

SUARA MERDEKA

PEREKAT KOMUNITAS JAWA TENGAH

AKADEMIA



SELASA, 10 MEI 2011

SUARA KEDU

HAMOMONG BEBRAYAN AGUNG

Hipnososial Media dan Pendidikan Karakter

Oleh Rendra Widyatama



SM/dok

BEBERAPA waktu terakhir, media ramai memberitakan tentang hipnotis. Misalnya berita tentang Lian Febriani, calon pegawai negeri sipil (CPNS) Dinas Perhubungan yang menghilang 3 hari. Diduga dia korban hipnotis aliran sesat. Lian ditemukan di Masjid At-Taawun dalam kondisi linglung. Kasus hipnotis juga terjadi pada 5 petugas kebakaran di Tuban agar melukai wajah. Untung luka-luka yang mereka alami dapat sembuh. Lain halnya dengan kasus di Sukorejo yang dihipnotis agar menato wajah sebagai syarat diterima menjadi PNS. Korban yang jauh lebih fatal juga ada. Bom bunuh diri di Masjid Polres Kota Cirebon dan beberapa kasus bom bunuh diri jaringan teroris, juga diduga kuat akibat hipnotis.

Berbagai kasus hipnotis menyimpulkan pada kita bahwa hipnotis mampu membuat seseorang mau dan mampu melakukan apa saja di luar kehendaknya, bahkan melebihi kemampuan dan keberaniannya. Namun sadarkah kita bahwa sebenarnya setiap hari kita membiarkan diri dihipnotis? Yaitu hipnotis secara masal melalui media massa. Saya menyebutnya dengan hipnososial.

Hipnotis dan Karakter Bangsa

Kata hipnotis diambil dari nama Dewa Yunani yaitu Hypnos atau Dewa Tidur. Hipnotis adalah ilmu yang bekerja pada alam bawah sadar. Orang terhipnotis berada dalam keadaan mental terfokus sehingga mudah menerima sugesti. Seseorang yang terhipnotis akan meyakini informasi yang diterima tanpa berpikir panjang. Hipnotis yang diberikan dalam keadaan sadar, dinamai *waking hypnosis*.

Dalam kehidupan sehari-hari, kita menerima banyak hipnotis, antara lain melalui media massa. Berbagai informasi media menjadi hipnotis bagi kita sehingga membuat sugesti. Sugesti mendorong kita memiliki pikiran, sikap dan perilaku sebagaimana informasi yang diterima. Bila informasi yang diterima negatif, maka negatif pula efek yang terjadi pada kita. Repotnya, media lebih suka mengangkat berita buruk dibanding berita baik. Kata para jurnalis, "bad news is good news".

Berita buruk, suka atau tidak suka, menjadi hipnososial buruk bagi masyarakat. Merasa minder dan tak mampu bersaing dengan negara lain, tidak kreatif, koruptif, tidak punya budaya disiplin dan malu, dan tidak bangga pada negara sendiri adalah contoh efek hipnososial media massa.

Banyak penelitian menunjukkan, media berpengaruh kuat pada masyarakat. Iklan menghipnotis kita untuk membeli produk tertentu. Film menumbuhkan rasa benci pada aktor dan aktris yang memerankan tokoh jahat. Banyak berita kejahatan di media menumbuhkan rasa cemas dan persepsi bahwa lingkungan tidak lagi aman. Sebaliknya, informasi positif dan membangun kebanggaan, mensugesti masyarakat lebih percaya diri dan bersikap positif.

Banyaknya materi media yang berpotensi hipnotis negatif mengharuskan kita selektif mengonsumsi pesan media. Informasi negatif dan tidak membangun tidak perlu kita terpa. Karena kita sulit meminta dan menekan media hanya menyebarluaskan materi positif, maka kita yang harus aktif memproteksi diri memilih pesan media.

Sikap merasa kuat menekan pengaruh negatif media dengan tetap menerpa semua materi media, merupakan tindakan ceroboh. Proses hipnososial media sering tidak kita sadari. Oleh karena itu, jangan berikan kesempatan pada semua pesan media masuk ke dalam diri kita. Seleksi materi media tetap dibutuhkan, agar kita hanya menerpa pesan yang membangun karakter bangsa yang positif. (61)

Penulis adalah staf pengajar Prodi Sastra Indonesia Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta