

MEMETAKAN PERILAKU ANAK DALAM MENGONSUMSI MEDIA SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN PROGRAM “MAGELANG KOTA LAYAK ANAK”

Lintang Citra Christiani¹

Jaduk Gilang Pembayun²

Universitas Tidar^{1,2}

Jalan Kapten Suparman 39, Potrobangsari, Magelang^{1,2}

E-mail: lintang.citra@untidar.ac.id¹, jadukgilang@untidar.ac.id²

Abstract: Kota Layak Anak (KLA) is a government program that is being developed, one of which is in the Magelang city which received appreciation as the KLA category Nindya. However, this program has not included the criteria for media literacy as one indicator of its success. Meanwhile children dependent on the media. Research conducted by this survey method seeks to map patterns of child media behavior as a baseline data for the development of KLA policy and the basis for the media literacy movement. The results show that children in the Magelang city prefer to choose a combination of television and internet media to meet their needs. Parents provide access to media, but do not provide guidance to children when consuming media. At the same time, the government and schools are doing policy centered in media literacy that are not effective in their implementation. On the other hand, local wisdom in the form of the religious values of the Magelang community can reduce the negative impact of the media on children.

Keywords: media literacy, media consumption, child's media behavior, KLA

Abstrak: Magelang mendapat predikat Kota Layak Anak (KLA) Kategori Nindya. Namun demikian program ini belum memasukkan kriteria cerdas bermedia sebagai salah satu indikator keberhasilannya. Sementara, anak-anak tidak bisa lepas bahkan bergantung dengan media. Penelitian yang dilakukan dengan metode survei ini berupaya memetakan pola perilaku anak dalam bermedia sebagai baseline data untuk pengembangan kebijakan KLA serta dasar bagi gerakan literasi media. Hasil penelitian menunjukkan, anak-anak di Kota Magelang lebih memilih kombinasi media televisi dengan media internet untuk memenuhi kebutuhannya. Orang tua memberikan akses bermedia, tetapi kurang melakukan pendampingan pada anak ketika mengonsumsi media. Sementara itu pihak pemerintah dan sekolah melakukan literasi media yang berfokus pada kebijakan sehingga kurang efektif dalam pelaksanaannya. Di sisi lain kearifan lokal dalam bentuk nilai-nilai religiusitas masyarakat Magelang dapat mengurangi dampak negatif dari media bagi anak.

Kata kunci: literasi media, konsumsi media, perilaku bermedia anak, KLA

Pendahuluan

Pada 2021 Kota Magelang kembali mendapatkan penghargaan atas pengembangan Kota Layak Anak (KLA) dengan apresiasi KLA kategori Nindya yang dimulai sejak tahun 2017 (MagelangKota, 2021). Apresiasi tersebut meningkat setelah pada 2012 Kota Magelang mendapat apresiasi kategori pratama kemudian dua tahun berturut-turut mendapat kategori madya. Ada lima kategori apresiasi, yaitu pratama, madya, nindya, utama, dan kategori KLA penuh. Peningkatan kategori apresiasi yang didapatkan oleh Kota Magelang menunjukkan bahwa Kota Magelang memiliki komitmen kuat untuk membangun KLA.

Anak merupakan investasi Sumber Daya Manusia bagi keluarga dan bangsa yang harus berkembang optimal dan terlindungi. Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak, anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan. Berdasarkan Undang-Undang tersebut, Pemerintah melalui Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak melaksanakan kebijakan Kota/Kabupaten Layak Anak (KLA) yang menjamin terpenuhinya hak dan perlindungan anak dengan cara pembangunan sistem berbasis hak anak

yang terencana secara menyeluruh dan berkelanjutan. Magelang adalah salah satu kota yang menyatakan komitmen pada strategi pengembangan KLA dengan mengintegrasikan hak-hak anak ke dalam setiap proses penyusunan kebijakan, program dan kegiatan, serta dalam setiap tahapan pembangunan.

Pemerintah Kota Magelang sudah melakukan banyak program dan kegiatan dalam upaya menjamin terpenuhinya hak anak, baik melalui pembangunan fisik maupun pembangunan nonfisik. Pengembangan KLA dilakukan menyeluruh pada lima klaster. Berikut tabel target-target program pengembangan KLA:

Tabel 1. Target Program Pengembangan KLA

Klaster	Target
1 Hak Sipil dan Kebebasan	Tersedia pojok baca, taman cerdas, perpustakaan, dan lain-lain yang menyediakan informasi sesuai kebutuhan dan usia anak. Terlayannya anak oleh fasilitas informasi yang memadai.
2 Lingkungan Keluarga dan Pengasuhan Alternatif	Tersedia fasilitas konseling bagi orangtua dalam pengasuhan dan perawatan anak. Tersedia lembaga konsultasi bagi orangtua dan keluarga tentang pengasuhan dan perawatan anak.
3 Disabilitas, Kesehatan Dasar, dan Kesejahteraan	Tersedia fasilitas kesehatan yang berpihak pada anak. Tersedia pojok asi dan fasilitas menyusui. tersedia kawasan bebas rokok, tersedia akses bersih.
4 Pendidikan dan Pemanfaatan Waktu Luang	Mewujudkan sekolah ramah anak. Tersedia fasilitas sekolah yang ramah anak. Tersedia sarana transportasi yang nyaman dan aman bagi anak. Tersedia fasilitas kreatif dan rekreatif yang dapat diakses semua anak.
5 Perlindungan Khusus	Mekanisme penanggulangan bencana berperspektif anak. Tersedia mekanisme penanggulangan bencana dan SATGAS yang memperhatikan kepentingan anak.

Sumber: Bahan Advokasi Kebijakan KLA
(Rosalin, dkk, 2011)

KLA dapat diwujudkan dengan keterlibatan banyak pihak. Selain pemerintah, media massa ternyata

berperan besar dalam pengembangan KLA. Dalam Bahan Advokasi Kebijakan KLA, disebutkan bahwa media massa berfungsi menyebarluaskan informasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat dalam melembagakan dan membudayakan KLA (Rosalin, dkk., 2011: 3). Jika memperhatikan target-target dalam setiap klaster pengembangan KLA, sebenarnya media massa memiliki posisi strategis yang secara signifikan dapat memengaruhi keberhasilan KLA dengan menyajikan konten yang mendidik

Namun demikian, kenyataannya ruang ramah anak di media massa saat ini semakin sempit. Dalam sebuah seminar bertajuk “Media, Taman Bermain Anak Masa Kini” di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, disebutkan bahwa mayoritas media tidak ramah terhadap anak-anak. Berdasarkan survei dari *Ureport* dan Remotivi, 90% tayangan televisi tidak mendidik. Menurut survei tersebut 50% tayangan televisi tidak mendidik dan 20% mengandung konten kekerasan. Selanjutnya disebutkan pula bahwa 48% tayangan televisi dikategorikan aman, 34% kurang aman, dan 17% merupakan tayangan berbahaya. Komisioner KPI bernama Hardly Stefano mengatakan, media saat ini sering melanggar aturan mengenai konten siaran terutama dalam program drama, serial, dan film. Program televisi tidak sesuai

dengan klasifikasi umur penonton yang sudah ditetapkan (*Ureport*, 2016).

Selain televisi, anak-anak masa kini juga menggunakan media baru internet. Pengguna internet di Pulau Jawa tahun 2016 mencapai 86,3 juta orang atau 65% dari total populasi pengguna internet di Indonesia. Kemudian, jika ditarik data berdasarkan usia, sekitar 18,4% atau 24,4 juta orang adalah pengguna usia anak dan remaja yang mengakses internet untuk *browsing* dan membuka situs jejaring sosial. Media sosial bahkan sudah menjadi candu bagi anak yang hampir 24 jam tidak lepas dari *smartphone* (APJII, 2016).

Seperti kita ketahui, banyak tindakan-tindakan destruktif yang melibatkan anak seperti perkelahian, pemerkosaan, penggunaan narkoba, dan sebagainya. Hal tersebut disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Tayangan yang berisi konten kekerasan di media massa menjadi salah satu faktor eksternal yang menyebabkan tindakan destruktif tersebut selain penyebab lainnya, seperti rendahnya pengawasan orangtua (Tampubolon, 2013). Dengan demikian, pemenuhan hak anak akan informasi lisan atau tertulis yang sesuai dengan tahapan usia dan perkembangan anak belum terwujud.

Sementara itu media massa telah menjadi bagian hidup yang tidak bisa lepas dari anak-anak masa kini. Mereka banyak menghabiskan sebagian besar waktunya di

depan televisi, membaca majalah, mengakses internet, berjejaring sosial, atau bermain *video games*. Era teknologi dan informasi membawa anak-anak pada kebutuhan yang besar akan informasi dan hiburan yang dapat dengan mudah didapatkan dari media massa. Hal ini menjadi penting mengingat kekuatan media massa tidak hanya dalam penyebaran informasi, tetapi juga dalam sosialisasi dan internalisasi nilai-nilai, pembentukan sikap dan tingkah laku, serta kehidupan bermasyarakat. Berdasarkan kekuatan tersebut, media massa menjadi pihak yang turut memengaruhi tumbuh kembang anak.

Melek media (literasi media) anak di Kota Magelang kemudian menjadi hal yang cukup mendesak untuk diteliti dan diupayakan penerapannya, mengingat program dan kegiatan pengembangan KLA belum banyak memasukkan unsur kecerdasan bermedia bagi anak. Ketersediaan akses informasi dan layanan jika tidak diimbangi dengan literasi media bagi anak tidak akan menghasilkan manfaat yang kurang optimal. Literasi media adalah suatu perspektif yang kita gunakan secara aktif ketika berhadapan dengan media dengan maksud untuk menafsirkan makna dari pesan yang kita hadapi (Potter, 2008: 4). Berdasarkan pengertian tersebut, literasi media tidak berhenti pada kecerdasan mengonsumsi

media dan memilih program atau menu di media, tetapi lebih jauh lagi mengarah pada daya kritis anak terhadap konten di media massa. Literasi media berbicara tentang kemampuan mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi pesan dalam media massa.

Sebelumnya telah dibentuk Tim Pelaksana Kegiatan Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Pemantau Lembaga Penyiaran Tahun 2017 berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Kota Magelang Nomor 488.62/03/320 tahun 2017. Kelompok tersebut nantinya diharapkan dapat menjadi agen yang memantau konten media massa. Namun demikian melihat kondisi di mana hampir tidak ada ruang ramah anak di media, anak-anak di Kota Magelang harus memiliki tingkat literasi media yang baik. Asumsinya, semakin tinggi tingkat literasi media, semakin rendah kerentanan atau resiko anak menerima efek negatif dari media.

Sekolah ramah anak merupakan salah satu upaya memperkuat lingkungan yang melindungi anak dari segala hal yang membahayakan, baik tindakan kekerasan, diskriminasi, dan perlakuan yang salah sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Anak yang mendasari pengembangan KLA Pasal 32 dan 38. Namun program ini juga belum mencantumkan bahasan mengenai

kecerdasan bermedia anak sebagai indikator pencapaiannya. Padahal kecerdasan dalam menggunakan media merupakan salah satu kecakapan hidup dan bentuk penguatan yang dapat mengurangi kerentanan anak menerima efek negatif media. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemetaan mengenai perilaku anak dalam menggunakan media di Kota Magelang. Kemudian secara mikro, penelitian ini bermaksud menemukan jenis media dan program atau aplikasi di media yang digemari anak, pengawasan atau pendampingan orangtua terkait dengan konsumsi media, serta pemahaman dan daya kritis anak terhadap konten media.

Penelitian ini memanfaatkan Uses and Gratification (UTG) dan konsep literasi media sebagai dasar teori dan kerangka pemikirannya. Dalam Teori UTG, sekelompok orang atau orang itu sendiri dianggap aktif dan selektif menggunakan media sebagai cara untuk memenuhi kebutuhannya. Studi didalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku orang tersebut akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu. Individu atau audiens (khalayak) sebagai makhluk sosial mempunyai sifat selektif

dalam menerima pesan yang ada dalam media massa (Morrison, 2013:509).

Motif mengarahkan perilaku individu dalam mengonsumsi media. Katz, dkk (dalam Baran, 2000: 248) membuat daftar 35 kebutuhan yang diambil dari literatur-literatur tentang fungsi psikologis media dan menggolongkannya dalam 5 kategori:

- 1) Motif kebutuhan kognitif. Individu mencari informasi, pengetahuan, dan pengalaman. Individu mencari kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekatnya, mencari bimbingan, mempelajari hal baru, memperoleh rasa damai karena kejelasan akan lingkungannya.
- 2) Motif kebutuhan afektif. Setiap individu mencari pengalaman emosional menyenangkan dan estetis.
- 3) Motif kebutuhan integratif personal. Individu menggunakan media untuk memperkuat kredibilitas, rasa percaya diri, dan status. Individu ingin menemukan media yang menunjang nilai-nilai pribadinya, menemukan model perilaku dalam media, mengidentifikasi diri dengan model tersebut, dan meningkatkan pemahaman akan diri sendiri.
- 4) Motif kebutuhan integratif sosial. Individu dapat berempati dengan memperoleh pengetahuan tentang

keadaan orang lain, memiliki bahan percakapan dalam berinteraksi dengan orang lain, serta memungkinkan seseorang berhubungan dengan keluarga, teman, dan masyarakat.

- 5) Motif kebutuhan pelepasan ketegangan. Media membantu melepaskan diri dari masalah, memberikan suasana santai, memperoleh kenikmatan, mengisi waktu, melepas ketegangan, dan stimulus yang membangkitkan gairah seks.

Motif mengarahkan individu menggunakan media, selanjutnya setelah proses selektif dan konsumsi media, akan muncul efek sesuai dengan media yang dipilih untuk memenuhi kebutuhannya. Efek yang diterima individu dapat positif dapat pula negatif. Oleh karena itu, literasi media menjadi begitu penting digalakkan.

Literasi media banyak diterjemahkan sebagai “melek media”. Chen et al. (dalam Lin, dkk, 2013: 3) menjelaskan *framework* dari literasi media mencakup kemampuan mengakses dan memahami konten media, kemampuan menganalisis dan mengevaluasi konten media, dan kemampuan untuk mengkritisi konten media, termasuk makna dan efek konten media yang dikonsumsi. Kemudian dipaparkan oleh Grizzle, dkk (2013: 13) bahwa literasi media meliputi seperangkat

konsep, pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk memahami peran dan fungsi media, memahami situasi dan kondisi yang tepat untuk mengakses informasi yang dibutuhkan dari media, dan mengevaluasi secara kritis konten dan berbagai informasi dari media. Secara khusus dalam menggunakan media sosial, literasi media juga berbicara tentang kemampuan memahami etika dalam bermedia.

Anak masih cenderung rentan terhadap bias informasi dari media. Anak masih belajar membedakan mengenai mana yang benar dan salah, membedakan mana yang real dan fiksi, serta belajar mengenai nilai-nilai kultural, salah satunya dari media massa (Singer, 2008: 310). Sementara media membangun konstruksi atas realitas yang disampaikan kepada khalayak, bukan realitas yang sesungguhnya (*the real reality*). Realitas diproduksi melalui konten media berupa bahasa dan teks sebagai perangkat dasarnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode survei merupakan usaha sistematis untuk mengungkapkan suatu fenomena sosial. Dalam penelitian deskriptif, peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis (Efendi

dan Singarimbun, 1995: 5). Metode survai juga digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi saat ini dan yang sedang terjadi. Ciri khas penelitian survai adalah data dikumpulkan dari responden yang banyak jumlahnya dengan menggunakan kuesioner (Wallace dalam Effendi dan Singarimbun, 1995: 25). Data yang digunakan terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer berasal dari data lapangan dan kuesioner, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari pihak lain, yaitu literatur dan sumber lain yang mendukung.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimulai dengan menentukan karakteristik yang diperlukan dalam populasi, yaitu anak di Kota Magelang dengan rentang usia 13-18 tahun dan mengonsumsi media cetak, media elektronik, serta media baru atau internet. Selain itu, sampel berada pada lingkungan yang masuk kategori Sekolah Ramah Anak (SRA). Dari kurang lebih 8 SMP dan 7 SMA/SMK ramah anak di Kota Magelang diambil secara acak dengan undian 2 SMP dan 2 SMA/SMK, terpilih SMPN 2, SMPN 4, SMAN 1 dan SMKN 3. Populasi dikelompokkan dalam strata SMP dan SMA, serta jenis kelamin (perempuan dan laki-laki). Ukuran Sampel dihitung dengan rumus Slovin karena populasi diketahui jumlahnya (Kriyantono, 2006: 162) sehingga diperoleh angka 100.

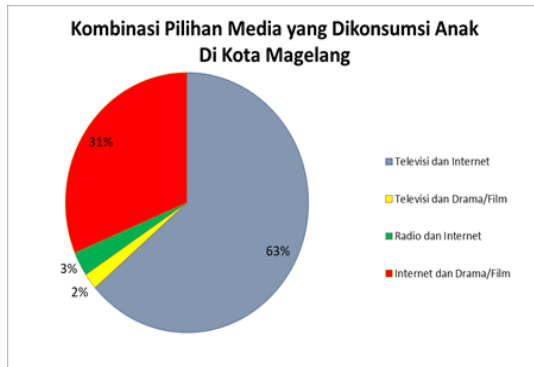
Hasil dan Pembahasan

Pola Penggunaan Media

Pola penggunaan media di sini berkaitan dengan media yang digunakan oleh anak, termasuk di dalamnya data mengenai tempat akses, sampai dengan kuantitas dan kualitas konsumsi media. Rentang usia anak adalah 13 tahun hingga 18 tahun. Namun demikian dalam penelitian ini, data yang diambil berasal dari anak dengan kelompok usia 13-14 tahun (SMP) dan kelompok usia 15-17 tahun (SMA) dengan mempertimbangkan tingkat nalar dan pemahaman terhadap topik penelitian.

Media yang paling banyak dikonsumsi adalah media televisi dan internet. Sebesar 63% anak dari keseluruhan sampel yang diambil, mengonsumsi dua media tersebut. Pemetaan konsumsi media ini memilih bentuk kombinasi dua media yang paling banyak dikonsumsi karena setiap orang pasti mengonsumsi lebih dari satu media. Masing-masing kombinasi media tentunya akan menentukan efek media yang spesifik.

Gambar 1. Diagram Pilihan Media



Sumber: data olahan peneliti

Televisi masih merupakan bagian dari keseharian anak-anak. Aktivitas menonton televisi menjadi budaya yang masih berlaku dalam keluarga-keluarga di Kota Magelang. Meskipun berbagai data dari penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa pola konsumsi media telah bergeser bahkan berpindah ke internet (Lestari, 2017), data dalam penelitian ini menampakan kondisi yang unik. Bagi anak-anak usia SMP dan SMA, televisi merupakan pilihan utama. Namun demikian dengan adanya internet, anak-anak berbagi waktu dengan televisi untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Perubahan pola konsumsi media anak masa kini terletak pada aktivitas pencarian informasi. Informasi yang *up to date* didapatkan dengan mengonsumsi media internet.

Ketika menggunakan televisi, anak-anak di Magelang memakai televisi analog, bukan televisi digital atau berlangganan. Sementara itu radio ditinggalkan oleh anak-anak dengan alasan

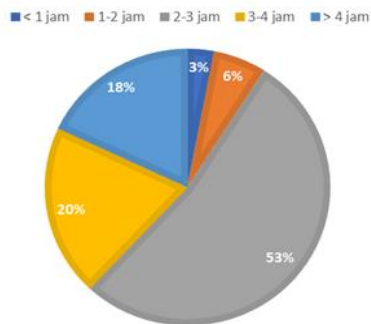
tidak lagi memiliki perangkatnya di rumah. Media film justru mulai dipilih oleh anak-anak.

Data menunjukkan, anak mengonsumsi media televisi dan internet ini di rumah. Artinya, keluarga di Kota Magelang menyediakan akses internet bagi anak-anaknya, baik melalui wifi atau hotspot area berlangganan maupun melalui perangkat gadget yang dimiliki anak secara pribadi. Anak-anak pada kelompok satu mengaku telah memiliki perangkat gawai milik pribadi (terpisah dengan orang tua). Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa anak adalah khalayak aktif yang memiliki otoritas untuk memilih media mana yang akan dikonsumsi, termasuk konten-konten di dalamnya.

Data menunjukkan bahwa anak mengonsumsi televisi setiap hari selama 2-3 jam hingga lebih dari 4 jam. Sebagian besar anak atau sebesar 53% masih masuk dalam kategori penonton ringan (*light viewers*). Anak-anak di Kota Magelang sebagian besar adalah menggunakan berbagai jenis media yang bervariasi untuk memperoleh informasi. Namun sebesar 18% merupakan penonton berat (*heavy viewers*). Teori Kultivasi menyebutkan bahwa kelompok tersebut sangat mudah terpengaruh oleh media karena kecanduannya akan televisi akan mengganggu atau menyita waktu dari

kegiatan lain yang harus dilakukan, seperti aktivitas belajar (Griffin, 2010: 383-384).

Gambar 2. Diagram Prosentase Durasi Mengonsumsi Televisi
DURASI ANAK MENONTON TELEVISI SETIAP HARI



Sumber: data olahan peneliti

Sama halnya dengan ketika mengonsumsi televisi, anak juga mengonsumsi internet setiap hari dengan durasi penggunaan paling banyak ≥ 4 jam, yaitu sebesar 54%. Kemudian secara berurutan 23% durasi penggunaan 3-4 jam, 14% dengan durasi 2-3 jam, dan 1-2 jam sebesar 7%. Sisanya sebesar 2% mengakses internet kurang dari 1 jam sehari.

Gambar 3. Diagram Durasi Anak Mengonsumsi Media Internet Setiap Hari



Sumber: data olahan peneliti

Anak-anak menonton televisi sambil melakukan kegiatan yang lain, misalnya membaca, mengerjakan tugas

sekolah, maupun sambil bercengkrama dengan keluarga. Temuan ini berlawanan dengan karakteristik televisi yang membutuhkan perhatian tinggi dari penggunaanya berkaitan dengan kontennya yang disajikan secara audio visual. Sebaliknya, ketika sedang mengakses internet, anak justru tidak ingin fokus dan merasa terganggu jika harus dilakukan sambil mengerjakan aktivitas yang lain, misalnya mengerjakan PR, membaca, bermain, dan berbincang. Padahal, internet mengedepankan *multitasking* dan sangat mungkin dilakukan sambil mengerjakan kegiatan lainnya. Keaktifan khalayak dalam mengonsumsi media internet seharusnya tinggi hingga khalayak dapat menentukan kapan, berapa lama, dan konten apa yang ingin dipilih.

Internet, melalui perangkat gawai yang mampu menyediakan fitur dan berbagai aplikasi yang menarik dari video, game, media sosial, sampai dengan belanja online. Kimberly Young (dalam Basri, 2014: 412) menjelaskan bahwa internet memungkinkan penggunaanya mengalami *internet addiction syndrome*, yang mana anak-anak kesulitan mengontrol waktu penggunaan saat sedang online. Anak-anak yang mengalami sindrom ini pada titik tertentu menganggap dunia maya lebih indah daripada realita atau kehidupan nyata sehari-hari. Masalah psikologis ini

bisa jadi mengarah kepada masalah patologis jika tidak ditangani dengan baik.

Internet Sebagai Penyeimbang Sekaligus Media Yang Mengantar Pada Perilaku Kecanduan

Pola konsumsi media, baik kombinasi media, frekuensi dan durasi menggunakan media, maupun kualitas kegiatan konsumsi media kemudian terkait erat bahkan menentukan efek media bagi penggunaannya. Hasil survei memperlihatkan bahwa anak-anak di kota Magelang menonton dan mengikuti beberapa program televisi, sebagai berikut:

Tabel 2. Program Televisi yang Digemari Anak

Berita/Program Informatif	Sinetron/Drama	Talk Show dan Kuis	Kartun	Infotainment	Olah raga
TV One	Isha Subhanallah	Ini Talk Show	Kiko	Insert	Sepak bola
SI-News	FTV	Mata Najwa	Doraemon		
Kilas Info	Kisah Nyata	Family 100	Spongebob		
Liputan 6	Azab		Ipin Upin		
Seputar Indonesia	Cahaya Terindah		Dragon Warrior		
On The Spot	Cinta Karena Cinta		Comic Show		
Dunia Punya Cerita	Anak Langit		Captain Tsubasa		
Laptop Si Unyil	Cinta Sebening Embun		One Punch Man		
Lensa Indonesia	Tukang Ojek Pengkolan		Boku No Hero		
			Naruto		

Sumber: data olahan peneliti

McQuail (2010: 134) menjelaskan bahwa media massa memiliki karakteristik tertentu, yaitu harus melalui media teknis, ditujukan pada publik yang heterogen dan tersebar, dan timbal balik tertunda. Kajian-kajian tentang komunikasi massa berdasarkan premis bahwa media selalu

memiliki efek yang nyata terhadap khalayak. Berdasarkan proses perkembangan manusia, anak-anak menjadi kelompok khalayak yang paling mungkin terkena dampak media massa.

Ada beberapa program di media televisi yang sering disaksikan dan digemari oleh anak-anak (tabel 1.2). Tampaknya anak-anak ini tidak memperhatikan kode-kode di media televisi, seperti Bimbingan Orang Tua (BO), Semua Umur (SU), Remaja (R), dan Dewasa (DW). Beberapa program diantaranya memang tayangan yang sesuai dengan usia anak, seperti kartun, tayangan informatif *Laptop Si Unyil*, atau kuis. Namun banyak diantaranya yang merupakan tayangan yang tidak layak ditonton anak-anak karena mengandung banyak adegan kekerasan, tidak realistis, mengajarkan sikap konsumtif serta hedonis (Salam, 2016: 103-106). Tayangan kartun yang sesuai dengan usia anak sekalipun, masih harus dengan bimbingan orang tua ketika menyaksikan karena banyak yang mengandung adegan kekerasan.

Anak-anak menyukai program termasuk orang-orang yang berlakon di dalamnya dan sebagian mengaku menjadi *fans* dari beberapa aktor atau aktris dalam program tersebut. Televisi menghasilkan efek 'belajar melalui pengamatan' yang dapat mengarah pada imitasi. Namun

demikian mereka tidak kemudian ingin melakukan meniru perilaku aktris maupun adegan yang berlangsung dalam program televisi tersebut. Dalam hal ini, internet menjadi penyeimbang bagi anak-anak. Dengan kombinasi penggunaan media internet, pengaruh televisi menjadi terbatas (*limited effect*).

Meskipun program televisi yang ditonton terkadang merupakan pilihan orang tua, Anak-anak ini paling tidak memiliki kemampuan memilih secara sadar, termasuk mengenai apa yang ingin mereka lihat dan dengar. Pada proses tersebut, secara tidak sadar anak-anak menyimpan pesan-pesan tertentu dan mengabaikan pesan yang lain, mengingat hal tertentu dan mengabaikan hal-hal lain. Data juga memperlihatkan, anak-anak menyadari mengenai dampak dari mengonsumsi media televisi, baik itu dampak negatif maupun dampak positif. Tingkat ketergantungan terhadap televisi berada pada level cukup. Jika ada televisi, anak-anak merasa terhibur, tetapi jika tidak ada televisi juga tidak bermasalah karena mereka masih memiliki pilihan media lain, yaitu internet. Terkait dengan internet, berikut beberapa alasan pokok anak-anak menggunakan internet:

Tabel 3. Alasan Pokok Mengakses Internet

Alasan Pokok	1. Mengisi waktu luang
Menggunakan	2. Mencari informasi yang berkaitan dengan <i>trend</i>
Internet	3. Berkomunikasi dengan teman-teman dan keluarga
	4. <i>Gaming</i>
	5. <i>Online shopping</i>
	6. Tempat berekspresi

Sumber: data olahan peneliti

Dalam teori Uses and Gratification, motif seseorang menggunakan media menjadi bahasan pokok, yang dibagi ke dalam beberapa kelompok, antara lain motif informasi, motif identitas pribadi, motif interaksi dan integrasi sosial, dan motif hiburan (McQuail, 2011:78). Menurut Allan dan Rubin, alasan seseorang menggunakan media adalah untuk mengisi waktu luang, menemani (*companionship*) memenuhi keingintahuan akan sesuatu, kesenangan, interaksi, memperoleh informasi, dan sebagai pelarian.

Anak-anak menggantungkan pada internet untuk mendapatkan informasi yang *up to date* mengenai berbagai hal. Mereka juga memanfaatkan internet untuk berinteraksi dengan orang lain. Selanjutnya, menyampaikan pendapat, *posting* segala sesuatu, termasuk “curhat” di media sosial adalah salah satu aktivitas yang dilakukan ketika mengakses internet. Hal tersebut dipandang sebagai salah satu cara untuk berekspresi.

Bermain *game* menjadi salah satu alasan sekaligus aktivitas di dunia maya yang menarik bagi anak-anak. Sebagian anak mengaku sangat sulit berhenti jika sudah bermain *game online*. Meskipun demikian anak-anak tahu bahwa aktivitas tersebut sebenarnya tidak baik jika dilakukan terus menerus.

Hal yang menarik adalah anak-anak sekarang gemar melakukan *online shopping*. Produk-produk yang dibeli adalah produk yang berkaitan dengan *lifestyle* dan *trend* terkini, seperti pakaian dan mainan. Kondisi ini masih sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh *Business Development Director Snapcart Asia Pasifik* yang menyebutkan bahwa mulai usia 14 hingga 34 tahun mendominasi 80% penggunaan *e-commerce*, termasuk di dalamnya belanja online (Anna, 2018).

Anak-anak yakin bahwa internet lebih banyak memberikan dampak positif daripada dampak negatif dalam kehidupan. Namun demikian kesadaran ini hanya didasari oleh pemahaman bahwa internet mampu memenuhi semua kebutuhan anak, bukan pada kualitas informasi yang didapatkan. Temuan ini dapat menjadi masukan bagi gerakan literasi media digital bagi anak.

Anak setuju bahwa hidup terasa kurang tanpa kehadiran internet dan perangkat gawai. Siswa di Kota Magelang

sangat tergantung dengan media tersebut. Internet menjadi penyeimbang efek media televisi bagi anak. Namun pada saat yang sama internet menjadi media baru yang membawa pada kecanduan. Berbeda dengan anak-anak usia SMA dimana internet bagi mereka lebih diarahkan ke sebuah fungsi informasi, yang mana dengan internet mereka menjadi lebih mudah ketika ada tugas dari sekolah. Anak usia SMA menganggap bahwa internet merupakan sumber referensi utama, bahkan menggeser buku/literatur karena sifatnya yang *borderless* di mana banyak informasi tentang apa pun yang bisa didapatkan secara gratis, kapan pun dan dimana pun mereka berada. Akan tetapi, internet selain sebagai fungsi informasi, juga tidak kehilangan fungsi “lumrah”nya sebagai hiburan baik itu didapatkan dari media sosial yang mereka punya, juga dari *streaming* film/drama ataupun dari *Youtube*.

Anak Terliterasi Secara Digital Namun Rendah Dalam Daya Kritis

Literasi digital menjadi penting dalam kondisi tersebut. Salah satu elemen pokok dalam literasi digital adalah kecakapan digital dari penggunaannya, meliputi (1) *visual literacy*, yaitu kemampuan membaca informasi visual (2) *reproduction literacy*, yakni kecakapan menggunakan teknologi digital (3)

percabangan digital, yaitu kemampuan melacak di media non-linear dari ruang digital (4) *information literacy*, adalah kemampuan mencari, menemukan, dan menilai secara kritis informasi yang telah ditemukan tersebut (5) *socio-emotional literacy*, mengarah pada aspek sosial emosional, seperti sosialisasi dan kolaborasi.

Berdasarkan data, kemampuan digital anak-anak masih berada pada taraf cukup baik karena memenuhi kompetensi digital, kecakapan menggunakan media digital, dan transformasi digital yang mengarah pada kreativitas. Anak-anak mampu melakukan kegiatan *posting*, baik berupa tulisan, foto, video, dan sebagainya. Ketika ditanya, anak-anak ini juga mampu melacak dan menghilangkan jejak di internet maupun mencari serta menemukan informasi yang dibutuhkan. Berkaitan dengan informasi, Allan Martin (2008: 151-156) menjelaskan mengenai literasi informasi. Paling tidak ada tujuh aspek, yaitu mengenali informasi, mengetahui cara-cara mengatasi kesenjangan informasi, memiliki strategi untuk mendapatkan informasi, mencari dan mengakses, membandingkan dan mengevaluasi, berkomunikasi, serta mencipta atau membuat konten. Anak-anak belum memiliki semua kecakapan tersebut, salah satunya mengenai evaluasi informasi.

Kemudian hal-hal yang berkaitan dengan data pribadi, termasuk di dalamnya nomor telepon, alamat, dan sebagainya dapat mereka atur melalui *setting privacy*. Artinya anak-anak sudah tahu resiko dari pengabaian atas perlindungan data pribadi. Namun anak-anak belum *aware* mengenai situs-situs mana yang boleh dan tidak boleh diakses. Mereka tidak tahu bahwa ada situs-situs yang diblokir oleh Kominfo dan tidak mengaktifkan pengaturan sesuai usia.

Anak-anak mampu menciptakan konten media dan kreatif dalam mengemasnya dalam berbagai postingan media sosial. Survei memperlihatkan, ketika mengonsumsi berita di televisi maupun menggunakan internet, anak-anak melakukan verifikasi terhadap informasi yang muncul di media dengan cara bertanya kepada orang tua atau mencari informasi dari situs dan media lainnya. Namun demikian ini tidak selalu dilakukan. Anak-anak kadang-kadang merasa tidak perlu menghabiskan waktu untuk memverifikasi data. Pada elemen kultural, kognitif, konstruktif, dan komunikatif serta kreatif tidak ditemukan masalah yang berarti. Namun yang menjadi titik perhatian adalah pada elemen daya kritis dan tanggung jawab sosial dari anak-anak dalam mengonsumsi media, khususnya media baru. Level literasi anak dapat dikatakan masih pada level cukup

jika mengacu pada pengertian bahwa literasi media adalah kemampuan untuk mengakses media, memahami dan mengevaluasi secara kritis konten media sekaligus menciptakan berbagai bentuk komunikasi dalam beragam konteks (*media evaluate*).

Berkaitan dengan tema-tema yang baru-baru ini muncul di internet, seperti *cyberbullying* dan *cybercrime*, anak-anak sudah mengetahuinya. Meskipun pengetahuan mereka masih sangat terbatas pada persoalan yang berkaitan dengan ujaran kebencian di media sosial. Anak-anak pada kelompok pertama tidak mengerti tentang bentuk-bentuk lain dari kejahatan di internet.

Daya kritis anak tentang pelecehan seksual di media televisi maupun internet juga masih rendah. Anak-anak tidak tahu dan tidak sadar mengenai bentuk-bentuk pelecehan seksual. Anak-anak masih pada taraf mengetahui bahwa hal-hal yang bersifat seksualitas itu tidak baik sehingga harus dihindari.

Pendampingan Orangtua dan Peran Sekolah

Pada saat menonton televisi, anak-anak tidak sendirian melainkan menonton bersama-sama dengan anggota keluarga yang lain, termasuk orang tua. Kondisi ini dilatarbelakangi oleh perangkat televisi yang hanya satu di rumah sehingga pilihan

program dan saluran yang dinikmati juga tidak selalu selera dari anak. Kadang-kadang juga pilihan dari anggota keluarga yang lain. Situasi tersebut sebenarnya mempermudah tugas orang tua dalam pendampingan terkait kontrol pilihan program, waktu, serta durasi anak dalam menonton.

Namun demikian berdasarkan data, tidak banyak orang tua yang melakukan pendampingan secara disiplin kepada anak dan sedikit yang melakukan metode diet media. Anak-anak tidak memiliki cukup informasi mengenai konten media mana yang boleh ditonton dan mana yang tidak. Orang tua juga jarang mengajak diskusi anak tentang konten di televisi. Padahal hal ini begitu penting, mengingat data-data dari penelitian sebelumnya bahwa televisi saat ini hanya mementingkan kuantitas (*rating*) dan mengabaikan kualitas (Utomo, 2012).

Sama halnya ketika anak-anak harus berhadapan dengan media digital. Padahal anak di era digital telah memiliki perangkat gawai sendiri sehingga orang tua harus terus mengajak diskusi kritis dengan anak mengenai konten di media digital dan membuat peraturan khusus terkait penggunaan gawai tersebut (Herlina, Setiawan, dan Adikara, 2018: 26). Namun yang terjadi justru karena kepemilikan gawai secara pribadi, orang tua kemudian mengabaikan

pendampingan, diskusi kritis, maupun memberikan batasan tertentu terkait durasi penggunaan.

Sementara itu di sekolah telah diberikan pengajaran mengenai manfaat dan dampak dari penggunaan media di era digital, baik televisi, internet, maupun media lainnya. Penyampaian pesan ini dilakukan dalam proses belajar-mengajar, amanat dalam upacara, dan seminar. Kegiatan literasi media tersebut hanya bersifat sosialisasi.

Literasi Media Dengan Metode Top-Down

Telah dijelaskan di awal bahwa Kota Magelang merupakan Kota Layak Anak dan masuk kategori Nindya. Kota Magelang berkomitmen untuk memberikan fasilitas yang menjamin terpenuhinya hak-hak anak. Salah satu program yang sudah terlaksana adalah Sekolah Ramah Anak. Namun, di dalam target atau kriteria ketercapaian programnya tidak dicantumkan mengenai kecerdasan bermedia. Sementara itu anak-anak masa kini tidak bisa lepas dari media. Padahal sekolah adalah salah satu pihak utama yang bisa menjadi agen dalam gerakan literasi media.

Berdasarkan data, anak-anak telah mendapatkan materi mengenai literasi media melalui berbagai saluran di sekolah, antara lain dalam mata pelajaran

Bimbingan dan Konseling, amanat Kepala Sekolah dalam upacara, dan seminar yang diikuti siswa. Kegiatan tersebut semua dalam bentuk penyuluhan dan hanya menyentuh kognitif anak. Pemerintah sebenarnya telah mendorong gerakan literasi melalui gerakan literasi nasional yang dicanangkan oleh Kemendikbud. Dalam petunjuk teknis gerakan tersebut, tercantum pula mengenai literasi digital. Kemampuan digital menjadi fokus dari literasi digital bagi siswa di sekolah, tetapi masih lemah dalam sisi afektif, khususnya mengenai sikap kritis anak terhadap konten media.

Pendekatan yang diterapkan adalah *policy centered* yang berfokus pada program kebijakannya. Pendekatan ini mengidentifikasi luaran kebijakan serta bagaimana luaran itu diterima oleh kelompok sasaran, dari penerimaan sampai dengan efek dan manfaatnya. Terdapat kelemahan dari pendekatan ini, yaitu *policy maker* merupakan faktor kunci yang menentukan arah kebijakan sehingga kadang kurang memerhatikan faktor lain, termasuk kondisi yang dialami kelompok sasaran.

Sementara itu dalam persoalan literasi media, kondisi kelompok sasaran, dalam hal ini anak justru menjadi faktor utama. Di era digital yang ruang partisipasinya tinggi, masyarakat sebagai kelompok sasaran harus disertakan dalam

perencanaan program dari awal hingga akhir. Anak-anak sebagai kelompok sasaran diberdayakan serta diajak untuk memetakan kondisi riil yang dialami dan kebutuhannya sehingga model literasi dapat diterapkan secara efektif. Anak dan remaja menjadi kelompok penerima manfaat (*beneficiaries*) ‘favorit’ dalam banyak kegiatan literasi media karena kelompok usia ini dianggap sebagai kelompok yang paling rentan terhadap potensi dampak negatif media sehingga perlu dilindungi.

Penguatan Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal

Berdasarkan data, anak-anak di Kota Magelang mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan nilai-nilai agama dan kemasyarakatan, termasuk ketika memilih dan menilai konten media. Religiusitas menjadi bagian dari kearifan lokal yang masih kental di masyarakat Magelang. Ketika tema-tema dimunculkan dalam diskusi dengan anak, mereka menolak untuk menonton program tertentu karena alasan tidak sesuai dengan ajaran agama, tidak sopan, dan tidak bermoral.

Tentu saja anak-anak tidak hanya menonton televisi. Dengan perkembangan teknologi, media baru, khususnya media sosial dipilih anak menjadi tempat berkomunikasi. Jika pada media konvensional anak hanya bisa memilih

program, media baru memberikan wadah kegiatan yang lebih partisipatoris. Jenkins menyampaikan bahwa budaya partisipatoris memberikan kebebasan berekspresi, berinteraksi, menciptakan sesuatu serta membagikannya (Jenkins, 2006:3).

Tantangan yang muncul dari perkembangan media baru ini adalah persoalan etika. Karakteristik tersebut membuka kemungkinan setiap orang untuk bisa menyampaikan apa pun, termasuk mengakses bahkan membuat konten-konten yang berisi *bullying* atau bentuk kekerasan lainnya. Namun demikian kondisi tersebut tidak terjadi pada anak-anak di Magelang. Tema-tema, seperti *cyberbullying* atau kekerasan seksual dianggap sebagai sesuatu yang tidak baik, tidak untuk ditiru, dan dilakukan karena bertentangan dengan agama dan etika sosial.

Hal ini dapat menjadi peluang bagi semua pihak untuk dapat mengembangkan bentuk literasi media berbasis kearifan lokal di Kota Magelang bagi anak-anak. Orang tua dan guru, misalnya melakukan pendampingan dengan diskusi bersama anak tentang kandungan nilai-nilai kearifan lokal budaya dalam tayangan atau konten media. Pendekatan kultural efektif untuk diterapkan pada anak-anak yang sedang belajar mengenal dan menyesuaikan dengan lingkungan.

Kearifan lokal, termasuk di dalamnya nilai-nilai kultural dan nilai-nilai religiusitas dapat menjadi filter anak atas konten-konten media yang dikonsumsinya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, anak-anak di Kota Magelang sangat bergantung dengan media dalam memenuhi kebutuhannya. Pola penggunaan media yang tampak adalah kombinasi dari media televisi dengan media internet. Dengan adanya media internet, anak-anak berada pada level *light viewers* sebagai penonton televisi. Namun pada saat yang sama, internet membawa anak-anak ke ketergantungan media baru yang lebih dalam.

Anak-anak di Kota Magelang sudah terliterasi secara digital. Artinya mereka mampu menggunakan perangkat digital dengan baik, bahkan dapat menciptakan konten sendiri. Namun level literasi media kaitannya dengan daya kritis terhadap konten media masih rendah. Sementara itu, pendampingan orang tua pada anak ketika menggunakan media masih kurang. Ditambah dengan sosialisasi mengenai efek negatif media di sekolah masih berupa kegiatan sosialisasi yang dampaknya hanya sementara.

KLA dan pengembangannya melalui Sekolah Ramah Anak belum mencantumkan kecerdasan bermedia

sebagai salah satu indikator keberhasilannya. Melihat kondisi tersebut dan data hasil penelitian, gerakan literasi media sampai pada kemampuan daya kritis anak menjadi mendesak untuk didiskusikan. Jika pun ada upaya literasi yang dilakukan, pendekatannya bersifat *policy centered* yang berfokus pada program kebijakannya dan pembuat kebijakan. Padahal era digital membawa ruang partisipasi tinggi sehingga kebijakan literasi media yang memberdayakan anak sebagai kelompok sasaran sangat diperlukan.

Data menunjukkan, kearifan lokal menjadi penyelamat atau setidaknya filter untuk menghadapi efek negatif media. Anak-anak di Kota Magelang masih memegang nilai-nilai kultural dan religiusitas untuk mengambil keputusan, termasuk ketika bermedia. Gerakan literasi media yang berbasis kearifan lokal menjadi salah satu alternatif solusi untuk menjamin anak-anak mendapatkan haknya, yaitu hak mendapatkan akses informasi melalui media sekaligus terlindungi dari dampak buruk media yang digunakannya. Selanjutnya, diperlukan partisipasi dari berbagai pihak untuk mencapai kondisi ideal yang diharapkan.

Daftar Pustaka

MagelangKota, (2021). "Kota Magelang Sandang Kategori Nindya Kota

- Layak Anak 2021”, dalam <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/kota-magelang-sandang-kategori-nindya-kota-layak-anak-2021/> diunduh pada 30 Desember 2021 pukul 13.36 WIB.
- Rosalina, Lenny, dkk. (2011). *Bahan Advokasi Kebijakan KLA*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia.
- APJII. (2016). “Laporan Riset: Statistik dan *Consumer Behavior* Pengguna Internet di Indonesia”. Disampaikan dalam Media Gathering Indonesia Internet Expo and Summit November 2016. Jakarta: APJII.
- Tampubolon, Jessica Jane. (2013). “Dampak Negatif Media Massa Terhadap Kekerasan Seksual di Indonesia”. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Ureport. (2016). “Media: Taman Bermain Anak Masa Kini”, dalam <https://indonesia.ureport.in/poll/1659/> diunduh pada November 2017 pukul 12.02 WIB.
- Potter, W. James. (2008). *Media Literacy*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Morissan (2013). *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Meda Group.
- Baran, Stanley dan Davis, Dennis K. (2009). *Mass Communication Theory*. Boston, USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Lin, Tzu-Bin, dkk. (2013). “Understanding Media Literacy: An Explorative Theoretical Framework”. *Journal Educational Technology and Society*. Departement of Education National Taiwan Normal University. Vol. 16. N.4. Halaman 160-170.
- Grizzle, Alton, dkk. (2013). *Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines*. UNESCO.
- Singer, Dorothy G dan Jerome L. Singer. (2001). *Handbook of Children and Media*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Lestari (2017). “Pola Konsumsi Masyarakat Bergeser ke Digital”. *Kompas*. Diunduh dalam <https://www.kompas.tv/article/10997/bps:-pola-konsumsi-masyarakat-bergeser-ke-digital-> pada 14 Juli 2019 pukul 10:50 WIB.
- Griffin, Em (2010). *A First Look at Communication Theory*. USA: Mc Graw Hill Education

- McQuail, Dennis (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- McQuail, Dennis. (2011). “Teori Komunikasi Massa McQuail (Buku 1) (Edisi 6)”. Jakarta : Salemba Humanika.
- Salam, Ahmad Mulyi (2016). “Pengaruh Sinetron Anak Jalanan Terhadap Perilaku Remaja”. *Jurnal Lentera*. Volume Xviii Nomor 2 Halaman 105-126.
- Anna, Lusia Kus (2018). “80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita”. *Kompas Lifestyle*. Diunduh dalam <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all> pada 15 Juli 2019 pukul 15:50 WIB.
- Martin, Allan. (2008). “Digital Literacy and the ‘Digital Society’” dalam Lankshear, C and Knobel, M (ed). *Digital literacies: concepts, policies and practices*. Die Deutsche Bibliothek.
- Utomo, Wisnu Prasetya (2012). “Rating Televisi Hanya Mengedepankan Kuntitas”. *Kabar Remotivi*. Diunduh dalam <http://www.remotivi.or.id/kabar/215/Rating-TV-Hanya-Mengedepankan-Kuantitas> pada 15 Juli 2019 pukul 17:01 WIB.
- Herlina, Dyna, Benni Setiawan, dan Gilang Jiwana Dikara (2018). *Digital Parenting: Mendidik Anak di Era Digital*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Jenkins, H. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for 21st Century*. Chicago: The MacArthur Foundation.