

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini akan menggunakan beberapa teori yang dijadikan landasan pada proses pembahasan bab selanjutnya. Teori-teori tersebut dijelaskan dalam bagian bab ini:

1. TELEVISI

Televisi merupakan sebuah kotak ajaib yang ditempatkan secara khusus diruang rumah kita, barangkali adalah produk kemajuan teknologi yang paling banyak memperoleh gelar kehormatan, seperti “Jendela Dunia” (*Window Of The World*), “Kotak Ajaib” (*Magic Box*) ataupun “Kotak Dunggu” (*Stupid Box*).¹⁶

Televisi merupakan salah satu jenis media komunikasi massa yang paling efektif diantara media-media yang lain. hal itu, dikarenakan sifatnya yang audio-visual, serta karakteristiknya yang mampu menyampaikan pesan kepada audience yang sangat luas. Perkembangan, televisi sebagai media massa elektronik pada awalnya dimulai dengan hadirnya kamera televisi yang ditemukan oleh Vladimir Zworykim pada tahun 1923.

¹⁶ Deddy Mulyana dan Idy Subandy Ibrahim, *Bercinta Dengan TV, Ilusi, Impresi dan Imaji Sebuah Kotak Ajaib* (Bandung: Remaja Rosdakarya.2008), Hlm.349

a. Daya Tarik Televisi

Televisi memiliki daya tarik yang kuat. Jika radio memiliki daya tarik kuat disebabkan unsur kata-kata, musik dan sound efek. Maka televisi selain ketiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar. Dan gambar ini bukan gambar mati melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan mendalam pada pemirsa. Daya tarik ini selain melebihi radio, juga melebihi film bioskop, sebab segalanya dapat dinikmati dirumah dengan aman dan nyaman. Selain itu, televisi juga dapat menyajikan berbagai program lainnya yang cukup variatif dan menarik untuk dinikmati masyarakat.¹⁷ Hal tersebut dikarenakan televisi mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a) Media pandang dengar¹⁸
- b) Mengutamakan gambar
- c) Mengutamakan kecepatan
- d) Bersifat sekilas
- e) Bersifat satu arah
- f) Daya jangkau luas

b. Program Televisi

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak pernah lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan masyarakat indonesia. Menurut Prof. Dr. R. Mar'at acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan bagi para penontonnya. Hal ini disebabkan oleh pengaruh psikologi

¹⁷ Effendy. *Ilmu Teori dan Filsafat* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003) Hlm.177

¹⁸ Usman Ks. *Televisi News Reporting and Writing, Panduan Praktis Menjadi Jurnalis Televisi* (Bogor: Ghalia Indonesia. 2009) hlm.23-24.

dari televisi seakan-akan menghipnotis pemirsa. Sehingga, mereka telah hanyut dalam keterlibatan akan kisah atau peristiwa yang disajikan oleh televisi.¹⁹

Menurut Frank Jefkins, televisi memiliki sejumlah karakteristik khusus dan program acara, yaitu:²⁰

- a. Selain menghasilkan suara. Televisi juga menghasilkan gerakan, visi dan warna.
- b. Pembuatan program televisi lebih mahal dan lama.

Karena menghandalkan tayangan secara visual, maka segala sesuatu yang tampak haruslah dibuat semenarik mungkin.

Sedangkan, program acara televisi, terdiri dari :

1. Buletin berita nasional, seperti : siaran berita atau buletin berita regional yang dihasilkan oleh stasiun-stasiun televisi swasta lokal.
2. Liputan-liputan khusus yang membahas tentang berbagai masalah aktual yang dibahas secara mendalam.
3. Program-program acara olahraga, baik olahraga didalam maupun di luar ruangan, yang disiarkan langsung maupun tidak langsung dari dalam negeri atau luar negeri.
4. Program acara mengenai topik khusus yang bersifat informatif.

Seperti : acara memasak, berkebun, dan acara kuis.

¹⁹ Ibid. Hlm.122

²⁰ Frank Jefkins. *Public Relations* (Disempurnakan oleh Daniel Yadien. Edisi Kelima: Erlangga. 2003), hlm.105-108

5. Acara drama, terdiri dari : sinetron, sandiwara, komedi, film, dan lain sebagainya.
6. Acara musik, seperti konser musik pop, rock, dangdut, klasik, dan lain sebagainya.
7. Acara bagi anak-anak, seperti film kartun.
8. Acara keagamaan, seperti : siraman rohani, acara ramadhan, acara natal, dan lain sebagainya.
9. Program acara yang membahas tentang ilmu pengetahuan dan pendidikan.
10. Acara bincang-bincang atau sering disebut talkshow.

c. Dampak Acara Televisi

Media televisi sebagaimana media massa lainnya berperan sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial, dan penghubung wilayah secara strategis. Bersamaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan media televisi kepada pemirsa. Maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda menurut visi pemirsa. Serta dampak yang ditimbulkan juga beraneka ragam.

Hal ini terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap isi pesan acara televisi berkaitan erat dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton televisi. Dengan demikian apa yang diasumsikan televisi sebagai suatu acara yang penting untuk disajikan bagi pemirsa, belum tentu

penting bagi khalayak.ada tiga dampak yang ditimbulkan dari acara televisi terhadap pemirsa :

1. Dampak kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.
2. Dampak peniruan yaitu pemirsa dihadapkan pada trendi aktual yang ditayangkan di televisi.
3. Dampak perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acar televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari.²¹

2. KOMUNIKASI MASSA

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Jadi pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa (media cetak dan media elektronik).²²

Ciri-ciri komunikasi massa:

- Komunikator Dalam Komunikasi Massa Melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang melainkan kumpulan orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsur dan

²¹ Wawan Kuswandi. *Komunikasi Massa Analisis Interaktif Budaya Massa* (Jakarta : Rineka Cipta 2008)hlm.99

²² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2007), Hlm.4

bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga.²³ Lembaga yang dimaksud menyerupai sebuah sistem. Didalam sebuah sistem ada interpedensi yaitu komponen-komponen itu saling berkaitan, berinteraksi dan berinterpendensi secara keseluruhan.

- **Komunikasikan Dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen**

Komunikasikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen artinya, penonton televisi beragam pendidikan, umur dan jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama atau kepercayaan yang berbeda pula.

Herbert Blumer, pernah memberikan ciri-ciri tentang karakteristik audience, sebagai berikut :

- Komunikasikan sangat heterogen, memiliki heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok masyarakat.
- Berisi individu-individu yang tidak tahu atau tidak mengenal satu sama lain bahkan antarindividu juga tidak berinteraksi secara langsung.
- Mereka tidak memiliki organisasi formal.

- **Pesannya Bersifat Umum**

Karena pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikasi massa tidak hanya tertuju pada satu orang melainkan banyak orang (khalayak

²³ Ibid. Hlm.19

plural). Oleh karena itu, pesan yang disampaikan tidak boleh bersifat khusus yaitu yang tidak sengaja untuk golongan tertentu.

- **Komunikasi Bersifat Satu Arah**

Dalam media cetak seperti koran komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya. Kalaupun bisa sifatnya tertunda.

- **Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis**

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik. Televisi dan radio termasuk media massa yang kita bayangkan saat ini tidak lepas dari adanya pemancar. Apalagi dengan adanya revolusi komunikasi massa yang menggunakan satelit.

- **Komunikasi Massa Dikontrol Oleh Gatekeeper**

Gatekeeper atau yang sering disebut dengan penapis informasi adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. Gatekeeper ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

- a. **Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa memiliki latar belakang dan tujuan yang berbeda satu sama lain. Meskipun satu pendapat berbeda dengan pendapat lainnya. Tetapi, titik tekan mereka kemungkinan sama.

Komunikasi massa tidak akan ditemukan maknanya tanpa menyertakan media massa sebagai elemen terpenting dalam komunikasi massa. Sebab, tidak ada komunikasi massa tanpa ada media massa.²⁴

a) *To Inform* (Informasi)

Merupakan fungsi paling penting dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan. Fakta-fakta yang dicari wartawan dan kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan juga merupakan informasi.

b) *To Entertain* (Hiburan)

Fungsi ini menduduki posisi yang paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi lain. karena masyarakat sampai pada saat ini masih menjadikan televisi sebagai media hiburan.

c) Persuasi

Fungsi ini tidak kalah penting dalam komunikasi massa. Banyak bentuk tulisan yang jika dilihat secara sekilas hanya berupa informasi, tetapi jika diperhatikan secara jeli dan detail ternyata terdapat fungsi persuasi. Tulisan pada Tajuk Rencana, Artikel, dan Surat Pembaca merupakan contoh tulisan persuasif. Media massa mampu menggerakkan

²⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2007), hlm.63

seseorang untuk berbuat sesuatu hal dan tidak berbuat hal lain.

d) Transmisi Budaya

Merupakan salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas, meskipun paling sedikit dibicarakan. Transmisi budaya mengambil tempat dalam dua tingkatan, kotemporer dan historis. Dua tingkatan tersebut tidak dipisahkan namun terjalin secara konstan. Didalam tingkatan kotemporer, media massa memperkuat konsensus nilai masyarakat dengan selalu memperkenalkan bibit perubahan secara terus-menerus. Sementara itu, secara historis umat manusia telah dapat melewati atau menambahkan pengalaman baru dari sekarang untuk membimbingnya ke masa depan.

e) Mendorong Kohesi Sosial

Kohesi yang dimaksud disini adalah penyatuan. Artinya, media massa mendorong masyarakat untuk bersatu. Dengan kata lain media massa merangsang masyarakat memikirkan dirinya bahwa bercerai berai bukan keadaan yang baik bagi kehidupan mereka.

f) Pengawasan

Hal ini memiliki arti yaitu, menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian yang ada disekitar kita. Fungsi pengawasan bisa dibagi menjadi dua

yakni, *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan) dan *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

g) Korelasi

Fungsi korelasi yang dimaksud adalah fungsi yang menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya. Erat kaitannya dengan fungsi ini adalah, peran media massa sebagai penghubung antara berbagai komponen masyarakat.

h) Pewarisan Sosial

Dalam hal ini media massa berfungsi sebagai seorang pendidik, baik yang menyangkut pendidikan formal maupun informal yang mencoba meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai, norma, pranata dan etika dari satu generasi ke generasi selanjutnya.

i) Melawan Kekuasaan dan Kekuatan Represif

Hal yang sering dilupakan banyak orang adalah bahwa komunikasi massa dapat berperan untuk melawan kekuasaan dan kekuatan represif. Komunikasi massa berperan untuk memberikan informasi, tetapi informasi yang diungkapkannya memiliki motif-motif tertentu untuk melawan kemapanan. Memang diakui bahwa komunikasi

massa dapat berperan untuk memperkuat kekuasaan tetapi juga bisa bertindak sebaliknya.

j) Mengugat Hubungan Trikotomi

Hubungan trikotomi adalah hubungan yang bertolak belakang antara tiga pihak. Dalam kajian komunikasi massa trikotomi melibatkan pemerintah, pers dan masyarakat.

b. Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa itu jelas dan nyata. Efek ini bisa dibagi menjadi beberapa bagian. Secara sederhana Keith R. Stamm dan John E. Bowes membagi kedua bagian dasar. Pertama efek primer meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman. Kedua efek sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih).²⁵

• **Efek Primer**

Suatu saat anda berada di loby kampus untuk menunggu perkuliahan. Anda melihat ada dua orang mahasiswa yang sedang duduk sepuluh meter dari tempat anda. Dua orang itu kadang tertawa bersamaan, kadang ada salah satu diantaranya yang mengganggu atau menggelengkan kepala. Saat itu anda yakin telah terjadi proses komunikasi antara dua mahasiswa itu (meskipun hanya dikatakan di hati) berarti efek komunikasi sudah melekat pada diri anda. Dengan

²⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2007), hlm.206

demikian, ketika kita mengatakan di sekitar kita ada banyak proses komunikasi, secara tidak langsung pula kita telah terkena efek. Jadi, betapa kita tidak akan bisa lepas begitu saja dari efek yang terjadi di sekitar kita.

Disini akan dijelaskan lagi munculnya sebuah efek dari suatu kasus. Misalnya suatu saat anda menelepon teman anda untuk mengajak bermain bulu tangkis pada jum'at sore. Efek pertama terjadi jika ada jawaban teman anda lewat telepon, misalnya dengan suara "hallo". Kemudian, anda harus yakin bahwa teman anda tersebut mendengar suara anda dengan jelas. Lalu, anda harus menyampaikan permintaan anda agar dia dapat mengerti maksud anda. Dan akhirnya, anda menginginkan jawaban seperti ini, "wah, dengan senang hati" dari teman tadi. Hasil dari tiga poin yang pertama adalah efek primer, sedangkan yang terakhir adalah efek sekunder komunikasi.

- **Efek Sekunder**

Secara tradisional ada beberapa jenis efek yang disebabkan oleh media massa. Salah satunya adalah efek *Uses And Gratifications* (kegunaan dan kepuasan). Sebenarnya, ada banyak efek yang ditimbulkan oleh saluran komunikasi massa, tetapi dalam efek sekunder kita akan mencoba membahas kegunaan dan kepuasan. Disamping itu, efek ini diyakini lebih menggambarkan realitas konkret yang terjadi di masyarakat. Jadi, *Uses and Gratifications* merupakan salah satu bentuk efek sekunder.

3. TELEVISI PENDIDIKAN (*Educational Television*)

Ada beberapa istilah yang berkaitan erat dengan televisi pendidikan diantaranya adalah *Instructional Television*, *Educational Television*, dan *School Television*. *Instructional Television* atau Televisi Pembelajaran secara umum berarti program yang didesain untuk kepentingan suatu pembelajaran yang spesifik. Contohnya adalah program interaktif SMUN (Solusi Menghadapi Ujian Nasional) yang disiarkan oleh TVE dan TVRI atau program Kuliah Universitas Terbuka yang pernah ditayangkan oleh TPI.

Sedangkan *Educational Television* atau televisi pendidikan mengandung makna yang lebih luas, yang mana akan mencakup penggunaan untuk pendidikan program-program yang memberikan informasi yang relevan, terlepas dari apakah itu dirancang khusus untuk program studi tertentu contohnya adalah Discovery Channel, National Geographic dan program-program TalkShow.

School Television atau televisi sekolah adalah sebuah bentuk pengembangan televisi pembelajaran untuk dipergunakan di sekolah tertentu.

Karakteristik :

Secara umum televisi pendidikan yang digunakan sebagai media pembelajaran mewarisi kelebihan media pembelajaran secara umum. Diantaranya adalah:

1. Mampu memberikan rangsangan yang bervariasi kepada otak kita sehingga otak mampu berfungsi secara optimal.
2. Mengatasi keterbatasan pengalaman yang dimiliki oleh peserta didik.
3. Melampaui batas ruang kelas.
4. Memungkinkan interaksi langsung antara peserta didik dengan lingkungannya.
5. Menghasilkan keseragaman pengamatan.
6. Membangkitkan keinginan dan minat baru.
7. Membangkitkan motivasi dan merangsang untuk belajar.
8. Memberikan pengalaman yang menyeluruh dari suatu objek abstrak atau kongkrit.
9. Memberikan kesempatan untuk belajar mandiri.
10. Meningkatkan kemampuan keterbacaan baru.
11. Meningkatkan efek sosialisasi.
12. Meningkatkan ekspresi diri.

Secara khusus televisi memberikan penyajian yang sama dengan Media Film (*Motion Pictures*), perbedaannya dengan film yaitu televisi memiliki proses elektronis dalam merekam, menyalurkan dan memeragakan gambar dan suara. Oleh karena itu, televisi memiliki karakteristik yang sama dengan media film sebagai media yang paling canggih dengan kemampuannya yang dapat menyampaikan lima bentuk informasi yaitu

gambar, garis, symbol, suara dan gerakan.

Beberapa karakteristik positif media televisi adalah:

1. Memberikan pesan yang dapat diterima secara lebih merata oleh siswa.
2. Sangat bagus untuk menerangkan suatu proses.
3. Mengatasi keterbatasan ruang dan waktu.
4. Lebih realistis, dapat diulang-ulang dan dihentikan sesuai dengan kebutuhan.
5. Memberikan kesan yang mendalam, yang dapat mempengaruhi sikap siswa.

Sejarah Televisi Pendidikan Di Indonesia

Secara historis, televisi telah diuji cobakan untuk keperluan pendidikan sejak tahun 1932 di State University Of Iowa dalam bentuk sirkuit tertutup. Sedangkan dalam bentuk siaran diujicobakan pada tahun 1938 oleh New York University bekerjasama dengan NBC. Namun perkembangan pesatnya berlangsung setelah perang dunia ke II, ditandai dengan dibentuknya *Joint Commitee On Educational Television* (JECT) pada awal tahun 1950an.

Perkembangan televisi pendidikan di Indonesia sebenarnya sudah direncanakan sejak REPELITA I, namun hingga akhir dua PELITA masih belum terealisasi. Di banding dengan Malaysia, Indonesia sangat tertinggal dalam hal ini. Negeri jiran tersebut sudah mengembangkan siaran televisi pendidikan sejak 1972 dengan diudarakannya televisi siaran sekolah

selama enam jam sehari. Program siaran TV pendidikan yang dikembangkan ini bertemakan pembinaan watak anak-anak usia Sekolah Dasar (SD). Programnya dirancang dan dikembangkan oleh Pustekkom dan penayangannya dilakukan oleh TVRI. Program siaran TV yang dikembangkan melalui kerjasama ini bertujuan untuk membina atau mengembangkan watak anak-anak usia SD. Program siaran TV untuk pendidikan ini terus ditingkatkan dari waktu ke waktu sehingga pada 2 tahun berikutnya, Pustekkom telah berhasil memproduksi program film serial ACI (Aku Cinta Indonesia/Amir, Cici, Ito) dan ditayangkan oleh TVRI sekali setiap minggu. Materi yang dirancang untuk anak-anak usia SMP dengan tema pendidikan watak atau karakter. Pengalaman empirik berikutnya adalah penayangan program Siaran Televisi Pendidikan Sekolah (STVPS) yang ditayangkan setiap hari melalui stasiun Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) sejak tahun 1991. Agar para siswa dapat mengikuti program STVPS di sekolah, Departemen Pendidikan Nasional melalui Pusat Teknologi Komunikasi dan Informasi Pendidikan (PUSTEKKOM) membagikan peralatan pemanfaatan siaran televisi (televisi dan video cassette recorder) ke sekolah-sekolah secara bertahap sesuai dengan kemampuan anggaran yang ada. Setelah penayangan program STVPS berlangsung beberapa tahun dan para siswa sudah mulai banyak yang mengetahui adanya program STVPS serta manfaatnya, penayangan program STVPS justru harus terhenti karena alasan finansial. Menyadari begitu pentingnya siaran televisi pendidikan bagi bangsa

Indonesia, sesuai amanat UUD 1945 yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa, maka pada tahun 2003, Depdiknas (Pustekkom) mulai melakukan persiapan untuk mempunyai stasiun televisi yang khusus menyiarkan pendidikan, dan pada tanggal 12 Oktober 2004, Mendiknas, Malik Fajar meresmikan Stasiun Televisi Pendidikan yang diberi nama Televisi Edukasi (TVE).

Visi : TVE adalah menjadi siaran televisi pendidikan yang santun dan mencerdaskan.

Misi : menyiarkan program yang mencerdaskan masyarakat, menjadi tauladan masyarakat, menyebarkan informasi dan kebijakan-kebijakan Depdiknas, dan mendorong masyarakat gemar belajar. TVE merupakan televisi pendidikan yang memiliki sasaran pemirsa yang spesifik yaitu siswa dari semua jalur, jenjang, jenis pendidikan, guru, kelompok masyarakat tertentu, dan masyarakat.

Stasiun televisi ini diresmikan oleh Menteri Pendidikan Abdul Malik Fadjar tanggal 12 Oktober 2004. Dalam perkembangan acaranya TV Edukasi bersisik acara siaran meliputi pendidikan formal (SD – PT), pendidikan nonformal, pendidikan informal, dan informasi pendidikan. Agar pemanfaatan TVE dapat terintegrasi dalam program pembelajaran di sekolah, guru perlu merencanakan pemanfaatan siaran TVE dalam program pembelajaran yang dibuat di awal semester dengan mengacu pada program siaran TVE, jika tidak sesuai dengan jadwal pelajaran dapat dijadikan program pengayaan.

Pola pemanfaatan siaran TVE dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

1. Pola Klasikal, yaitu pemanfaatan siaran TVE secara terpadu dalam kegiatan pembelajaran di kelas, karena sudah sesuai dengan kurikulum yang berlaku. Agar dapat terintegrasi dalam program pembelajaran di sekolah, guru perlu merencanakannya dalam Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP). Pemanfaatan klasikal ini dapat juga dibantu dengan LCD untuk tayangan yang lebih baik.

2. Pola Kelompok Kecil, yang dikaitkan dengan tugas kelompok dilakukan oleh siswa dengan bimbingan dan arahan guru bidang studi. Hal ini dapat juga dilakukan jika ada kesulitan dalam menyesuaikan jadwal pelajaran dan jam tayang. Selesai menyaksikan siaran, siswa diminta untuk melakukan diskusi dan hasilnya dilaporkan kepada guru.

3. Pola Individual, dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan tayangan TVE. Cara ini bermanfaat untuk pengayaan individual.

Langkah-langkah pemanfaatan siaran TVE dapat dijalankan sebagai berikut:

- Penyusunan rancangan pemanfaatan Siaran TVE yang terintegrasi dalam program pembelajaran dengan menyusun RPP yang sudah disesuaikan antara materi pelajaran, media-media yang dibutuhkan, dan jadwal siaran TVE.

- Kegiatan-kegiatan sebelum mengikuti Siaran TVE, adalah membaca buku bahan penyerta, mengecek kelengkapan peralatan dan mengatur tempat duduk.
- Selama pelaksanaan harus dipastikan semua siswa mengikuti siaran dengan baik, menjelaskan tujuan pembelajaran dan pokok materi sesuai isi buku penyerta dan menjaga suasana tetap kondusif, memberi pengayaan terhadap tayangan program dan membuat kesimpulan.
- Selesai menyaksikan tayangan guru mengulas materi yang disaksikan, memberi pertanyaan dan umpan balik, melanjutkan dengan praktikum jika diperlukan, mengerjakan tugas di LKS dan mengajak siswa memperkaya materi melalui sumber belajar lain yang relevan.
- TVE juga dapat dimanfaatkan pada jam pelajaran kosong, jika guru berhalangan hadir dengan pantauan dari guru piket atau guru pengganti. Selain itu dapat juga sebagai bentuk penugasan kepada siswa agar siswa dapat lebih mempersiapkan diri dan lebih aktif dalam mengikuti pelajaran yang akan diberikan di dalam kelas, bentuk penugasan dapat dilakukan di sekolah atau dirumah.
- Salah satu program instruksional yang disiarkan oleh TVE adalah program pendidikan untuk mempersiapkan ujian nasional untuk siswa kelas III SMP yang direlay secara nasional oleh TVRI, untuk efektifitasnya disediakan juga buku bahan penyerta untuk siswa dan guru. Buku ini memuat 528 topik siaran yang terdiri dari 178 topik matematika, 178 topik bahasa Indonesia,

dan 178 topik bahasa Inggris. Diharapkan, Pemanfaatan TVE dalam Pembelajaran ini dapat membentuk siswa menjadi lebih mandiri, cepat tanggap, lebih konsentrasi dan lebih termotivasi dalam belajar. Sehingga dapat meningkatkan nilai akhir sebagai evaluasi pendidikan, yang akan menjadi tolak ukur dalam meningkatnya mutu pendidikan.

4. MOTIVASI BELAJAR

Istilah motivasi (*Motivation*) berasal dari perkataan bahasa latin, yakni *Movere* yang berarti menggerakkan (*To Move*). Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia melakukan sesuatu.²⁶

Motivasi belajar setiap orang satu dengan yang lainnya, bisa jadi tidak sama. Biasanya, hal itu bergantung dari apa yang diinginkan orang yang bersangkutan.

Beberapa faktor dibawah ini sedikit banyak memberikan penjelasan mengapa terjadi perbedaan motivasi belajar pada diri masing-masing orang, diantaranya :

- a. Perbedaan Fisiologi (*Physiological Needs*) seperti rasa lapar, haus dan hasrat seksual.

²⁶ Ngalim Purwanto. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007) hlm. 61

- b. Perbedaan Rasa Aman (*Safety Needs*) baik secara fisik, mental dan intelektual.
- c. Perbedaan Kasih Sayang atau Afeksi (*Love Needs*) yang diterimanya.
- d. Perbedaan Harga Diri (*Self Esteem Needs*) contohnya, prestise memiliki mobil mewah atau rumah mewah, jabatan dan lain-lain.
- e. Perbedaan Aktualisasi Diri (*Self Actualization*), tersedianya kesempatan bagi seseorang untuk mengembangkan potensi yang terdapat dalam dirinya sehingga berubah menjadi kemampuan yang nyata.²⁷

Stimulus motivasi belajar terdapat dua faktor yang membuat seseorang dapat termotivasi untuk belajar, yaitu :

- Motivasi belajar berasal dari faktor internal, motivasi ini berbentuk dari kesadaran diri atas pemahaman betapa pentingnya belajar untuk mengembangkan dirinya dan bekal untuk menjalani kehidupan.
- Motivasi belajar dari faktor eksternal, yaitu dapat berupa rangsangan dari orang lain atau lingkungan sekitarnya yang dapat mempengaruhi psikologi orang yang bersangkutan.

²⁷ <http://www.geocities.com>

B. KAJIAN TEORI

1. Teori Uses And Gratifications

Model ini digambarkan sebagai *A Dramatic Break With Effects Tradition Of The Past*, suatu loncatan dramatis dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, darisini timbul istilah uses and gratification. Pengguna dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); Bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*). Karena pengguna media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis. Efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.²⁸

Konsep dasar model ini diringkas oleh para pendirinya (kata Blumler dan Gurevitch). Dengan model ini yang diteliti ialah (1) sumber sosial dan psikologi dan (2) kebutuhan, yang melahirkan (3) harapan-harapan dan (4) pola terpaan media massa atau sumber-sumber yang lain, yang menyebabkan (5) pola terpaan media (atau keterlibatan dalam kegiatan lain), menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) akibat-akibat lain, bahkan sering kali akibat-akibatnya yang tidak dikehendaki.

²⁸ Jalaluddin rakhmat. *Metode penelitian komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya 2005)hlm 65

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (*Rosengern*). Efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan.

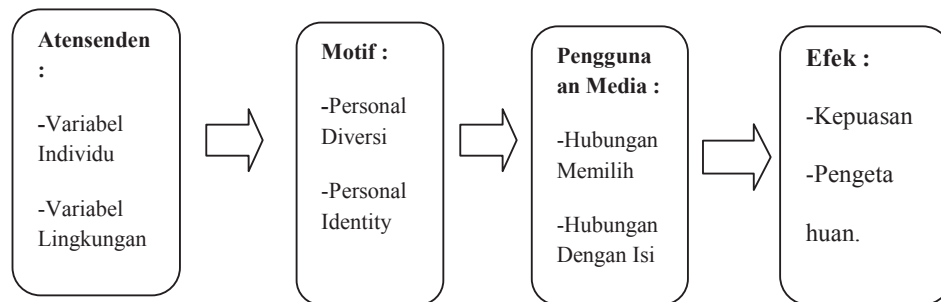
Teori *uses and gratifications* dimulai dari lingkungan sosial. Dimana yang dilihat adalah kebutuhan khalayak, lingkungan sosial meliputi ciri-ciri afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian, kebutuhan individual dikategorisasikan sbb:²⁹

1. Kebutuhan Kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan mengawasi lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan penyelidikan kita.
2. Kebutuhan Afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.
3. Kebutuhan Pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal ini bisa diperoleh dari hasrat akan harga diri.
4. Kebutuhan Sosial Secara Integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia.

²⁹ Effendy. *Ilmu Teori dan Filsafat komunikasi*.....hlm 294

5. Kebutuhan Pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, kelepasan emosi, ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Gambar 2
Model Uses And Gratification

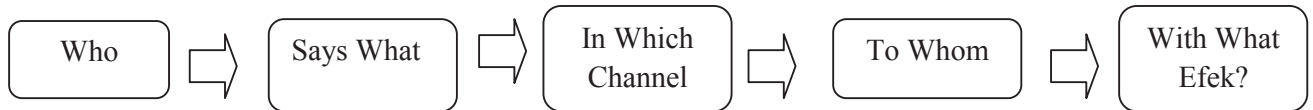


Dengan menggunakan model ini, peneliti berusaha menemukan variabel-variabel yang diukur. Atensenden meliputi variabel individual yang terdiri dari data demografi seperti usia, jenis kelamin, dan latar belakang pendidikan atau kelas, serta variabel lingkungan seperti organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial.

Motif dapat dioperasionalkan dengan berbagai cara unifungsional (hasrat untuk hiburan, kontak sosial dan aktualisasi diri), bifungsional (*informasi-education*, *Fantastescapist*, atau gratifikasi segera tertangguhkan), empat fungsional (diversi hubungan personal, identitas personal, dan surveillance; atau surveillance, korelasi, hiburan, transmisi budaya, dan multifungsional (Katz, Blumler, Gurevitch, 1974; Greenberg, 1974))

Untuk mempertegas penerapan model ini. Maka, didukung oleh teori-teori yaitu: Formula Lasswell dan *Social Learning Theory* (teori pembelajaran sosial). Formula Lasswell, model komunikasi Lasswell merupakan ungkapan verbal berikut ini:

Gambar 3
Model Lasswell³⁰



- *Who* : mengundang pertanyaan mengenai pengendalian pesan
- *Says What* : merupakan bahan untuk analisis isi.
- *In Which Channel* : menarik untuk mengkaji mengenai analisis media
- *To Whom* : banyak digunakan untuk studi analisis khalayak.
- *With What Efek?* : berhubungan erat dengan kajian mengenai pesan kepada khalayak.

Oleh karena itu, model Lasswell ini banyak diterapkan dalam komunikasi massa, akan tetapi kritik yang muncul terhadap model Lasswell ini adalah terlalu menekankan kepada pengaruh khalayak. Yang terkadang mengabaikan faktor umpan balik (*Feed Back*). Umpan balik dari khalayak sangat penting bagi komunikator untuk mengetahui apakah pesan memperoleh tanggapan positif, netral atau negatif.

2. Teori S-O-R

S-O-R adalah singkatan dari Stimulus-Organisme-Response. Menurut teori ini, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu. Maksudnya adalah keadaan internal organisme berfungsi menghasilkan respon

³⁰ Wiryanto. *Pengantar ilmu komunikasi* (Jakarta: PT Grasindo 2005) hlm.17

tertentu jika ada kondisi-kondisi stimulus tertentu pula. Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus sehingga dapat diharapkan dari memepkirakan kesesuaian anantara perasaan dan reaksi komunikan. Menurut model ini, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada stimulus tertentu. Maksudnya keadaan internal organisme berfungsi menghasilkan respon tertentu jika ada stimulus respon tertentu pula. Jadi unsur-unsur moel ini adalah :

- Pesan (Stimulus, S)
- Komunikan (Organisme, O)
- Efek (Respose, R)

Prof.Dr.Mar'at, dalam bukunya “Sikap Manusia, Perubahan, Serta Pengukurannya” mengutip penapat Hovland, Janis dan Kelly yang mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru, ada tiga variabel penting, yaitu :³¹

- Perhatian
- Pengertian
- Penerimaan

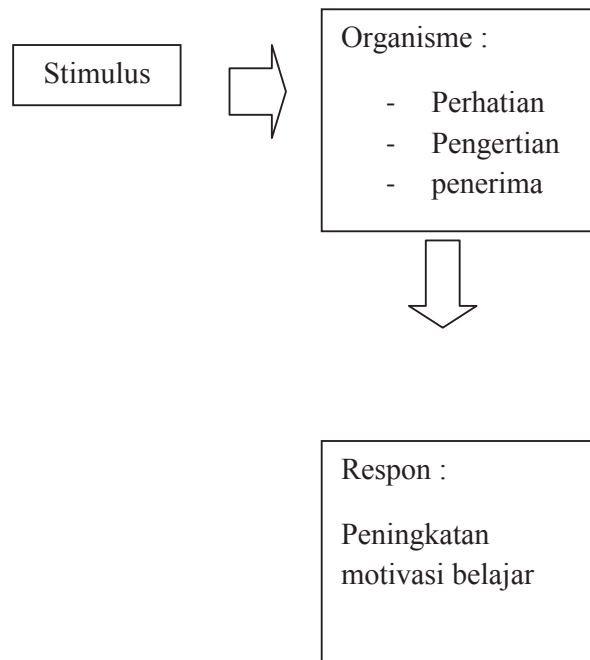
Jika subtansi ini dihubungkan dengan penelitian mengenai hubungan TVE di TVRI terhadap motivasi belajar siswa kelas 5 SDN Karangbong. Maka, hubungannya dnegan teori S-O-R dapat dikemukakan sebagai berikut :

- Stimulus (Pesan) yang dimaksud adalah ateri acara atau pesan yang disampaikan dalam acara TVE TVRI.
- Organisme (Komunikan) yang menjadi sasaran adalah pemirsa acara.

³¹ Effendy. *Ilmu Teori dan Filasafat Komunikasi* (Bnadung: Citra Aditya Bakti:2003) hlm.255

- Response (Efek) yang dimaksud adalah terjadi peningkatan motivasi belajar setelah menyaksikan acara.

Gambar 4
Teori S-O-R



Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian pada komunikan. Proses berikutnya adalah komunikan mengerti kemampuannya Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Maka setelah terjadinya proses-proses di dalam diri komunikan, maka perubahan yang terjadi adalah :

- Perubahan kognitif, pada perubahan ini pesan yang ditujukan kepada komunikan. Bertujuan hanya untuk mengubah pikiran komunikan.
- Perubahan afektif, dalam hal ini adapun tujuan komunikator bukan saja hanya untuk diketahui oleh komunikan, melainkan diharapkan adanya timbul suatu bentuk perasaan tertentu seperti rasa iba, sedih, terharu, gembira, puas dan sebagainya.
- Perubahan behavioral, yaitu dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.

Pada penelitian ini, perubahan sikap yang diteliti adalah Perubahan afektif, yaitu adanya peningkatan motivasi belajar dalam diri komunikan setelah menyaksikan TVE.

3. Teori Belajar Sosial (Social Learning Theory)

Social Learning theory ditampilkan oleh Albert Bandura ini mengkaji proses belajar melalui media massa sebagai tandingan terhadap proses pembelajaran sosial. Teori pembelajaran sosial menyatakan belajar terjadi dengan cara menunjukkan tanggapan (response) dan mengalami efek-efek yang timbul. Penentu utama dalam belajar adalah penguatan (reinforcement) dimana tanggapan akan diulangi (dipelajari) jika organisme mendapat ganjaran (reward). Tanggapan ini tidak akan diulang jika organisme mendapat hukuman (punishment) atau bila tanggapan tidak memimpinya ketujuan yang dikehendaki.

Jadi, perilaku diatur secara eksternal oleh stimulus yang ditimbulkan oleh kondisi-kondisi penguatan. Titik permulaan dari proses belajar adalah peristiwa yang bisa

diamati baik langsung maupun tidak langsung oleh seseorang. Peristiwa tersebut mungkin terjadi pada kegiatan orang sehari-hari, dapat pula disajikan langsung oleh televisi, buku, film dan media massa lainnya. Peristiwa itu bisa merupakan penunjukkan nyata suatu perilaku (seperti perilaku agresif pada novel) atau ilustrasi (abstrack modelling atau model yang diabstraksikan). Perilaku nyata dipelajari dari observasi perilaku tersebut, sedangkan sikap, nilai, pertimbangan moral, dan persepsi terhadap kenyataan sosial dipelajari melalui abstrack modelling.

Adapun tahapan yang dilalui dalam proses belajar yaitu munculnya peristiwa yang dapat diamati secara langsung atau tidak langsung oleh seseorang. Peristiwa itu terjadi selama orang beraktifitas dalam kehidupannya sehari-hari, atau bisa juga secara langsung melalui media massa. Pengamatan terhadap suatu peristiwa terdapat secara kebetulan atau tidak disengaja.

Tahap Pengingatan, perhatian saja tidak cukup. Khalayak harus mampu menyimpan hasil pengamatannya dalam benaknya dan menggunkan kembali apabila mereka akan bertindak sesuai teladan yang diperhatikan. Untuk itu peristiwa yang menarik perhatian dimasukkan kedalam benak dalam bentuk lembang secara verbal atau imaginal sehingga menjadi ingatan (memory).

Tahap Reproduksi Motoris, seseorang akan berfikir dahulu sebelum bertindak, maksudnya mengumpulkan kembali respon-respon yang telah dipelajari sehingga dapatr memulai suatu tindakan atau perilaku. Dengan kata lain dalam tahap ini kita menghasilkan kembali perilaku atau tindakan yang telah kita amati.

Tahap Motovisional, menunjukkan bahwa perilaku akan terwujud apabila terdapat nilai peneguhan. Peneguhan dapat berbentuk ganjaran disebabkan perilaku yang sama. Serta ganjaran internal, misalnya rasa puas diri.³²

Fenomena yang terjadi pada penonton saat ini pada acara tve secara keseluruhan dapat ditinjau dari teori belajar sosial. Dimulai dengan menonton tayangan tersebut, memperhatikan, kemudian menginterpeksikan diri setelah menontonnya.

³² Effendy, *Ilmu Teori*.....hlm.283