



# PEREMPUAN DAN LITERASI MEDIA

*Liliek Budiastuti Wiratmo dan Samudi<sup>\*)</sup>*

<sup>\*)</sup> *Liliek Budiastuti Wiratmo dan Samudi adalah dosen Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIK) Semarang.*

**Abstract:** *The growth of media industry, both press and broadcasts (radio and television) increase the competition of media content to reach a large number of audiences through variety of rubric and broadcast programs. But this competition doesn't followed with a good and save to consume content quality. Now on, female become the marketing frontline as well as product target that the media offer. To face that condition, female need to have a good acknowledge about media industry so they can filter the offered informations. **Keywords:** educated, media literate.*

## A. PENDAHULUAN

Era reformasi membawa konsekuensi pertambahan yang sangat pesat terhadap jumlah media massa beberapa tahun belakangan, baik dalam skala nasional maupun lokal. Data di bawah ini memberi gambaran mengenai pertambahan media massa cetak pada era reformasi.

*Sumber: Direktorat Pembinaan Pers, Agustus 1999<sup>1</sup>*

Sampai akhir September 1999, pertambahan media cetak menjadi lebih dari 1800 media cetak (Sinansari Ecip: 2000). Media penyiaran mengalami pertumbuhan yang kurang lebih sama. Hingga saat ini terdapat 10 stasiun televisi swasta di Jakarta yang bersiaran secara nasional dan menurut tabloid *Kontan* tanggal 30 Mei 2005 saat ini di Indonesia terdapat sekitar 65 stasiun televisi lokal. Di Jawa Tengah saja terdapat lebih dari 200 radio siaran swasta dan 9 televisi lokal. Di satu sisi, pertumbuhan yang pesat memberi banyak pilihan kepada masyarakat untuk mengakses media yang dibutuhkan dan diinginkannya. Di sisi lain, kehadiran media yang demikian banyak tentu akan membawa dampak dalam kehidupan sehari-hari.

Di tengah perkembangan industri media yang demikian cepat, tentu diperlukan kemampuan masyarakat untuk memahami apa yang sesungguhnya masyarakat perlukan dan bersikap aktif menyuarakan apa yang tidak diinginkan. Hingga saat ini posisi audiens sangatlah lemah, dan lebih ditempatkan sebagai objek daripada sebagai subjek. Ketergantungan yang kian besar terhadap media sudah barang tentu akan menjadi komoditas ekonomi bagi para pemilik modal untuk terus memanfaatkan setiap peluang yang ada demi meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Kenyataan seperti ini akan terus terjadi karena para pengelola media akan terus berusaha mencari dan memanfaatkan setiap peluang yang menghasilkan uang. Di sisi lain, masyarakat seolah menikmati terpaan media yang demikian kuat dan melupakan dampak yang ditimbulkannya. Padahal, Steven H. Chaffee menyebut adanya lima efek media massa, yaitu: (1) efek ekonomis, (2) efek sosial, (3) efek pada penjadwalan kegiatan, (4) efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu, dan (5) efek pada perasaan orang terhadap media.<sup>2</sup>

Namun demikian, dalam keseharian tampak tak banyak audiens yang mampu bersikap aktif sebagaimana dikatakan Frank Biocca<sup>3</sup> yang mengakses media berdasarkan *selectivity*, *utilitarian*,



*intentionality, involvement*. Sementara itu, Wilbur Schramm dan Donald F. Robert<sup>4</sup> mengatakan: “Khalayak yang sangat aktif mencari apa yang diinginkan, menolak lebih banyak isi media daripada menerimanya, berinteraksi dengan anggota-anggota kelompoknya dan isi media yang mereka terima, serta sering menguji pesan media massa dengan membicarakannya dengan orang lain atau membandingkan dengan isi media lainnya.”

Efek media massa tak hanya menyentuh orang dewasa, anak-anak dan remaja menjadi “korban pertama” karena mereka rentan dan lebih lemah menghadapi serbuan media yang bertubi-tubi. Mereka memerlukan bimbingan orang dewasa agar mampu menghadapi terpaan media yang semakin kuat. Hal ini didukung hasil penelitian yang dilakukan Wiratmo dkk. (1996)<sup>5</sup> yang menunjukkan adanya korelasi antara komunikasi orangtua dan anak dengan kebiasaan anak menonton televisi. Ini menunjukkan besarnya peran orangtua dalam memberikan bimbingan kepada anak dalam pemanfaatan media. Kelekatan pertama anak dengan ibu sesungguhnya menjadi media baik untuk menanamkan nilai-nilai, termasuk cara memanfaatkan media.

Persoalannya adalah bagaimana orangtua, terlebih para perempuan sebagai objek lekat pertama bagi anak-anak dapat membimbing anak-anak mengakses media bila tak memiliki kemampuan memadai untuk melakukannya? Pertanyaan lain yakni, bagaimana akses perempuan terhadap media, program apa dan mengapa program atau isi media yang diakses, bagaimana pemahaman mereka tentang cara kerja dan proses produksi media, serta apakah mereka memiliki kemampuan kritis untuk menilai media, menarik untuk dikaji lebih dalam?

Berangkat dari kenyataan itulah penelitian ini dilakukan untuk memetakan *media literate* perempuan di Kota Semarang, sebagai langkah awal untuk menyebarkan media literasi pada masyarakat yang lebih luas.

James Potter (2005)<sup>6</sup> mendefinisikan literasi media sebagai perspektif yang digunakan secara aktif untuk memposisikan diri terhadap media dalam menginterpretasikan makna (pesan) yang diterima. Perspektif itu dibangun melalui struktur pengetahuan yang membutuhkan peralatan dan bahan mentah. Peralatannya adalah kemampuan kita, dan bahan mentahnya adalah informasi dari media dan dari dunia nyata. Hal ini menuntut tindakan secara aktif, yang berarti harus mengetahui akan adanya pesan dan secara sadar berinteraksi dengan pesan tersebut.

Namun demikian, tantangan terbesar adalah upaya orang tua mendampingi anak-anak dalam memanfaatkan berbagai media, jika mereka tidak memiliki kemampuan memadai untuk melakukannya. Baran (1999)<sup>7</sup> mengatakan orang yang *melek* media mesti:

1. Memiliki pengetahuan yang baik tentang pemberitaan media;
2. Menyadari adanya kontak sehari-harinya dengan media dan pengaruhnya pada gaya hidup, tingkah laku, dan nilai-nilai;
3. Menginterpretasikan secara efektif pesan media untuk memperluas wawasannya;
4. Mengembangkan sensitivitas pada isi media sehingga dapat mempelajari budayanya;
5. Mengikuti persoalan kepemilikan, finansial dan peraturan dalam industri media; dan
6. Menyadari adanya peran media dalam pengambilan keputusan pribadinya.

Penelitian ini mengungkapkan fakta menarik tentang literasi media di kalangan perempuan.

## B. METODE PENELITIAN



Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif agar dapat mengungkap pemahaman masyarakat dalam menggunakan media massa untuk memenuhi rasa ingin tahu (*want to know*) yang tidak dapat diungkap dengan penelitian kuantitatif. Menurut Kirk dan Miller (1986: 9) penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanyadan dalam peristiwanya.

Lofland dan Lofland<sup>8</sup> mengatakan sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Di sisi lain, Sutopo<sup>9</sup> mengelompokkan sumber data menjadi: narasumber (informan), peristiwa atau aktivitas, tempat dan lokasi, benda, beragam gambar dan rekaman, serta dokumen dan arsip. Informan dalam penelitian ini adalah perempuan yang terdiri dari beberapa orang Ketua Tim Penggerak PKK Kecamatan di Kota Semarang perempuan dari berbagai kalangan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Untuk menjaga validitas data, digunakan triangulasi sumber yang terdiri dari praktisi media cetak, radio dan televisi.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Televisi, Media Utama

Meski banyak pilihan media yang dapat diakses di kota besar seperti Semarang, ternyata tak semua media dikonsumsi publik. Kemudahan mengkonsumsinya menjadi salah satu penyebab hal itu. Televisi menjadi pilihan utama informan ketika ditanya tentang media apa yang paling banyak diakses. Sifat audio visual televisi dengan fasilitas *remote control* menjadi daya tarik utama kotak ajaib itu karena tidak menuntut keahlian khusus untuk mengkonsumsinya. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan informan penikmat, pengguna media yang diwawancarai bahwa mereka paling sering menonton televisi, terutama televisi “nasional”. Alasannya adalah program dan kualitas siaran Televisi (TV) Nasional lebih menarik dibanding TV lokal. Umumnya mereka hanya sesekali menonton siaran TV lokal (Cakra TV, TVKU, TV Borobudur) dengan berbagai alasan. Hal itu disebabkan selain acara tidak menarik, juga kualitas gambar dan suara yang tidak terlalu baik karena mereka tinggal di wilayah *blank-spot* (wilayah yang tidak dapat menerima sinyal siaran).

Hal ini berbeda dengan pengakuan narasumber yang statusnya sebagai istri camat ketika ditanya tentang pilihan program yang ditonton pada TV lokal Semarang. Berita yang biasanya tidak terlalu menarik perhatian, justru menjadi pilihan informan yang statusnya istri camat yang sekaligus menjadi Ketua Tim Penggerak PKK Kecamatan. Mereka berusaha selalu menonton berita yang disajikan TV lokal, bahkan ada yang merasa “wajib” karena menunjang tugas mereka sebagai “tokoh” di wilayahnya. Unsur kedekatan (proksimitas) dengan kepentingan mereka menjadi pendorong utama keinginan menonton TV lokal, terlebih untuk program berita. Dengan menonton berita di TV lokal, mereka dapat mengetahui peristiwa yang terjadi di sekitarnya, terutama di wilayah kerja suami. Beberapa di antaranya mengaku bahwa suami mereka sering menjadi sumber informasi bagi reporter TV lokal tersebut. Namun, masyarakat awam sangat jarang menonton TV lokal. Hanya ada satu orang yang menonton TV lokal, yaitu TV Borobudur karena menayangkan musik VH1.

Pilihan media lain yang diakses, terutama oleh para istri camat adalah Harian *Suara Merdeka* dengan alasan untuk mengetahui peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Salah seorang istri camat yang juga berprofesi sebagai dokter mengatakan bahwa ia juga membaca buku dan majalah kesehatan. Sementara

itu, Mariana (ibu rumah tangga dengan 3 putri dan satu putra) berlangganan *Aneka Yess* dan dan *Tabloid Nova*, selain *Suara Merdeka*. Ada hal yang berbeda ketika perempuan mempunyai posisi tertentu dalam lingkungannya. Para Ketua PKK kecamatan itu mengatakan bahwa mereka cenderung membaca berita di surat kabar untuk mengimbangi posisi suami dan mengetahui hal-hal yang terjadi di sekitarnya, terkait keamanan, atau kejadian lain. Seorang informan, Astriana mempunyai kegemaran unik. Rubrik yang pertama kali dibacanya adalah “Surat Pembaca”, karena ia mengaku dapat belajar dari pengalaman orang lain yang ditulis di sana. Sementara itu, masyarakat awam yang diwawancarai tidak menjelaskan apa yang dibaca, kecuali rubrik “Hiburan” di *Suara Merdeka*.

Radio menjadi pilihan terakhir sumber informasi maupun hiburan. Pada umumnya, informan mendengarkan radio dalam perjalanan bermobil karena kalau di rumah lebih utama TV. Hal itu kecuali Novi, seorang karyawan swasta mengaku di rumah pun selain menonton TV dan ia juga mendengarkan radio seperti Trax FM dan Female FM. Keluarga Sulistyoningsing mendengarkan radio Idola dan El-Shinta di mobil bila dalam perjalanan. Idola menjadi pilihan karena selaku Camat Pedurungan, suaminya sering diwawancarai, sedangkan El-Shinta karena beritanya yang menarik dan luas. Sulistyowati mendengarkan pengajian di pagi hari sambil mempersiapkan sarapan.

## 2. Sihir *Infotainment* dan Sinetron

Beberapa istri camat yang diwawancarai memang mengatakan tidak suka (hanya kadang-kadang) menonton *infotainment*. Namun, tidak demikian halnya dengan warga yang di sekitarnya. Mereka menuturkan perempuan yang berada dalam wilayah kerja suami menyukai program tersebut. Untuk meyakinkan hal itu, mereka menjelaskan pada setiap pertemuan (PKK misalnya) selalu saja para ibu yang hadir “*ngrumpi*”, membahas apa yang mereka tonton. Biasanya sebelum acara rapat dimulai. Sebagai gambaran, Sri Hartatik bercerita:

*“Terkadang kehebohan muncul sebagai bentuk kegeraman terhadap info yang mereka ketahui dari infotainment. Seperti ketika kasus Mayangsari dan Bambang Trihatmojo muncul ke permukaan. Semua bersemangat menyatakan perasaannya.”*

Maraknya tayangan *infotainment* saat ini lebih karena kepentingan pemilik modal. Bimo Nugroho dan Teguh Imawan menulis:

“Ada dua kepentingan dominan yang ada di balik infotainment, yaitu kepentingan ekonomi bisnis serta kepentingan politik kekuasaan. Kepentingan ini yang menggiring tayang infotainment tidak bisa mengambil posisi jujur, adil, netral, terbuka serta objektif. Akibatnya, topik sajian tayangannya menimbulkan persoalan, karena hanya di tangan kedua kepentingan bisnis dan politiklah, standar kelayakan tayang diputuskan: apakah sebuah infotainment mengedepankan penyamaan fakta atau gosip; merepresentasikan akta atau memilin fakta; serta mendeskripsikan realitas atau merekayasa realitas. Di sisi lain, posisi tawar pemirsanya televisi (publik) dalam keadaan lemah, tiada kekuatan untuk mengembangkan atau menentukan corak tayangan infotainment di ranah publik yang menjadi miliknya sendiri.”<sup>10</sup>

Apa yang disajikan saat ini belum memenuhi ciri infotainment di layar kaca yang disepakati lima TV swasta (ANTV, TPI, Indosiar, RCTI dan SCTV) dengan AC Nielsen:<sup>11</sup>

1. Acara menyajikan informasi aktual atau rangkuman informasi dari suatu periode waktu tertentu (kilas balik) dari peristiwa yang terjadi di dalam dan luar negeri, dan yang menambah wawasan pemirsanya;
2. Acara yang ditayangkan secara berulang kali/regular pada slot tetap;
3. Acara menyajikan informasi, tetapi dikemas dalam bentuk hiburan; dan
4. Termasuk informasi ringan seputar dunia selebritis, misalnya tentang profil selebritis. (selebritis bukan hanya terbatas pada dunia hiburan, namun juga meliputi tokoh lainnya dari dunia olah raga, politikus dan lain-lain).



*Infotainment* masih jauh dari upaya mematuhi butir-butir kesepakatan yang justru dibuat oleh lima stasiun di atas dan lebih banyak mengungkap hal-hal yang bersifat pribadi dan melanggar privasi seseorang. Simak pernyataan Kiki Fatmala terkait pemberitaan infotainment tentang konflik dengan ibunya: “*Tapi para pekerja infotainment selalu mencari kesalahanku. Bayangkan, rumahku ditunggui sampai pukul 03.00.*”<sup>12</sup>

Dalam pandangan pekerja infotainment seperti Aroz Hadi-produser Kabar-kabari dan Kasak-Kusuk: “Apa yang mereka lakukan adalah sesuatu yang tepat, memberi informasi kepada masyarakat.” Hal ini dikuatkan pernyataan Helmy Yahya yang banyak memproduksi program *reality show*, bahwa *reality show* semacam itu ada karena masyarakat memiliki kegemaran mengintip urusan pribadi orang lain.”<sup>13</sup>

Barangkali apa yang dikatakan Helmy Yahya ada benarnya. Bila kita menengok ke belakang ada budaya yang unik di kalangan perempuan, yaitu budaya *petan* (mencari kutu kepala; faktor kebersihan yang buruk menyebabkan banyak kutu kepala yang beranak-pinak). Kesempatan *petan* antartangga menjadi kesempatan untuk *ngobrol*. Mulanya obrolan hanya sebatas hal-hal ringan. Bisa juga menjadi ajang *curhat*, dan dapat berkembang menjadi *ngrasani* serta menggunjingkan orang lain. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, gunjangan tak sebatas teman, tetangga yang dikenal, tetapi meluas sampai ke kalangan selebritas dengan bantuan media, bernama televisi. Di sini terjadi modernisasi “*petan*”.

Dari pendapat dua praktisi media tersebut, kita tak dapat berharap banyak pada kesadaran mereka untuk memproduksi program yang tak hanya menghibur, tetapi juga mendidik. Pernyataan Helmy Yahya bahwa ia akan tetap memproduksi acara-acara semacam itu: “*Saya sudah kebal dikomentari, diprotes. Saya memilih menuliskan kuping.*” Kalau sudah demikian, maka benar apa komentar Ashadi Siregar, agar kita jangan terlalu berhadapan televisi akan memiliki kesadaran tentang batas privat dan publik. “Dunia televisi sekarang adalah dunia dagang. Yang mereka buat bukan (acara) yang pantas atau tidak, tapi sensasional atau tidak. Kalau sekarang konflik (pribadi) yang laku dijual, maka itulah yang dijual.”<sup>14</sup>

Selain *infotainment*, acara yang menarik lainnya bagi informan yang diwawancarai adalah sinetron. Mariana menceritakan tentang kesukaannya menonton sinetron. Hampir semua sinetron ditontonnya, bahkan ia hafal nama dan karakter tokoh-tokohnya. Demikian pula jam tayang pada masing-masing stasiun. Ia sangat menyukai sinetron karena dapat memberi hiburan sambil mengerjakan pekerjaan rumah tangga. Selain itu, ceritanya ringan dan pemainnya cantik-cantik. Tahun 90-an, ia sangat menyukai telenovela “*Maria Mercedes*”. Dulu, ketika stasiun TV belum sebanyak sekarang, ia mendengar cerita “*Misteri Gunung Merapi*” yang terkenal dengan tokoh Mak Lampir yang disiarkan melalui radio.

Astriana, ibu dari lima anak (pada 2007 anak tertua usia 6 tahun dan putra kelima usia 5 bulan) ini mengaku jarang menonton sinetron kecuali yang bertema religius seperti “*Hidayah*” di Trans TV. Sinetron ini ditonton bersama putra-putranya karena ia berpendapat dapat digunakan sebagai media pembelajaran untuk menanamkan pesan moral. Ia mencontohkan dalam salah satu episode tentang anak yang durhaka kepada orang tua. Ia juga hampir selalu menonton sinetron “*Si Entong*” (TPI) pada tayangan pagi, siang, sore dan malam, karena lucu. Mereka sekeluarga bahkan sangat mengenali karakter tokoh-tokohnya. Misalnya, Entong yang lucu—gaya dan kata-katanya—, ustadz yang banyak “ngomong”, dan ada pula tokoh yang disebut “*demek*” karena gemuk dan sebagainya.

Apa yang ada dalam sinetron tersebut mereka serap dan gunakan dalam hubungan sosial. Seperti istilah “*demek*” digunakan anak-anak yang lebih tua untuk memanggil adik bungsunya yang gemuk.



Istilah “*preet*” dalam sinetron Si Entong juga digunakan sebagai ungkapan rasa tidak percaya dalam interaksi dengan saudara-saudaranya. Namun, hal itu tidak digunakan oleh anak-anaknya.

Ia mengakui dalam sinetron yang ditonton tersebut terkadang ada adegan kekerasan dan adegan pacaran. Namun, ia memanfaatkannya untuk memberi pendidikan bagi anak. Ia akan memberi penjelasan kepada anak-anak, bahwa tidak boleh memukul atau menyakiti orang lain. Ia juga mengatakan bahwa anak-anak tidak boleh berpacaran ketika mereka bertanya apakah anak-anak boleh pacaran, sebagaimana yang mereka lihat di layar TV.

Hobby Mariana mendapat dukungan dari dua anaknya remajanya. Selera mereka sama sehingga mereka dapat menonton dan mendiskusikan bersama, bahkan menangis bersama. Ia menambahkan, anak laki-laknya menyukai kartun yang disiarkan Global TV. Perbedaan selera antara tiga perempuan dengan satu laki-laki kecil itu tidak menjadi masalah karena mereka mempunyai dua pesawat TV. Suaminya yang bekerja sebagai karyawan swasta lebih banyak di luar kota sehingga tidak mempengaruhi kebiasaan mereka menonton TV.

Sikap longgar dalam memilih acara televisi tak hanya dilakukan Mariana. Yeni (35) mengemukakan, “*Saya sendiri cenderung menuruti keinginan anak, jadi tidak menonton TV ketika anak-anak menonton. Setelah anak-anak dan suami berangkat, baru ‘mendengarkan’ TV atau radio sambil mengerjakan pekerjaan rumah tangga.*”

Sikap mengalah dan memberi keleluasaan pada anak untuk menentukan tontonannya sendiri tentu sangat berbahaya. Hal itu dikarenakan tak hanya sinetron yang dikemas religius dan kartun yang menyajikan kekerasan. Sinetron remaja tak kalah marak dengan kekerasan, mistik dan sensualisme. Hasil penelitian yang dilakukan Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) terhadap sinetron remaja menunjukkan dominasi kekerasan, mistik dan seks pada program yang dikemas untuk remaja tersebut.

#### Frekuensi bentuk Kekerasan Sinetron Remaja 2006-2007

*Sumber: Summary report, Wajah Buram Sinetron Remaja 2006-2007  
(YPMA, 2007)*

Sri Hartatik menceritakan cara perempuan menyukai dan kadang terhanyut oleh cerita sinetron, “... *ketika membahas cerita sinetron, selalu ramai dan ‘heboh’. Terkadang mereka kecewa, marah, menilai jalan ceritanya tidak masuk akal dan sebagainya. Bila sudah begitu biasanya akan ada salah satu yang menengahi dengan mengatakan: ‘Namanya sinetron’. Kalau sudah begitu biasanya pembicaraan akan berhenti dengan sendirinya.*”

Fakta bahwa perempuan lebih menyukai *infotainment* dan sinetron kian tak terbantahkan. Ia bagai buah simalakama, dikritik, dan dimaki, namun tetap disukai. Untuk mengatasinya diperlukan orang-orang yang mempunyai kekuatan dan jaringan untuk menjangkau masyarakat sehingga mampu menyampaikan pesan betapa pentingnya kemampuan mengkritisi media. Hal itu seperti Sulistyowati yang menuturkan banyak anggota PKK yang menyukai sinetron dan infotainment karena mereka selalu membahas apa yang ditonton tersebut sebelum rapat/pertemuan PKK. Anggota PKK itu dapat menceritakan secara rinci serta mengomentari cerita sinetron atau artis yang diberitakan, “Namun saya sampaikan kepada ibu-ibu itu (baik di PKK maupun di Dharma Wanita) usahakan mendampingi anak-anak, kalau bisa ga tidak usah nonton, karena anak-anak adalah SDM yang akan meneruskan kita.”

### 3. Pemahaman Cara Kerja dan Produksi Media

Pemahaman tentang cara kerja media menjadi salah satu modal untuk dapat *melek* media. Sayangnya, belum banyak yang memilikinya. Para Ketua TP PKK cukup memahami proses produksi

media karena suami mereka sering diwawancara wartawan. Yang menarik Sulistyoningsih, istri camat Pedurungan yang sering mengajak anaknya menonton ketika suaminya diwawancara serta memberi penjelasan bagaimana sebuah berita diproduksi. Ia bercerita, “*Terus kemaren kan bapaknya ada di koran pagi, Cuma telepon aja, jadi wartawannya telepon, hari ini keluar, nelepon lama dari siapa to pak/ dari wartawan, wawancara/ kok lewat telepon/ ya bisa to, dia kan pake direkam atau dicatat, gitu nanti kan keluar di koran*”.

Sri Hartatik, istri Edy Riyanto—Camat Candisari—menceritakan keberatan anak-anaknya ketika *smackdown* dihentikan karena dilarang tayang oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) karena mereka tahu bahwa apa yang ada dalam tayangan tersebut hanya “trik”. “*Mana mungkin orang dibanting, dipukul dan diinjak seperti itu tidak apa-apa.*” Namun, menurut penuturan mereka masyarakat yang ada di sekitar mereka tidak memahami tentang hal itu. Demikian pula beberapa informan yang diwawancarai. Nana, seorang ibu rumah tangga misalnya, mengatakan tidak memahami dan membayangkan bagaimana proses tersebut berjalan. Atau Yeni juga ibu rumah tangga, yang menjawab dia tidak mengetahui proses produksi media. Baginya hal itu tidak penting. Yang terpenting baginya adalah mendapat hiburan yang dapat membuatnya rileks.

#### 4. Sikap Kritis terhadap Isi Media

Tak kalah menarik untuk disimak adalah mencermati kemampuan perempuan dalam mengakses media secara kritis. Hasil wawancara di lapangan menunjukkan perempuan yang menjadi tokoh di wilayahnya atau memiliki pendidikan yang memadai mempunyai sikap kritis dalam mengakses media. Sulistyoningsih jarang menonton TV sendirian. Ia lebih sering mendampingi saja. “*Mengingat tayangan televisi saat ini sangat mengkhawatirkan sehingga orang tua harus waspada. Sebab dalam pengamatannya kini anak kecil pun menonton sinetron dengan tema percintaan. Maka orang tua yang harus selektif dan mengetahui apa yang ditonton anak-anaknya. Kalau mereka menonton tayangan yang kurang baik, maka orang tua harus memberi pemahaman kepada anak-anak tersebut.*”

Devina, mahasiswi Semester V sebuah Perguruan Tinggi Negeri di Semarang, memahami beberapa tayangan di TV tidak baik dan tidak mendidik. Tetapi, ia yakin tidak terpengaruh olehnya karena ia tahu pasti bahwa apa yang ada di layar TV hanyalah cerita dan rekayasa belaka. Sri Hartatik melihat, perempuan di wilayah binaannya banyak terpengaruh iklan. “*Terutama kalo ibu-ibu itu make-up nya kan banyak yang terpengaruh iklan. Dengan posisinya sebagai Ketua Tim Penggerak PKK Kecamatan memberi peluang baginya untuk menjelaskan tentang perlindungan, juga mendidik warganya agar tidak mudah percaya. Menurutnya, memang bagus sih, seorang wanita itu harus cantik, tapi bahan obat yang dipakai itu nggak bagus itu, contohnya make up itu, nanti bisa mengakibatkan pengikisan, bisa gini, gini, gini dan sebagainya.*”

Akan tetapi, Rosvy sebagai salah satu informan berpendidikan menerapkan aturan yang ketat bagi anak-anak. Ia menerapkan aturan menonton TV bagi anak-anak. Jam 6 sampai jam 8 malam mereka tidak boleh menonton TV karena jam belajar. Setelah itu, sebelum tidur jam 9 mereka masih boleh menonton. Ia menyadari pengaruh media terhadap perkembangan anak, itu sebabnya ia selektif memilih program. Kalau sebuah program dinilai tidak layak ditonton anak-anak, ia akan pindah saluran. Bila semua jelek, biasanya ia akan mencari kartun yang dinilainya aman bagi anak-anak. Itu sebabnya di tengah kesibukannya, Rosvy masih menyempatkan diri mendampingi anak-anak.

Kondisi sebaliknya muncul di kalangan ibu rumah tangga yang merasa kesulitan mengendalikan ketergantungan anak-anak pada kotak ajaib yang dapat menampilkan gambar dan suara itu. Nana misalnya, ia mengalami kesulitan untuk mengendalikan kegemaran anak-anaknya menonton TV. Sejak bangun tidur, anaknya yang kedua sudah siap di depan TV sambil bersiap-siap ke sekolah, yang diselingi

dengan pertengkaran kecil karena biasanya kalau sudah menonton TV anak-anak menjadi asyik dan lupa waktu, mandi sulit, dan makan sulit. “*Saya juga kesulitan meminta anak-anak untuk belajar. Lagi-lagi TV yang menjadi penyebabnya.*” Kedua anak perempuannya suka menonton “Spongebob”, “Avatar”, “Wisata kuliner”. Mereka juga suka menonton sinetron “Cinta Fitri”, “Candy”, “Aisyah”, dan sebagainya, serta sangat hafal jam tayang acara yang mereka sukai.

Berbagai temuan di atas kian menunjukkan betapa pentingnya selektivitas dan daya kritis perempuan dalam mengakses media beserta isinya. Namun, ada kecenderungan orang tua merasa aman kalau anak-anak menonton kartun atau sinetron anak-anak (karena tokoh utamanya anak-anak). Rosvy misalnya, kalau sebuah program dinilai tidak layak ditonton anak-anak, ia akan pindah saluran. Bila semua jelek, biasanya ia akan mencari kartun yang dinilainya aman bagi anak-anak. Padahal, kartun tidak sepenuhnya aman dikonsumsi anak-anak karena tidak hanya kekerasan yang muncul tetapi juga kata-kata makian seperti *brengsek, goblog, dasar tak tahu diuntung, kurang ajar*, dan sebagainya. Dalam kejadian itu, juga ada unsur seksualisme seperti pada “Crayon Shinchan”, serta perilaku lain yang jauh dari unsur mendidik. Temuan YPMA menunjukkan hal ini dan memberi tanda merah yang berarti “bahaya” untuk anak-anak:

*Sumber: Kidia, Januari - Maret 2008*

Begitu juga sinetron “Si Entong” yang menjadi kesukaan anak-anak menyajikan perilaku yang jauh dari unsur pendidikan. Sebagai contoh, dalam episode “*Entong dan Kipas Ajaib*”, teman Entong yang juga musuhnya mencuri kipas untuk melakukan kejahatan mengucapkan “*Bismillahirohmanirrohim*” sebelum beraksi.

Agaknya harapan agar masyarakat—khususnya perempuan—*melek* media masih memerlukan perjalanan yang panjang karena menurut Baran (1999)<sup>15</sup> harus:

1. Mampu dan mau memahami isi, menaruh perhatian dan menyaring hal-hal buruk;
2. Paham dan respek pada kekuatan isi media;
3. Mampu membedakan sifat emosi tase reaksi yang timbul ketika merespon pesan;
4. Memiliki tuntutan kualitas isi media yang tinggi;
5. Memahami peraturan dan menyadari bila peraturan dilanggar atau dicampuradukkan;
6. Mampu berpikir kritis tentang isi media, dengan mengabaikan seberapa kredibel sumbernya; dan
7. Mengetahui bahasa internal berbagai media dan memahami efeknya.

Menanggapi hasil penelitian tersebut, Yuliman, Direktur Utama TV Kampus Udinus (TVKU), berpendapat bahwa yang berperan penting dalam rumah tangga adalah ibu (perempuan), bukan laki-laki/bapak sebagai kepala keluarga. “Nah, kalau perempuan (ibu) tidak memiliki pemahaman yang baik tentang media sehingga membiarkan anak-anak menonton acara televisi—yang diperlakukan sebagai pengasuh yang turut menjaga anak-anak (*electronic babysitter*)—yang tidak selayaknya ditonton. Hal ini karena mereka tidak paham akan dampak tayangan yang tidak mendidik tersebut. Kalaupun orangtua melakukan pendampingan dan memberi penjelasan masih dalam tanda kutip ( “ ),” katanya.

Ia menambahkan bahwa kunci dari itu semua adalah sistem pendidikan yang salah. Banyak orang yang berpendidikan tinggi, tetapi belum tentu ia “terdidik”. Bahkan, antara dididik dan terdidik bisa *ngalor-ngidul*. Mendapat ijazah dengan terdidik juga termasuk dua hal yang berbeda. Mestinya, apa yang didapat dalam proses pendidikan diaplikasikan dalam keseharian, dan dapat membedakan baik-buruk. Untuk mengatasi persoalan rendahnya literasi media adalah dengan cara mengakui rendahnya literasi media menguntungkan bagi industri media karena tuntutan kualitas isi siaran yang rendah pula. Hal itu



akan mempermudah dan menghemat biaya produksi. Namun, ia risau karena nalurinya sebagai pendidik mengatakan itu adalah sesuatu yang salah.

Pendapat senada dikemukakan Diah Irawati, anggota redaksi Semarang Metro dan “Suara Perempuan” Harian *Suara Merdeka*. Ia mengamati perempuan mungkin masih tidak mau berpikir terlalu dalam atau terlalu jauh, mungkin kasarannya terlalu malas untuk memilih atau mencermat sinetron atau acara-acara yang lebih berkualitas seperti *news*, atau sinetron dari 100 sinetron pasti ada satu atau dua yang berkualitas dan mendidik. Ira berpendapat bahwa mestinya media juga mempunyai fungsi mendidik, harus menyajikan berita-berita yang berbobot, dan ada pelajaran pada masyarakat, artinya tidak berisi seperti tadi, ada kekerasan, mengadu domba dan sebagainya.

Pernyataan menarik dikemukakan Indah Pujiati, seorang penulis naskah sandiwara radio yang mengatakan “Saya pikir kita tidak dapat menutup kemungkinan media melihat rendahnya tingkat *melek* media dari sisi komersial sehingga tidak memiliki perhatian yang memadai pada masalah perempuan, kecuali radio Female dan Imelda. Walau idealnya tidak seperti itu, di mana pada tayangan TV wanita menjadi objek yang layak untuk diperjualbelikan. Dalam pengamatan informan, secara umum media “*menohok*” perempuan yang dalam pemahaman medianya kurang, tetapi kalau untuk kemenarikan, perempuan mempunyai nilai jual yang tinggi.

## E. KESIMPULAN

Temuan penelitian di lapangan memperkuat dugaan masih rendahnya tingkat literasi media perempuan yang selama ini mengkhawatirkan. Akses terbanyak adalah pada media televisi yang untuk menikmatinya tidak memerlukan persyaratan khusus karena keberadaannya sebagai media audio visual langsung merangsang indera dengar dan pandang. Di tengah kondisi semacam itu, muncul tayangan yang disukai, baik sinetron, *infotainment*, maupun kartun di televisi. Radio tak kalah ramai memeriahkan dirgantara dengan beragam sajian. Demikian halnya media cetak yang terus-menerus bertumbuh.

Namun demikian, kemudahan itu tidak diiringi dengan pemahaman yang memadai tentang bagaimana isi media dibuat, dikemas, dipilih dan disajikan ke hadapan khalayak. Baik-buruk tayangan serta resiko yang harus ditanggung bila salah menggunakan media.

Lemahnya pengetahuan itu menjadikan perempuan tak menyadari bahaya yang mengancam sehingga membiarkan anak-anak menyaksikan parade kekerasan, perendahan nilai-nilai humanisme, baik dalam infotainment, sinetron maupun kartun yang selama ini dianggap aman.

## ENDNOTE

<sup>1</sup> (Mursito: 2000)

<sup>2</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001).

<sup>3</sup> Littlejohn, *Theories of Human Communication* (Wadsworth, 2002).

<sup>4</sup> (Stewart L. Tubbs-Sylvia Moss, 2001).

<sup>5</sup> Wiratmo, Liliek Budiastuti, M. Gifari, Kuwatono, *Hubungan Komunikasi Orang Tua dengan Anak dan Kebiasaan Anak menonton Televisi* (Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi STIK Semarang 1996).



- <sup>6</sup> James Potter, *Media Literacy* (Thousands Oak: Sage Publication, 2005).
- <sup>7</sup> Stanley J Baran, *Introduction to Mass Communication, Media Literacy and Culture* (California: Mayfield Publishing Company, 1999).
- <sup>8</sup> (Moleong 2001:112).
- <sup>9</sup> Sutopo (2002: 50-54).
- <sup>10</sup> Nugroho, Bimo, Teguh Imawan, dkk., *Infotainment* (Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia, 2005), hal. 24.
- <sup>11</sup> *Ibid.*, hal. 27.
- <sup>12</sup> *Kompas*, 16/11 2008.
- <sup>13</sup> *Ibid.*
- <sup>14</sup> *Ibid.*
- <sup>15</sup> Stanley J Baran, *Introduction to Mass Communication, Media Literacy and Culture*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J. 1999. *Introduction to Mass Communication, Media Literacy and Culture*. California: Mayfield Publishing Company.
- Jane, Brown, D., Kim Walsh-Childers. 2002. "Effect of Media on Personal and Public Health" dalam Jennings Bryant, Dolf Zillmann (eds), *Media Effects, Advances in Theory and Research*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Jurnal Perempuan No. 37/2005. *Remaja Putri Korban Media?* (Prolog) *Remaja Melek Media*. Kidia Edisi IX/IV/Februari 2007.
- Kidia Edisi XII Januari-Maret 2008.
- Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication*. Wadsworth.
- Nugroho, Bimo, Teguh Imawan, dkk. 2005. *Infotainment*. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia.
- Potter, James. 2005. *Media Literacy*. Thousands Oak: Sage Publication.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tubbs, Stewart L, Sylvia Moss. 2001. *Human Communications, Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Veven Sp Wardhana. 2005. *Sinetron Indonesia untuk Pasar dan Budaya*. Yogyakarta: LP3Y.
- Wiratmo, Liliek Budiastuti, M. Gifari, Kuwatono. 1999. *Hubungan Komunikasi Orang Tua dengan Anak dan Kebiasaan Anak menonton Televisi*. Semarang: Sekotah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIK) Semarang.
- Yayasan Pengembangan Media Anak. 2007. *Potret Buram Sinetron Remaja 2006-2007*. Jakarta.