

MAKALAH

TEKNOLOGI TELEVISI



NIM : A11.2021.13349
Nama : Rifky Januar Adi Pamungkas
Kelompok : A11.4104

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO
2021/2022

DAFTAR ISI

COVER.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
BAB II STUDI PUSTAKA.....	2
1.1 Pengertian dan Sejarah Televisi	2
1.2 Contoh Channel Televisi	5
1.3 Fungsi dari Menonton Televisi	6
BAB III Penutup	8
2.1 Kesimpulan	8
DAFTAR PUSTAKA	9

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Contoh Channel Televisi yang ditonton oleh masyarakat Indonesia.....	6
---	---

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi adalah salah satu media massa elektronik yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. Televisi merupakan salah satu media massa yang memiliki audiens paling besar dan sifat televisi yang disajikan dalam bentuk audio visual membuatnya dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, tak terkecuali anak-anak. Televisi merupakan salah satu media yang membawa pengaruh bagi anak-anak. seorang pakar di bidang televisi dan anak-anak mengatakan bahwa tak ada hal lain dalam kebudayaan ini yang mampu menandingi kemampuan TV dalam menyentuh anak-anak. Perkembangan seorang anak tidak pernah terlepas dari proses pendidikan dan pembelajaran yang didapatkan baik di sekolah maupun dari lingkungannya. Pembelajaran merupakan proses belajar dan pengajaran yang dilakukan secara bertahap untuk mengubah perilaku seseorang. Pembelajaran merupakan suatu sistem yang berarti pengajaran itu sendiri terdiri dari sejumlah komponen yang secara teratur saling berhubungan dan bergantung untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Keberhasilan belajar mengajar juga dipengaruhi oleh faktor siswa. Menurut Clark dalam Nana Sudjana bahwa 70 % hasil belajar siswa di sekolah dipengaruhi oleh kemampuan siswa dan 30 % dipengaruhi oleh 12 lingkungan. Keberhasilan dan perilaku belajar siswa bergantung dari lingkungan. Media pembelajaran, baik yang dua dimensi maupun yang tiga dimensi sangat berpengaruh bagi peningkatan prestasi belajar. Media televisi merupakan media pembelajaran tiga dimensi yang sangat efektif untuk membantu peningkatan pengetahuan siswa. Media televisi sangat membantu siswa dalam menampilkan gambar gerak dan benda-benda yang tidak dapat dilihat secara langsung.

BAB II

STUDI PUSTAKA

1.1 Pengertian dan Sejarah Televisi

Secara etimologis, Televisi berasal dari kata “*tele*” yang berarti pada suatu jarak dan juga dipakai untuk menyatakan bentuk komunikasi jarak jauh. Visi berasal kata latin “*video*” yang artinya “saya lihat”. Televisi adalah pemancar dan penerimaan gambar dari objek dengan bantuan gelombang radio.

Televisi sebagai suatu alat bagian dari sistem yang besar yang dihubungkan langsung dengan gelombang elektromagnetik dari suatu pemancar televisi dan akan menjadi sebuah fungsi yang sebenarnya. Televisi sebagai suatu alat yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi, pemberi informasi dengan menggunakan bayangan gambar dan suara.

Perkembangan dunia pertelevisian diawali ketika Indonesia menjadi tuan rumah perhelatan olahraga akbar Asian Games IV di Jakarta tahun 1962, dimana saat itu TVRI muncul sebagai pelopor industri televisi Nasional. Masyarakat Indonesia mulai menikmati televisi di tahun 1962 ketika itu televisi merupakan media komunikasi dan antara pemerintah dengan masyarakat, disamping sebagai hiburan kaum elite politik dan pemerintahan. Deddy Mulyana menyebut TVRI sebagai televisi ideologis karena sifatnya mengagung-agungkan pemerintah terutama para petinggi Negara yang tugas utamanya untuk melanggengkan kekuasaan rezim saat itu. Hampir seluruh isi TVRI berupa berita resmi dan semi resmi dari kegiatan pemerintah beserta pejabat yang sedang berkuasa. Beberapa studi yang pernah dilakukan Alfian dan Chu, Arswendo Atmawiloto, dan Sumi ta Tobing menunjukkan bahwa genre pemberitaan TVRI dalam beberapa puluh tahun terakhir tetap bertahan dengan pola dan muatan seremonial. Pemberitaan TVRI sudah sedemikian identik dengan ritual-ritual pembangunan khas orde baru, tanpa terkecuali hingga lahinya televisi-televisi swasta pada dekade 1990an. Program "Berita Nasional" menjadi wahana utamarepresentasi simbolik dari ideologi pembangunan Orde Baru dan bagaimana media televisi dilibatkan .

Menurut Kitley, berita TVRI berlandaskan pada apa yang disebut Denis Mcquail (1993: 131) sebagai "teori media pembangunan".

Yakni pemberitaan yang bertumpu pada tujuan-tujuan berikut:

- (1) pengutamaan tugas pembangunan (ekonomi, sosial, budaya dan politik) nasional,
- (2) mengejar kemandirian informasi dan budaya,
- (3) mendukung demokrasi, dan
- (4) setia kawan pada Negara-negara lain yang sedang membangun.

Dengan pengecualian pada tujuanketiga, karena TVRI dalam konsep dan praktiknya tidak berbicara tentang demokrasi, melainkan identitas nasional, persatuan bangsa, yang lebih dekat dengan perspektif nasionalisme dibandingkan dengan demokrasi. Media televisi mengajarkan agar setiap warga masyarakat patuh kepada pemerintah/ penguasa. Biasanya program televisi didominasi acara resmi, dan pernyataan birokrat. Masyarakat pemirsa TV dipaksa mengkonsumsi informasi dan pesan pembangunan yang dilakukan pemerintah/penguasa. Secara umum media televisi mengajarkan budaya afirmatif, dan konformistik kepada pemirsanya.

Menurut Jeremy Rifkin dalam bukunya *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism* (2000), Ibrahim (2002) menyebutkan bahwa kehidupan manusia kini benar2 telah terkomodifikasi (menjadi sebatas komoditas alias barang dagangan), dan antara komunikasi, komunion, dan komersil menjadi tak bisa dipisahkan. Kapitalisme global telah memoles dunia menjadi seperti sebuah panggung kehidupan, tempat segala hal yang ada di dunia ini menjadi tak lebih dari komoditi atau barang. Di dalam masyarakat kapitalis global eksploitasi dan komodifikasi segala sumber daya dan konsumsi produk-produknya bahkan mencapai titik puncaknya. Dampak psikologis atau spriritual dari budaya massa merupakan pokok bahasan Rifkin dalam bukunya seperti dikutip dalam tulisan Ibrahim (2002) di atas. Rifkin menuturkan tentang adanya empat macam dampak budaya massa bagi kehidupan masyarakat. Pertama, komodifikasi dalam segala bidang kehidupan. Masyarakat yang terkomodifikasikan ruang budayanya, dihindangi semacam alienasi. Mereka terns mengonsumsi, karena

falsafah hidup mereka: "*I consume therefore I am*". Aku mengonsumsi karena itu maka aku ada. Mereka teralienasi di balik kelimpahan kekayaan kebendaan, bukan keruhanian.

Kedua, homogenisasi. Industri media global juga menjadi mesin penyeragaman budaya. Produser budaya dan gaya hidup seperti MTV dan Hollywood menjadi penentu selera bagi kebanyakan orang kaya dan anak-anak muda di seluruh dunia. Pada saat menawarkan hiburan-hiburan global, mereka juga menawarkan gaya hidup, budaya dan nilai bagi anak-anak muda yang tengah mencari identitas dirinya. Gaya pakaian, corak rambut, asesoris seakan-akan seragam. Indonesia yang kini sedang dilanda demam Korean Wave, cenderung mengikuti gaya para artis Korea. Jika homogenisasi dalam dunia pendidikan memasung kreativitas, maka homogenisasi budaya mengancam pluralisme.

Ketiga, fragmentasi. Industri media global melalui produk budaya massanya juga mempengaruhi gambaran akan peristiwa kehidupan sehingga menjadi kepingan-kepingan, penggalan-penggalan tak beraturan, fragmen-fragmen tak utuh kehidupan. Dalam iklan dan berita, fragmentasi kehidupan dapat dengan jelas terlihat. Baru beberapa detik melihat kisah bahagia tiba-tiba berubah menjadi kisah yang mengharukan.

Keempat, regimentasi industri media global yang berproses secara canggih dengan bantuan teknologi informasi dan komunikasi bahkan dengan mudah mempengaruhi dunia kehidupan.

Pasca Pertelevisian Tahun (1991-2012)

Pasca regulasi dunia penyiaran tahun 1991, perkembangan media televisi mengalami pertumbuhan. Sejak awal kemunculannya televisi swasta (1991), memang lebih berorientasi pada segmen pasar yang direpresentasikan pada siapa penonton televisi secara riil. Berapa jumlah penontonnya, strata sosial penontonnya, frame waktu yang paling banyak digunakan, tayangan yang banyak ditonton dan lainnya. Data itu mereka gunakan untuk dasar penyusunan program konten tayangan televisi swasta ketika itu. Mereka merengking program tayangan mana yang paling banyak ditonton masyarakat untuk menentukan rating. Dari hasil studi rating inilah tarif iklan ditetapkan berdasarkan segmentasinya. Hal ini

karena pemasang iklan sebagaimana menggunakan logika bisnis hanya ingin menempatkan promosi produknya (melalui iklan di televisi) pada program tayangan yang banyak ditonton masyarakat.

Pada industry televisi swasta iklan menjadi nafas kehidupan dan tumpuan keberlangsungan media televisi. Bisnis televisi yang awalnya dipelopori RCTI kemudian memicu pengusaha lain beramai-ramai mendirikan stasiun televisi swasta bersiaran nasional.

Semenjak RCTI, ranah publik dalam Saluran Siaran Umum (SSU) mulai dipenuhi oleh sejumlah stasiun TV swasta yang karakteristiknya semakin menjauhi karakteristik TVRI . Stasiun televisi swasta yang lahir di-masa Orde Baru, itu merasakan bagaimana ketatnya peraturan pemerintah yang tidak mengizinkan mereka memproduksi siaran berita sendiri. Bahkan pada Orde Baru stasiun televisi swasta diwajibkan mereplay siaran berita dari TVRI yang ditayangkan pada pukul 19.00 dan 21.00 WIB .

Fenomena itu menunjukkan bahwa pemerintah mempunyai kekuasaan penuh, dan mengatur ranah informasi melalui media apapun. Untuk menghadapi TVRI yang mampu memancarkan siarannya hingga ke pelosok, RCTI melakukan sejumlah langkah strategis. Diantaranya, penjadwalan program acara yang lebih tersusun rapi, penayangan acara-acara impor (Macgyver, Knight Rider, Airwolf, Miami Vice, The Incredible Hulk, Wonder Woman, atau Old Mission Impossible), penyiar yang mendekati pemirsa dengan gaya akrab dan internasional, serta penggantian kata sapaan dari "Saudara" seperti di TVRI yang terkesan saling mengenal, menjadi "Pemirsa" yang terkesan elegan dan professional. Dimana menurut Kittley, menyambut penonton sebagai penonton ketimbang keluarga, mengedepankan pengalaman menonton yang terindividualisasi ketimbang pemirsa keluarga batih yang fiktif.

1.2 Contoh Channel Televisi

Televisi bisa dijadikan sebagai edukasi atau pendidikan untuk menambah pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui teknik praktik belajar dengan tujuan untuk mengingat fakta atau kondisi nyata dengan cara memberi dorongan terhadap pengarah diri dan aktif memberikan informasi atau ide baru.

Dibawah ini adalah contoh Channel Televisi yang biasa ditonton oleh masyarakat Indonesia :

Channel	Program TV
1. RCTI	Ikatan Cinta, Tukang Ojek Pengkolan, Dunia Terbalik, Silet, Seputar iNews, Sergat, Dahsyat, Master Chef Indonesia, Seputar Indonesia
2. Global TV	Kisah viral, Family100, Buletin iNews, Super Deal, Obsesi
3. SCTV	Samudera Cinta, Dari Jendela SMP, Love Story, BUSER, Status Selebritis, Cinta Suci
4. Trans TV	Rumpi, Indonesia Mencari Bakat, Brownis, Pagi - pagi Ambyar, Kopi Viral
5. Trans 7	Opera Van Java, On The Spot, Selebrita, Si Bolang, Indonesia Lawak Club, Redaksi
6. NET	Tonight Show, Ini Talkshow, Tetangga Masa Gitu, 86, The Comment
7. MNCTV	Upin & Ipin, Kun Anta, Raden Kian Santang, Lintas News, Nur, Lintas, Pada Zaman Dahulu

1.3 Fungsi dari Menonton Televisi

a. Fungsi Penerangan

Televisi adalah media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor yaitu faktor *immediacy* dan faktor *realism*. Faktor *immediacy* (kebiasaan) mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa saat peristiwa itu berlangsung. *Realism* mengandung pengertian bahwa televisi menyiarkan informasi apa adanya sesuai dengan kenyataan.

b. Fungsi Pendidikan atau Edukasi

Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan, sesuai dengan makna pendidikan yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Salah satunya dengan menyiarkan berbagai acara yang secara implisit mengandung pendidikan, misalnya acara sandiwara, kuis, film dan lain-lain.

c. Fungsi Hiburan

Televisi merupakan salah satu media yang dapat memberikan suatu hiburan bagi khalayaknya. Hal ini disebabkan oleh karena layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya (audio visual) dan dapat dinikmati oleh semua orang, bahkan tuna aksara. Dalam penelitian ini teori televisi digunakan karena menurut fungsinya televisi merupakan salah satu media untuk menyampaikan informasi, memberikan pendidikan dengan meningkatkan pengetahuan, membujuk dan memberikan hiburan bagi penonton.

BAB III

PENUTUP

2.1 Kesimpulan

Televisi merupakan media massa yang sangat efektif dan terjangkau bagi masyarakat. Televisi bisa mengerutkan dunia dan melaksanakan penyebaran berita dan gagasan lebih cepat. Tayangan televisi semakin berkembang sehubungan dengan minat masyarakat akan informasi yang terbaru. Kebutuhan masyarakat pada tayangan televisi tentu akan semakin baik apabila tayangan-tayangan televisi mampu memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat, salah satunya adalah dengan memberikan unsur edukasi dalam tayangannya. Menciptakan program yang berbasis pendidikan bukanlah perkara mudah, butuh perencanaan yang matang dari segi desain penyampaian materi dan desain karya audiovisual. Proses produksi video instruksional sangat terikat dengan naskah, karena detail penyampaian materi tertuang dalam naskah, oleh karena itu naskah harus disusun dan dirancang secara baik serta berdasarkan suatu kurikulum yang berlaku dalam proses pembelajaran, sehingga apa yang disampaikan kepada masyarakat memiliki acuan yang dapat dipertanggungjawabkan. Pendekatan yang digunakan dalam video instruksional Aikido adalah naratif. Naratif dalam karya ini menggunakan bentuk drama. Penggunaan drama cukup efektif sebagai penyampaian materi yang bersifat terapan karena penonton dapat merefleksikan cerita dengan peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, namun harus cermat dalam memperhitungkan antara jumlah materi dengan alur cerita yang akan digunakan untuk menyampaikan materi karena program televisi tentu terbatas durasi, selain itu yang penting dalam sebuah instruksional adalah pengulangan yaitu penjelasan materi yang tidak hanya satu kali. Pengulangan ini berfungsi untuk mengembalikan ingatan penonton mengenai materi yang telah disampaikan dengan tujuan agar penonton paham dan mampu menerapkannya.

DAFTAR PUSTAKA

Cangara, Hafied. 2007. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta, Raja Grafindo Persada.

Effendy, Heru. 2002. Mari Membuat Film. Jakarta, Panduan & Pustaka Konfiden.

Effendy, Onong Uchjana. 1993. Televisi Siaran Teori & Praktek. Bandung, Penerbit Mandar Maju:

Lutters, Elizabeth. 2004. Kunci Sukses Menulis Skenario. Jakarta, Grasindo.

Mudhoffir. 1990. Teknologi Instruksional. Bandung, Remaja Rosdakarya.

Moon, Richard. 1997. Life in Three Easy Lessons: California, Zanshin Press.

<http://digilib.isi.ac.id/429/6/Bab%20VI.pdf>

<http://e-journal.uajy.ac.id/6574/4/KOM104190.pdf>