkan Guru dan sekolah dijumpai ketika Fanboy dan Chum-chum menginjak kepala Guru yang sedang mengajar di depan kelas. Bahkan tak jarang menampilkan adegan melempari Guru dengan kapur dan alat tulis lain, adegan menjahili teman sekelas dengan memasukkan katak ke dalam celana temannya. Film ini dinilai mengajarkan hal-hal buruk bagi anak. Guru acapkali digambarkan sebagai sosok dungu yang selalu menerima aksi jahil dari para muridnya, seperti adegan Pak Guru diadu bergulat dengan binatang buas, sementara para murid asik menonton dan menyoraknya. Lalu pada episode malam. Dalam film itu juga ada yang menampilkan Fanboy mengajak teman-

temannya menjahili Gurunya saat Begadang.

Tadi disebutkan di atas, bahwa anak tidak boleh menonton tayangan yang mengandung Kekerasan, Pornoaksi dan Pornografi, Gosip (Infotainment), Iklan Yang Tidak Mendidik, Film/Lawakan Vulgar, dan lain sebagainya. Apakah maksud dari itu semua?

Dalam acara tv ada banyak sekali acara yang membahayakan dan dapat mempengaruhi kejiwaan anak yang menyebabkan anak tersebut mengikuti acara tersebut. Tayangan tersebut antara lain kekerasan, pornografi dan lain sebagainya. Baik dalam hal ini akan sedikit dijelaskan mengenai hal itu semua.

Kekerasan adalah sebagai program yang dalam penyajiannya memunculkan efek suara berupa hujatan, kemarahan yang berlebihan, pertengkaran dengan suara seolah orang membanting atau memukul sesuatu, dan/ atau visualisasi gambar yang nyata-nyata menampilkan tindakan seperti pemukulan, pengrusakan secara eksplisit dan vulgar.

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

Kekerasan dapat dibagi menjadi kekerasan Fisik dan Non-Fisik. Sementara Kekerasan Non-Fisik dibagi dua dalam Kekerasan Verbal dan Visual.

Pornografi adalah gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukkan di muka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat.

Iklan adalah salah satu jenis komunikasi massa dengan membayar suatu ruangan atau waktu untuk menyiarkan informasi barang atau jasa yang ditawarkan oleh si pemasang iklan. iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.

Semua hal di atas hendaknya dijauhi dari anak-anak. Sebab hal itu

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

akan mempengaruhi proses kejiwaan anak. Anak yang menonton kekerasan akan mempunyai imajinasi untuk berbuat kekerasan dalam kehidupannya. Anak yang menonton bentuk pornografi akan mempunyai aspek yang tidak baik dalam kehidupannya kelak.

Apa yang harus dilakukan oleh orang tua ketika anak menonton tv yang “tidak layak” untuk ditonton? Sebelum menjawab mengenai hal itu, maka yang harus diperhatikan oleh orang tua, bahwa jangan sampai anak menonton tv sendirian, jangan letakkan tv di kamar tanpa pengawasan orang tua, jangan jadikan tv sebagai baby sitter untuk anak. Namun, jadikan tv sebagai bagian dari edukasi kepada anak. Jika anak terlanjur sudah menonton acara yang tidak layak, maka orang tua harus memberi pengertian kepada anak bahwa acara itu tidak boleh ditonton oleh orang tua, orang tua harus sesegera mungkin mencari kegiatan yang lebih baik untuk dikerjakan oleh anak dan lain sebagainya. Jadilah orang tua yang bijak dalam mengatur anak dalam menonton acara tv.

Literasi media televisi - orang tua/guru

Apa yang dapat dilakukan guru atau orang tua untuk mengajarkan literasi media?

Guru dapat mengajarkan materi literasi media menjadi sub bagian dari pelajaran, walaupun tidak mesti dengan mata pelajaran literasi media. Hal ini bisa dilakukan dengan pelajaran bahasa Indonesia dengan mengajarkan siswa untuk menonton tv, kemudian siswa diajak untuk diskusi mengenai bahasa yang digunakan oleh pemeran yang ada di tv, cara menyapa guru sesama teman dan lain sebagainya. Sedangkan untuk guru PPKN dapat mengajarkan mendiskusikan mengenai moral yang ditayangkan di tv, membahas mengenai nilai edukasi dan lain sebagainya. Bahkan literasi media dapat diajarkan kepada siswa dengan cara membuat “film” sendiri. Cara ini dapat memberi pengertian bahwa acara di tv memang dibuat dengan sengaja bukan hal yang faktual.

Sedangkan bagi orang tua, dapat dilakukan dengan cara pendampingan kepada anak ketika menonton tv, memberikan pemahaman tentang bentuk acara tv, seperti adanya kode A, D, SU dan lain sebagainya. Hal ini secara tidak

Yang Sering Ditanyakan Tentang LITERASI MEDIA TELEVISI

langsung sudah memberikan pengajaran mengenai literasi media kepada orang lain

Adakah pengaruh yang diberikan guru atas pelajaran media literasi?

Ya pengaruhnya sangat besar. Sebab, guru biasanya lebih dihargai perkataannya oleh anak dibandingkan dengan yang lainnya. Ketika guru mengajarkan dengan caranya tersebut, maka siswa akan lebih patuh dibandingkan dengan yang lain. tetapi, harus disadari peran guru tidak sepenuhnya, tetapi yang berperan sepenuhnya adalah orang tua dan lingkungan. Oleh karena itu, guru dan orang tua hendaknya lebih memperhatikan lingkungan sekitar sehingga siswa dapat terjaga dari tayangan tv. Dalam hal ini salah satu kompetensi yang harus dimiliki guru adalah kemampuan untuk memberikan dampingan literasi media bagi lingkungannya.

Mulai sejak kapan guru harus mengajarkan literasi media

Literasi media harus diajarkan sedini mungkin dan dengan cara yang kontinyu. Sebab, semakin dini anak mengerti akan media, maka akan lebih mudah untuk membentengi siswa dari bahaya media terutama tv. Akan tetapi, harus tetap disadari, bahwa literasi media harus diajarkan kepada siswa dengan tidak memberikan pelajaran se-

cara khusus, sebab hal itu akan memberikan beban kepada guru dan siswa dalam pelajaran tersebut. Jadi, guru hanya menyampaikan sebagai bagian dari perilaku saja, bukan untuk dilihat nilai dari literasi media tersebut. Selain itu, guru harus berusaha untuk mempunyai kesepakatan dengan orang tua, sehingga apa yang disampaikan oleh guru, dipersepsikan sama oleh orang tua. Dengan begitu, siswa yang pulang kerumah mendapatkan pelajaran yang sama dari orang tua tentang materi literasi media.

Apakah orang tua harus mendampingi anak ketika ia menonton tv?

Ya harus, jika tidak dapat didampingi karena kesibukan orang tua, maka orang tua hendaknya mencari format kegiatan lain selain menonton tv. Atau orang tua selalu mengajak diskusi ketika sudah selesai dari acara tersebut.

Bagaimana cara orang tua membuat acara tv menjadi lebih layak bagi anaknya?

Orang tua atau guru adalah sangat berperan dalam menciptakan iklim per-television yang sehat. Orang tua dapat memberikan laporan bentuk apapun kepada pemilik tv atau instansi lain yang berwenang menerima aduan seperti KPI, sehingga acara yang tidak layak dapat diperbaiki oleh lembaga penyiaran yang bersangkutan.

TENTANG PENULIS



Dadang Rahmat Hidayat, S.H., S.Sos, M.Si.

Lahir di Bandung, 5 Februari 1968

Dadang sangat populer dengan kapasitasnya sebagai pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung, ikut dalam berbagai pembahasan rancangan UU Penyiaran selama tahun 2000 sampai 2002. Saat di kampus Dadang ditugaskan menjadi panitia persiapan pendirian KPI Daerah (KPID) Jawa barat, lalu terpilih menjadi Anggota KPID Jawa Barat. Ia juga berperan memotori gerakan Gerakan Media Sehat dan Pemirsas Cerdas (GEMAS PEDAS). Pada tahun 2004-2010 Dadang dipercaya sebagai Ketua KPID Jawa Barat dan tahun 2010, dan sebagai Ketua KPI Pusat sekaligus anggota bidang infrastruktur dan perizinan.



Dra. Nina Mutmainnah, M.Si.

Lahir di Jakarta, 26 Maret 1964

Nina adalah dosen tetap Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Nina mengajar mata kuliah yang sangat relevan dengan keanggotaannya di KPI, yakni "Sistem Penyiaran", "Psikologi Komunikasi", "Sosiologi Komunikasi" dan "Media dan Isu-isu Sosial Budaya". Nina pernah menjabat anggota tim Panel Pemantau dan Analisis Siaran TV Komisi Penyiaran Indonesia Pusat. Pada tahun 2004, bersama beberapa aktivis mendirikan Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) yang bertujuan melindungi anak dari pengaruh negatif media. Saat ini menjadi Wakil Ketua KPI Pusat periode 2010-2013 dan bidang isi siaran..



Idy Muzayyad, SHI, M.Si

Lahir di Jawa Tengah, 17 September 1977

Mengawali karir di dunia pers dan mulai bersentuhan dengan dunia komunikasi saat menjadi aktifis pers kampus, dilanjutkan menjadi wartawan Harian Bernas Yogyakarta (2000-2003). Sempat aktif mengerjakan Forum Kebangsaan Indonesia (FKPI) (2005-2008) dan menjadi Ketua Umum Pimpinan Pusat IPNU (2006-2009). Pendidikan terakhir S2 Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi UI (2004-2007) dan staf pengajar pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana (2009-sekarang). Saat ini ia juga sekaligus sebagai anggota KPI Pusat Periode 2010 - 2013 bidang kelembagaan.



Ezki Rezeki Widiyanti, S.H., MA

Lahir pada tanggal 2 Agustus 1964

Selama hampir 20 tahun menggeluti dunia jurnalistik dan menjadi pengurus aliansi Jurnalis Independen (AJI) sejak 15 tahun lalu. Pada tahun 2010-2013, Ezki yang pernah meraih gelar Master Internasional Development Studies, Ohio University, Amerika Serikat pada tahun 2006. Saat ini ia adalah anggota KPI Pusat periode 2010 - 2013 bidang isi siaran. Pada tahun 2001 aktif menjadi peserta manajemen Bidang Penyiaran di Kentucky, AS.



Yazirwan Uyun

Lahir di Bukit Tinggi, 2 Oktober 1954

Adalah komisioner bidang isi siaran yang telah menjabat 2 periode sebagai anggota KPI Pusat, sejak tahun 2007. Telah lama berkecimpung di dunia penyiaran mulai dari reporter sampai menduduki posisi Direktur Utama di TVRI tahun 2002. Sebagai jurnalis oleh TVRI dipercaya menjadi produser untuk program-program berskala nasional dan internasional, antara lain Sea Games, APEC, dan liputan perjalanan Kepala Negara di luar negeri. Lulusan Publistik Universitas Padjajaran ini, telah dipercaya menjadi koordinator pengawasan isi penyiaran, dan penanggung jawab kajian program anak dan kartun televisi.

Azimah Subagijo, S.Sos

Lahir di Jakarta, 28 Februari 1975

Setelah lulus dari studinya di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia tahun 1998, aktif di LSM Media Ramah Keluarga (MARKA), kemudian di Media Watch and Consumer Center The Habibie Centre (MWCC) tahun 2002-2004. Pada tahun 2005 Azimah mendirikan LSM bersama beberapa tokoh masyarakat guna melindungi masyarakat dan anak-anak dari bahaya pornografi, yaitu Perhimpunan Masyarakat Tolak Pornografi menjabat sebagai Ketua Umum. Azimah juga menulis beberapa buku, anatara lain : Porno! A-Z about pornography (2006) dan Pornografi dilarang tapi dicari (2008). Saat ini menjabat anggota KPI Pusat periode 2010-2013 dan Koordinator program literasi media KPI Pusat.



DR. Iswandi Syahputra, M.Si

Lahir di Medan, 23 April 1973

Dosen tetap Fakultas Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, telah menerbitkan beberapa buku tentang media dan jurnanisme, diantaranya "Jurnalisme Damai, Meretas Ideologi Peliputan di Area Konflik", "Jurnalistik Infotainment: Kancan Baru Jurnalistik dalam Industri Televisi" serta "Komunikasi Profetik, Konsep dan Pendekatan". Iswandi yang mendapat gelar Master UI dan Doktor tercepat di UGM, saat ini menjabat Anggota KPI Pusat periode 2010 - 2013 bidang infrastruktur dan perizinan.



Mochammad Riyanto Rasyid, S.H., M.Si

Lahir pada tanggal 2 Januari 1962

Dosen tetap Fakultas Hukum Universitas Tujuh Belas Agustus, Semarang ini terbelang sangat aktif di beberapa lembaga swadaya masyarakat untuk pengawasan beberapa program sektor pertanian dan perkebunan, di Jawa Tengah. Khusus di bidang penyiaran pernah menjabat Ketua KPID Jawa Tengah dan membina Student Media Watch (SMW). Aktif menerbitkan beberapa karya ilmiah tentang penyiaran seperti peran media dalam politik lokal, urgensi radio komunitas, spektrum hukum lembaga peyiaran dan lainnya. Sebelumnya Riyanto adalah salah satu anggota KPI Pusat periode sebelumnya, yang akhirnya dipilih kembali di periode 2010-2013.



DR. Judhariksawan, S.H., M.H

Lahir di Makasar, 29 Juli 1969

Adalah mantan Koordinator Bidang Perizinan KPI daerah Sulawesi Selatan yang hijrah dan berkiprah secara nasional. Sejak tahun 1999 diangkat menjadi dosen Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, dan menggagas mata kuliah Hukum Telekomunikasi pada kurikulum Fakultas Hukum Universitas Hasanudin, Makasar. Menulis dua buku tentang hukum komunikasi dan penyiaran. Bakat yang dititiskan orang tua nya yang mantan penyiar radio pada awal kemerdekaan, Judhariksawan telah mengenyam pengalaman di berbagai jenjang karir penyiaran dan saat ini ia menjabat Anggota KPI Pusat periode 2010-2013.



B. Guntarto

Lulusan Communication Studies - University of Leeds tahun 1999. Pernah bekerja sebagai peneliti di Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia. Melakukan berbagai penelitian tentang anak dan media, dengan spesialisasi *media literacy* atau melek media. Saat ini sedang mengembangkan Pendidikan Melek Media untuk sekolah dasar dan Ketua Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA).

