

GENERASI SHINCHAN

*Yadi Purwanto**

Fakultas Psikologi UMS

Hiburan bagi anak-anak adalah sebuah kebutuhan. Ia dapat dijadikan sarana untuk pendidikan, misalnya adalah film kartoon TV. Film adalah model tayangan yang bersifat multimedia, yang menempati bentuk hiburan yang disukai oleh anak-anak. Kualitas film ditentukan isi dan jenis informasinya. Sebagai sebuah hasil peradaban informasi yang dikemas dalam film tidak selalu bebas nilai. Perbedaan tujuan dari produser dengan pasar cukup mempengaruhi hasil akhir film tersebut. Demikian juga perbedaan budaya asal pembuatan film tersebut dengan budaya pemirsa dapat menjadi sebab terjadinya perbenturan nilai, yang tidak jarang bertentangan dengan nilai-nilai luhur yang dianut oleh komunitas lain. Film kartoon Shinnan yang akhir-akhir ini mengundang komentar dan keprihatinan dipandang sebuah film hasil peradaban yang ditengarai berisi persoalan desakralisasi nilai-nilai agama. Hal ini terlihat misal dari kata-kata kotor, jorok, kasar dan asbun kepada orang tua. Dalam makalah ini akan dikaji "Generasi Shinnan", berdasarkan data-data polling Jawa Pos dengan pendekatan Cultivation analysis, yakni sebuah metode yang dapat digunakan untuk menganalisis akibat-akibat ideologis dan kultural dari informasi massal terhadap anak-anak

Pendahuluan

Film "corek" atau kartoon memang disukai oleh anak-anak. Bukan saja kesesuaian karakter animasi yang menarik melalui perpaduan warna tetapi juga rangkaian cerita. Banyak ragam cerita mulai dari fiksi ilmiah hingga dunia ghaib. Dengan kata lain dunia film kartoon ingin menggambarkan realitas dunia yang gegap gempita. Film kartoon menjadi menarik karena ia mampu menggambarkan konsep yang abstrak menjadi gambaran (visual) dan juga suara (audio) yang menarik. Film kartoon dapat menjembatani antara dunia luar dengan dunia diri anak. Dalam teori komunikasi film adalah media yang dipilih dengan mengemas pesan yang dimaksudkan. Film kartoon adalah media yang dipilih untuk menyampaikan pesan produser

kepada konsumen anak-anak. Segmentasi pasar anak-anak pada era sekarang ini tidak semata untuk tujuan pendidikan tetapi juga tujuan komersialisasi. Sebuah konsekuensi dari sistem kapitalisme dalam dunia media.

Dalam kemasan media massa yang luar biasa meluas dan memasyarakat, maka dampaknya pun tentu bukan persoalan satu atau dua keluarga, melainkan sebuah generasi. Oleh sebab itu, mengkritisi informasi yang disajikan oleh televisi patut terus dilakukan oleh masyarakat. Tanpa sikap kritis, maka sama artinya kita menyerahkan generasi kini untuk menjadi santapan kapitalisme informasi yang cenderung bebas nilai.

Beberapa media tanah air mengangkat tulisan khusus berkaitan khusus dengan fenomena perilaku Shinnan. Solopos mengangkat rubrik khusus, demikian juga

* Yadi Purwanto adalah staf pengajar pada Fakultas Psikologi Universitas Muhamadiyah Surakarta.

dengan Jateng Pos mengangkat surat-surat pembaca dengan tema "Anakku Shincan" yang sangat diminati pembaca karena mengungkapkan pengalaman orang tua atau keluarga tentang kenakalan si kecil dalam keseharian mereka.

Kesan awal yang dapat ditangkap adalah terjadinya kombinasi persepsi masyarakat terhadap perilaku Shincan antara lain: 63,2% tingkahlakunya lucu dan konyol; 22,5% menggemaskan dan mencekam (akibat); 7,1% tertarik karena suaranya yang unik dan khas; 3,8% gambar crayonnya mencolok dan bentuknya tambun; dan 3,3% tertarik karena kejerokannya. (Jawa Pos, 2001)

Terlepas dari pro-kontra masyarakat terhadap film tersebut, tulisan ini dimaksudkan mengungkap secara kualitatif dampak dari sajian film (khususnya film Shincan sebagai studi kasus) bagi pembentukan generasi bangsa di masa depan. Dengan sedikit hiperbolis mungkinkah dampak film tersebut melahirkan generasi Shincan? Dalam konotasi Shincan sebagai anak kurang ajar dan bandel, tentu bertentangan dengan larangan mengatakan "up" (ah, dasar, euh, uh, cis) dalam norma agama Islam (sebagaimana pula perintah Qs. 31:14 Qs. 19:14; Qs. 46:17).

Tinjauan Teoretis dan Faktual Adakah Informasi yang Bebas Nilai?

Mc Quail (1989), mengatakan bahwa komunikasi massa merupakan lanjutan pranata sosial baru. Pada era modern komunikasi membawa dampak normatif baru. Ia mengungkapkan adanya pranata teknologi baru sebagai ideologi. Pada derajat tertentu media massa membawa kebebasan publik untuk berpendapat, sekaligus juga memberi kontrol publik. Namun tidak

dapat dihindari pula adanya pergeseran antara nilai-nilai sosial budaya dengan sasaran ekonomi-komersial. Lebih lanjut ia mencurigai pula adanya kepentingan apa dan untuk siapa sebuah media massa dihadirkan.

Mc Luhan (dalam Rakhmat, 1996) menyatakan bahwa informasi melalui media adalah pesan yang dikemas merupakan kepanjangan alat indra: pidato adalah kepanjangan suara, media cetak kepanjangan penglihatan, radio kepanjangan pendengaran, dan televisi kepanjangan alat indra peraba. Masing-masing media berbeda dalam memberikan pengaruh. Media lisan melahirkan ikatan sosial yang erat, media cetak menimbulkan individualisme, dan televisi menyebabkan demokrasi kolektif. Mc Luhan menegaskan bahwa media televisi akan melahirkan *global village*, dimana orang-orang di seluruh dunia berbagi pengalaman dan gagasan secara serentak. Televisi juga merangsang seluruh alat indra, mengubah persepsi dan akhirnya mempengaruhi perilaku audien.

Informasi selalu berhubungan dengan pranata sosial. Setiap masyarakat mempunyai serangkaian penjelasan tentang realitas, yang merupakan gambaran terpadu dan homogen tentang apa yang ada, apa yang penting, apa yang berhubungan dengan apa, dan apa yang benar. Setiap masyarakat berusaha menanamkan sejenis peraturan yang menetapkan apa yang boleh dan apa yang tidak boleh. Inilah yang disebut sebagai ideologi.

Ideologi itu melahirkan dirinya dalam bentuk teks, pesan-pesan yang diproduksi lembaga-lembaga sosial (termasuk produser film) dan tampak pada proses komunikasi. Distribusi pesan menciptakan lingkungan simbolis. Sebagaimana ditegaskan oleh Luc van Poecke (dalam Rakhmat,

1996) "*Ideology and its consequences in television* adalah televisi adalah ideal. Televisi menjadi sangat penting bagi keluarga dan masyarakat. Televisi sedang tidak hanya pada dasarnya tersembunyi yang terjadi, sebagai kejadian an-hubungan antara kejadian-

Media informasi televisi menjadi anak, guru bagi pin spiritual yang paikan nilai-nilai lingkungan. D fungsi menan-

Televisi di imitasi perilaku (penularan ku penonton untuk ditayangkan, terutama pada rut teori ma (1981) orang a informasi yang selalu menaya nonton cenderung perilaku ya rakat.

Dengan de masi sebagai ngarai adanya ngan kata lain

Dalam tu tode *cultivation* yang mengana man ideologi d dalam hal ini t

1996) "*Ideology develops mainly, and with all its consequences, through the mass media and through television in particular*". Televisi adalah mesin ideologi yang paling ideal. Televisi memasuki setiap rumah, menjadi santapan rutin semua anggota keluarga dari mulai bangun tidur hingga ia sedang tidur. Para produser informasi pada dasarnya mempunyai 'kurikulum' tersembunyi yang menggambarkan apa yang terjadi, apa yang penting dalam berbagai kejadian, dan menjelaskan hubungan-hubungan serta makna yang ada di antara kejadian-kejadian itu.

Media informasi lainnya, terutama televisi menjadi orang tua kedua bagi anak-anak, guru bagi penontonnya, dan pemimpin spiritual yang dengan halus menyampaikan nilai-nilai dan mitos-mitos tentang lingkungan. Dalam hal ini ideologi berfungsi menanamkan ideologi.

Televisi dapat berperan sebagai media imitasi perilaku, atau *cultural contagion* (penularan kulutral), yaitu kecenderungan penonton untuk meniru perilaku apa yang ditayangkan, hal ini akan semakin besar terutama pada "penonton maniak". Menurut teori *mainstreaming* dari Gerbner (1981) orang akan semakin mengikuti arus informasi yang disajikan. Apabila televisi selalu menayangkan kekerasan maka penonton cenderung menganggap seperti itulah perilaku yang layak ada dalam masyarakat.

Dengan demikian hampir semua informasi sebagai hasil peradaban dapat ditengarai adanya nilai-nilai tertentu, atau dengan kata lain informasi tidak bebas nilai.

Dalam tulisan ini akan digunakan metode *cultivation analysis*, yaitu pendekatan yang menganalisis akibat-akibat penanaman ideologi dari sebuah sajian informasi, dalam hal ini film Shinchon.

Shinchon mendobrak Nilai

Bagaimanapun tayangan informasi yang luas dan gegap gempita, apalagi dirancang untuk memperoleh *market share*, tentu dipublikasikan dengan perancangan memenangkan persaingan. Jumlah penonton yang banyak menunjukkan gengsi sebuah media. Dalam upaya tersebut tidak jarang pihak pengusaha tidak mengindahkan nilai atau moral, bahkan membiarkan proses perubahan nilai masyarakat ke arah yang semakin menguntungkan bisnis, yakni semakin konsumernis, semakin maniak dan menjadi pemirsa-berat.

Dampak media massa dijelaskan oleh Klapper (1990) dapat berupa: a) perubahan yang diinginkan (konversi). b) perubahan yang tidak diinginkan. c) perubahan kecil. d) memperlancar perubahan. e) memperkuat apa yang ada. f) mencegah perubahan. Ia menegaskan bahwa perubahan-perubahan tersebut tidak lepas dari nilai dan ideologi yang dianut oleh pemegang media.

Informasi memiliki peran yang besar dalam membentuk kepribadian (Gerbner, 1978). Sebagai misal penelitian perilaku menonton film yang mengandung agresivitas ternyata memiliki pengaruh terhadap perilaku penontonnya, semakin agresif film yang ditonton semakin agresif pula perilaku anak. Semakin sering menontonnya semakin tinggi pula frekuensi agresivitasnya. Meskipun penelitian tersebut dilakukan pada subyek remaja, namun dapat diqiyaskan pada penonton anak-anak. Bila remaja yang sudah memiliki akal untuk mengolah informasi secara relatif sadar dapat dipengaruhi, tentu pada anak-anak pengaruh tersebut akan semakin besar. Hal tersebut didukung dengan penelitian Baron dan Byrne (1979), bahwa hampir 90% anak-anak yang menonton film bertema-

kan kekerasan akan meniru perilaku tersebut.

Pementasan film kartoon pada anak-anak tentu membawa dampak *ikutan*, seperti imitasi. Masyarakat tentu mengharapkan dampak positif yang diperoleh oleh anak-anak mereka. Lantas bagaimana dengan film kartoon Shinchan? Sebuah polling media massa, menunjukkan bahwa tingkat kekerasan film anak-anak Shinchan ternyata lebih tinggi dibandingkan film laga untuk orang dewasa. Berdasarkan polling (Jawa Pos, 17/04/2001), menunjukkan fenomena kekerasan film Shinchan. Persepsi penonton menunjukkan film yang dinilai paling keras adegannya adalah Shin Chan (20,0%), menyusul Darah dan Cinta (18,2%), kemudian The X-files (14,5%) dan lainnya (47,3%)

Berdasarkan polling yang sama (Jawa Pos, 2001) ternyata film Shinchan bukan untuk konsumsi anak-anak balita sebagaimana diniatkan oleh penayang. Hal tersebut nampak dari hasil polling, 52,2% pembaca Jawa Pos menyatakan bahwa yang pantas menjadi konsumen Shinchan adalah remaja, 23,3% menyatakan Shinchan boleh ditonton oleh semua umur, 12,2% mengatakan cocok untuk orang dewasa. Hanya 3,3% yang menyatakan bahwa Shinchan pantas ditonton oleh anak-anak.

Pembahasan

Dari apa yang diungkapkan oleh pemirsa yang diperoleh berdasarkan polling pembaca Jawa Pos tersebut, dapat dinyatakan bahwa: **pertama**, tayangan Shinchan dipersepsi sebagai mengandung kekerasan, atau setidaknya termasuk film dengan muatan agresivitas dengan tingkat kualitas yang cukup tinggi, hal ini justru dinilai oleh pemirsa dewasa yang lebih dapat membedakan perbuatan tersebut baik atau

buruk. **Kedua**, tayangan Shinchan dianggap tidak cocok untuk anak-anak tetapi untuk remaja ke atas. Artinya kualitas isi dan pesan serta informasi yang disajikan dalam tayangan Shinchan tidak sesuai dengan daya nalar anak-anak, atau telah terjadi ketidaksesuaian antara muatan film dengan tujuan sasaran penonton. Hal ini akan berakibat kesalahpahaman anak terhadap informasi yang disajikan dalam film tersebut.

Akhirnya, dapat disimpulkan bahwa dalam film Shinchan tersebut terdapat:

- a) Pertentangan nilai antara nilai-nilai tradisional masyarakat/keluarga Indonesia dalam mengasuh anak, yakni seperti sopan santun, hormat anak pada orang tua. Nilai-nilai tersebut secara mendasar telah menjadi bagian dari nilai immanen masyarakat Indonesia.
- b) Sikap moderasi terhadap gejala "kekurang-sopanan" anak dengan argumentasi, hal tersebut sebagai perbuatan Shinchan yang wajar sebagai anak kecil, kelucuan dan juga kreativitas.
- c) Proses perubahan nilai yang dianut oleh sebagian keluarga. Dengan kata lain terdapat perubahan nilai lama kepada nilai baru, demikian juga dengan pola asuh khususnya dalam pendidikan moral. Perubahan tersebut tidak berarti dari buruk ke baik, melainkan juga bisa terjadi perubahan dari baik ke buruk.
- d) Proses transfer pengetahuan melalui film tersebut, tentang realitas baru dunia anak pada dekade terakhir di masyarakat, walaupun film Shinchan tidak sepenuhnya mewakili karakteristik anak Indonesia, usia balita. dengan adanya informasi tersebut, keluarga dapat membandingkan sejauh mana "keshinchanan" anaknya.

- e) Fenomena tersebut sebagai dampak perm... menghadapi... katkan ke...
- f) Sebagai... kan perilaku... ukur bagi... Shinchan... Orang tua...

memang kurang kesempatan... pingan anak... Tugas seleksi... tugas LSF (L... peranan terse... nuhnya dilak... mentari oleh... Lembaga Ko... persoalan bur... penayangan f... ran para da'i... pemerhati per... las murahan, t... hiburan darip... mimpi dan m...

Dari kepri... terselubung... ideologi kap... man dan taya... rung material... sumerisme. T... lam produksi... batas moral... manusia yang...

Dengan de... nah bebas dar... laupun dibua... kan:

- 1) Produser... nah lepas... pandangan...

GENERASI SHINCHAN

- e) Fenomena telah dijadikannya film tersebut sebagai referensi atau contoh bagi sebagian orang tua untuk menghadapi permasalahan serupa, seperti trik menghadapi kenakalan, atau meningkatkan kesabaran para orang tua.
- f) Sebagai hiburan keluarga dan dijadikan perilaku Shinchan sebagai tolok ukur bagi anaknya: agar jangan seperti Shinchan" dalam kenakalannya.

Orang tua di Indonesia pada umumnya memang kurang memiliki kemampuan dan kesempatan untuk melakukan pendampingan anak-anaknya ketika menonton. Tugas seleksi film sebenarnya menjadi tugas LSF (Lembaga Sensor film), namun peranan tersebut nampaknya belum sepenuhnya dilakukan. Hal itu pernah dikomentari oleh berbagai pihak seperti halnya Lembaga Konsumen Indonesia. Bahkan persoalan buruknya kualitas perfilman dan penayangan film kita sering menjadi cibiran para da'i, guru, orang tua atau bahkan pemerhati perilaku di tanah air sebagai kelas murahan, terlalu hedonis, terlalu berbau hiburan daripada pendidikan, menawarkan mimpi dan merusak moral.

Dari keprihatinan tersebut sebenarnya terselubung betapa dahsyatnya peranan ideologi kapitalisme dalam dunia perfilman dan tayangan film kita yang cenderung materialisme, hedonis dan juga konsumerisme. Tujuan-tujuan ekonomis dalam produksi film telah melampaui batas-batas moral dan pembentukan generasi manusia yang lebih beradab.

Dengan demikian informasi, tidak pernah bebas dari kepentingan ideologi, walaupun dibuat senetral mungkin, dikarenakan:

- 1) Produser atau penulis cerita tidak pernah lepas dari latar belakang budaya, pandangan hidupnya tentang manusia,

alam dan kehidupan. Cara pandang yang salah tentang ketiganya juga akan melahirkan pemikiran, buah karya yang keliru. Demikian yang dinyatakan oleh Annabhani (2000). Dalam beberapa kasus ada kesengajaan ideologi tertentu untuk melakukan upaya deislamisasi dalam segi moral dan juga pemikiran kepada komunitas ideologi lain.

- 2) Terdapat perbenturan peradaban, yang mau tidak mau ideologi tetap berperan besar dalam upaya memenangkan persaingan peradaban di era milenium. Dalam hal ini budaya tertentu coba ditawarkan dan diadopsi oleh peradaban lain. Baik dengan motivasi kapitalisme ataupun sekedar ingin unggul dalam konstalasi budaya secara internasional. Dalam hal ini Budaya Jepang atau China dihadapkan dengan Kapitalisme Barat (Hutington (1997) sebagaimana disinyalir oleh Marzuq (1997) sebagai *ghazwul fikri* (perang pemikiran).
- 3) Terdapat kesenjangan budaya. Meskipun sekarang ini telah memasuki era globalisasi, tetapi terdapat perbedaan nilai-nilai budaya yang cukup signifikan. Dalam hal ini Film dan kisah Shinchan memiliki budaya lokal tertentu yang berbeda dengan budaya dan moral orang Indonesia. Karenanya film atau cerita Shinchan tidak lepas dari adanya kontradiksi antar budaya. Bahkan dapat dikategorikan akulturasi budaya untuk menghindari istilah intervensi budaya.
- 4) Sebagai konsekuensi logis dari era kebebasan informasi yang tidak lagi dibatasi oleh sekedar aturan ataupun himbauan moral. Melalui mekanisme pasar bebas dan juga *opened sky* menjadikan niscaya masuknya informasi baik atau buruk. Dalam hal ini kecuri-

gaan ideologi menjadi nisbi, karena diperlukan sebuah kecerdasan hidup dalam memasuki dunia cyberworld.

Penutup

Sebuah karya media masa, apalagi film bukan saja sebagai buah karya kreativitas melainkan juga tak terlepas dari nilai-nilai budaya, kepentingan bisnis bahkan ideologi dari para kreator, produser, distributor dan penayangnya.

Pemutaran film Shinchon ataupun penulisan melalui komiknya membawa perubahan nilai para pemirsa khususnya anak-anak. Tanpa pendampingan yang memadai akan melahirkan generasi shinchon dalam makna yang negatif, yakni: kurang ajar, berani pada orang tua, jahat pada orang lain, nakal dan agresif. Sedangkan nilai-nilai kreatif, lucu, berani, spontan, cerdas, inisiatif akan terkubur dalam kemasan cerita yang bercampur aduk. Orang dewasa yang menonton mungkin merasa lucu dan terhibur, seperti layaknya mengenang masa kecil mereka, tetapi hal tersebut akan dimaknakan lain oleh anak kecil yang lebih besar sifat imitasinya. Pendampingan orang tua menjadi penting. Akan tetapi, melihat budaya pemirsa orang tua di Indoensia rasanya masih jauh dari kesadaran pendampingan.

Sudah menjadi tugas Lembaga sensor film, Lembaga konsumen, televisi penayang dan juga masyarakat luas untuk terus melakukan kritisi terhadap setiap sajian informasi. Semoga "generasi Shinchon" yang berkonotasi buruk bukanlah kenyataan masa depan anak cucu kita.

Daftar Pustaka

- Assuyuti Jalaluddin, th. *Al Qur'anul-karim*. Beirut : Dar-el fikiran.
- Annabhani Taqiyuddin. 1987. *Nidzamul Mujtama Al Islamiyah*. Beirut: Darul Ummah.
- Baron, R. A. & D. Byrne. 1979. *Social Psychology: Understanding Human Interaction*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Mc Quail Dennis. 1989. *Mass Communication Theory*. Second edition (Teori Komunikasi Massa: terjemahan Agus Dharma, Aminudin Ram). Surabaya: Erlangga.
- Gerbner, George. 1978. Cultural indicators: Violence Profile. *Journal of Communication* No. 9.
- Hutington, Samuael, P. 1997. *Clash of Civilization*. New York: Prentice Hall
- Klapper, J. 1990. *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press
- Marzuq Abdul Shabur. 1997. *Al Ghazwatul Fikri*. Cairo: Rabithah al 'alam al Islami
- Rakhmat Jalaluddin. 1996. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Kesepuluh. Bandung: Rosda Karya
- Solopos*, Edisi 4 Maret 2001.
- Jawa Pos*, Edisi 15 April 2001.
- Www. Jawapos.com. Cari: tulisan "Shinchon" edisi 01-01-2001 hingga 20-04-2001
- Www.tcp.com/~jly/crayon/shinchon.htm.

Pendahuluan

Pembicaraan ini didasarkan pada realita remaja terka...
tuk membar...
dikenal den...
Manusia (S...
nyak diperh...
Manusia mu...
kan dan ditu...
untuk mem...
an bangsa d...
akan datang

Situasi t...
bali menun...
nyimpang...
kolah. Terj...
kerasan bah...
nuhan, wala...
rapa oknum