



Naratama Rukmananda

Dari "**Sesame Street**" menuju "**Crime Street**"

(Sebuah refleksi acara televisi bagi anak-anak Indonesia)

Joan Ganz Cooney adalah seorang maestro wanita di bidang pertelevisian Amerika Serikat. Sebagai Produser dan Sutradara Program Acara TV, Cooney dikenang dengan karya-karyanya yang non komersial, mendidik, cinta budaya dan mementingkan kepentingan publik. Pada tahun 1967, Cooney bersama-sama dengan Kreator Acara Televisi, **Jim Henson** mengejutkan pasar industri televisi dunia dengan karyanya "The Sesame Street", sebuah acara panggung boneka yang awalnya ditujukan untuk anak-anak pra-sekolah, khususnya yang masih berumur dibawah lima tahun. Sesame Street ditujukan untuk menyadarkan kaum urban, perantau dan khususnya Afro American (kulit hitam) yang hidup di jalan-jalan kumuh kota New York. Mereka sangat tidak membutuhkan pendidikan karena pendidikan perlu uang.

Mereka tidak punya uang. Setiap hari, di jalanan slam area (daerah kumuh) dipenuhi dengan atraksi transaksi narkoba, kebut-kebutan, gangster, musik rap dan prostitusi. Sungguh sebuah panggung kehidupan kelam yang menghantui dan merasuki jiwa anak-anak yang terpaksa hidup di jalanan.

Dengan bekal kreativitas dan ketegaran melawan arus industri televisi yang sarat dengan hukum-hukum nilai komersial, Cooney dan Henson bertarung menghadapi raja-raja stasiun televisi Amerika. Konsep program acara Sesame Street beberapa kali ditolak stasiun televisi komersial hingga akhirnya PBS (Public Broadcasting Station)-Stasiun Televisi Publik/milik komunitas-memutuskan menerimanya. Sesame Street kemudian diproduksi oleh lembaga nirlaba "Children Television Workshop".

I 7



sebuah Rumah Produksi yang khusus memproduksi paket-paket acara televisi untuk pendidikan anak-anak. Dengan mengusung konsep penyiaran tanpa jeda iklan dan menayangkan 25 segmentasi setiap episodenya (umumnya setiap episode mempunyai 6 atau 7 segmentasi setiap jamnya), Sesame Street akhirnya merambah ruang-ruang keluarga di kota New York. Mula-mula, program ini disukai oleh anak-anak balita. Namun belakangan, Sesame Street justru disukai oleh berbagai kalangan mulai dari pelajar, mahasiswa, professional, wartawan hingga Ibu Rumah Tangga. Bahkan beberapa Universitas di Amerika menjadikan program ini sebagai objek penelitian wajib bagi para Mahasiswa, khususnya yang mengambil bidang studi psikologi dan studi pendidikan.

Hanya dalam hitungan waktu bulanan penyiaran, bocah-bocah balita dilanda demam boneka "Sesame Street". Tokoh-tokoh ciptaan seperti Big Bird, Oscar, Bert, Ernie, Cookie Monster dan Elmo menjadi ikon budaya bagi anak-anak Amerika ditengah-tengah hiruk pikuk demam musik pop The Beatles, gaya hidup bebas ala Gypsy "Flower Generation" dan kekalahan tentara Amerika Serikat dalam perang Vietnam. Setiap karakter yang ditampilkan para tokoh boneka ini telah membantu orang tua di rumah untuk mengajarkan anak-anak mereka tentang tatanan kehidupan yang positif dan bermanfaat seperti budi pekerti, persahabatan, cinta kasih, perilaku yang baik, sifat saling memaafkan dan kebersamaan. Pada saat yang bersamaan anak-anak juga belajar cara melafalkan kalimat, mengenal huruf, mengenal angka dan warna. Karena keberhasilannya, Sesame Street kemudian mendapat dukungan dana dari Carnegie Corporation of New York-Organisasi Nirlaba yang didirikan oleh jutawan Andrew Carnegie pada tahun 1911. Dukungan dana ratusan ribu dollar mengalir ke Rumah Produksi "Children Television Workshop". Alhasil, Cooney dan Henson sibuk mengembangkan kreativitasnya menciptakan program-program hiburan dan pendidikan anak, tanpa memikirkan sumber dana. Dukungan Carnegie Corporation semata-mata untuk tujuan sosial dan pendidikan bagi komunitas miskin yang hidup di berbagai sudut kota New York.

Lima tahun kemudian (1972), Sesame Street ditonton oleh lebih dari 12 juta anak berusia antara 3 sampai 5 tahun. Ditayangkan ulang oleh lebih dari 300 stasiun televisi lokal, maupun internasional. Memenangkan penghargaan televisi Emmy Award untuk berbagai kategori. Mencetak jutaan merchandise yang dijual ditoko-toko mainan anak. Menerima bantuan dana dari berbagai perusahaan papan atas dan setiap episode diterjemahkan ke berbagai bahasa seperti Tagalog (Filipina), Dutch (Belanda), Japanese (Jepang) dan Malay (Malaysia) termasuk Indonesia.

Hari ini, dua puluh tahun kemudian, Sesame Street menjadi simbol anak-anak sedunia. Nama dan Merk dagang Sesame Street sejajar dengan Coca Cola, Levis, Mc Donald, Prada dan Michael Jackson. Walau bersaing dengan Disney Club dan tokoh-tokoh Power Rangers, Ultraman dan Kapten Tsubasa dari Jepang, Sesame Street justru semakin direkomendasi oleh para orang tua dan guru sekolah untuk ditonton anak-anak. Bahkan sebuah riset di Inggris beberapa waktu lalu menunjukkan bahwa Sesame Street lebih direkomendasi oleh kalangan pendidikan dibandingkan dengan Teletubbies. Dengan ditunjang oleh revolusi teknologi digital, Sesame Street yang semula hanya bisa dinikmati lewat tayangan televisi saat ini telah menjangkau ruang-ruang keluarga di rumah. Versi CD Room berjudul Sesame Street Music Maker dan Sesame Street Baby and Me telah menghiasi layar komputer di rumah-rumah jutaan keluarga.

Cooney memang tidak pernah mengira bahwa karyanya yang cenderung beorientasi non-komersial justru membuahkan keuntungan jutaan dollar. Padahal ketika Cooney dipercaya untuk menyutradarai acara ini, Cooney hanya memiliki satu modal yaitu kepekaan kepada filosofi penyutradaraan yang dia percaya akan bisa diterima anak-anak. Filosofinya? simpel saja "Laugh in" and "Get Smart" – "**Tertawalah**" dan "**Menjadi Pintar**". Dua kata kunci inilah yang menjadi filosofi dasar penyutradaraan Sesame Street. Anak-anak suka tertawa maka ajaklah anak-anak tertawa sepuasnya. Sambil tertawa dan bergembira, anak bisa menjadi pintar. Karena anak-anak suka bermain maka ajaklah bermain sepuasnya. Sambil bermain bebas, anak bisa menjadi pintar.

Tokoh-tokoh boneka Sesame Street pintar membuat anak tertawa. Kalau anda ingat dan pernah menonton ada dua sahabat Ernie dan Bert yang selalu bertengkar karena urusan kecil-kecil tapi mereka selalu saling memaafkan. Ada Big Bird, si burung besar berwarna kuning yang selalu ramah, bijaksana dan suka menasehati dan menolong teman. Ada Groover si tuan panik dan "overacting" tetapi lugu dan baik hati walau selalu saja salah mengerti. Dan yang paling menarik adalah tokoh Count Drakula (Drakula si tukang hitung) tokoh bangsawan drakula yang sering menjadi legenda horror diplesetkan menjadi Drakula si tukang hitung. Berwajah seram dan doyan menghitung apa saja seperti bintang dilangit, cicak di dinding, burung-burung malam hingga daun pohon yang berjatuhan dan bertebaran. Secara keseluruhan setiap karakter mempunyai sifat humanis dan mempunyai kelebihan dan kekurangan. Setiap adegan mempunyai arti kehidupan.

Sesame Street juga merambah Indonesia. Program ini pernah ditayangkan di sebuah stasiun

Sesame Street juga merambah Indonesia. Program ini pernah ditayangkan di sebuah stasiun televisi Indonesia, tapi entah mengapa, terpaksa dihentikan. Mungkin karena harga program yang tidak cocok atau kepentingan strategi siaran. Yang pasti, ketika Sesame Street di terjemahkan ke bahasa Indonesia, program ini menjadi kaku, tidak lucu dan tidak mendidik. Anak-anak dibuat bingung. Orang tua sulit menjelaskan isi cerita. Semuanya ini terjadi karena penerjemahan alih bahasa yang sangat tidak cocok dengan karakter tokoh boneka yang ada. Belum lagi, teknik vocal para pengisi suara (dubber) untuk lagu-lagu bertempo riang dinyanyikan dengan intonasi dan nada yang kurang mengena di kuping anak-anak Indonesia. Ini bisa dimaklumi karena budaya pembelajaran Sesame Street memang berbau Amerika. Kurang cocok dengan budaya kita. Bukan hanya faktor bahasa saja tapi juga faktor pada perilaku dan gaya hidup. Ini mungkin disebabkan oleh karena bangsa kita memang mempunyai heterogeni budaya timur yang sangat beragam sehingga tidak mudah menelan begitu saja budaya dari negeri barat.

Yang menarik, karena heterogeni budaya inilah maka belakangan bermunculan program-program produksi lokal yang mengatasnamakan dunia anak-anak Indonesia. Sebut saja, si Unyil, Si Komo, Saras, Tasya, Bando, Cilukba, Pesta Anak hingga ke Sinetron Anak. Semuanya menggunakan anak-anak sebagai pemeran utama. Semuanya memakai imajinasi anak-anak dalam penulisan cerita. Walau sebagian besar acara ini mempunyai kualitas dibawah rata-rata, sebenarnya kehadiran program-program ini merupakan terobosan kreatifitas yang baik diantara gempuran Drama Sinetron yang mengumbar kesedihan, pertengkaran, kebencian dan keretakan hubungan dalam rumah tangga. Karya-karya ini sekaligus menjadi mesin pencetak uang bagi para pengelola stasiun televisi yang mengakomodasi kepentingan beriklan dari produsen produk anak-anak. Bahkan, tidak jarang sebuah produk memaksakan dirinya menjadi sponsor tunggal yang justru menggangu tayangan.

Sayangnya, karya-karya acara lokal anak-anak ini tidak didukung dengan filosofi penyutradaraan yang dimiliki Joan Ganz Cooney, Laugh In dan Get Smart. Mereka hanya mampu menciptakan program acara yang membuat anak-anak "Tertawa" tanpa "Menjadi Pintar". Program si Unyil misalnya, berhasil membuat anak-anak tertawa melihat tingkah laku Pak Raden, tapi kemudian anak-anak menjadi bingung saat si Unyil dan Usro berbicara soal Multi Level Marketing. Program Sinetron Anak yang diputar pada jam anak-anak justru jarang membuat anak-anak tertawa padahal kualitas gambar dan teknik editingnya sudah sangat memuaskan.

Sedangkan program acara hiburan musik anak-anak yang hanya bermodalkan penayangan Video Klip Anak-Anak justru mengajarkan cara dan teknik bernyanyi "asal-asalan", asal bunyi, asal tampil tanpa pembelajaran sikap dan cara bernyanyi yang benar. Bahkan akhir-akhir ini bermunculan program anak-anak tetapi anak-anaknya justru jarang berbicara. Yang ada, si pembawa acara dewasa sibuk ceplas-ceplos kesana kemari, sementara anak-anak Cuma bengong menyaksikan mereka.

Ini adalah kenyataan yang menyedihkan. Apalagi di zaman reformasi ini, anak-anak kita bukan lagi penonton setia Sesame Street tapi Crime Street. Mereka adalah saksi mata perseteruan politik, perkelahian pelajar, kemiskinan, pembunuhan, terorisme bom dan sikap anti sosial yang dimainkan oleh boneka-boneka dewasa yang hidup di jalanan. Rumitnya lagi, di dalam rumah, tempat mereka seharusnya belajar tentang cinta kasih dalam keluarga, mereka berhadapan langsung dengan Crime Street lewat layar kaca televisi. Tidak ada ruang bagi mereka untuk belajar tentang arti kehidupan yang indah dan penuh tawa. Tidak ada kesempatan untuk belajar sambil menikmati hiburan visual berkualitas digital. Yang ada hanyalah belajar untuk menghadapi Crime Street yang akan menjadi makanan sehari-hari pada kehidupan mereka di masa depan.

Ironisnya lagi, ketika anak-anak sibuk menonton Crime Street, para Direktur Televisi Swasta bersama-sama dengan para Pakar Televisi, Kampus-kampus universitas yang mempunyai jurusan Komunikasi Massa, Pemerintah, Organisasi-Organisasi Penyiaran, Kantor Menteri Negara



I9

Komunikasi dan Informasi dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) justru sibuk berseteru memperebutkan juara dengan piala bernama Undang-Undang Penyiaran. Perdebatan sekitar Undang-Undang ditambah dengan pemilihan anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang tak kunjung usai, hanyalah ditinjau dari sudut untung-rugi bagi kepentingan bisnis daripada bagi kepentingan publik. Bahkan perlahan-lahan para orang tua yang menjadi penguasa justru kembali memproduksi episode Crime Street terbaru berjudul "Media TV harus dibawah pengawasan Pemerintah" dengan sejumlah aturan yang memasung kebebasan hak informasi dan hiburan.

Yang menyedihkan, tidak ada satu pasalpun dalam RUU penyiaran yang ditulis untuk membela kepentingan anak-anak. Seluruh isi RUU Penyiaran hanya difokuskan pada persoalan Poleksosbudhankamnas, agama dan kebebasan pers. Seharusnya RUU penyiaran dapat memasukkan pasal baru yang berbunyi (usulan ini wajib dipertimbangkan) "diwajibkan bagi para pengelola siaran televisi lokal, swasta maupun nasional untuk memproduksi acara anak-anak yang bermutu sebanyak 50% setiap hari siaran" atau "diwajibkan bagi para sponsor dan produser untuk mendonasi sebagian biaya iklan untuk pengembangan program acara pendidikan anak-anak". Entah karena lupa atau tidak peduli, yang pasti saat ini wajah televisi kita diwarnai dengan puluhan acara anak-anak yang tidak mendidik. Bahkan sebagian program acara tersebut diproduksi oleh mereka yang tidak mengenal dunia pendidikan sama sekali.

Dan hingga hari ini, persoalan Undang-Undang Penyiaran seakan tenggelam dalam samudra bergelombang ganas. Berhenti, tidak jelas dan tidak berkelanjutan. Para wakil rakyat di DPR sibuk berpolitik ria memperdebatkan masalah yang dipanjang-panjangkan. Sementara. Film anak-anak SinChan merajalela dengan kelakuan buruknya. Juga para Dubber dan Penerjemah/Alih Bahasa yang sering salah kaprah menerjemahkan apa adanya padahal belum pantas anak-anak mendengarnya. Pada saat yang sama, Produser sinetron dan film lebih senang meraup uang dari Sinetron Remaja yang sebagian besar melawan logika manusia. Ini terbukti dalam Festival Film Indonesia 2004 lalu dimana dari 60 judul Film Televisi yang dikompertisikan, hanya tiga Film televisi yang ditujukan untuk anak-anak. Film-film bioskop bermunculan mewakili generasi muda yang mengumbar urusan Cinta dan Sex. Sesekali muncul tema-tema setan yang tidak diselesaikan dengan agama atau Ayat Kursi.

Sejak film berjudul Petualangan Sherina, Petualangan 100 jam Joshua dan Lenong Bocah (bintang tamu Tina Toon), tidak ada lagi hiburan untuk anak-anak dari negeri sendiri. Ketiga film ini telah beberapa kali diputar di televisi sampai-sampai sebagian anak mulai bosan menontonnya. Namun, pihak televisi tidak juga tergerak

untuk mencintai anak-anak dengan produksi lokal. Trans TV, RCTI dan Indosiar memang mencoba memberikan terobosan dengan sejumlah karya sinema atau program non-fiksi untuk anak-anak. Bahkan Indosiar dan RCTI perlu diberi tepukan yang keras dengan terobosan program AFI Junior (Akademi Fantasi Indonesia khusus anak-anak) dan Indonesian Idol untuk anak. Tapi itu baru sebatas acara musik dan lagu. Bukan acara dongeng-dongeng legenda seperti Malin Kundang, si Kancil dan Timun Mas yang banyak tertulis dan dijual dalam buku cerita anak-anak. Yang menyedihkan judul cerita legenda Bawang Merah dan Bawang Putih justru menjadi judul sinetron remaja yang menceritakan urusan lika-liku kehidupan remaja. Sementara kita rindu acara game show anak-anak, acara kuiz pendidikan untuk anak, acara boneka anak, acara dokumentainment untuk anak-anak.

Sementara sekarang anak-anak justru lebih mengenal jagoan animasi film ciptaan Hollywood Buzz Light Year (dari sequence Toys Story), The Incredibles (jagoan ala cerita James Bond) dan Shark Tales yang ceritanya ditujukan bukan untuk anak-anak. Sementara lewat televisi mereka mengidolakan jurus-jurus silat ala Power Rangers dengan berbagai versinya seperti Power Rangers Ninja Storm, Power Rangers Wild Force, Power Rangers Turbo, Car Rangers... juga judul-judul Ultraman, Crush Gear (Adu Mobil), Digimon, Superfriends (geng jagoan beranggotakan Flash, Superman, Jon Josh, HawkGirl, Apache, Wonder Women, dll)..... Film-film super heroik ini tidak semuanya buruk dan tidak semuanya baik. Parents Guidance atau Parents Advisory sangat diperlukan agar anak-anak mengerti bahwa Film bukanlah dunia nyata.

Belakangan, berbagai laporan berita tentang Gerakan Terorisme, pembunuhan, penculikan, perkelahian warga, pemerkosaan, pembakaran mayat, mayat gantung diri, kecelakaan atau perang "Live On-Air" antara Tentara Nasional Indonesia melawan GAM di Aceh yang seharusnya menarik bagi orang dewasa justru ditayangkan pada saat jam-jam/waktu anak-anak menonton TV. Dengan embel-embel "Breaking News" atau "Sekilas Berita", wajah-wajah para penjahat, teroris, pengebom, penculik, mayat-mayat bergelimpangan dan penadah obat terlarang dan lainnya malang-melintang seenaknya mengganggu ruang tonton publik cilik berusia 3 tahun hingga belasan tahun. Begitu pula dengan promo Sinetron yang menampilkan adegan-adegan yang tidak boleh ditonton oleh anak-anak muncul ditengah-tengah jeda acara anak-anak. Sungguh dilematis. Untungnya, sesekali masih ada terobosan kecil yang berusaha mengimbangi tayangan-tayangan kekerasan dengan wajah-wajah keindahan, keanekaragaman dan kebhinnekaan bangsa Indonesia. Lihat saja Program Pustaka Anak Nusantara yang diproduseri oleh Garin Nugroho atau Cerita Bersambung Karton Anak yang disponsori produk Nestle. Walau berhasil merebut perhatian anak-anak dan para pendidik anak, kedua program ini terpaksa harus berhenti karena kehabisan bensin.

Anak adalah titipan Tuhan. Anak adalah Masa Depan Bangsa. Lalu sudah cukupkah kita memberikan bekal lahir bathin untuk mereka? Sudah cukupkah kita memberikan ruang kebebasan menonton acara televisi bagi mereka sebagai bekal di masa depan? Kita masih mempunyai waktu. Kita masih mempunyai kesempatan. Yang kita tidak punya adalah media televisi khusus untuk anak-anak kita. Yang kita tidak punya adalah Program Acara Televisi Anak yang mengajarkan "Tertawalah dan Menjadi Pintar". Kalau sudah begitu, rindu rasanya mendengar suara almarhum ibu Kasur di TVRI "Taman yang paling indah hanya taman kami... taman yang paling indah hanya taman kami...".

