

PERSEPSI ANAK PADA ACARA TELEVISI

Tandiyo Pradekso

Abstract

The poor quality of television program available to Indonesian children and the escalating cases of anti-social and delinquency among children are undeniably the hard fact. But linking the two in a causal relationship is a mere speculation that oversimplifying the issue. At the conceptual level in the study of mass communication, there are theories based on the perspective of the limited influence of the mass media. Theories such as those of Klapper's phenomenistic, DeFleur's individual differences and social category, selective processes theory, and Seymour Feshbach's catharsis theory, are all discouraging the behavioral effect of mass communication. Media influence on children is determined by their comprehension in TV viewing. By about age 8 or 9 (Huston et.al), children are about as accurate as adults in judging whether a television program is presenting fiction or fact.

There are arguments on how children perceive the reality out of the television. First, Aletha C. Huston explained that perceptions of reality occur on two dimensions: factuality and social realism. Second, Gunter and McAleer pointed out that children use three categories of television versus real-life comparisons. These include the category of the 'actual', the 'possible', and the 'impossible'. The third explanation dealt with the way children evaluate characters in television programs. Findings revealed that perception on factuality was dominant in programs such as news, sports, infotainment, talk-show, variety-show, music, and reality-show. Perception of social realism was dominant in cartoons, movies, and soap-operas. Similar to those of factuality, the actual category appeared predominantly in news, sports, religion, talk-show, variety-show, music, and reality-show. The possible was slightly highlighted in cartoons, movies, and soap-operas. While the impossible also seemed dominant in cartoons, movies, and soap-operas. Conceptually, the 4 children's favorite characters are the humor of the characters; the strength of the characters; the attractiveness of the characters; and the activity level of the characters. Humor was dominant in cartoons, talk-show, and variety-show. Strength was central in sports and movies, and attractive in infotainment and talk-show. There were no active characters significantly perceived in any television programs.

Keywords: *television influence, children audience, media literacy*

Pendahuluan

Penggemar tontonan acara televisi di Indonesia sesungguhnya memiliki banyak pilihan yang tersedia untuk mengakses saluran televisi sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka. Setidaknya ada empat *platform* siaran televisi yang dapat di akses di banyak tempat di Indonesia, khususnya di daerah perkotaan, yaitu siaran televisi *free to air* (FTA), siaran televisi berbayar/berlangganan (atau sering disebut juga televisi kabel, meskipun kini tidak lagi menggunakan saluran kabel konvensional), televisi satelit, dan televisi *on line streaming* melalui internet. Sayangnya tidak semua lapisan masyarakat memiliki kesempatan yang sama besar untuk menikmati keempat *platform* tersebut. Pertimbangan ekonomi merupakan kendala utama masyarakat untuk mengakses siaran televisi selain yang berbasis FTA. Sehingga mayoritas penduduk akhirnya memilih siaran televisi FTA, yang kontennya sangat ditentukan oleh pihak stasiun televisi dan para pengiklan yang sangat mengandalkan sistem *rating* Nielsen.

Ketersediaan yang terbatas pada kualitas program hiburan televisi, dan juga konten acara lainnya seperti iklan, muatan kekerasan, mistis, dan seksual acapkali dipandang membahayakan bagi kelompok penonton yang paling rentan terpengaruh, yaitu anak-anak. Buruknya konten televisi yang secara potensial tersedia bagi semua anak di Indonesia yang memiliki akses ke siaran televisi FTA, seringkali dituduh sebagai penyebab berbagai tindakan anti-sosial, dan bahkan kriminal, yang dilakukan oleh anak. Seperti misalnya yang dikemukakan oleh

Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), bahwa 30 persen anak pelaku pemerkosaan dan 20 persen anak pelaku kejahatan, terinspirasi tayangan televisi (Kompas, Sabtu 27 April 2013, halaman 12).

Dikemukakan oleh wakil ketua KPAI, Apong Herlina, anak menonton televisi sekitar 35-40 jam per minggu, sedangkan durasi belajar anak sekolah dasar hanya sekitar 30 jam seminggu. Sementara Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mengategorikan jam tayang sebelum jam 22.00 potensial ditonton oleh anak, dan pada periode jam tersebut masih dijumpai tayangan mengandung adegan kekerasan, aktivitas seksual, mistik dan horor, kata-kata kasar, serta adegan merokok yang tentunya tidak ramah anak. Komisioner Bidang Isi Siaran KPI Nina Mutmainnah menyambung bahwa tayangan animasi seperti kartun (yang digemari anak dan seringkali dianggap tidak berbahaya) juga banyak mengandung substansi terlarang seperti itu.

Buruknya kualitas program televisi yang tersedia bagi banyak anak di Indonesia dan merebaknya tindakan anti-sosial dan kriminal yang dilakukan oleh anak di Indonesia adalah fakta keras yang tidak terbantahkan. Namun mengkaitkan keduanya dalam hubungan kausalitas bisa jadi merupakan spekulasi yang terlalu menyederhanakan persoalan. Dalam hal ini perlu disimak kembali apa yang dikatakan Ketua KPAI tentang hilangnya perhatian dari keluarga dan masyarakat, dua elemen penting yang juga memiliki peran besar dalam mempengaruhi perilaku anak. Hasil penelitian ITC (Hanley, 2000: 4) juga menunjukkan bahwa *key influences* pada anak-anak adalah orang-orang yang memiliki kontak langsung dengan mereka, yaitu orang tua, keluarga yang lebih tua, kakak, teman, *peers*, dan anak yang lebih tua, selain juga para guru, pengasuh, dan pelatih olah raga.

Pada tataran konseptual dalam kajian komunikasi massa dikenal juga sejumlah teori yang berbasis pada perspektif pengaruh terbatas dari media massa, dimana media massa (termasuk televisi) diragukan bisa memiliki pengaruh sehingga dapat merubah sikap dan perilaku seseorang, seperti misalnya teori *phenomenistic*-nya Klapper, *individual differences* dan *social category* nya DeFleur, teori *selective processes*, dan teori *chatarsis* nya Seymour Feishbach.

Mempertimbangkan kedua argumen tersebut maka perlu kiranya dilakukan upaya untuk menjelaskan bagaimana sebenarnya anak sebagai individu yang juga memiliki logika yang independen hingga tingkatan tertentu dan karakter spesifiknya, mempersepsikan acara televisi yang ditontonnya.

Aletha C. Huston beserta koleganya (dalam Pecora, Murray, & Wartella, 2007: 53-54), menjelaskan bahwa *perceptions of reality occur on two dimensions: factuality* (“Did it happen in the unrehearsed real world?”) and *social realism* (“How like real life is it, even if it is fictional?”). Ketika anak telah berumur 8 atau 9 tahun, umumnya mereka telah sama akuratnya dengan orang dewasa dalam menentukan apakah televisi itu menyajikan fiksi atau fakta pada acara yang disiarkannya. Anak melakukan penilaian tentang faktualitas acara televisi terutama berdasarkan genre acara televisi (misalnya berita itu faktual, sedangkan drama itu tidak), dan pada gilirannya akan mendasarkan penilaiannya pada acuan sifat-sifat baku dalam proses produksi acaranya (misalnya ‘talking heads’ dan penyajian data grafis mengindikasikan format berita atau dokumenter). Dimensi kedua dari persepsi terhadap realitas yaitu *social realism*, berkaitan dengan persepsi anak tentang apakah penggambaran televisi tentang orang atau tempat yang belum begitu dikenal oleh anak tersebut masuk akal (*plausible*) benar-benar terjadi dalam kehidupan nyata. Anak melakukan penilaian mengenai *social realism* televisi terutama berdasarkan sejumlah indikator dari konten televisi (*content cues*), biasanya dengan membandingkan perilaku yang dilihatnya di televisi

dengan pengetahuannya mengenai realitas faktual, namun ciri-ciri spesifik dalam proses produksi (misalnya rekaman tepuk tangan atau ketawa yang dimobilisir dalam acara komedi) dapat berkontribusi dalam pembentukan persepsi tersebut.

Sementara itu, umur 8 tahun ternyata merupakan momen penting yang terjadi pada anak, yaitu ketika kemampuan pemahaman mereka meningkat secara drastis. Children older than 8 seldom thought of television as offering a 'magic window' on the world. They understood something about the fabricated nature of programming. By the age of 8, children become generally aware that television programmes are made up. How completely they understand this varies, depending on the children studied and on what criteria are established for awareness (Gunter & McAleer, 1997: 46-47). Lebih lanjut Gunter dan McAleer mengemukakan bahwa anak menggunakan 3 kategori untuk membedakan televisi dengan realitas kehidupan mereka. Kategori pertama adalah 'the actual', yang merujuk pada penilaian tentang apakah konten televisi benar terjadi dalam realitas kehidupan mereka. Kategori kedua adalah 'the possible', yang merujuk kepada konten televisi yang dapat terjadi dalam dunia nyata. Kategori ketiga adalah 'the impossible', yang terdiri dari peristiwa-peristiwa yang tidak mungkin terjadi dalam kenyataan. Children and adolescents can make distinctions between television and real life even though their real-world experiences of certain objects or events may be limited.

Aspek penting lainnya dalam mempersepsikan acara televisi berkaitan dengan cara-cara anak mengevaluasi berbagai karakter dalam berbagai acara televisi. Kemampuan mengevaluasi karakter ini relatif terhadap umur anak. Anak yang lebih muda cenderung menganggap karakter yang mereka sukai lebih mendekati realitas ketimbang karakter umum lainnya yang mereka jumpai dalam acara televisi, namun preferensi ini semakin terkikis seiring dengan meningkatnya umur anak. A study of the dimensions used spontaneously by 8-to 12-year-old children to discriminate between pairs of popular television characters found four major dimensions: the humour of the characters; the strength of the characters; the attractiveness of the characters; and the activity level of the characters. 'How much like a real person' characters were perceived to be did not emerge as an important dimension. The significance of the reality dimension seems to depend, however, on the characters that are selected for children's judgement. (Gunter & McAleer, 1997: 50).

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dalam perspektif post-positivistik yang dilakukan melalui survei pada bulan Agustus 2014, dilakukan pada anak umur 8 sampai dengan 10 tahun, yang mengakses hanya acara televisi FTA (*free to air*). Karena kriteria yang sangat spesifik dari obyek penelitian maka sampel diambil secara *non-random*, dan jumlah sampel yang diambil adalah 41 anak. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perilaku Anak Menonton Televisi

Durasi dan Frekuensi Menonton Televisi

Jumlah waktu yang digunakan anak atau durasi menonton televisi dalam satu hari bervariasi antara 1 sampai dengan 6 jam, dan tidak ada anak yang tidak menonton televisi. Distribusi jumlah jam menonton televisi setiap harinya dominan pada kelompok 3 jam dan 2 jam per hari (gabungan keduanya mencapai 63,4%). Profil durasi anak menonton televisi setiap harinya ini memberikan gambaran buruk tentang masih terjadinya *over exposure* siaran televisi terhadap anak. Rekomendasi dari Yayasan Pendidikan Media Anak (YPMA) dan lembaga lain yang peduli pada kesehatan perkembangan anak adalah anak menonton televisi maksimal 2 jam setiap harinya. Jika menggunakan pedoman itu maka hanya sekitar 31,7 persen responden yang mengkonsumsi televisi secara sehat berdasarkan durasinya. Sisanya yang tergolong tidak sehat, ada yang menonton televisi hingga 5 dan 6 jam setiap harinya. Jumlah waktu ini sungguh luar biasa untuk anak umur 8 sampai dengan 10 tahun karena jumlah ini setara dengan jumlah waktu yang digunakan oleh anak tersebut untuk belajar di sekolah setiap harinya. Durasi tersebut juga setara dengan sekitar sepertiga (31% sampai dengan 37%) dari waktu anak terjaga (minus rata-rata 8 jam untuk tidur) setiap harinya. Jumlah yang sangat besar mengingat berbagai aktivitas positif yang seharusnya dilakukan oleh anak.

Tabel 1 Perilaku Konsumsi TV oleh Anak			
	Minimum	Maximum	Mean
Jumlah Jam Nonton TV/hari	1	6	3.15
Jumlah Hari Nonton TV/minggu	3	7	6.63

Nilai rata-rata durasi anak menonton televisi adalah 3,15 jam per hari atau sekitar 3 jam lebih 9 menit. Sementara jumlah hari anak menonton televisi setiap minggunya adalah antara 3 sampai dengan 7 hari per minggu. Nilai rata-rata jumlah hari menonton televisi per minggu adalah 6,63 hari. Data ini menunjukkan bahwa meskipun ada anak yang tidak setiap hari menonton televisi namun jumlah mereka yang menonton setiap hari jauh lebih banyak sehingga rata-ratanya mendekati 7 hari dalam seminggu.

Data pada Tabel 1 tersebut dikonfirmasi oleh data yang menunjukkan bahwa anak yang hanya menonton televisi 3-4 hari setiap minggu, proporsinya kurang dari 10 persen. Ini berarti menonton televisi adalah aktivitas rutin yang dilakukan bahkan lebih banyak daripada aktivitas rutin bersekolah.

Data mengenai durasi dan frekuensi anak menonton televisi sehari-harinya menunjukkan bahwa intensitas anak menonton televisi adalah sangat tinggi. Terlepas dari apakah televisi mampu mempengaruhi perilaku anak (khususnya perilaku negatif) atau tidak, tendensi konsumsi media televisi yang ekssesif pada anak merupakan suatu gejala yang nyata. Intensitas menonton televisi yang tinggi ini pasti akan menyebabkan dislokasi dan proporsi waktu anak untuk melakukan aktivitas lainnya yang (boleh jadi) merupakan aktivitas yang lebih produktif dan berkualitas bagi anak seperti belajar, bermain dengan teman-teman sebayanya, dan bahkan berinteraksi dengan

anggota keluarga lainnya, menjadi berkurang atau terbatas. Dalam kasus ini maka pengaruh televisi pada anak akan terlebih dulu ditemukan justru pada aktivitas menonton televisinya daripada konten acara televisinya.

Penempatan Pesawat Televisi dan Durasi Menonton Televisi

Faktor penting yang dapat mempengaruhi perilaku anak menonton televisi adalah penempatan unit pesawat televisi tersebut di dalam rumah. Pada keluarga yang hanya memiliki 1 unit pesawat televisi biasanya mereka menempatkannya di ruang keluarga, atau ruang makan, atau ruang tamu, di mana tersedia ruang yang cukup besat dengan jumlah kursi, atau sofa, atau tikar/karpet yang cukup untuk dapat digunakan oleh beberapa orang anggota keluarga secara bersama-sama untuk menonton televisi. Namun bagi keluarga yang memiliki lebih dari 1 pesawat televisi, penempatan favorit untuk televisi yang kedua dan selanjutnya adalah kamar tidur. Bisa kamar tidur orang tua, dan bisa pula kamar tidur anaknya. Penempatan pesawat televisi di kamar tidur anak pada satu sisi dapat menenangkan anak, namun resiko negatifnya bisa sangat besar. Secara fisik, aktifitas tidur menjadi tidak sehat jika terdapat televisi yang menyala di kamar tidur, apalagi jika ini berlangsung secara permanen. Selanjutnya, anak akan terpapar pada acara televisi yang sangat beragam (di mana sebagian besar tidak untuk dikonsumsi anak) tanpa kontrol orang tua. Anak diperkirakan akan memiliki durasi menonton yang lebih panjang, juga karena pengawasan yang terbatas dari orang tua.

Dalam penelitian ini, fenomena penempatan pesawat televisi di rumah juga menunjukkan sejumlah gejala seperti yang telah diindikasikan pada deskripsi di atas. Mayoritas keluarga dari anak yang menjadi sampel memang menempatkan pesawat televisinya di ruang keluarga/ruang tamu, namun 27 persen juga menempatkannya di kamar tidur, dan yang lebih mencengangkan 24 persen anak disediakan pesawat televisi di dalam kamarnya.

Ketersediaan pesawat televisi di kamar tidur anak ini pada gilirannya akan mempengaruhi pola anak-anak tersebut dalam menonton televisi. Pada Grafik 1 terlihat bahwa anak yang pola menonton televisinya rendah dan moderat (durasi menonton televisinya rendah dan sedang) memang tidak terlalu terpengaruh oleh ketersediaan pesawat televisi di kamarnya, tetapi kebanyakan anak yang menonton televisi antara 5 sampai dengan 6 jam setiap harinya adalah anak-anak yang di kamar tidurnya disediakan pesawat televisi.

Tabel 2 Rata-rata Durasi Nonton TV Menurut Tempat Nonton TV	
Tempat Nonton TV di Rumah	Mean
Ruang keluarga/tamu	3.03
Kamar tidur orang tua/kakak	3.00
Kamar tidur anak	3.50

Ketika dihitung nilai rata-rata durasi anak menonton televisipun terlihat bahwa anak yang di kamarnya tersedia pesawat televisi memiliki rata-rata durasi sekitar 30 menit lebih panjang daripada rata-rata durasi anak yang menonton televisi di ruang keluarga. Dengan demikian, penempatan pesawat televisi memiliki kecenderungan untuk memberikan kontribusi bagi durasi anak menonton televisi di rumah mereka.

Kepemilikan *Gadget* dan Durasi Menonton Televisi

Media baru komunikasi yang berbasis internet kini telah semakin banyak digunakan oleh berbagai kalangan dan lapisan masyarakat. Media baru yang secara fisik berbentuk *smart-phone* yang pada dasarnya merupakan integrasi dari telepon selular dan internet, perangkat *portable tab*, dan *pad* kini semakin mudah ditemukan menemani aktivitas manusia, khususnya kalangan remaja dan dewasa. Meskipun demikian, dengan harga yang terus semakin murah dan varian produk yang beragam, sebagian orang tua juga mulai membekali anaknya dengan perangkat tersebut, bahkan juga untuk anak yang berumur 8 sampai dengan 10 tahun. Mengapa persoalan *gadget* ini menjadi penting dan apa kaitannya dengan perilaku anak dalam menonton televisi?

Penggunaan *gadget* dalam kehidupan sehari-hari telah menjadi aktivitas yang mengkonsumsi banyak waktu. Terlepas dari bermanfaat atau tidak bermanfaatnya perangkat tersebut, keterlibatan tinggi pengguna dengan medium interaktif tersebut telah membuatnya menggusur berbagai alokasi waktu yang diperlukan untuk aktivitas lainnya. Sehingga mudah kita temui orang yang berkomunikasi dengan orang lain sambil mengoperasikan perangkat *gadget*nya, orang berjalan sambil melakukan hal serupa, demikian pula dengan orang yang sedang makan, sedang rapat, sedang belajar di kelas, bahkan juga sedang mengemudi. Asumsi ini mendasari argumentasi mengenai pertimbangan penggunaan *gadget* sebagai faktor yang dapat mempengaruhi intensitas anak menonton televisi.

Dari 41 orang anak yang menjadi sampel, ternyata 58,5 persen di antaranya memiliki perangkat *gadget* yang berupa *smart-phone*, *tab*, atau *pad* yang bersifat *portable* atau *handy*. Kepemilikan perangkat ini ternyata berbanding lurus dengan umur anak yang menjadi sampel. Artinya lebih tua umur anak, lebih besar proporsinya yang memiliki *gadget* tersebut.

Data menunjukkan bahwa kepemilikan dan penggunaan *gadget* semakin besar proporsinya seiring dengan semakin bertambahnya umur anak. Selain itu, proporsi kepemilikan yang mencapai lebih dari separuh responden anak juga menunjukkan bahwa penetrasi perangkat media baru telah jauh meresap ke dalam keluarga.

Tabel 3 Rata-rata Durasi Nonton TV dan Kepemilikan Gadget		
Kepemilikan gadget	%	Mean
Tidak memiliki	41,5	3.06
Memiliki	58,5	3.21

Berkaitan dengan aktivitas anak menonton televisi, penggunaan *gadget* yang semula diperkirakan akan mengurangi durasi anak menonton televisi ternyata justru menunjukkan arah yang sebaliknya. Nilai rata-rata durasi anak menonton televisi bagi mereka yang memiliki dan menggunakan perangkat media baru ternyata lebih tinggi daripada nilai rata-rata durasi menonton televisi anak yang tidak menggunakan *gadget*. Dengan demikian yang mungkin terjadi adalah perilaku *multitasking*, yaitu anak menggunakan *gadget* sambil menonton televisi. Atau, yang lebih buruk adalah apabila selain menghabiskan banyak waktu untuk menonton televisi, mereka juga memakai banyak waktu untuk menggunakan *gadget*nya, sehingga lebih sedikit waktu yang tersisa untuk aktivitas yang produktif dan berkualitas.

Persepsi Anak pada Realitas Acara Televisi

Anak adalah penonton televisi yang spesifik. Regulator penyiaran secara spesifik memberikan perlindungan kepada kelompok penonton anak agar tidak terpapar pada acara televisi yang tidak sesuai dengan umur mereka. Konten acara yang biasanya mereka tonton juga spesifik dan tipikal untuk diasosiasikan dengan anak, seperti misalnya kartun. Meskipun demikian, penempatan acara lebih didasarkan pada pertimbangan komersial dan longgarnya kontrol menonton televisi pada anak, telah memberikan peluang yang sangat luas bagi anak untuk terpapar pada konten acara televisi yang tidak ditujukan untuk penonton anak. Namun seperti dikemukakan oleh Huston dan koleganya bahwa sesungguhnya anak umur 8 atau 9 telah dapat membedakan antara fakta dan fiksi dari acara televisi yang mereka tonton. Deskripsi berikut secara spesifik menguraikan persepsi anak pada realitas acara televisi, dan sebelumnya dicermati pula konten acara televisi yang menjadi preferensi mereka.

Preferensi Konten Acara Televisi

Anak-anak biasanya diidentikan dengan selera menonton kartun (*cartoon* atau sering juga disebut animasi) di televisi. Sesuai dengan perkiraan tersebut, penelitian ini menemukan bahwa program acara kartun, adalah program acara yang biasa ditonton oleh hampir seluruh anak yang menjadi sampel secara rutin. Dari berbagai kategori program acara televisi yang digunakan untuk mengidentifikasi program acara yang biasa ditonton anak, selain kartun, *film*, sinetron, dan *reality show* juga merupakan program yang banyak ditonton oleh anak.

Pilihan anak usia 8 sampai dengan 10 tahun terhadap program kartun relatif dapat dipahami meskipun banyak pula program kartun yang tidak sesuai untuk penonton anak, atau memerlukan bimbingan dari orang tua ketika menontonnya. Namun kebiasaan proporsi besar anak yang suka menonton *film* dan sinetron menunjukkan bahwa anak-anak tersebut sesungguhnya telah terpapar pada konten televisi yang tidak sesuai untuk mereka. Demikian pula dengan acara *reality show* yang cukup banyak ditonton oleh anak. Beberapa kemungkinan yang dapat digunakan untuk menjelaskan hal ini dapat dilihat dari dua pihak yang berbeda. Pertama dari sisi media televisi, jam tayang acara-acara *film*, sinetron, dan *reality show* yang nyaris dapat ditemukan sepanjang waktu, membuat anak langsung terpapar pada acara-acara tersebut ketika mereka menghidupkan pesawat televisi. Dari sisi keluarga atau orang tua anak, rendahnya kontrol terhadap perilaku anak menonton televisi (karena ketidaktahuan, kesalahan persepsi, atau ketidakpedulian), dan kebiasaan menonton televisi bersama-sama anggota keluarga lain (termasuk sambil mengasuh anak atau membiarkan anak untuk ikut menonton) menjadi akses bagi paparan konten televisi yang tidak sesuai untuk anak-anak.

Berdasarkan program acara yang biasa ditonton oleh anak, maka dapat dikemukakan bahwa pada dasarnya paparan konten acara televisi pada anak usia 8 sampai dengan 10 tahun tidak banyak berbeda dengan penonton dewasa, dengan pengecualian acara kartun. Dengan pola *exposure* semacam ini maka anak-anak tersebut diharapkan, paling tidak, memiliki kecakapan yang sama dengan orang dewasa untuk memahami dan mencerna konten acara televisi.

Persepsi Faktualitas-Realisme Konten Acara Televisi

Salah satu keterampilan yang harus dimiliki oleh orang untuk menentukan apakah suatu fenomena yang ada dalam persepsinya itu suatu kenyataan atau bukan adalah kemampuan orang tersebut untuk membedakan antara fakta dan realistik. Membedakan keduanya jauh lebih rumit daripada sekedar membedakan antara fakta dan fantasi. Fakta adalah suatu kondisi aktual yang dapat ditemukan dan dialami dalam kehidupan sehari-hari, konkret dan dapat ditangkap oleh indera kita secara langsung. Sebaliknya realistik adalah penilaian terhadap suatu hal atau kondisi yang dianggap menyerupai kondisi yang dapat sungguh-sungguh terjadi, meskipun hanya fiksi. Jadi, orang yang memiliki keterampilan ini dapat membedakan antara adegan pertempuran dalam laporan pemberitaan atau dokumenter dengan adegan pertempuran yang dilihat dalam film. Contoh yang pertama adalah gambaran dari faktualitas, sedangkan contoh yang kedua (jika diproduksi dengan sangat baik) adalah suatu penyajian adegan yang realistik.

Penelitian ini menemukan bahwa seluruh anak yang menjadi sampel mempersepsikan program acara berita, olahraga, *infotainment*, *talk show*, *variety show*, dan musik sebagai kejadian yang faktual. Secara umum persepsi ini *plausible* atau masuk akal, karena seperti misalnya program berita atau program acara olahraga, didasarkan pada peristiwa yang telah atau sedang terjadi, direkam dan atau disiarkan secara langsung. Demikian pula dengan acara *talk show*, *variety show*, atau musik (selain *videoclips*) yang merupakan penayangan dari peristiwa yang telah atau sedang terjadi. Bahwa dalam praktiknya semua program acara tersebut tidak luput dari proses rekayasa kamera, *editing*, dan berbagai ‘skenario perancangan program’, bukanlah pokok permasalahan yang sesungguhnya, karena orang dewasa awam pun pada umumnya juga tidak cukup memiliki pengetahuan tentang berbagai aspek teknis produksi acara televisi.

Realisme sosial pada dasarnya bukan menilai apakah rangkaian adegan dalam acara televisi itu nyata atau tidak nyata, namun merupakan penilaian apakah rangkaian adegan tersebut menyerupai kenyataan meskipun orang yang mempersepsikannya menyadari bahwa apa yang dia lihat adalah fiksi (“*How like real life is it, even if it is fictional?*”). Kata lain dari *social realism* ini adalah realistik atau realistik. Penilaian mayoritas responden penelitian ini terhadap konten yang realistik juga mengena pada program-program acara yang secara umum diketahui sebagai program acara yang dibuat (*made up*). Animasi atau kartun, *film*, dan sinetron disadari oleh sebagian besar responden sebagai program acara televisi yang realistik. Artinya mereka memahami bahwa program acara tersebut bukan peristiwa faktual, namun diproduksi dengan baik sehingga ‘seperti beneran’ dan itu membuat mereka suka menontonnya. Temuan ini juga menunjukkan bahwa anak-anak tersebut dapat dengan baik membedakan antara sinetron dengan *reality show*, *variety show*, dan musik dari perspektif faktual-realistiknya.

Sebagian kecil responden yang masih menganggap bahwa kartun, *film*, dan sinetron merupakan realitas faktual adalah konsekuensi logis yang muncul dari sifat-sifat anak yang masih melekat pada mereka. Persepsi tersebut juga dapat terjadi ketika proses perubahan pemahaman yang berlangsung tidak sama antara satu dan lain anak.

Persepsi tentang *Actuality-Possibility-Impossibility* Konten Acara Televisi

Persepsi tentang aktualitas adalah penilaian responden anak bahwa apa yang mereka lihat di layar televisi tersebut sungguh terjadi dalam kenyataannya. Hampir sama dengan dimensi faktual, aktualitas mengasumsikan suatu peristiwa yang benar-benar pernah atau sedang terjadi dalam kehidupan. Dalam persepsi ini, responden pada umumnya sepakat untuk memberikan atribut aktualitas pada program acara berita, olahraga, *talk show*, *variety show*, *reality show*, religi, dan musik. Meskipun demikian program-program acara ini tidak banyak dikonsumsi oleh anak (lihat Grafik 2).

Pada program acara yang banyak ditonton oleh anak, yaitu animasi, film, dan sinetron, dinamika persepsi terlihat lebih eksplisit. Gejala yang tampak pada kasus ini adalah rendahnya persepsi tentang aktualitas dan *possibility* di kalangan responden pada program acara animasi, *film*, dan sinetron. Animasi memiliki proporsi aktualitas terendah dan sinetron memiliki proporsi tertinggi dari ke tiga program acara tersebut. Demikian pula dengan kemungkinannya untuk terjadi sungguhan (*possibility*), proporsi animasi lebih rendah dari kedua program acara televisi lainnya. Sebaliknya *impossibility* pada program acara animasi disepakati oleh sekitar 90 persen responden. *Impossibility* pada sinetron dan *film* juga berada di atas 50 persen responden. Persepsi ini relatif sama dengan anggapan umum atau *common sense* tentang berbagai program acara televisi mengenai mana yang terjadi sungguhan, mungkin terjadi, dan tidak mungkin terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

Persepsi tentang berbagai Karakter dalam Konten Acara Televisi

Karakter tokoh dalam acara televisi yang paling banyak mendapatkan perhatian dari responden anak adalah karakter 'lucu' atau humoris. Karakter humoris terutama dominan pada program-program acara animasi, *variety show*, dan *talk show*. Pada program acara animasi, karakter lucu pada umumnya telah menyatu pada figur tokoh dalam cerita, baik dari bentuknya, gerakannya maupun suaranya. Karakter semacam ini dapat ditemukan misalnya pada serial Spongebob, Upin-Ipin, Doraemon, dan banyak program animasi lainnya.

Program acara lain yang karakternya banyak mendapat penilaian lucu dari responden adalah *variety show* dan *talk show*. Program *variety show* yang banyak mengeksploitir kelucuan dan sedang populer sekitar dilakukannya penelitian ini adalah Yuk Keep Smile (YKS), Opera van Java (OVJ), dan Pesbukers. Sedangkan program acara *talk show* yang banyak unsur humornya adalah Bukan 4 Mata, dan Hitam-Putih. Dua acara *talk show* ini dapat dipastikan tidak layak untuk dikonsumsi oleh anak karena jam tayangnya yang larut malam (Bukan 4 Mata) dan materi yang dibahas pada umumnya adalah materi dewasa yang banyak memiliki konotasi seksualitas (Bukan 4 Mata dan Hitam-Putih).

Selain humor, karakter *strength* dan atraktif juga terlihat dominan (Grafik 6 dan Grafik 7). Karakter *strength* terutama melekat pada program acara olahraga dan *film*. Sementara karakter atraktif menonjol pada acara infotainment. Dalam hal ini, yang mungkin perlu diperhatikan adalah karakter *strength* yang ada di *film* karena proporsi responden anak yang mengakses acara tersebut cukup besar. Sedangkan responden yang menonton program acara olahraga, infotainment, dan *talk show* sangat kecil proporsinya.

Karakter aktif yang biasanya diekspresikan dalam aktivitas seperti terbang, loncat, ngebut, menembak, dan sebagainya, tidak banyak mendapatkan perhatian dari responden anak. Diantara yang tidak banyak perhatian tersebut, karakter aktif ini terutama banyak dilekatkan oleh responden pada program acara animasi.

Penutup

Terdapat beberapa asumsi yang melandasi penelitian ini dari awal penyusunan rancangannya. Pertama, penelitian ini menggunakan perspektif *limited media effect*, seperti yang telah dijelaskan oleh beberapa teori komunikasi massa yang di rujuk. Kedua, penelitian ini beranggapan bahwa selain berbagai faktor yang diperlukan bagi media untuk menghasilkan pengaruh pada audience-nya, juga ditentukan oleh bagaimana audience memahami realitas yang diperoleh dari konten media, dalam hal ini tentunya televisi. Banyaknya anggapan selama ini yang meyakini bahwa televisi sangat kuat pengaruhnya terhadap perilaku anak pada umumnya didasari oleh anggapan bahwa anak belum bisa, atau belum sebaik orang dewasa dalam membedakan fiksi dan fakta dalam konten televisi. Namun sejumlah penelitian menunjukkan sebaliknya. Anak umur 8 tahun telah memiliki kemampuan yang sama baiknya dengan orang dewasa untuk membedakan fiksi dari fakta.

Aspek lain yang mendapatkan fokus pembahasan setelah penelitian ini menyelesaikan pengumpulan data adalah mengenai perilaku anak menonton televisi. Data mengenai perilaku anak menonton televisi yang harus digali sebagai konsekuensi dari kebutuhan informasi tentang persepsi anak terhadap acara televisi, menghasilkan sejumlah informasi penting yang perlu mendapatkan analisis tersendiri.

Diskusi

Persepsi anak mengenai faktualitas acara televisi dilakukan dengan mengasosiasikan penilaian anak berdasarkan genre program atau jenis acara televisi yang biasa mereka tonton. Dengan mencermati tiga jenis acara yang menjadi tontonan favorit mereka, yaitu animasi atau kartun, film dan sinetron, terlihat bahwa anak memahami benar acara-acara tersebut sehingga dapat membedakan antara faktualitas (sesuatu yang sungguh terjadi dalam kehidupan sehari-hari) dan realistik (menyerupai kenyataan meskipun orang yang mempersepsikannya menyadari bahwa apa yang dia lihat adalah fiksi). Penggunaan dimensi lain untuk menganalisis gejala ini, yaitu dengan melihat potensi dari suatu adegan atau program acara untuk benar-benar terjadi, menunjukkan kecenderungan yang sama. Penilaian bahwa sesuatu benar-benar bisa terjadi dari yang dilihatnya pada program animasi adalah sangat rendah, dan sebaliknya tingkat ketidaktunggunannya sangat tinggi. Kondisi ini menjadi lebih moderat pada program acara sinetron dan film. Dengan demikian kondisi ini menunjukkan bahwa pada dasarnya anak yang berumur 8 sampai dengan 10 tahun telah dapat membedakan antara realitas dan fantasi.

Masih menggunakan program acara yang biasa ditonton anak sebagai basis untuk mengenali bagaimana anak mengevaluasi karakter dalam acara televisi. Evaluasi terhadap karakter ini bukan mengenai seberapa miripnya suatu karakter dengan manusia yang sebenarnya, karena hal itu bukan merupakan dimensi penting mengenai realistik tidaknya suatu program acara. Penilaian realistik tidaknya suatu program acara lebih ditentukan terutama oleh rasa suka anak terhadap karakter, yang secara konseptual terdiri dari 4 kategori yaitu humor, *strength*, *attractive*, dan aktif. Karakter aktif tidak mendapat perhatian yang memadai dari anak yang menjadi sampel penelitian ini. Sedangkan 3 karakter lainnya, masing-masing dapat diasosiasikan pada 3 jenis program acara yang

banyak ditonton oleh responden anak. Humor yang paling banyak disukai oleh anak, diasosiasikan dengan program acara animasi, *strength* banyak diasosiasikan dengan film, dan atraktif diasosiasikan dengan sinetron. Mencermati kuatnya asosiasi antara karakter favorit dan program-program acara yang banyak ditonton, maka dapat dengan mudah dipahami dominannya dimensi *social realism* pada program acara animasi, film, dan sinetron.

Setelah menyimak berbagai indikasi yang dapat ditemukan dari analisis terhadap persepsi anak pada acara televisi, maka pertanyaan berikutnya adalah apakah televisi akan mempengaruhi perilaku anak umur 8-10 tahun? Tentunya tidak mudah untuk menjawab pertanyaan tersebut, khususnya dengan tingkat analisis yang masih bersifat deskriptif, namun jika mengkaitkan hasil persepsi anak pada acara televisi ini dengan beberapa proses dalam teori *selective processes*, seperti misalnya *selective perception*, dan *selective retention*, maka proses seleksi ini justru akan menjadi penghambat bagi terjadinya pengaruh media.

Persoalan yang lebih penting justru muncul dari analisis terhadap perilaku anak dan lingkungannya dalam menonton televisi. Data mengenai intensitas anak menonton televisi menunjukkan durasi yang panjang dan frekuensi yang tinggi. Terlepas dari apakah televisi mampu mempengaruhi perilaku anak (khususnya perilaku negatif) atau tidak, tendensi konsumsi media televisi yang ekseusif pada anak merupakan suatu gejala yang nyata. Intensitas menonton televisi yang tinggi ini akan menyebabkan dislokasi dan proporsi waktu anak untuk melakukan aktivitas lainnya yang (boleh jadi) merupakan aktivitas yang lebih produktif dan berkualitas bagi anak seperti belajar, bermain dengan teman-teman sebayanya, dan bahkan berinteraksi dengan anggota keluarga lainnya, menjadi berkurang atau terbatas. Dalam kasus ini maka pengaruh televisi pada anak akan terlebih dulu ditemukan justru pada aktivitas menonton televisinya daripada konten acara televisinya.

Kesimpulan

1. Persepsi anak umur 8-10 tahun pada dasarnya tidak berbeda dengan persepsi umum tentang acara televisi. Dengan demikian temuan ini selaras dengan pemikiran bahwa ketika anak telah berumur 8 atau 9 tahun, umumnya mereka telah sama akuratnya dengan orang dewasa dalam menentukan apakah televisi itu menyajikan fiksi atau fakta pada acara yang disiarkannya. Anak melakukan penilaian tentang faktualitas acara televisi terutama berdasarkan *genre* acara televisi (misalnya berita itu faktual, sedangkan drama itu tidak)
2. Anak umur 8-10 tahun dalam penelitian ini bisa membedakan mana konten aktual, mana konten yang mungkin terjadi, dan mana konten yang tidak mungkin terjadi dalam realitas. Temuan ini konsisten dengan asumsi bahwa *by the age of 8, children become generally aware that television programmes are made up*.
3. Karakter yang disukai (supportive terhadap persepsi tentang realitas) banyak ditemukan pada konten animasi, *variety show*, *reality show*, infotainment, olahraga, dan *film*.
4. Anak memiliki pola menonton televisi yang tergolong ekseusif. Mereka relatif rutin menonton televisi setiap harinya, dan memiliki rata-rata durasi menonton televisi lebih dari tiga jam setiap harinya.
5. Lingkungan anak ketika menonton televisi tidak kondusif. Masih banyak orang tua yang menyediakan pesawat televisi di kamar anak.
6. Program acara televisi yang digemari dan biasa ditonton oleh anak adalah animasi, film, dan sinetron.

Rekomendasi

1. Pendidikan media perlu menunjukkan bahwa beberapa konten yang terkesan faktual dan aktual (umumnya dipersepsikan semacam itu karena sifatnya yang seolah-olah alamiah, seperti berita, olah raga, atau infotainment) sesungguhnya memiliki aspek “*made-up*” didalam proses produksinya.
2. Pendidikan media perlu memberikan bobot yang lebih besar pada perilaku dan lingkungan anak menonton televisi, karena efeknya yang lebih eksplisit daripada pengaruh konten televisi. Selain itu, pengendalian terhadap perilaku dan lingkungan menonton televisi otomatis juga berimbas pada pengendalian terhadap paparan konten televisi untuk anak.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J., Dennis K. Davis. 2012. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* 6th ed. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning.
- Davies, Máire Messenger. 2004. 'Dear BBC': Children, Television Storytelling and the Public Sphere. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gunter, Barrie, Jill McAleer. 1997. *Children and television* 2nd ed. London: Routledge.
- Hanley, Pam et. al. 2000. Copycat Kids? The Influence of Television Advertising on Children and Teenagers. www.itc.org.uk.
- Herieningsih, Sri Widowati, dkk. 2014. Faktor Demografis, Intensitas Menonton TV, Kebiasaan Menonton TV, *Perceived Parental Mediation*, Pemahaman terhadap Konten TV dan Efeknya terhadap *Moral Reasoning* serta Perilaku pada Anak. Semarang: Lembaga Penelitian, Universitas Diponegoro
- Huston, Aletha C., David S. Bickham, June H. Lee, John C. Wright. 2007. From Attention to Comprehension: How Children Watch and Learn From Television, *dalam* Pecora, Norma, et. al. *Children and Television: Fifty Years of Research*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Neighbors, R.C., Sandy Rankin. 2011. *The Galaxy Is Rated G: Essays on Children's Science Fiction Film and Television*. Jefferson, NC: McFarland & Company, Inc.
- Majalah CHIP. Maret 2014
- Harian Kompas. Sabtu, 27 April 2013