

Televisi dalam Kehidupan Anak

¹ Riza Hernawati dan ²Maya Amalia Oesman Palapah

^{1,2} Fakultas Komunikasi, Universitas Islam Bandung
e-mail:

Abstrak. *Televisi adalah media yang potensial sekali tidak saja untuk menyampaikan informasi tetapi juga membentuk perilaku seseorang, baik ke arah positif maupun negatif, disengaja ataupun tidak. Sebagai media audio visual TV mampu merebut 94 % saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga. Televisi mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50 % dari apa yang mereka lihat dan dengar di layar televisi walaupun hanya sekali ditayangkan. Usia anak adalah usia dimana si anak sedang mengembangkan segala kemampuannya seperti kemampuan berkomunikasi, bekerjasama dengan orang lain dan kemampuan mengemukakan pendapat. Dampak lainnya, disadari atau tidak, perilaku-perilaku yang dilihat di TV akan menjadi memori dalam diri si anak dan akibatnya si anak menjadi meniru yang bisa berkembang menjadi karakter pribadinya di kemudian hari, kalau tidak segera diantisipasi. Penelitian ini berupaya menyajikan gambaran mengenai efek kehadiran media, dalam hal ini adalah televisi, terhadap anak yang diterpa media literacy dan anak yang tidak diterpa media literacy. Melalui amatan terhadap cara anak mengonsumsi media, dan bagaimana pemaknaan mereka terhadap media, dan akan diperoleh gambaran mengenai perilaku yang khas anak dalam kehidupan sehari-hari.*

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset etnografi (ethnographic research), yang mencoba meneliti efek media secara alamiah dalam waktu dan tempat tertentu. Dalam penelitian yang menggunakan metode ini, para peneliti menggunakan teknik observasi, pencatatan dokumen, dan wawancara mendalam. Setelah pendeskripsian observasi dan wawancara kelak akan ditemukan beberapa ciri khas yang nampak bila dua kelompok subjek dengan karakteristik yang berbeda diperbandingkan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dari efek kehadiran media televisi bagi anak yang diterpa media literacy dan tidak diterpa media literacy. Perbedaan ini dilihat dari media habit, media use dan media access yang diaplikasikan oleh subjek penelitian dalam kehidupan sehari-hari. Perbedaan pola pendampingan yang dilakukan oleh kedua orang tua juga turut mendasari pembentukan perilaku anak.

Key Words: *Televisi, Anak*

1. Pengaruh Televisi pada Anak

Televisi adalah media yang potensial sekali tidak saja untuk menyampaikan informasi tetapi juga membentuk perilaku seseorang, baik ke arah positif maupun negatif, disengaja ataupun tidak. Sebagai media audio visual TV mampu merebut 94 % saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga. Televisi mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50 % dari apa yang mereka lihat dan dengar di layar televisi walaupun hanya sekali ditayangkan. Atau, secara umum orang akan ingat 85 % dari apa yang mereka lihat di TV, setelah 3 jam kemudian dan 65 % setelah 3 hari kemudian. (Dwyer).

Televisi adalah jendela dunia di rumah kita, yang tidak aman sama sekali. Anggota kelompok sosial yang kita sebut keluarga "bertambah" dengan hadirnya tokoh-tokoh lain dari luar rumah, luar kota, luar negeri bahkan luar angkasa. Pesan-pesan dan informasi baik yang bersifat hiburan maupun penerangan dan pendidikan makin deras membanjiri kita. Model perilaku dan tokoh identifikasi diri semakin banyak ditawarkan kepada kita dan keluarga kita. *Totally unsecured electronic windows in most Asian countries* ini seringkali "diam-diam" mengajari, memberi contoh model-model perilaku tertentu dan selanjutnya (sengaja ataupun tidak) mengajak anggota keluarga kita untuk menirunya.

Porsi tayangan televisi lebih menyita waktu anak dengan berbagai alasan. Penelitian yang dilakukan oleh Guntarto menyimpulkan bahwa 91,8% anak lebih menyukai televisi karena mereka menganggap bahwa televisi adalah media yang paling menghibur daripada media yang lainnya, seperti surat kabar, yang hanya mendapatkan porsi 0.8%. Media yang lain seperti radio tidak menyediakan ruang hiburan spesifik untuk anak. Sementara, walaupun koran dan majalah menyediakan ruang untuk anak, namun sedikit sekali besarnya. Televisi lebih banyak dikonsumsi karena ".....*children found television as the most entertaining than any other else for their leisure time.*" (Guntarto, 2000:141)

Televisi telah mengubah cara berpikir anak. Anak-anak yang terlalu banyak menonton televisi biasanya akan tumbuh menjadi sosok yang sulit berkonsentrasi dan kurang perhatian pada lingkungan sekitar. Mereka hanya terpaku pada televisi.

Anak-anak lebih bersifat pasif dalam berinteraksi dengan TV, bahkan seringkali mereka terhanyut dalam dramatisasi terhadap tayangan yang ada di televisi. Disatu sisi TV menjadi sarana sebagai media informasi, hiburan bahkan bisa sebagai kemajuan kehidupan, namun disisi lain TV dapat menularkan efek yang buruk bagi sikap, pola pikir, perilaku anak.

Televisi tidak bisa dipungkiri, kini boleh jadi telah menjadi pengasuh setia masyarakat. Tak terkecuali anak-anak. Yang jadi masalah, kalau anak-anak menonton tayangan televisi yang tidak sesuai dengan usianya. Misalnya, tayangan seks dan kekerasan. Anak-anak yang masih rentan daya kritisnya, akan mudah sekali terpengaruh dengan isi dan materi tayangan televisi yang ditontonnya, dan pengaruhnya bisa terbawa sampai mereka dewasa.

Kekerasan di TV membuat anak menganggap kekerasan adalah jalan untuk menyelesaikan masalah. Dampak menonton televisi bagi anak-anak. Antara lain bisa menimbulkan ketagihan dan ketergantungan serta pola hidup konsumtif di kalangan anak-anak. Anak-anak akan merasa pantas untuk menuntut apa saja yang ia inginkan.

Terlepas dari baik buruknya tayangan televisi yang ditonton seorang anak, pola menonton tivi yang tidak terkontrol akan menimbulkan dampak psikologis bagi anak-anak. *Yang pertama*, ketrampilan anak jadi kurang berkembang. Usia anak adalah usia dimana si anak sedang mengembangkan segala kemampuannya seperti kemampuan berkomunikasi, bekerjasama dengan orang lain dan kemampuan mengemukakan pendapat. Dampak lainnya, disadari atau tidak, perilaku-perilaku yang dilihat di TV akan menjadi satu memori dalam diri si anak dan akibatnya si anak menjadi meniru yang bisa berkembang menjadi karakter pribadinya di kemudian hari, kalau tidak segera diantisipasi. Jadi jangan heran, kalau orangtua melihat tingkah anaknya yang kasar atau suka mengeluarkan kata-kata yang tidak pantas diucapkan, meski orang tua setengah mati meyakinkan bahwa mereka tidak pernah mendidik anaknya seperti itu. Bisa jadi, itu akibat pola menonton tv yang tidak terkontrol.

Secara umum ada tiga lingkungan yang sangat mempengaruhi kualitas mental dan spiritual anak, yaitu lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan sosial budaya yang berhubungan dengan nilai-nilai serta norma-norma yang berlaku di masyarakat, termasuk di dalamnya pengaruh televisi, buku dan media massa. Ketiga lingkungan tersebut saling menopang dalam mempengaruhi perkembangan dan pembentukan karakter anak. Anak adalah makhluk aktif yang tengah dalam penjelajahan mencari dunianya. Ia membutuhkan pemandu agar ia tidak salah dalam memilih jalan hidupnya. Pemandu itu tidak lain adalah orang tua dan para pendidik (guru). Karena itu, orang tua ataupun guru, sebagai pendidik normal, perlu memahami bagaimana cara menumbuh kembangkan anak, serta memahami pula teknik-teknik bagaimana berinteraksi dengan anak yang sesuai dengan aqidah serta fleksibel dengan tuntutan jaman.

Penelitian ini bertitiktolak dari anggapan bahwa cara khalayak mengonsumsi media akan terefleksikan dalam perilaku sehari-hari. Maka, penelitian ini akan melihat bagaimana khalayak dengan pola konsumsi media tertentu, akan memiliki perilaku yang khas dalam kehidupan sehari-hari. Ini sesuai dengan asumsi teori yang menyatakan secara fisik efek kehadiran media massa berupa efek ekonomis, efek sosial, efek penjadwalan kembali kegiatan sehari-hari, efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu dan efek pada perasaan orang terhadap media. Mengingat bahwa dalam konteks sekarang ini, sudah muncul gerakan *media literacy*, maka khalayak yang diteliti adalah anak-anak yang mewakili dua karakteristik keluarga yang berbeda, yaitu keluarga yang sudah mengadopsi prinsip-prinsip *media literacy* dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, dengan keluarga yang sama sekali 'belum melek media' atau membiarkan anggota keluarganya mengonsumsi media tanpa pembatasan. Alasan dipilihnya anak-anak sebagai objek penelitian dikarenakan dalam tahapan perkembangan manusia, masa anak-anak adalah masa yang paling rentan.

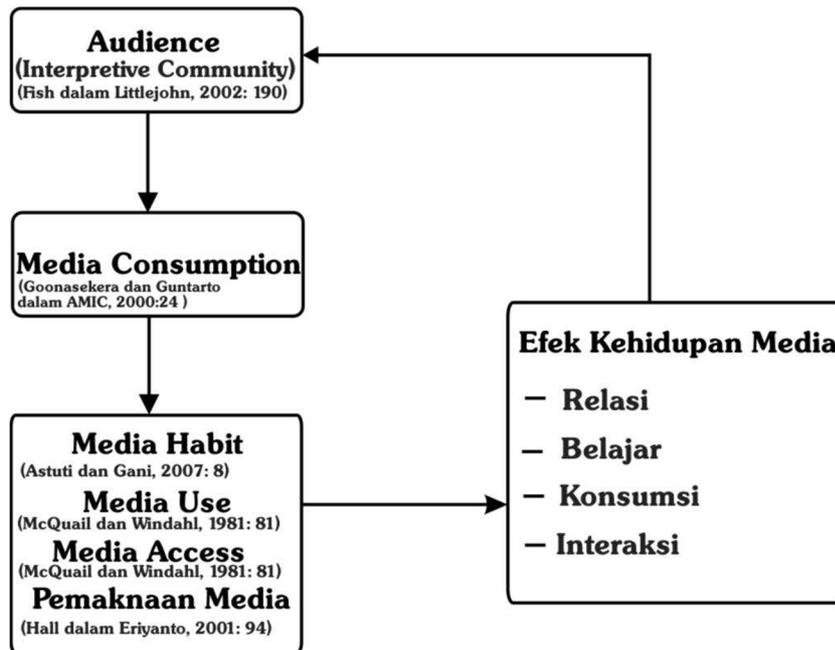
Berkaca dari penelitian *Research Team of Center for Documentation and Information, Chinese Academy of Social Sciences*, pola konsumsi anak terhadap media dapat dirinci terdiri dari:

1. *Time spent watching TV* atau rata-rata waktu yang dihabiskan untuk menonton televisi. Variabel ini terdiri dari 3 subvariabel, yaitu rata-rata waktu yang dihabiskan untuk menonton TV berdasarkan asal-usul program (program impor vs. Program lokal), rata-rata waktu yang dihabiskan untuk menonton TV berdasarkan kategori programnya (general program vs. Program anak), rata-rata waktu yang dihabiskan untuk menonton TV berdasarkan kategori gender.
2. Program-program yang difavoritkan anak.
3. *Reasons for watching (or not watching) TV*. Yaitu variabel alasan menonton TV. (Goonasekera, 2000:24)

Pada dasarnya, penelitian ini berfokus pada cara anak mengonsumsi media sehingga menimbulkan perilaku khas pada kehidupan mereka sehari-hari. Dengan munculnya gerakan *media literacy* yang diadopsi oleh keluarga yang sudah sadar atau melek media, maka penelitian ini akan meneliti anak dari dua karakteristik keluarga yang berbeda: anak yang berasal dari keluarga yang sudah menerapkan *media literacy*, dan keluarga yang tidak menerapkan *media literacy*. Konsep dasar *media literacy* adalah

“...the ability to access, analyse, evaluate and create messages across a variety of contexts”

(kecakapan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan menciptakan pesan-pesan media dalam beragam konteks). (Livingstone, 1993 dalam Astuti, 2005). Konsep ini pada intinya membekali publik dengan kemampuan untuk memanfaatkan informasi media secara bijak dan cerdas. Melalui konsep ini dominasi media massa berikut efek negatifnya yang mengancam sektor pendidikan dapat dikurangi. Dalam skema berikut ini, pola konsumsi media dapat diilustrasikan sebagai berikut:



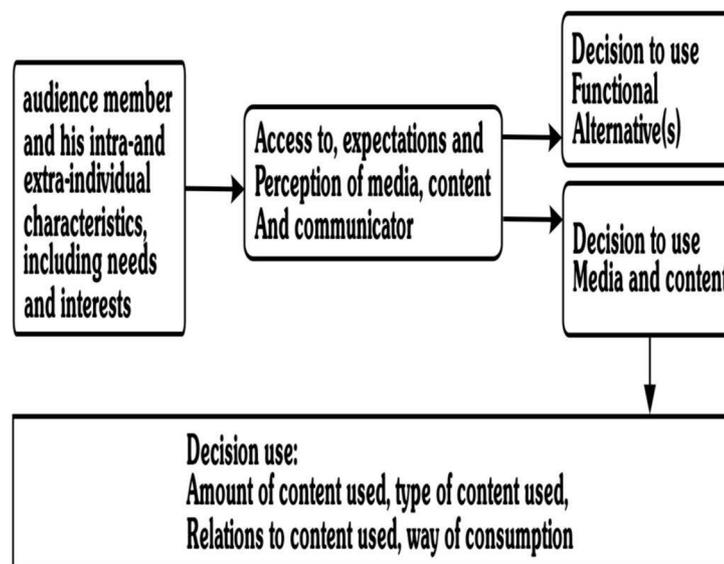
Gambar 1
Pola konsumsi media

Anak dan lingkungan sekitarnya, baik itu keluarga maupun lingkungan sekolahnya merupakan *interpretive community* yang mengalami proses interaksi, membentuk suatu realitas dan pemaknaan mengenai banyak hal. Seperti diungkapkan Fish, “*Interpretive Community are groups that interact with one another, construct common realities, and meanings. (Interpretive community* adalah kelompok-kelompok yang berinteraksi satu dengan yang lainnya, mengkonstruksikan berbagai realitas dan makna) (Littlejohn, 2002: 190). Pemaknaan media sangat bergantung pada *interpretasi* dari *audience*. Itulah sebabnya, pendampingan pada anak ketika sedang menyaksikan tayangan televisi sangat diperlukan (Astuti & Gani, 2007). Menurut Stuart Hall, media pada dasarnya tidak mereproduksi, melainkan menentukan (*to define*) realitas melalui pemakaian kata-kata yang terpilih. Yang menjadi masalah adalah siapa yang memegang kendali dalam memberikan pemaknaan. Dalam realitas sosial, siapa yang memegang kendali sebagai agen pemroduksi makna, dan siapa atau kelompok mana yang hanya berperan sebagai konsumen saja dari pemaknaan tersebut. Menurut Hall, satu pihak lebih mempunyai *previlese* dan akses ke media dibandingkan dengan pihak lain

sehingga pemaknaan satu kelompok lebih dominan dan menguasai media (Hall dalam Eryanto, 2001:36).

Informasi yang sama, senada atau serupa yang masuk secara berulang-ulang ke dalam diri seseorang akan memberikan pengaruh yang berbeda dengan apabila informasi tersebut hanya diterima sekali. Hal ini dapat menimbulkan *media habit*, dimana habit menonton kebiasaan, *code of conduct* atau ritual berulang sehingga menjadi bagian alamiah dari kehidupan sehari-hari (Astuti & Gani, 2007). Seringkali, tanpa disadari informasi tersebut terinternalisasi ke dalam diri khalayak dan selanjutnya terealisasi dalam bentuk perilaku tertentu. Bahkan, informasi yang salah karena berulang-ulang disampaikan, tanpa disadari akan dianggap sebagai suatu kebenaran.

Konsumsi media didasarkan pada kondisi tertentu atau untuk memenuhi kebutuhan yang berhubungan dengan kepuasan disinilah audience akan menentukan jumlah dari isi, tipe dan hubungan media yang digunakan (*Media use*). *Media use* pada dasarnya ditentukan dari kebutuhan, ekspektasi dan persepsi setiap individual kemudian mereka akan menentukan apakah mereka akan mengakses (*Media access*) kemudian menggunakan isi dari media tersebut atau tidak. Di bawah ini digambarkan model dari *media use*:



Gambar 2: *media use*
(McQuail and Windahl, 1981: 81)

Secara fisik, kehadiran media massa memberikan 5 efek yakni: efek ekonomis, efek sosial, efek penjadwalan kembali kegiatan sehari-hari, efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu dan efek pada perasaan orang terhadap media.

Terpaan efek pada khalayak berbeda-beda. Ada kalangan yang dapat dipengaruhi secara kuat, namun ada juga yang kurang bisa dipengaruhi. Pada penelitian ini, efek kehadiran media pada anak difokuskan kepada relasi yang merupakan bagian dari efek ekonomis, interaksi yang merupakan efek sosial, belajar yang merupakan efek

penjadwalan kembali dan konsumsi sebagai efek penyaluran/ penghilangan perasaan tertentu.

2. Munculnya Perilaku Khas Berdasarkan Media Consumption

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara keluarga yang mengadopsi *media literacy* dan keluarga yang tidak mengadopsi *media literacy*. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut :

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh tim peneliti terlihat banyak sekali perbedaan antar anak-anak yang mengadopsi *media literacy* dan anak-anak yang tidak mengadopsi *media literacy*. Masing-masing anak diobservasi secara mendalam selama 1 (satu) minggu penuh dan kemudian di ulang lagi minggu berikutnya. Namun data jenuh, sehingga data observasi diambil selama 1 (satu) minggu pertama setiap subjek penelitian.

Keluarga yang mengadopsi *media literacy* memberlakukan aturan menonton televisi dalam satu hari maksimal hanya 2 jam, itu pun hanya di jam-jam tertentu. Orang tua pada keluarga ini sangat menyadari dampak negatif televisi terhadap anak-anak, sehingga anak di buat tidak nyaman jika menonton televisi terlalu lama. Kontrol terkuat pada keluarga ini ada pada ibu, meskipun kedua ibu pada keluarga ini memiliki kesibukan tetapi orangtua tetap mengendalikan segala sesuatu yang berhubungan dengan anak, termasuk menonton televisi.

Pendampingan memang tidak selalu dilakukan oleh orangtua pada keluarga ini, namun karena anak sudah dibiasakan pola menonton yang hanya 2 jam sehari sejak dini, maka anak-anak sudah terbiasa dengan hal tersebut, malah jika anak menonton terlalu lama maka anak akan merasa sakit dan jenuh. Walaupun tidak ada pendampingan, anak selalu mendiskusikan apa yang ditontonnya dengan orang yang lebih dewasa atau dengan ibunya. Bagi mereka orangtua adalah “Guru” yang paling mereka percayai mengenai semua hal. Oleh karena itu apa yang dilarang dan diperbolehkan oleh orangtua selalu diikuti.

Anak pada keluarga ini banyak melakukan aktivitas lain. karena televisi bukan merupakan kebutuhan utama, maka ketika televisi mati anak tidak kebingungan dengan dirinya. Anak mencari aktivitas lain yang sangat disukainya, diantaranya membaca. Kedua anak pada keluarga ini sangat menyukai majalah bobo, bagi mereka majalah bobo adalah majalah yang asik dan seru karena memuat berbagai macam cerita. Selain itu tingkat interaksi dan sosialisasi anak dengan teman-temannya sangat tinggi, anak banyak menghabiskan waktu luang untuk bermain dengan teman-temannya. Keduanya sangat gemar main sepeda, selain itu anak laki-laki pada keluarga ini gemar main gasing, sedangkan anak perempuan gemar bermain masak-masakan dan boneka-bonekaan. Semuanya adalah permainan anak-anak pada usianya.

Kedua anak pada keluarga ini juga sangat mudah di atur oleh orangtuanya, mereka termasuk anak-anak yang mandiri, bisa melakukan aktivitas sendiri, walaupun masih ada beberapa hal yang kadang dibantu oleh orangtua ataupun pembantunya. Namun hampir semua dilakukan sendiri termasuk mandi, makan, sholat, dan mengaji. Mereka juga termasuk anak yang disiplin dan bisa membedakan mana yang baik dan mana yang tidak baik untuk dirinya.

Sedangkan pada keluarga yang tidak mengadopsi *media literacy*, anak diberikan kebebasan dalam memilih media yang diinginkan. Pembatasan dan pengontrolan ada namun minim. Anak cenderung bebas melakukan apapun yang diinginkan. Anak-anak pada keluarga ini menjadikan televisi sebagai kebutuhan utamanya. Sehari-hari mereka

berkutat dengan televisi. Mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi. Semua aktivitas di lakukan di depan televisi.

Karena mereka sangat tergantung dengan televisi, anak tidak mau melewatkan apa yang disajikan oleh televisi, sehingga berbagai aktivitas seperti makan dan belajar dilakukan di depan televisi. Anak-anak pada keluarga ini sangat minim berinteraksi dengan teman-teman seusianya, mereka merasa lebih nyaman menghabiskan waktu menonton televisi. Apabila tv mati maka mereka akan kebingungan karena mereka tidak memiliki aktivitas lain yang bisa menghiburnya.

Kedua anak pada keluarga ini mengalami proses identifikasi atau suka meniru apa yang ditampilkan dalam televisi, keduanya kerap berbicara kasar seperti yang mereka lihat dari televisi. Namun ada sedikit perbedaan, pada anak laki-laki cenderung selain berbicara kasar juga suka memukul, sedangkan pada anak perempuan hanya berbicara kasar saja. Anak-anak pada keluarga ini juga sangat konsumtif, hobinya jajan. Sangat *branded* dalam pemilihan barang dan bagi anak perempuan harus selalu *matching* dalam penampilan, mulai dari baju sampai aksesoris.

Anak pada keluarga ini juga agak sulit di atur dan dikendalikan. Jika disuruh melakukan sesuatu biasanya anak menolak, anak cenderung menjadi pemalas. Dan mereka cenderung lebih “dewasa” dari usianya, khusus untuk anak perempuan pada keluarga ini malah sudah mengenal “percintaan”. Karena anak sangat menyukai acara-acara yang disajikan televisi, terjadilah proses identifikasi atau meniru apa yang ada di depan televisi.

Alhasil kembali lagi pada lingkungan sosial terutama keluarga untuk memberikan pendampingan pada anak agar mereka memperoleh kualitas tontonan yang diharapkan dapat memberikan perubahan yang positif.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Dadi & Nova Yohana. 2007. Kekerasan di Televisi. Mediator, Jurnal Komunikasi, Volume 8 Nomor 1 hal 91-101. Bandung: Fikom Unisba.
- Aryanugraha. 2006. Televisi dan Mahasiswa. Jurnal penelitian Komunikasi. Thesis, Volume V Nomor 1 hal 77-89. Bandung: Dept. Ilmu Komunikasi Unpad.
- Astuti, S Indra dan Gani, Rita. 2007. Penelitian : Melacak Pola Pendampingan Orang Tua Terhadap Anak Pada Televisi. Bandung: LPPM-Unisba.
- Chu, Godwin C & Wilbur Schramm. 1979. Learning From Television: What Research Says. Washington DC: NAEB.
- Daymon, Christine dkk. 2002. Metode-Metode Riset Kualitatif Dalam Public Relations dan Marketing Communications. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Eriyanto. 2001. Analisis Wacana. Yogyakarta: LKIS.
- Guntarto, B dkk. 2000. Growing Up With TV. Singapore: AMIC.
- Goonasekera, Anura dkk. 2000. Growing Up With TV. Singapore: AMIC
- Hurlock, Elizabeth B. 1995. Perkembangan Anak. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Littlejohn, Stephen W. 2002. Theories of Human Communication. USA: Wadsworth Group.
- McQuail, Denis and Windahl, Sven. 1981. Communication Models, New York: Longman Inc.
- Moleong, Lexy J. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muharrominingsih, Diah Ika. 2006. Konsumsi Tayangan Televisi Berlatar Budaya Lokal Dalam Proses Konstruksi Identitas Etnis. Jurnal penelitian Komunikasi,

- Thesis, Volume V Nomor 3 hal 49-69, Bandung, Dept. Ilmu Komunikasi Unpad.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Saefudin, H.A. & Antar Venus. 2007. Cultivation Theory. *Mediator, Jurnal Komunikasi*, Volume 8 Nomor 1 hal 83-89. Bandung: Fikom Unisba.
- Venus, Antar. 2000. The Role of Media Educations in Developing Children's Critical Thinking Toward TV Programs. *Mediator, Jurnal Komunikasi*, Volume 1 Nomor 1 Tahun 2000. Bandung: Fikom Unisba.
- Zillmann, Dolf and Bryant, Jennings. 2002. *Media Effects : Advances in Theory ad Research Second Edition*. London: Lawrence Erlbaum Associates.