

# KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

---

## Literasi Media : Solusi Sehat Bermedia

Yudisiani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu

Email: [yusdisiani@gmail.com](mailto:yusdisiani@gmail.com)

### ABSTRACT

This study aims to evaluate the media literacy activities that have been obtained by SD Negeri 1 Bengkulu. This research was conducted by the method of discussion to students to find out the extent of media literacy obtained from parents through mentoring activities when accessing media impressions, data collection techniques in this study were observations, and interviews to obtain primary data. Secondary data were obtained through literature studies and documentation studies. The research informant was determined by purposive techniques for grade 4, 5, and 6 students of SD Negeri 1 Bengkulu. Data analysis is carried out through three stages, namely data reduction, data presentation, and verification. The findings in the field were analyzed using Social Learning Theory. The results showed that informants are happy and love to watch television. Watching television is already a routine activity that is carried out almost every day, especially Sundays and school holidays, but only at certain hours as well as for certain shows such as the cartoons Upin and Ipin, Spongebob, Masha and The Bear, *the show On The Spot*. The findings in the field also show that some informants, in addition to watching the shows mentioned above, also watch soap operas such as Street Children, Anugerah Cinta, and Baper, which are actually not worth watching by children of the informant's age. Television viewing activities are carried out with parents and family members. Informants feel happy to be accompanied by parents when watching because they can choose a good and decent show to watch, and the informant can also ask about the show being watched.

Keywords: Media literacy, spectacle, parent role

# KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

## I. Latar Belakang

. Tidak bisa dipungkiri bahwa teknologi (termasuk informasi) mengalami perkembangan yang sangat cepat, membuat manusia menjadi sangat akrab dengan teknologi. Hal ini disebabkan media informasi konvensional seperti koran, radio dan televisi mulai tertandingi oleh kehadiran media informasi modern hanya dalam hitungan puluhan tahun. Teknologi digital yang menjanjikan kecepatan dalam penyajian dan meliputi wilayah yang tidak lagi bersekat-sekat, menjadi tanda bagi kehidupan yang tampak lebih cemerlang. Kemunculan internet yang memfasilitasi lahirnya media baru (*new media*), menjadikan manusia dapat mengakses berbagai kebutuhan informasi dari bentuk lama (radio, TV, koran) ke bentuk baru yang lebih praktis, seperti : Koran *online*, Radio dan TV *streaming*.

Kehadiran media baru berkorelasi dengan munculnya bentuk “masyarakat baru,” yakni sekumpulan (kelompok) orang yang menghuni sebuah lokasi tertentu, lengkap dengan segala tata aturannya. Perbedaan yang mencolok adalah bahwa masyarakat baru ini menghuni “dunia maya.” Masyarakat baru ini secara aktif mengakses internet untuk berbagai kebutuhan; mulai dari mencari informasi, menyampaikan pesan/gagasan, berbelanja, atau mencari kawan untuk mengisi waktu luang.

Manfaat kehadiran internet menjadikan aktivitas dalam mengakses internet menjadi semakin besar. Bukan hanya orang dewasa, namun juga anak-anak, dalam hal ini anak sekolah. Di satu sisi, kehadiran internet dengan perangkatnya, menjadikan anak-anak semakin mudah dalam mengakses informasi dengan teknologi. Selain penguasaan alat dan pengenalan wawasan yang semakin luas, kehadiran internet memungkinkan seseorang menjelajah sumber-sumber pengetahuan dengan biaya minim dan waktu yang sangat efisien. Hal ini mendorong khalayak untuk semakin akrab dengan internet. Di sisi lain, kemudahan untuk membuat situs dan mengisinya (*upload*) dengan berbagai hal menjadikan internet rawan dengan konten yang tidak mendidik, bahkan ada yang cenderung menjerumuskan, terutama bagi anak-anak yang belum memiliki kejelian dalam memilah dan memilih informasi.

Beragamnya bentuk media yang memberikan fasilitas yang semakin komplis, menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi anak-anak yang sedang dalam fase belajar dengan keingintahuan yang besar. Fasilitas gambar yang ditawarkan lewat instagram misalnya, sukses mendorong khalayak untuk membuat berbagai foto (terutama foto diri) sekreatif mungkin. Maraknya aksi berpose aneh-aneh dan ditempat-tempat yang tidak biasa, merupakan salah satu kenyataan yang tak terbantahkan dari dampak penggunaan internet.

Gagasan untuk menitikberatkan pembelajaran berpusat pada peserta didik, telah mendorong siswa untuk semakin dekat dan akrab dengan penggunaan internet. Tugas-tugas sekolah, tidak cukup lagi hanya dengan melihat pada buku paket atau keterangan guru di sekolah. Banyak jawaban dari ‘pekerjaan rumah’ siswa yang lebih mudah ditemukan jawabannya melalui internet dengan bantuan mesin pencari. Demikian pula kebutuhan akan hiburan sangat mudah didapat dengan mengakses internet, dalam bentuk permainan-permainan (*games*), tontonan (*video*), dan obrolan (*chatting*). Kemudahan ini tidak selalu memberikan manfaat positif, terutama bagi anak-anak dan remaja. Konten negatif menjadi ancaman yang seringkali tidak disadari, seperti adanya tindakan kekerasan dalam tayangan animasi, kata-kata makian dan hujatan, tampilan vulgar dan pelecehan, serta penanaman nilai dan ideologi yang tidak sesuai dalam penggunaan simbol-simbol yang dibungkus dalam bentuk tokoh-tokoh heroik.

Penggunaan internet yang tinggi di kalangan remaja ini harus diwaspadai, mengingat media yang menyediakan kemudahan dan kepraktisan ini juga memiliki implikasi negatif yang membahayakan. Thompson (dalam Nur. R dan Junaedi, 2013: 57) memaparkan secara garis besar, perkembangan media massa terutama yang berbasis internet telah menyebabkan implikasi berikut: *Pertama*, meningkatnya lingkungan yang tidak terjangkau regulasi oleh operasi organisasi media

# KALODRAN

**Jurnal Ilmu Komunikasi** <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

ini. *Kedua*, keseragaman dan standarisasi isi media. *Ketiga*, promosi ideologi konsumerisme. Tidak sedikit siswa sekolah dasar yang pernah mengalami *cyberbullying* atau kekerasan di dunia maya.

([http://www.kompasiana.com/roelly87/dampak-negatif-internet-dalam-keseharian-siswa-sd\\_551f61fba33311a633b6675c](http://www.kompasiana.com/roelly87/dampak-negatif-internet-dalam-keseharian-siswa-sd_551f61fba33311a633b6675c)).

Kehadiran internet sebagai media baru ikut mendorong pertumbuhan masyarakat informasi (August & Meadows, 2008:42). Indikasinya, pengguna internet tidak hanya semakin bertambah banyak dalam jumlah, namun juga semakin luas cakupannya – termasuk rentang usia. Kini, anak-anak pun menjadi pengguna. Di Indonesia ditemukan data bahwa 20-30 persen anak berusia 8-17 tahun mengakses situs (bkkbn.go.id, 2010), di Filipina 74 persen anak-anak usia 10 sampai 17 tahun mengakses internet (Asian Institute of Journalism and Communication, 2009), dan di Inggris terjadi peningkatan pengetahuan IT pada anak-anak usia 12-15 tahun hingga 70 persen (Ofcom, 2011). Di sinilah pentingnya Literasi Media, sebagai langkah dalam membentuk kesadaran dan kewaspadaan masyarakat pada aktivitas media, baik melalui internet maupun tayangan televisi, yang kini menjadi bagian keseharian anak-anak.

Literasi media dimaksudkan sebagai upaya pembelajaran bagi masyarakat dalam menggunakan media, baik sebagai sumber informasi, alat komunikasi, maupun hiburan. Diharapkan masyarakat sudah siap hidup dalam dunia yang sesak-media (*media-saturated*), sehingga khalayak memiliki kompetensi sebagai masyarakat melek media. Beberapa alasan penting yang mendasari diadakannya literasi media (*pendidikan media*) (Kirwan et.al., 2002:18) adalah :

1. Kita perlu mendapatkan cukup informasi (*well-informed*) tentang media, serta mengapa dan bagaimana informasi dikomunikasikan. manusia perlu memiliki kemampuan untuk menilai informasi yang bisa dipercaya (*reliable*).
2. Media massa merupakan bagian penting bagi pengalaman banyak orang sehingga kita perlu mengkaji media massa selain bentuk-bentuk informasi dan hiburan lainnya seperti buku.
3. Dipandang penting untuk memberikan pembelajaran atas pengalaman anak-anak mengkonsumsi media.
4. Media massa merupakan sumber pokok informasi, menjadi bagian kultur kita, dan pembelajar hendanya memahami bagaimana media massa membentuk makna.

Pentingnya media sebagai sumber informasi maupun sarana komunikasi yang ditopang dengan teknologi komunikasi dan informasi mendorong khalayak, terutama kaum muda menjadi semakin aktif dan kreatif dalam mempelajari dan mengakses media melalui internet, dan menjadi masyarakat maya (*cyber society*). Kaum muda, termasuk anak-anak telah menjadi generasi cyber, yang secara aktif memilih media dan konten di dalamnya; bahkan mereka melibatkan peer groupnya untuk bersama-sama menjadi anggota komunitas yang secara aktif berpartisipasi di dalamnya. Hal yang penting untuk digarisbawahi adalah sifat-anak-anak yang memiliki rasa ingin tahu yang besar dan kemampuan belajar yang tinggi. Hal ini diperkuat dengan adanya persaingan di antara mereka untuk menjadi yang paling tahu, paling cepat dan paling luas mengakses, dan paling kreatif dalam mengeksplor sosial media. Anak-anak bukan lagi merupakan khalayak pasif yang menerima begitu saja berbagai hal yang disodorkan oleh media. Kemampuan sebagai komunikator (*pemberi pesan*) juga sudah dimiliki, bahkan oleh anak-anak pada tingkat Sekolah Dasar (livingstone, 2011). Anak-anak pada tahap ini sudah mulai meninggalkan masa kanak-kanaknya dan memasuki dunia remaja. Pada tahap ini dimulailah pencarian jati diri dengan membandingkan situasinya dengan lingkungan luar rumah.

Peer group berperan penting dalam perkembangan anak, terutama pada ranah afektif. Adanya identifikasi diri pada nilai-nilai kelompok akan membuat anak memiliki loyalitas tinggi pada kelompoknya. Kesetiaan yang tinggi pada kawan-kawan mampu mengalahkan kepatuhan

# KALODRAN

**Jurnal Ilmu Komunikasi** <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

anak pada orang tua, sehingga bagi anak yang hubungan dengan orang-tuanya tidak kuat akan mudah berbohong demi kawan-kawannya. Sajian menarik dari media yang sangat mudah diakses dan tersaji di depan mata, menjadi bagian keseharian anak yang tak terelakkan. Kesibukan orang-tua, baik diluar rumah, maupun kesibukan rumahtangga membuat anak terbiasa mengakses TV dan gawai (komputer, laptop, telepon genggam berbasis android) di luar pengawasan orang-tua. Oleh karenanya pendidikan media (literasi media) menjadi kebutuhan mendesak, agar anak mampu secara mandiri memilih media dan konten yang diaksesnya.

Pemilihan sasaran kegiatan pada anak-anak usia SD berlandaskan pada kenyataan yang telah diuraikan di atas. Dewasa ini harga perangkat (TV dan gadget) sudah semakin murah, sehingga relatif terjangkau oleh masyarakat luas. SDN I Bengkulu, sebagai salah satu Sekolah Dasar favorit yang berlokasi di kota, memiliki siswa yang rata-rata dibekali telepon genggam oleh orang-tuanya dengan alasan agar mudah dihubungi, sehingga dinilai tepat dijadikan lokasi penelitian.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang demikian cepat menuntut manusia tanggap terhadap berbagai perubahan, termasuk perubahan dalam berkomunikasi. Hal ini menjadi penting agar masyarakat tidak menjadi korban dari teknologi itu sendiri. Kemudahan akses pada berbagai media menjadikan pilihan baru bagi anak-anak dalam mengisi waktunya; bahkan banyak anak-anak yang sulit melepaskan diri dari gadgetnya. Sementara itu, orang tua selalu merasa khawatir akan perkembangan media massa sekarang. Akses ke media sangat mudah dan informasi di media massa pun cenderung kurang mendidik. Disamping itu, perkembangan media baru seperti internet itu menyediakan berbagai kemungkinan yang tak terbayangkan sebelumnya. Distribusi informasi melalui internet berlangsung sangat cepat dan nyaris tidak bisa dihentikan. Sehingga filterisasi memang harus dimulai dari sikap kritis terhadap apa yang menjadi tontonan. Bukan hanya sebagai penikmat tetapi pengkritisi.

Dari dampak perkembangan media massa di Indonesia yang menempatkan khalayaknya sebagai konsumen dan bukan warga negara tersebut sudah mulai dirasakan anggota masyarakat. Sekarang ini, media cetak yang bernuansa pornografis sangat mudah ditemukan dan dijual dengan harga murah. Bahkan buku pelajaran anak SD sudah disisipi unsur pornografi didalamnya.

Majunya teknologi media, peralatan teknologi (gawai, komputer, dsb) dan kemudahan akses internet dengan biaya murah (tarif sewa di warnet rata-rata Rp. 3000,- per jam) turut membuka peluang dalam mengakses situs-situs yang tidak sehat, terutama bagi siswa SD. Kondisi ini diperburuk dengan mudahnya orang tua memberikan peralatan teknologi bagi anak-anaknya, bahkan yang duduk di bangku SD. Pengawasan terhadap tayangan TV pun kurang mendapat perhatian orangtua, sementara televisi dengan alasan memenuhi tuntutan pemirsa dan *rating*, tidak lagi mengedepankan unsur pendidikan dalam tayangan-tayangannya. Saat ini banyak anak-anak usia SD yang meniru gaya dan bahasa yang didapatnya dari TV dan media sosial lainnya. Siswa SD banyak yang memiliki media sosial seperti : *facebook, instagram, line*, yang bukan hanya sebagai ajang komunikasi verbal, namun juga untuk memamerkan gambar-gambar (foto) yang dibuat sedemikian rupa agar menarik perhatian. Untuk meraih perhatian, anak-anak sering memberi komentar dengan kalimat-kalimat buruk (cacian dan kata-kata tidak senonoh) dan berbagi gambar-gambar tak layak konsumsi (porno, sadis) ataupun foto diri yang tidak pada tempatnya (pose aneh, latar belakang foto yang mengada-ada). Tanpa disadari penggunaan gadget dan media sosial justru dapat mendorong anak-anak untuk berperilaku menyimpang.

Satu aspek penting literasi media ini adalah perubahan cara pandang terhadap media massa. Seperti sudah dikemukakan pada awalnya, melek media dikembangkan guna melindungi warga masyarakat dari dampak negatif media massa. Bersama dengan sensor dan pembatasan usia khalayak media, melek media dipandang sebagai cara untuk mengurangi dampak buruk media massa. Namun, sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang membuat

# KALODRAN

**Jurnal Ilmu Komunikasi** <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

sensor atau kontrol negara terhadap isi media makin sulit dilakukan, literasi media berperan untuk mempersiapkan warga masyarakat bersentuhan atau terdapat (*exposure*) media massa. Apalagi setelah semakin disadari bahwa media massa merupakan salah satu bentuk industri yang memandang khalayaknya semata sebagai konsumen sehingga perlu dipersiapkan pendidikan konsumen. Rumusan masalah yang diangkat dalam kegiatan ini adalah : bagaimana menggunakan media dan memilih tayangan yang sehat.

## II. Telaah Pustaka, Hasil dan Pembahasan

### Konsep Literasi Media

Mulanya, istilah literasi diterjemahkan sebagai keaksaran. Ini sesuai dengan makna hurufiah bahwa literasi adalah kemampuan membaca dan menulis. Dalam perkembangan selanjutnya, istilah literasi ini dipergunakan secara longgar dan meluas, bukan hanya berkenaan dengan kemampuan membaca dan menulis saja. Tetapi lebih merupakan syarat untuk melakukan literasi media.

Pada dasarnya literasi media merupakan upaya pembelajaran bagi khalayak media sehingga khalayak menjadi khalayak berdaya hidup ditengah dunia yang disebut sesak media (*media-saturated*).

Beberapa definisi literasi media banyak dijumpai diberbagai sumber. Dalam penjelasan Pasal 52 Undang-Undang No. 32/2002 tentang penyiaran memaknai literasi media sebagai "kegiatan pembelajaran untuk meningkatkan sikap kritis masyarakat." Artinya definisi ini lebih menekankan kepada proses pencapaian kondisi literasi media. Sedangkan American Academy of Pediatrics mendefinisikan melek media sebagai "the study and analysis of mass media." Sedangkan definisi yang dibuat salah satu institute gerakan literasi media yang cukup berwibawa yakni Center for Media Literacy merumuskan literasi media sebagai "kemampuan berkomunikasi secara kompeten melalui semua media-baik elektronik maupun media cetak" disamping itu juga kemampuan mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi suara, kata-kata dan gambar yang berpengaruh yang membentuk kultur media massa kontemporer. Keterampilan literasi media tersebut sangat penting bagi masa depan sebagai individu sebagai anggota masyarakat demokratis".

Definisi menurut National Leadership Conference on Media Education yang menyatakan literasi media sebagai "kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam pelbagai bentuknya (Iriantara, 2009).

### Pentingnya Literasi Media

Perkembangan itu mengubah mediaspace Indonesia sehingga membawa masyarakat Indonesia menjadi masyarakat yang hidup dalam apa yang biasanya diistilahkan sebagai "dunia sesak-media" (*media saturated world*). Media massa berubah dari "media perjuangan" menjadi "media komersil". Artinya media massa mulai menggeser khalayaknya dari publik atau warga negara menjadi konsumen semata. Proses pergeseran itu mungkin dilakukan tanpa sengaja melainkan proses perkembangan belaka, namun konsekuensinya sangat besar bagi khalayak.

Dengan mengingat media massa memiliki pengaruh terhadap kehidupan sosial satu kelompok dengan kelompok lainnya, perubahan menjadi komersial berdampak pula terhadap pengaruh yang ditimbulkan media massa terhadap masyarakat. Salah satu agenda dari perkembangan itu adalah berkembangnya hegemoni gagasan dan agenda korporat terhadap publik. Akibatnya publik mengikuti apa yang diinginkan media dan bukan mengikuti kebutuhan pribadi sendiri. Karena itu menurut Steinberg khalayak media massa perlu diberdayakan melalui pendidikan literasi media/melek media sehingga publik mampu mengambil keputusan sendiri tentang apa yang dikonsumsi dan bagaimana untuk mendapatkan hiburan dari media.

# KALODRAN

**Jurnal Ilmu Komunikasi** <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

Berbagai langkah dan tindakan yang dilakukan sejumlah organisasi dan warga masyarakat, dalam mengembangkan melek-media dapat dipandang sebagai upaya untuk menghadapi perubahan *mediaspace* Indonesia. Mulai muncul kegelisahan di tengah masyarakat atas kemungkinan dampak buruk perkembangan media massa tersebut. Mulai makin kurangnya jam belajar siswa karena menonton televisi, makin sedikitnya kesempatan untuk bersosialisasi lantaran sebagian besar waktu yang dihabiskan dengan main gadget, atau kekhawatiran dampak negatif karena mudahnya memperoleh tabloid atau VCD porno.

Dalam pandangan Guru Besar *Institute of Education University of London*, David Buckingham (2001), pentingnya pendidikan media untuk mencapai melek-media adalah:

- a. pendidikan media berkenaan dengan pendidikan tentang berbagai (full range) media. Tujuannya untuk mengembangkan "literasi" berbasis luas, yang tak hanya berkenaan dengan kemampuan membaca media cetak, tetapi juga "membaca" sistem simbolik citra dan suara.
- b. pendidikan media berkenaan dengan pembelajaran *tentang* media bukan pengajaran *melalui* media.
- c. pendidikan media bertujuan untuk mengembangkan baik pemahaman kritis maupun partisipasi aktif, sehingga memampukan anak muda sebagai konsumen media membuat tafsiran dan penilaian berdasarkan informasi yang diperolehnya. Pendidikan media adalah soal pengembangan kemampuan kritis dan kreatif anak muda.

Satu aspek penting literasi media ini adalah perubahan cara pandang terhadap media massa. Pada awalnya, literasi media dikembangkan guna melindungi warga masyarakat dari dampak negatif media massa. Bersama dengan sensor dan pembatasan usia khalayak media, literasi media dipandang merupakan cara untuk mengurangi dampak buruk media massa. Namun, sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, yang membuat sensor dan kontrol negara terhadap isi media semakin sulit dilakukan, literasi media berperan untuk mempersiapkan warga masyarakat bersentuhan atau terpa (*exposure*) media massa. Apalagi semakin disadari bahwa media massa merupakan salah satu bentuk industri yang memandang khalayaknya semata sebagai konsumen sehingga perlu dipersiapkan pendidikan konsumen.

## **Internet Sebagai Media Baru**

Internet menyajikan sebuah medium komunikasi baru (Shedletsky&Aitken 2004:19). Secara sederhana, internet dapat diartikan sebagai sebuah jaringan yang menghubungkan lebih dari jutaan komputer secara global, dengan menggunakan bahasa pemrograman (biasanya disebut *protocols*) yang memungkinkan penggunanya bertukar data dari satu komputer ke komputer lain (Thurlow, Lengel & Tomic, 2004:28). Dalam internet terdapat web, yang merupakan komponen penting dan dominan dalam internet. Karena fasilitas internet seperti pesan elektronik (e-mail), mailing list atau chat yang dulunya tidak berbasis web, kini berbasis web.

Pengertian media baru sangatlah kompleks dan internet bukan satu-satunya media baru. Namun ada tiga cirinya yang mendasar, yaitu *interactivity*, *de-massification* dan *asynchronicity* (Williams, Rice, and Rogers, 1988:10). *Interactivity* yang dimaksud adalah hubungan yang aktif antara audiens dengan media yang digunakannya. Komunikasi yang berlangsung bersifat dua arah. Konsep ini memperkuat penekanan teori *uses and gratification* mengenai audiens yang aktif (Ruggiero, 2000 dalam Baran Davis, 2010 : 251).

*Mutual discourse* atau "percakapan" mereka inilah yang disebut *interactivity*. Dalam interaktivitas selalu ada partisipan paling tidak satu, tidak ada kontrol sepihak, sebagai sumber informasi atau yang sama-sama menggunakan medium ini. Maka kata kunci dari interaktivitas ini adalah *mutual discourse*, pergantian, control dan partisipan-partisipan. Sedangkan *De-massification* adalah kemampuan pengguna media untuk memilih dari sekian banyak menu. Terakhir adalah *Asynchronicity* artinya pengguna dapat mengirim dan menerima pesan pada waktu

# KALODRAN

**Jurnal Ilmu Komunikasi** <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

yang mereka anggap tepat (*convenient*), bukannya mengharuskan semua partisipan menggunakan sistem pada waktu yang bersamaan (Williams, Rice, and Rogers, 1988:13).

Menurut McQuail (1997:25-42), khalayak dapat dibagi kedalam empat kategori. Anak-anak termasuk pada kategori ketiga yaitu khalayak sebagai *medium audience*. Pada kategori ini, khalayak diidentifikasi berdasarkan pilihan tipe media tertentu, dalam hal ini internet. Asumsi lainnya, anak-anak sebagai audiens juga merupakan audiens yang aktif sesuai dengan teori *uses and gratification* yang digunakan sebagai pendekatan.

Khalayak atau yang disebut dengan audiens adalah kata yang kompleks, yang dapat dipahami sebagai produk konteks sosial sebagai respon dari pola tertentu ketersediaan media. Audiens juga bisa diartikan secara sederhana sebagai penonton, pendengar, atau pembaca dari media tertentu sesuai dengan karakteristiknya (McQuail 1997:1). Namun jika berbicara mengenai media baru, konsep audiens sebagai penerima dianggap kuno karena teknologi baru mentransformasikan bagaimana media digunakan (Baran&Davis, 2010:244). Baran & Davis mempertanyakan kesamaan konsep audiens dengan konsep pengguna (*user*) dari penggunaan website internet, karena siapa penerima dan siapa sumber tidak bisa dipisahkan secara tegas. Teknologi juga membuat audiens atau pengguna media baru menjadi semakin aktif, seperti yang dikutip dari Sonia Livingstone berikut ini :

*“Audiences and users of new media are increasingly active – selective, self-directed, producers as well as receivers of texts. And they are increasingly plural, whether this is conceptualized as multiple, diverse, fragmented or individualized”*  
(Sonia Livingstone, 2004:5)

Pada era media baru, audiens/pengguna menggunakan media sesuai kemauan pribadinya, makin selektif, menjadi penerima pesan sekaligus pembuatnya. Anak-anak sebagai sebagai pengguna internet juga mengindikasikan tren yang sama, dengan mantap penggunaan internet oleh mereka makin bertumbuh. (Johnson, 2010:1).

Menurut sejarahnya anak-anak sering dijadikan obyek penelitian untuk memperkuat teori-teori media *powerful-effect*. Perhatian lebih terhadap anak-anak dan pemuda sebagai seorang seorang audiens yang dapat terdampak pengaruh negatif media, karena orang muda dianggap lebih mudah menerima teknologi baru namun tidak siap untuk mengevaluasi penggunaannya, ketimbang orang dewasa. Akibatnya, media dianggap sebagai musuh dalam perkembangan anak-anak. Hal ini seperti yang diungkap Himmelwett (1958) dan Schram (1961) dalam McQuail (1997:19) bahwa begitu banyak perhatian untuk anak-anak sejak ketergantungan terhadap media dipandang sebagai musuh dari pendidikan, rekreasi aktif, dan perkembangan normal pribadi dan sosial.

Karakter audiens anak-anak sendiri cukup unik, karena anak-anak selalu punya keingintahuan, antusiasme dan penguasaan terhadap media baru (Ekstrom, 2007:14). Anak-anak masa kini menjadi konsumen lebih awal daripada generasi sebelumnya, dan mereka juga menjadi pengguna setia media (*heavy media user*).

Anak-anak yang menjadi obyek penelitian ini adalah anak-anak *late childhood* yang dikategorikan berusia 6-12 tahun. Klasifikasi ini merujuk pada Hurlock (1990a:38) yang membagi masa anak-anak dalam periode *early childhood* (2-6 tahun) dan periode *late childhood* (6-12 tahun). Memang, anak-anak terpa media secara tidak sengaja maupun sengaja sejak bayi, namun pada masa *late childhood* inilah anak-anak mulai berkenalan dengan sekolah, yang mendorong kegiatan bermedia – sehingga ia mulai secara sengaja, punya inisiatif untuk bermedia. Sebab Santrock (2007:43) mendefinisikan *late childhood* sebagai periode perkembangan pada masa sekolah dasar dengan kemampuan fundamental seperti membaca dan menulis, dan mereka terekspos pada dunia yang lebih luas dan budayanya.

Usia tiga tahun pertama di sekolah, di sebutkan Hurlock (1990:57), anak-anak berhenti bermain ketika lelah dan mengalihkan perhatiannya menonton televisi. Pada tahun ke empat dan seterusnya,

# KALODRAN

**Jurnal Ilmu Komunikasi** <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

mereka bertahap membuat waktu bermedia semakin bertambah, dengan membaca, pergi ke bioskop, menonton TV, dan kegiatan bermedia lainnya. Dengan kata lain pada periode inilah anak-anak menjadi pengakses media.

## **Teori Belajar Sosial**

Pada teori yang dikembangkan oleh Albert Bandura ini (Rakhmat, 2009) dinyatakan bahwa seseorang akan belajar melalui pengamatan langsung pada lingkungan. Orang bukan hanya merespon secara langsung pada lingkungan, namun juga dipengaruhi oleh faktor kognitif dan lingkungan. Pada proses belajar terjadi perilaku imitasi (peniruan).

## **Kepemilikan dan Penggunaan Telepon Genggam**

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan ke SDN I menemukan bahwa hampir semua siswa memiliki telepon genggam. Ada seorang siswa yang mengaku tidak membawanya ke sekolah dengan alasan takut mengganggu proses belajar; namun yang lain mengaku membawa telepon genggam ke sekolah dengan alasan agar mudah menghubungi atau dihubungi orang-tua. Umumnya mengaku bahwa telepon hanya digunakan saat istirahat.

Pada umumnya siswa mengaku bahwa telepon genggam banyak digunakan untuk bermain game, mendengarkan musik, dan menonton film yang diakses melalui YouTube. Pada umumnya film yang ditonton adalah film yang diperuntukkan bagi anak-anak, seperti : film Masha, Upin-Ipin; namun film-film remaja seperti Ganteng-ganteng Serigala yang diperuntukkan bagi remaja juga disukai. Begitu[on lagu-lagu yang disukai umumnya lebih pada lagu-lagu remaja yang berkisah tentang percintaan. Walaupun sebenarnya banyak yang tidak memahami isi (kontennya), namun mereka menyukai iramanya.

## **Pandangan siswa tentang tayangan yang diakses**

### **a. Tayangan Film Anak**

Film yang disukai adalah film animasi Upin & Ipin dan Film Tom & Jerry. Kedua film ini digemari oleh semua siswa, dengan alasan lucu dan menarik. Pada film Upin & Ipin, tema yang diangkat adalah kehidupan sehari-hari anak-anak dengan latar belakang budaya Melayu. Para siswa dapat dengan mudah mengikuti jalan ceritanya yang umumnya menyenangkan dan jenaka. Perilaku anak-anak yang digambarkan dalam film ini membawa semangat keakraban dalam berteman dan gotong-royong. Dalam diskusi siswa sepakat bahwa tontonan ini merupakan tontonan yang baik. Orang-tua juga setuju bahwa tontonan ini baik bagi anak-anak. Hanya beberapa siswa yang menonton bersama orang-tua; kebanyakan siswa menonton bersama teman atau adik/kakak.

Pada film Tom & Jerry, siswa sudah menyadari adanya unsur kekerasan berupa pemukulan yang dilakukan oleh tokoh-tokoh di dalamnya. Mereka menyatakan bahwa tindakan kekerasan tidak boleh ditiru. Mereka juga menyadari bahwa gambaran yang ada di film tersebut hanyalah bohong-bohongan (tidak terjadi di dunia nyata).

Pada umumnya siswa lebih suka untuk menonton sendiri, atau bersama kakak atau adik. Rata-rata tidak menonton bersama orang-tua. Alasan yang dikemukakan adalah karena pilihan tontonan (yang disukai) sama. Lebih jauh dikemukakan bahwa menonton bersama orang-tua kurang nyaman, karena orang-tua sering memindahkan channel yang sedang ditonton anak; Namun demikian mereka juga menyadari bahwa pilihan orang tua adalah untuk kebaikan mereka sendiri.

### **b. Tayangan Sinetron**

Semua siswa suka menonton sinetron, walaupun mereka tahu bahwa sinetron tersebut bukan diperuntukkan bagi mereka. Rata-rata siswa suka menonton sinetron Ganteng-ganteng Serigala, yang sebenarnya termasuk kategori sinetron remaja. Faktor yang mereka sukai adalah adegan laga yang menurut siswa seru untuk ditonton, demikian pula dengan lagu pembuka yang mudah dihafal dan dinyanyikan. Siswa juga mengetahui bahwa banyak adegan dewasa (pacaran) dalam sinetron ini, dan menyatakan bahwa mereka tahu itu tidak baik ditiru.

# KALODRAN

**Jurnal Ilmu Komunikasi** <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

## c. Tayangan Iklan

Tontonan lain yang disukai adalah iklan, yang juga dianggap menarik oleh siswa. Iklan yang ditayangkan adalah iklan shampo dan Partai Perindo. Kedua iklan ini sangat dikenal oleh siswa. Boneka jari pada iklan shampo menarik minat siswa, karena masih ada kedekatan dengan dunia anak-anak yang menyukai permainan boneka. Adapun pada iklan Partai Perindo, para siswa menyukai lagunya yang berirama mars, yang membangkitkan semangat. Pada saat iklan ini ditayangkan, seluruh siswa spontan ikut menyanyikan lagu ini sampai selesai. Dalam diskusi, mereka menyatakan bahwa iklan ini sering ditayangkan di TV, sehingga mereka sering melihat dan mendengar lagunya. Mereka menyatakan suka dengan lagunya meskipun tidak paham dengan konten iklannya.

## d. Game

Beberapa siswa menyatakan bahwa mereka menyukai game, yang diakses dari telepon genggam. Alasan yang mereka kemukakan adalah rasa senang ketika bermain, dan serunya pertarungan antara tokoh-tokohnya, serta mudahnya akses untuk mendapatkan game tersebut.

## e. Akses via Internet (YouTube)

YouTube merupakan salah satu fasilitas untuk mengakses bermacam informasi dalam bentuk suara dan gambar. Banyak siswa yang mengakses YouTube, dan memilih tayangan apa saja, terutama yang sedang populer di kalangan kawan-kawan sekolah ataupun lingkungan rumah. Beberapa tayangan yang ditunjukkan oleh tim (menurut pengamatan tim populer di kalangan anak-anak), ternyata cukup dikenal oleh siswa. Lagu "Lelaki Kardus," yang memuat konten dewasa dihafal oleh seluruh siswa yang spontan ikut menyanyi ketika ditayangkan. Meskipun tayangan kemudian dihentikan setelah satu bait, mereka tetap melanjutkan menyanyi. Lagu ini dinyanyikan oleh penyanyi cilik, sehingga siswa menganggap lagu ini adalah lagu anak-anak.

## f. Dampingi Orang-tua

Dalam diskusi terungkap bahwa tidak semua siswa didampingi orang-tua dalam mengakses informasi maupun hiburan melalui tayangan TV, atau telepon genggam. Siswa didampingi orang tua saat menonton TV rata-rata pada hari minggu atau libur.

Pendapat siswa saat menonton bersama orang-tua :

- Senang, karena orang-tua menyukai tontonan yang sama
- Senang, karena orang-tua memberitahu hal-hal tidak dipahami
- Senang karena orang-tua memilihkan tontonan yang baik
- Tidak senang karena tidak leluasa memilih tayangan yang disukai
- Tidak senang karena orang-tua memilih tontonan yang tidak disukai anak
- Tidak senang karena orang-tua sering memindah-mindahkan channel.

## Peran orang tua

Siswa usia SD pada umumnya masih menggantungkan diri pada orang tua, terutama dalam hal perilaku. Batasan-batasan dan contoh nyata perilaku orang tua menjadi acuan siswa (anak) dalam menentukan perilakunya sendiri. Dengan demikian, peran orang tua untuk mendampingi anak dalam memilih konten dan bentuk tayangan yang diakses melalui gawai (telepon genggam) menjadi penting. Tidak rutinnya orang tua dalam memantau aktivitas anak-anaknya, akan membuat anak lebih cenderung untuk mengikuti aktivitas dan pilihan-pilihan tayangan yang diakses kawan-kawannya. Dari hasil penelitian, dalam contoh iklan, seluruh siswa hafal pada masr Perindo, dan mampu menyanyikan dengan semangat. Hal ini menunjukkan bahwa mereka sering menyanyikan secara bersama dalam waktu senggang.

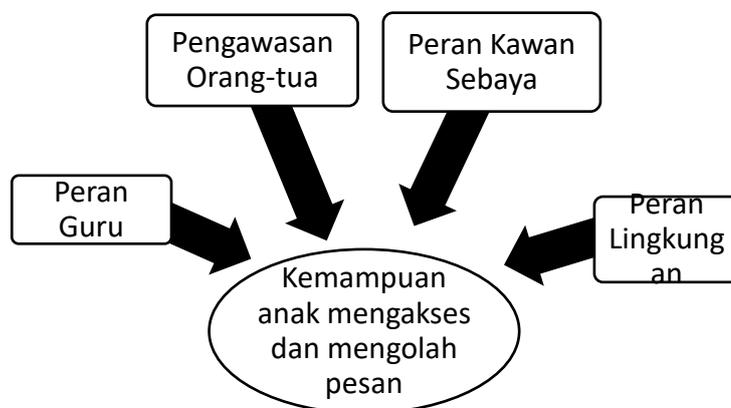
Mengenai tuntutan dan dampingan yang dilakukan oleh orang tua, para siswa mengaku senang; terutama apabila orang tua menyukai hal-hal yang juga disukai siswa. Mereka juga merasa senang karena dapat menanyakan hal-hal yang tidak dipahami; bahkan mereka juga senang bila dipilihkan tontonan yang baik menurut orang tua.

# KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

Hal yang tidak disukai adalah apabila orang tua tidak memperhatikan kebutuhan anak, dan lebih memilih tontonan kesukaannya sendiri. Seharusnya, orang tua memahami bahwa hal ini merupakan waktu yang sangat berharga untuk menjalin komunikasi dengan anak dan memberikan bimbingan pada anak dalam memilih tayangan yang baik untuk mereka.

Waktu bekerja dari pagi sampai sore sering dijadikan alasan oleh orang tua tidak mendampingi anak, karena sudah merasa lelah. Oleh karenanya sebaiknya orang tua meluangkan waktu secara rutin dalam membimbing anak-anak meskipun dalam durasi yang pendek. Dengan demikian kepercayaan anak terhadap orang tua tetap terjalin, dan anak mendapat kepastian mengenai hal-hal yang baik dan tidak baik untuk diikuti.



### III. Kesimpulan dan Saran

#### Kesimpulan

- Siswa sudah dapat memahami bahwa tidak semua tayangan itu baik, terutama mereka yang sering didampingi orang tua.
- Pilihan yang banyak diakses siswa adalah game dan YouTube.
- Literasi oleh orang tua sudah ada namun belum maksimal, orang tua menganggap siswa sudah tahu harus memilih tayangan apa yang baik karena sudah mendapat pendidikan di sekolah.
- Orang tua menganggap film animasi anak-anak memang sudah baik, tanpa memperhatikan detail-detail penyajiannya.
- Orang tua beralasan bahwa pemberian gawai lebih difungsikan untuk sarana komunikasi orang tua dan anak.
- Keterikatan anak pada gawai dianggap lebih baik dari pada anak-anak bermain jauh dari rumah.
- Rata-rata siswa masih mendengarkan saran orang tua.

#### Saran

Beberapa hal yang disarankan adalah :

- Perlunya meningkatkan pengetahuan dan pemahaman orang-tua pada konten yang tampak biasa saja, namun sebenarnya mengandung unsur kekerasan atau pelecehan.
- Perlunya meningkatkan pemahaman orang-tua pada sifat dasar anak-anak yang selalu ingin tahu, mulai mencari identitas diri dengan merujuk pada aktivitas dan perilaku kawan sebaya.
- Perlunya memperbesar interaksi anak dan orang-tua dalam mengakses media dan memahami konten yang disajikan media.
- Perlunya membatasi waktu dalam mengakses media.
- Perlunya membatasi dan mengatur penggunaan uang saku.

# KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Erdinaya, L.K., 2007, Komunikasi Massa Suatu Pengantar, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Brow, R.D. 2003. Media Literacy 101: Empowering the Viewer. [http://www.Medialit.org/reading\\_room/](http://www.Medialit.org/reading_room/) (april 2016)
- Fairclough, N. 1995. Media Discourse. London: Edward Arnolf.
- Hobbs, R. 1999. The Acquisition of Media Literacy Skills among Australian Adolescent. *Journal of Broadcasting and Media*.<http://www.interact.uoregon.edu/MediLit/mls/readingarticles/hobbs/Australia.html>. (april 2016)
- Hurlock, Elizabeth B. 1990 edisi keenam. Perkembangan Anak jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Iriantara, Yosali., 2009, Literasi Media; Apa, Mengapa, Bagaimana, Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Johnson, Genevieve Marie. Young Children's Internet: Use at Home and School. Sagepub
- Livingstone, Sonia. 2002. Young People and New Media: Childhood and Changing Media Environment. London,UK: Sage Publication.
- Livingstone, Sonia. 2003. Children's Use of the Internet: Reflections on the Emerging Research Agenda dalam Jurnal Seri Media & Society. London : Sage Publication
- Livingstone, Sonia. 2011. Internet, Children and Youth dalam Consalvo, Mia & Ess, Charles (ed). The Handbook of Internet Studies. Oxford : Blackwell Publishing Ltd
- Masterman, L. 2003. 18 Principles of Media Education.[www.media-awareness.ca/English/resources/aducational/teaching\\_backgrounders/media\\_literacy](http://www.media-awareness.ca/English/resources/aducational/teaching_backgrounders/media_literacy) (april 2016)
- McQuaill, D., 2005, Mass Communication Theory, SAGE Publication: London.
- Nur R., Tri Hastuti dan Junaedi Fajar. 2013. *Media Parenting: Panduan Memilih Media bagi Anak di Era Informasi*. Buku Litera: Yogyakarta.
- Penelitian Ofcom, operator komunikasi di Inggris diakses pada [www.poskota.co.id](http://www.poskota.co.id) tanggal april 2016.
- Rakhmat, Jalaludin, 2009, Psikologi Komunikasi, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Santrock, John W. 2007 edisi kesebelas. Perkembangan Anak jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Van Dijk, J.A.G.M. 2006. *The Network Society*. SAGE Publications: London.
- Vivian, J., 2007, Teori Komunikasi Massa, Kencana: Jakarta.

### Sumber online

[http://www.kompasiana.com/roelly87/dampak-negatif-internet-dalam-keseharian-siswa-sd\\_551f61fba33311a633b6675c](http://www.kompasiana.com/roelly87/dampak-negatif-internet-dalam-keseharian-siswa-sd_551f61fba33311a633b6675c)). akses april 2016