

## MENANGGULANGI “CHILD ABUSE”: PERANAN MEDIA DAN MASYARAKAT\*

Oleh Ashadi Siregar

( 1 )

Pokok pikiran ini menitikberatkan pada peranan media massa dalam menanggulangi child abuse (pelakuan salah terhadap anak). Untuk itu perlu lebih dulu dilihat fungsi dan peran imperatif dari media massa di tengah masyarakat. Mengharapkan peranan tertentu untuk dijalankan media massa, yang tidak bertolak dari fungsi imperatif itu, dapat hanya berhenti dari tuntutan etis normatif di atas kertas. Peranan media massa dalam ikut menanggulangi permasalahan sosial, atau cita-cita sosial tertentu, biasa dijalankan dalam metode marketing sosial (social marketing). Tetapi untuk metode jurnalisme, sering menghadapi kendala dengan adanya sejumlah kaidah jurnalisme yang tidak mudah dikompromikan dengan tujuan-tujuan sosial tersebut. Menggunakan metode jurnalisme untuk tujuan di luar fungsi imperatifnya, akan menjadikan media massa berada dalam paradigma modernisasi yang populer tahun 60-70an, dengan konsep jurnalisme pembangunan, atau teori development support communication. Dengan metode yang sama, diperlukan perubahan orientasi untuk penglibatan media massa dalam pengwujudan cita-cita sosial.

Orientasi jurnalisme bertolak dari kaidah yang klasik: menyampaikan fakta atas azas kebenaran. Kebenaran biasa diimplementasikan dari obyektivitas dan keseimbangan sebagaimana diharapkan dari setiap buku teks jurnalisme. Bagaimana kebenaran dihadapi, ditentukan oleh sikap dan orientasi seorang jurnalis. Ini bersifat otentik dari diri jurnalis itu, memerlukan eksplorasi yang khas dalam pengembangan jurnalisme dalam setting masyarakatnya. Dengan kata lain, sikap jurnalis dalam menghadapi fakta, tidak dapat dilepaskan dari setting masyarakat di mana fakta itu berada. Inilah menjadi dasar tentang perlunya orientasi jurnalisme yang bersifat khas. Begitulah tujuan dari uraian pokok pikiran ini.

( 2 )

Media massa memiliki dua wajah, sebagai institusi bisnis dan institusi sosial. Kedua sifat institusional ini membawa implikasi dalam orientasi keberadaannya. Sebagai institusi bisnis media massa sama halnya dengan setiap korporasi, yaitu menjalankan operasinya dengan orientasi ke dalam (inward), untuk kepentingan sendiri. Sedang dalam menjalankan fungsi sebagai institusi sosial, berorientasi ke luar (outward) untuk kepentingan masyarakat.

Dalam fungsi institusi bisnis dalam media massa berlangsung proses produksi dan komodifikasi yang melahirkan dikhotomi antara ranah (domain) produksi dan marketing, dengan pendanaan (3C: capital, cost, calculating) sebagai ranah utama pada sisi lainnya. Pada media penyiaran (broadcasting), produk berupa program siaran sementara komoditas berupa jam siaran. Sedang pada media cetak item informasi sebagai produk, sedang barang cetakan sebagai komoditas.

Dilihat dari pola kerja, produk diurus oleh pekerja profesional antara lain kreator, programmer, dan jurnalis. Komoditas dijual oleh pekerja profesional marketing.

---

\* Disampaikan pada SEMINAR MENANGGULANGI “CHILD ABUSE”, Komisi Nasional Perlindungan Anak, Jakarta 28 Februari 2000

Teorinya, dikhotomi ini berjalan paralel untuk kepentingan korporasi. Tetapi dikhotomis dapat terjadi dalam dominasi orientasi. Apakah ranah produksi merancang produksi sesuai dengan orientasi marketing, atau sebaliknya ranah marketing mencari dan menciptakan market untuk produknya, merupakan problem klasik dari bisnis media massa. Dalam kenyataannya, dalam orientasi bersifat inward, ranah marketing lebih sering mendominasi seluruh proses bisnis sebab ranah 3 C selamanya berpihak pada ranah ini.

( 3 )

Sebagai insitusi sosial, media massa menjalankan fungsi informasi, edukasi, persuasi, dan hiburan, sebagai hak menyatakan (right to expression). Dengan cara lain, keberadaan institusional media massa dapat dilihat bersifat resiprokal, di satu pihak menjalankan fungsi-fungsi sosialnya, menyampaikan produk informasi untuk kepentingan pragmatis sosial dan psikologis bagi masyarakat.

Informasi yang disampaikan media massa baru bersifat fungsional jika dapat memenuhi motif pragmatis khalayaknya. Dengan motif pragmatis sosial, warga masyarakat menjadikan informasi publik dari media massa sebagai referensi dan dasar alam pikirannya dalam memproses diri dalam institusi politik, ekonomi dan kultural. Ini bisa disebut sebagai pemenuhan hak untuk mengetahui (right to know). Keberadaan dan peranan warga dalam institusi politik, ekonomi dan kultural ini menentukan sifat, kualitas dan kuantitas informasi publik yang diperlukannya. Pada sisi lain, media massa menyampaikan informasi hiburan untuk memenuhi motif pragmatis psikologis warga masyarakat.

( 4 )

Secara konvensional, media massa yang menjalankan jurnalisme dimaksudkan untuk menyampaikan berita. Berita (news-story) dapat dibicarakan dalam berbagai definisi, mulai dengan cara mengambil salah satu unsur kelayakan berita (newsworthy) seperti kebaruan (newness), atau penting (significance), atau dengan formula simpel "K" seperti konflik, kantong (uang) dan kelamin (sex). Semua ornamen teknis untuk memproduksi berita itu bisa ditinggalkan, untuk masuk ke substansi jurnalisme, bahwa berita adalah fakta sosial yang direkonstruksikan untuk kemudian diceritakan. Cerita tentang fakta sosial inilah kemudian ditampilkan di media massa. Dengan begitu motif khalayak dalam menghadapi media massa khususnya media jurnalisme adalah untuk mendapatkan fakta sosial. Ini dapat dilihat dari sejauh mana wacana fakta sosial identik dengan wacana fakta media. Untuk itu, prinsip pertama dalam jurnalisme adalah obyektivitas, mengasumsikan bahwa khalayak media menuntut agar wacana (discourse) yang tertangkap dari suatu berita (fakta media), diharapkan identik dengan wacana fakta sosial. Kecermatan (accuracy) sebagai landasan kerja jurnalisme dimaksudkan untuk menjaga agar wacana fakta media, persis alias identik dengan fakta sosial.

Prinsip kedua dalam jurnalisme adalah keseimbangan dan keberpihakan. Ini dua sisi mata koin dari kerja jurnalisme, yang satu menjadi penyebab lainnya. Keseimbangan menjaga ketidak-berpihakan, ketidak-seimbangan menjadikan keberpihakan, begitu bertimbali-balik. Mana yang lebih dulu, rasanya tidak perlu dicari jawabannya. Yang penting keduanya perlu diperhadapkan dengan dua dimensi dalam kerja jurnalisme yaitu fakta sosial dan fakta media.

Keseimbangan dan keberpihakan dapat dilihat dari kandungan dan konteks dari fakta sosial. Anatomi fakta sosial pada dasarnya menyangkut person yang berinteraksi. Setiap interaksi melibatkan pihak-pihak (dua atau lebih) di dalam struktur sosial. Posisi setiap person dapat seimbang jika kedua pihak berada pada dataran yang sama tingkat kekuasaannya. Sedang ketidak-seimbangan manakala salah satu pihak memiliki tingkat kekuasaan yang lebih besar dibanding pihak lainnya. Kekuasaan ini dapat berupa kekuatan fisik, kekuasaan negara, kekuasaan modal/ ekonomi, atau pun kekuasaan kultural/komunalisme. Perspektif struktural menjadikan setiap fakta sosial diasumsikan mengandung potensi adanya ketidak-seimbangan, dengan adanya pihak dengan kekuasaannya selaku pusat (center) yang melakukan hegemoni, sehingga pihak lainnya sebagai periferal yang mengalami marginalisasi. Marginalisasi dapat diartikan sebagai proses interaksi sosial yang menyebabkan person tidak dapat mewujudkan hak-haknya.

#### ( 5 )

Ada yang dilupakan setiap kali bicara soal obyektivitas, yaitu setting dimana jurnalisme dijalankan. Buku teks jurnalisme lazimnya bertolak dari asumsi dasar mengenai masyarakat yang bersifat ekual (azas kesamaan) dan demokratis. Artinya setiap person dapat dan terjamin untuk mewujudkan hak-haknya yang bersifat azasi. Karenanya timbul pertanyaan, dapatkah bersikap seimbang dalam menghadapi fakta sosial yang mengandung ketidak-seimbangan?

Dalam masyarakat yang masih bersifat tidak ekual, setiap fakta perlu dilihat dengan sudut pandang yang khas, untuk menilai sejauh mana person dapat dan terjamin atas hak-haknya. Asumsi dasar dalam masyarakat tidak ekual adalah hambatan bagi person dalam mewujudkan hak-haknya. Hambatan ini berada pada tiga level: pertama fisik, kedua akses/interaksi personal, dan ketiga struktural. Setiap level menghadapi kendala yang khas. Dengan sudut pandang ini person ditempatkan dalam posisinya yang berhadapan dengan kendala-kendala atas hak-haknya. Sehingga dalam perspektif yang bertolak dari asumsi dasar ini, jurnalis dituntut membangun sudut pandang dengan memberi perhatian terhadap person yang berada dalam situasi ketidak-seimbangan dan ketidak-samaan (inequality).

#### ( 6 )

Anak-anak termasuk person yang memiliki hak-hak yang harus dijamin oleh negara dan masyarakat. Norma yang berkaitan dengan hak anak ini dapat dilihat misalnya dalam Konvensi hak-hak Anak , PBB 20 November 1989, dan Deklarasi Dunia Mengenai Kelangsungan Hidup dan Perlindungan dan Pengembangan Anak, PBB 30 September 1990.

Hak normatif dalam teks ini secara praksis hanya akan berarti jika orang media membiasakan diri menempatkan anak sebagai person yang termarginalisasi. Karenanya langkah awal yang perlu dikembangkan di kalangan orang media adalah sikap dalam menghadapi fakta, dengan perspektif berlandaskan asumsi dasar adanya kondisi ketidak-seimbangan yang menyebabkan person mengalami marginalisasi. Disini kiranya di lingkungan media massa perlu dikembangkan suatu orientasi jurnalisme yang khas, yang memiliki relevansi dengan setiap ketidak-seimbangan dalam interaksi sosial.