

**PERGESERAN MAKNA PAHLAWAN DI KALANGAN REMAJA:
SEBUAH TANTANGAN PENDIDIKAN**

oleh:
Ariefa Efaningrum
(Dosen FIP-UNY)

Abstract

The rapid development of Information and Communication Technology has cultural implications in society. The agenda setting theory states that media determine people's way of thinking. The agenda setting theory states that media determine people's way of thinking. Due to the strong penetration of media, new figures have begun to replace old ones. Media continuously offer a new status, making the popularity of contemporary heroes more and more significant. As a reference group, heroes are figures with whom the young generation identify themselves. A hero with its conventional meaning is always changing. Formerly, a hero was a figure with an exceptionally charming personality. Nowadays, media have a role to set new objects that the public admire through pseudo-heroism. This is called the involution of the meaning of heroism. Such a phenomenon becomes a challenge in the field of education to re-actualize the meaning of a real hero, namely a conscientious hero.

Key words: penetration of media, meaning of hero, education.

A. Pendahuluan

Dewasa ini terjadi perubahan dan perkembangan yang amat pesat dalam berbagai segi kehidupan manusia, khususnya yang terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi (infokom) atau *Information and Communication Technology (ICT)*. Dalam masyarakat yang masih sederhana, interaksi antar orang lebih bersifat personal, primer, dan *face to face relationship*. Sedangkan saat ini, masyarakat dapat berinteraksi dengan orang lain secara sekunder melalui media, misalnya *handphone* maupun internet. Selain itu, dari media elektronik seperti televisi, semua orang, mulai anak-anak hingga orang tua juga memiliki kebebasan dan kesempatan yang lebih terbuka untuk mengakses berbagai informasi yang ada

Menyitir sebuah ungkapan "*Your children are not your children. They are the sons and daughters of life's longing for itself*" (Kahlil Gibran). Anak bukanlah milik kita, akan tetapi milik zamannya..Mereka ibarat sebuah mata panah yang akan melesat dari busumnya, menuju kehidupan di masa datang. Adalah menjadi tanggung jawab orang yang lebih dewasa di

sekelilingnya -dalam hal ini orang tua, pendidik, dan masyarakat, untuk ikut mengembangkan bakat anak yang dibawanya sejak lahir, tanpa harus merusaknya. Anak perlu dibekali dengan apa yang dibutuhkannya kelak, di suatu zaman yang sarat akan berbagai benturan nilai dan norma, di era global yang sangat kompetitif.

Ada anggapan bahwa pendidikan zaman sekarang terlalu tergantung pada huruf dan bahasa, sehingga menyebabkan kemunduran kepekaan anak-anak untuk melihat alam lewat hati. Potret pendidikan dewasa ini yang dapat ditangkap antara : 1) kognitif sentris, di mana pendidikan lebih menitikberatkan pada pengembangan aspek kognitif dan pendidikan nilai seolah-olah terabaikan, 2) kurikulum sentris, di mana kurikulum bukan untuk melayani kebutuhan dan mengembangkan potensi siswa 3) indoktrinatif, di mana siswa dipandang sebagai objek yang harus mengikuti proses pembelajaran secara pasif, dan 4) tidak kontekstual, di mana belajar di kelas terlepas dan terpisah dari konteks sosio-kultural masyarakat.

Dalam perkembangan usianya, anak-anak maupun remaja masih memerlukan sosok panutan dan teladan untuk dijadikan contoh bagi perilakunya (ingat kultur masyarakat kita yang paternalistik). Remaja misalnya, melakukan proses imitasi dan identifikasi kepada *reference group*, yaitu pihak-pihak dengan mana remaja dapat mengidentifikasikan dirinya. Adanya tokoh idola -pahlawan dapat memberi inspirasi bagi pemikiran remaja dan menjadi acuan perilakunya. Menarik apa yang diungkapkan oleh Taufik Abdullah, "Tanpa pahlawan, sejarah akan terus mengalir. Tetapi tanpa pahlawan, betapa sepi hari ini".

Tulisan ini akan mengungkap bagaimana media menciptakan "pahlawan-pahlawan" baru yang sangat mempengaruhi nilai-nilai dan gaya hidup pemirsa, khususnya anak-anak dan remaja. Pahlawan atau idola merupakan sosok, dengan mana anak-anak dan remaja dapat mengidentifikasikan dirinya. Dari pahlawan pula, anak-anak dan remaja mendapatkan sosok keteladanan. Namun, seiring dengan perubahan sosial budaya dan perkembangan teknologi informasi, penampilan para pahlwan yang menjadi idola semakin berubah. Demikian pula makna pahlawan mengalami pergeseran, kalau tidak boleh dikatakan mengalami perubahan bentuk. Hal tersebut tidak terlepas dari intensitas interaksi anak-anak dan remaja dengan media, di antaranya media elektronik.

B. Pembahasan

1. Dampak Media Massa (Televisi) bagi Remaja

Dengan sifatnya yang auditif visual, televisi memiliki keunggulan dalam hal menampilkan tayangan gambar yang bergerak (*motion picture*), sehingga khalayak pemirsa lebih terlibat secara emosional dibandingkan ketika mereka melihat gambar mati seperti yang terpampang di koran dan majalah (Rakhmat, 1997:256). Jika sejak kecil anak kita dibiasakan (*habituation*) menjadi individu yang pasif, mudah dikendalikan, dan tidak kritis, bagaimana mereka berbicara tentang masa depannya ?. Kenyataan itu tidak dapat terlepas dari konstelasi sosial, budaya, politik, dan ekonomi yang determinan dalam menentukan beroperasinya media. Adalah suatu fenomena yang sangat menggelitik : Manakala seseorang memegang *remote controll* di depan televisi, yang terjadi justru sebaliknya : "Televisilah yang mengendalikan pikiran mereka". Ini pertanda bahwa dalam perkembangannya, televisi memang perkasa (*powerful*) Televisi adalah medium yang kompleks yang menggunakan bahasa verbal, bahasa gambar, dan suara untuk menghasilkan impresi dan ide-ide orang (Berger, 2003:34). Dengan sifatnya itu, televisi memberikan informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh pemirsanya dibanding media lainnya. Bagi pemirsa, khususnya anak dan remaja, media ini sangat efektif untuk mengembangkan dunia fantasi mereka. Televisi merupakan sarana hiburan yang cukup murah yang dapat dijumpai di setiap rumah dan dinikmati oleh seluruh keluarga. Televisi juga merupakan sarana yang paling efektif jangkauannya untuk mengajarkan atau memerintahkan tentang sesuatu yang dianggap penting (bemilai) bagi masyarakatnya.

Menurut Donald F. Robert (Suyata, 2000), televisi memiliki sejumlah fungsi: *Pertama, sebagai media fantasi. Bagi anak, dunia fantasi sangat penting dan sama eksistensinya dengan dunia nyata. Dengan berfantasi, anak dapat mengembangkan imajinasi dan daya kreativitasnya. Kedua, sebagai media diversifikasi, yaitu fungsi bermain yang diperlukan anak sebagai alternatif untuk melepaskan diri dari mekanisme dan rutinitas kehidupan sehari-hari. Ketiga, sebagai media instruksi dan edukasi. Dad televisi, anak memperoleh pengetahuan tentang norma, nilai, dan tata laku masyarakat yang diinternalisasikan ke dalam dirinya dan menjadi pedoman dalam menilai baik buruknya suatu keadaan. Sedangkan Lasswell*

menyebutkan salah satu fungsi media sebagai *transmission of culture* (Rakhmat, 1997:140). Akan tetapi, kita tahu bahwa budaya yang diproduksi oleh media massa berbeda dengan produk budaya pada umumnya.

Selain itu, televisi merupakan media massa yang bersifat satu arah (*one way*), di mana pemirsa seolah-olah tidak mempunyai kesempatan untuk menolak kehadiran program-program yang ditayangkan. Padahal tidak jarang dari program-program tersebut kurang sesuai dengan nilai dan norma yang ditetapkan dalam masyarakat. Pengaruh negatif biasanya berasal dari tayangan yang bersifat hiburan seperti film. Namun bukan berarti pemirsa harus melahap mentah-mentah tayangan yang ada. Masih ada peluang bagi pemirsa untuk menghindar ataupun meminimalisir implikasi negatif televisi. Media televisi dapat mempengaruhi manusia melalui dua cara, yaitu *kehadiran (physical presence)* dan *isinya (content)*. Salah satu efek kehadiran televisi adalah *rescheduling* atau *penjadwalan kembali kegiatan sehari-hari*. Isinya juga dapat melahirkan efek alihan (*displacement effects*) yang dapat mereorganisasikan kegiatan sehari-hari (Rakhmat, 1997:127). Yang dikhawatirkan adalah kecenderungan bahwa teknologi ini digunakan untuk kegiatan yang bersifat rekreatif, bukannya edukasi. Kegiatan-kegiatan produktif seperti belajar, sosialisasi, dan pendalaman nilai-nilai tradisional yang luhur, dialihkan menjadi kegiatan yang rekreatif. Hiburan (*entertainment*) menempati posisi sentral, dengan semboyan untuk memuaskan pemirsa. Menurut teori *Agenda Setting*, media menentukan cara berpikir orang. Media mempunyai kekuatan yang menentukan dalam membentuk agenda masyarakat tentang hal yang penting, lebih ideal, dan lebih maju (Rakhmat, 1997:90).

Televisi juga merupakan sebuah kontrol sosial yang ampuh, karena memiliki kekuasaan untuk mengatur aktivitas pemirsa. Mereka tidak lagi bercengkerama satu sama lain seperti dulu. Mereka diisolasi dalam satu wacana tanpa respons. Seperti dikatakan oleh McLuhan (Rakhmat, 1997:143), media telah mempengaruhi perubahan bentuk masyarakat. Media tidak hanya memenuhi kebutuhan manusia akan informasi atau hiburan, tetapi juga ilusi dan fantasi yang belum pernah terpenuhi lewat saluran komunikasi tradisional. Media merupakan keniscayaan masyarakat modern. Sebagai keniscayaan, berbagai kebutuhan

berhasil dipuaskan oleh media.

Munculnya televisi membawa berbagai implikasi bagi kehidupan pemirsanya. Kehadiran televisi menyebabkan kian menyempitnya waktu dan kesempatan bergaul dengan teman sebayanya (*peer group*). Kesempatan berinteraksi dengan tetangga juga menjadi berkurang. Waktu bersosialisasi di dalam keluarga semakin terbatas. Waktu belajarpun menjadi berkurang. Televisi juga berdampak pada perilaku konsumtif remaja, mengingat peran televisi sebagai agen perluasan pasar produk industri (*the extention of market*), karena semua produk dad ujung kaki hingga ujung rambut dipromosikan melalui televisi, dengan nilai terpenting komersial dan pasar sebagai daya hidupnya.

2. Televisi dan Popularisasi Gaya Hidup

Booming pertelevisian di Indonesia dengan hadirnya sejumlah stasiun televisi, seperti TVRI, RCTI, SCTV, Indosiar, TPI, AN-Teve, Trans TV, TV-7, Metro TV, dan Global TV, semakin memperluas kesempatan dan jangkauan bagi pemirsa untuk memperoleh berbagai alternatif tayangan, dengan segala dampaknya. Mc Luhan menganggap bahwa inovasi-inovasi dalam bidang teknologilah yang lebih banyak pengaruhnya terhadap perkembangan di dalam masyarakat. Teknologi informasi dianggap sebagai teknologi yang terpenting, yang paling mampu menyebabkan perubahan di dalam masyarakat. Jika teknologi atau cara-cara berkomunikasi masyarakat banyak mengalami perubahan, maka sudah pasti pula akan terjadi perubahan-perubahan sosial (Pratikno, 1979:31). Televisi dapat menimbulkan efek demonstratif bagi pemirsanya, misalnya perilaku agresif dan konsumtif di kalangan remaja. Hal tersebut terjadi karena pemirsa melakukan imitasi dan mengidentifikasikan dirinya seperti tokoh idolanya yang biasa muncul di televisi. Perilaku konsumtif remaja yang terjadi di Indonesia merupakan akibat dari merebaknya epidemi global, yaitu *Intemasionalization of Teenager's Culture* (Naissbit, 1990). Budaya itu hanya dapat eksis dengan cara mempromosikan sebuah sistem nilai dan gaya hidup baru melalui dukungan media (Wan). Seringkali restoran *franchised*, seperti *Mc Donalds*, *Kentucky Fried Chicken*, atau *Texas Chicken*, menyediakan *gimmick* gratis berupa tokoh seperti dalam tayangan film, untuk setiap pembelian *happy meal* tertentu. Betapa kuat dan ampuhnya media (iklan) yang

berkolaborasi produsen untuk mencari target pasar. Wan di media, semakin mewadag-kan "tokoh idola" di kalangan remaja.

Padahal realitas yang ditampilkan media adalah realitas yang sudah diseleksi -realitas tangan kedua (*second hand reality*). Teori *Agenda Setting* juga menyatakan bahwa media tidak menentukan bagaimana anda harus berpikir, tetapi media menentukan apa yang harus anda pikirkan (Rakhmat, 1997:90). Dalam wacana kapitalisme mutakhir, realitas-realitas diproduksi mengikuti model dan *icon* yang ditawarkan media. Media menjadi sebuah gravitasi, siapapun dapat berputar mengelilingi titik sentrumnya dan patuh padanya. MTV misalnya, kini menjadi *trend setter* atau kiblatnya kaum muda dari scantero jagad.

Sistem bintang (*star system*) merupakan faktor penting dalam media dewasa ini (Wardhana, 1997:118). Tayangan boleh tidak terlalu bagus, yang penting bintangnya tenar, kondang, populer, dari segi kecantikan dan keseksiannya. Kualitas bisa terabaikan lantaran popularitas si artis jauh lebih menyihir dan membentot perhatian. Masih menyangkut *star system* dan siasat untuk menarik minat adalah dimunculkannya isu perihal para bintang tersebut (Wardhana, 1997:119). Bahkan di negara kita, prosentase berita perihal gosip sekitar artis dan profilnya lebih banyak.

Mereka dituntut untuk memenuhi kepuasan ekonomi dan menjadi figur yang akan menaikkan tiras media. Setiap pahlawan membutuhkan media, dan sekarang medianya adalah media massa. Dengan menguatnya rembesan media, figur-figur baru mulai menggeser figur-figur lama. Tidak peduli apakah pahlawan tersebut adalah manusia biasa. Media terus menampilkan status baru sehingga membuat popularitas pahlawan-pahlawan kontemporer semakin nyata dan mewadag. Paradoks-paradokspun muncul. Ketika seorang tokoh intelektual meninggal dunia misalnya, beritanya tidak segencar gosip di kalangan artis dan selebritis.

3. "Pahlawan" dalam Konstruksi Media Massa

Perkembangan teknologi media mutakhir seperti televisi, telah memungkinkan

diciptakannya satu rekayasa realitas, yaitu suatu realitas yang tampak seperti nyata, padahal semuanya hanya sebuah halusianasi image yang tercipta lewat teknologi elektronik. Ada campur aduk antara realitas dan halusianasi, atau antara kebenaran dan rekayasa (Pilliang, 1998:259). Dalam kapitalisme mutakhir, komoditi tidak lagi berfungsi sekedar sebagai objek utilitas, akan tetapi telah berkembang menjadi *virfual commodity*, yaitu komoditi yang menjadi ajang permainan semiotika, status, prestise, dan sensualitas komunikasi pemasaran. Apapun kini dapat dijadikan komoditi, mulai gosip, skandal, tubuh, kebugaran, sampai kematian.

Sebagai sebuah kata bahkan teks, "pahlawan" dalam pengertian konvensional terus menerus mengalami pergeseran. Semula, para pahlawan merupakan individu-individu yang luar biasa dengan pribadi luar biasa yang mengagumkan. Kini, mengagumkannya tidak lebih hanya dalam artian karakternya sebagai pemeran tokoh-tokoh rekaan yang dikemas media untuk menanamkan kesadaran mengenai pahlawan-pahlawan kontemporer. Rembesan kesadaran yang secara kultural tumbuh sebagai industri hiburan, terus mengkultuskan tokoh-tokoh yang sengaja dibuat fiksional dan sensasional, baik berasal dari film-film maupun berita-berita seputar kehidupan artis dan selebritis yang dikemas dalam tayangan yang bersifat *infotainment (information and entertainment)*.

Media berperan menempatkan objek baru pujaan publik bukan lagi individu dengan sifat pribadi yang luar biasa. Melainkan pahlawan baru yang memperkenalkan profilnya melalui kepahlawanan semu dalam iklan dan karakter dalam film. Terjadi pemiskinan makna pahlawan (involusi). Perubahan pada basis material kebudayaan ini pada gilirannya menciptakan pahlawan kultural rekaan media yang ditokohkan atas dasar citra (*image*) atau kesan (*impression*) simbolis yang dibangun oleh media. Kriteria kepahlawanan (*heroism*) konvensional terus mengalami involusi, sementara pahlawan budaya populer terus mengalami pepadatan peran karena kamera yang senantiasa membidik gerak gerik mereka.

Isi media yang awalnya dilihat sebagai hiburan, lambat laun menjejalkan citra palsu tentang kehidupan, masyarakat, dan dunia. Dalam gambaran tersebut, yang muncul kemudian

adalah bahwa pahlawan atau tokoh idola, lebih banyak berasal dari dunia film, dunia artis, selebritis, dan olahragawan. Menurut Leo Lowental kenyataan itu disebabkan oleh menyempitnya fokus perhatian khalayak. Tayangan TV tidak pernah beranjak dari *issue* seputar tema-tema tersebut (menjamurnya *infotainment*, yang berisi berita seputar kehidupan para "tokoh idola baru", kiranya menjadi bukti). Belum lagi gencarnya gempuran film anak-anak. Siapa tak kenal Britney Spears ataupun Justin Timberlake ?. Semua orang dapat dengan mudah mengenal kehidupan para artis dan selebritis baik dari luar maupun dalam negeri, juga para Bintang AFI dan Indonesian Idol. Semua mencitrakan sosok idola di mata remaja. Kini, remaja lebih terkagum-kagum oleh pahlawan kultural dari dunia fantasi dan fiktional kemasan media, yang berasal dari generasi yang sama.

Apakah para bintang merepresentasikan personalitas dirinya yang sesungguhnya? Menurut Raymond Williams, personalitas itu memiliki dua makna, yaitu: 1) makna yang sifatnya umum yang mengacu pada atribut yang dimiliki oleh setiap manusia, 2) makna yang lebih spesifik, yang mendefinisikan personalitas sebagai sebuah kualitas yang dimiliki dan diperlihatkan oleh beberapa orang, tetapi tidak dimiliki dan diperlihatkan oleh orang lain. Berdasarkan personalitas dalam pengertian yang kedua inilah kita mengenal apa yang dinamakan *professional personality*. Seorang selebriti memiliki dua personalitas tersebut pada saat yang sama, di mana pada satu sisi mereka adalah *real personality* yang juga bisa marah, kecewa, sedih, atau merasakan kebahagiaan sebagai manusia seperti halnya yang dialami oleh orang lain. Sedangkan di sisi lain, mereka memiliki personalitas yang merupakan konstruksi media, dengan gaya hidup yang glamour, penuh kemewahan, dan sulit dijangkau oleh orang awam (Noviani, 2002:108-109).

Namun seringkali citra selebritis telah menyerap sisi humanitas dari *private individu* yang menjadi selebritis tersebut. Menurut Christine Gledhill dalam tulisannya mengenai persona seorang bintang, ada tiga elemen yang perlu diperhatikan dalam melihat konstruksi persona seorang bintang, yaitu: 1) *the real person*, 2) karakter atau peran yang dimainkan (oleh si bintang), dan 3) persona yang muncul secara independen dari *the real person* maupun karakter atau peran dalam film, tetapi merupakan kombinasi dari kedua

elemen tersebut dan ditampilkan pada publik. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam membedakan personalitas seorang selebritis antara *on stage* dengan *off stage*. Kehidupan realnya (*off stage*) sering tertutupi oleh kehidupan *on stage*, sehingga sulit bagi mereka untuk hidup menjadi dirinya sendiri dan bukan menjadi seperti peran-peran yang dimainkannya di media. Padahal tidak jarang kehidupan real mereka di luar panggung tidak segemerlap dunia panggungnya. Dengan kata lain, personalitas *on stage* seorang selebritis kadang-kadang hanyaiah tipuan untuk menyembunyikan personalitas aslinya (Noviani, 2002:109-110). Namun justru personalitas inilah sering kita lihat tampilannya dalam tayangan sejenis infotainment di layar kaca.

Media menawarkan kepada orang, model-model pahlawan untuk ditiru dan membantu mereka mencapai atau mendapatkan sebuah identitas (Berger, 2000:59). Media terus menampilkan status baru sehingga membuat popularitas pahlawan-pahlawan kontemporer semakin mewedag. Paradoks-paradokspun muncul. Bisa saja ketika seorang pemikir garda depan intelektual kita meninggal, pemberi#annya tidak lebih dari pemberitaan seorang artis atau selebritis yang meninggal. Media telah berperan penting untuk menempatkan objek baru pujaan publik, bukan lagi individu dengan sifat pribadi yang luar biasa. Melainkan pahlawan dalam media yang memperkenalkan profilnya melalui kepahlawanan semu dalam Wan, karakter drama, atau film. Telah terjadi involusi dan pemiskinan arti dan kriteria pahlawan (Rakhmat, 1997:163).

Perubahan pada basis material kebudayaan ini pada gilirannya menciptakan pahlawan kultural rekaan media yang ditokohkan atas dasar citra (*image*) atau kesan (*impression*) simbolis yang dibangun oleh media baru. Sehingga kriterium kepahlawanan (*heroism*) konvensionalpun terus mengalami involusi bahkan distorsi. Sementara pahlawan-pahlawan budaya populer terus mengalami pemadatan peran karena kamera senantiasa membidik setiap desah nafas atau denyut nadinya (Rakhmat, 1997:164).

Kriteria kepahlawananpun rupanya telah mengalami pergeseran makna, di mana ukurannya lebih cenderung kepada kriteria fisik dan yang bersifat material. Dalam hal ini, media

khususnya televisi memainkan peran yang besar di dalamnya. Jika televisi terus menerus mensosialisasikan berbagai nilai clan gays hidup kalangan artis clan selebritis, maka spa yang ditawarkan oleh media akan ditangkap sebagai suatu ukuran dalam berperifaku dalam hidupnya oleh pemirsa. Segala perilaku maupun sikapnya akan mengacu pads spa yang ditayangkan oleh televisi. Hal ini tentusaja menjadi tantangan yang berat bagi dunia pendidikan dewasa ini. Padahal sebagai kaum intelektual muda, mereka diharapkan dapat berfikir rasional, kreatif, clan kritis dalam menghadapi tantangan zaman yang kian kompetitif.

4. Tantangan Pendidikan dalam Era Global

Salah satu bentuk ketegangan yang terjadi akibat penetrasi media adalah hancumya nilai-nilai tradisional dan masuknya nilai-nilai modem yang destruktif. Remaja lebih hafal tentang tokoh yang digambarkan dalam film, daripada . pahtawan nasional, bahkan tetangganya sendiri. Fenomena tersebut mengingatkan pada peribahasa "*Gajah di pelupuk mata tak tampak, kuman di seberang lautan tampak*". Inilah barangkali yang menyebabkan banyak remaja tercerabut dari akar budaya dan masyarakatnya, teralienasi, dan terpisahkan dari konteks sosio-kulturalnya.

Jika kepada remaja ditanya tentang cita-citanya, kebanyakan jawaban mereka adalah menjadi artis dan selebritis, seperti pemain film, sinetron, atau penyanyi, bahkan pemain sepak bola, sebagaimana layaknya yang mereka kenal melalui media. Profesi-profesi tersebut digambarkan sangat menjanjikan popularitas dan kesuksesan ekonomi dalam waktu singkat. Namun, barangkali jauh di pelosok sana, masih dijumpai anak bangsa yang bercita-cita menjadi guru bangsa, pahlawan hati nurani manusia, yang akan menebarkan cinta di tengah masyarakat yang sedang galau, haus akan kedamaian dan kasih sayang, sekaligus bercita-cita menjadi penyemai dan penjaga moralitas bangsa.

Di sinilah pendidikan dalam arti proses sosialisasi, mendapat tantangan. bagaimana peran pendidikan dalam menepis dampak negatif media?. Selain harus ada *continuity* dan *sinergy*, perlu juga dihadirkan tokoh dan teladan dalam lingkungan pergaulannya. Selama ini, dalam masyarakat sangat kering akan tokoh yang menyejukkan hati. Terbukti, masyarakat kita sangat mudah tersulut dan terbakar emosi, menjadi beringas, sehingga tega menyakiti saudara mereka sendiri. Terbukti dengan merebaknya konflik horisontal dalam masyarakat. Untuk itu kepada remaja perlu diberikan bekal, semacam sistem nilai yang menjadi acuan berperilaku, sehingga apapun yang mereka lihat, jika tidak sesuai dengan sistem nilai yang ia yakini, maka ia dapat berpikir secara dewasa dan kritis. Sistem nilai inilah yang dapat menjadi filter dan membentengi remaja, dan pengaruh negatif televisi.

Butuh kearifan dalam menyikapi kehadiran dan implikasi televisi. Manusia (anak dengan bimbingan orang dewasa) memiliki akal dan kesadaran untuk selektif dalam bertindak. Di tengah keterbelengguan dan hegemoni media, perlu bangkitkan daya kritis pemirsa. Bagaimana mereposisi pemirsa sebagai pemegang kendali (*remote control*) atas kedaulatan dirinya?. Televisi bukanlah "satu" atau musuh, manakala pemirsa punya otonomi dan mampu melakukan *critical thinking* atas apa yang dipikirkan, dilihat, dan dialaminya. Majunya teknologi informasi, perlu dilandasi oleh kearifan yang menjunjung tinggi nilai-nilai keutamaan. Perlu waktu dan upaya, agar hal tersebut *embedded* dalam diri pemirsa televisi.

C. Penutup

Perkembangan ICT yang kian pesat, dengan segala implikasi sosiokultural bagi masyarakat, perlu disikapi secara bijak. Pergeseran makna pahlawan merupakan sebuah kenyataan yang terjadi di masyarakat, khususnya di kalangan remaja. Semula, pahlawan merupakan individu dengan pribadi yang luar biasa yang mengagumkan. Kini, media berperan menempatkan objek baru pujaan publik melalui kepahlawanan semu. Terjadilah apa yang dinamakan pemiskinan makna kepahlawanan (*involusi*). Fenomena tersebut menjadi tantangan dunia pendidikan. Bagaimana peran pendidikan dalam upaya menepis dampak negatif media? Bagaimana mengaktualisasikan kembali makna pahlawan yang sesungguhnya?

Selama ini, masyarakat kita sangat kering akan sosok keteladanan. Sudah semestinya orang tua, guru, dan tokoh elit di masyarakat menjadi contoh bagi anak-anak dan remaja. Selain teladan, remaja perlu diberi bekal nilai yang menjadi acuan berperilaku, supaya mereka dapat berpikir dewasa. Sistem nilai inilah yang dapat menjadi filter untuk menepis pengaruh negatif televisi. Butuh kearifan dalam menyikapi kehadiran media elektronik, seperti televisi dan internet. Kiranya perlu dibangkitkan daya kritis pemirsa, bahwa pemirsa, dalam hal ini anak-anak dan remaja merupakan pelaku social yang kreatif. Bagaimana mereposisikan pemirsa sebagai pemegang kendali (*remote controll*) atas kedaulatan dirinya ?. Majunya teknologi informasi, perlu dilandasi oleh kearifan yang menjunjung tinggi nilai-nilai keutamaan. Perlu waktu dan upaya, agar hal tersebut tertanam dalam diri pemirsa televisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, Arthur Asa. 2000. *Media Analysis Techniques*. Diterjemahkan Setio Budi. Yogyakarta : Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Naissbit, Joh. 1990. *Megatrends 2000*. Jakarta : Binarupa.
- Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Wan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Pilliang, Yasraf A. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat*. Bandung : Mizan
- Pratikno, Riyono. 1977. *Komunikasi Pembangunan*. Bandung : Alumni.
- Rakhmat, Jalaludin. 1997. *Hegemoni Budaya*. Yogyakarta : Yayasan Bentang Budaya.
- Suyata. 2000. *Sosio-Antropologi Pendidikan*. Modul.
- Wardhana, Veven Sp. 1997. *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.