

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Kepustakaan Konseptual

1. Televisi Sebagai Media Massa

a. Pengertian Televisi

Dalam bahasa Inggrisnya, Televisi ini disebut dengan Television. Istilah “Television” berasal dari bahasa Yunani yakni Tele yang artinya far, off, jauh. Ditambah dengan Vision yang berasal dari bahasa Latin vision, yang artinya to see, melihat. Jadi artinya secara harfiah, televisi adalah melihat jauh. Karena televisi adalah sebuah alat penangkap siaran yang bergambar dan bersuara yang dipancarkan melalui gelombang elektromagnetik maka televisi merupakan alat media massa yang tampak atau dapat dilihat dari jarak jauh oleh khalayak.

Televisi mengenal tiga warna utama, Red (Merah), Green (Hijau), dan Blue (Biru), dan biasanya disingkat dengan RGB. Inilah yang selanjutnya masing-masing diubah menjadi sinyal gambar proyeksi yang juga akan menghasilkan gambar proyeksi berwarna di layar televisi. Dan di Indonesia oleh masyarakat televisi secara tidak formal sering disebut dengan TV, tivi, teve, atau tipi.

Sebagai media informasi, televisi memiliki kekuatan yang ampuh untuk menyampaikan pesan karena media ini dapat

menghadirkan pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas dalam waktu yang bersamaan. Penyampaian isi pesan seolah-olah berlangsung saat itu pula (live) antara komunikator dan komunikan.¹⁶ Sehingga televisi dikatakan sebagai media yang dapat menampilkan pesan secara audio visual dan gerak sehingga khalayak lebih mudah memahami pesan apa yang akan disampaikan pada khalayak. Karena dalam media massa televisi, penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan sehingga informasi atau pesan yang disampaikan oleh televisi tersebut akan mudah dimengerti oleh khalayak karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual.

b. Karakteristik Media Televisi

Televisi merupakan salah satu komunikasi yang menggunakan media sehingga penyampaian pesan melalui televisi dinamakan proses komunikasi massa, dimana setidaknya terdapat lima ciri-ciri dari komunikasi massa yang disebutkan oleh Onong Uchyana Effendy berikut ini :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Artinya komunikasi hanya berlangsung satu arah dan tidak terdapat arus balik kepada komunikator. Karena arus balik dalam komunikasi massa tidak dapat diketahui seketika oleh komunikator atau dengan kata lain hanya diketahui setelah

¹⁶ Sony Set, *Menjadi Perancang Program TV Profesional* (Yogyakarta : Andi Offset, 2008) hal.

proses komunikasi itu terjadi. Dalam hal ini arus balik yang tidak langsung sering disebut arus balik tertunda (*delayed feedback*).

2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi yang oleh karena itu komunikatornya juga melembaga. Komunikator pada komunikasi massa bertindak atas nama lembaga sejalan dengan kebijakan surat kabar atau stasiun televisi yang diwakilinya karena media yang dipergunakan adalah suatu lembaga yang menyebarluaskan pesan komunikasinya.

3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan pada perorangan atau kepada kelompok yang tertentu.

4. Media massa menimbulkan keserampakan

Kemampuan media massa untuk menimbulkan keserampakan pada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disampaikan dan ini merupakan ciri yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi yang lainnya.

5. Komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikan atau khalayak merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai

asaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Krena keberadaan mereka yang terpencar-pencar, satu sama lain yang tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi dan mereka saling berbeda dalam berbagai hal.¹⁷

Karakteristik televisi :¹⁸

1. Bersifat tidak langsung

Televisi adalah satu jenis dan bentuk media massa yang paling canggih dilihat dari sisi teknologi yang digunakan, dan paling mahal dilihat dari segi investasi yang ditanamkan. Televisi sangat bergantung pada kekuatan peralatan elektronik yang sangat rumit. Inilah yang disebut media teknis. Sebagai contoh, tanpa listrik, siaran televisi tak mungkin bisa diudarakan dan diterima pemirsa dimanapun. Investasi yang harus dikeluarkan untuk mendirikan sebuah stasiun televisi komersial, yang dikelola secara profesional dengan lingkup nasional, mencapai ratusan miliar rupiah.

2. Bersifat satu arah

Siaran televisi bersifat satu arah. Khalayak sebagai penonton hanya bisa menerima berbagai program acara yang sudah dipersiapkan oleh pihak pengelola televisi. Penonton tidak bisa menyela, melakukan interupsi saat itu agar suatu acara

¹⁷ Sutaryo, Sosiologi Komunikasi (Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005) hal. 80-83

¹⁸ <http://arifinbastra.blogspot.com/2012/06/karakteristik-televisi.html> di akses pada tanggal 20 Mei 2013

disiarkan atau tidak disiarkan. Menurut teori komunikasi massa, khalayak sebagai penonton televisi bersifat aktif dan selektif. Jadi meskipun siaran televisi bersifat satu arah, tidak berarti penonton pun menjadi pasif. Penonton aktif mencari acara yang diinginkan. Penonton selektif untuk tidak menonton semua acara yang ditayangkan. Tetapi kehadiran alat ini pun tidak serta merta mengurangi tingkat kecemasan masyarakat, terutama kalangan pendidik, budayawan, dan agamawan.

3. Bersifat terbuka

Televisi ditujukan kepada masyarakat secara terbuka ke berbagai tempat yang dapat dijangkau oleh daya pancar siarannya. Siapa pun dapat mengakses siaran televisi. Di sini khalayak televisi bersifat anonim dan heterogen. Karena bersifat terbuka, upaya yang dapat dilakukan para pengelola televisi untuk mengurangi eksese yang timbul adalah mengatur jam tayang acara.

4. Publik Tersebar

Khalayak televisi tidak berada di suatu wilayah, tetapi tersebar di berbagai wilayah dalam lingkup lokal, regional, nasional, dan bahkan internasional. Dalam perspektif komersial, publik tersebar sangat menguntungkan bagi para pemasang iklan. Untuk televisi komersial, iklan adalah darah dan urat nadi hidupnya.

5. Bersifat selintas

Pesan-pesan televisi hanya dapat dilihat dan didengar secara sepintas siarannya tidak dapat dilihat dan di dengar ulang oleh pemirsa kecuali dalam hal-hal khusus seperti pada adegan ulang secara lambat, atau dengan alat khusus seperti perekam *video cassette recorder* (VCR). Sifatnya yang hanya dapat dilihat sepintas ini, sangat mempengaruhi cara-cara penyampaian pesan. Selain harus menarik, bahasa pesan yang disampaikan televisi harus mudah dimengerti dan dicerna oleh khalayak pemirsa tanpa menimbulkan kebosanan.

c. Fungsi Televisi Sebagai Media Massa

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan peradaban baru bagi manusia itu sendiri khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Karena dengan kemunculan televisi akan digunakan khalayak sebagai sarana untuk berinteraksi antara yang satu dengan yang lainnya untuk mendapatkan informasi dari berbagai belahan dunia.

Sesuai dengan cara penyampaian pesan informasinya televisi sebagai media massa seperti halnya radio yang proses komunikasinya hanya berjalan satu arah (*one way communication*) yang artinya komunikan tidak dapat berhubungan langsung dengan komunikator, karena komunikator tidak bersifat individual melainkan bersifat kolektif. Sedangkan massa komunikannya adalah

para penonton yang mempunyai karakteristik tersendiri.

Dengan sifat yang dimiliki media televisi, maka Harold Laswell mempunyai tiga fungsi dimana setiap fungsi tidak berdiri sendiri melainkan akan saling menunjang.¹⁹

1. *The surveillance of the environment.*

Yang berarti bahwa media massa bertindak sebagai pengamat lingkungan yang selalu akan memberikan berbagai informasi atas hal-hal yang tidak terjangkau khalayak.

2. *The correlation of the parts of society in responding to the environment.*

Berarti bahwa media massa itu lebih menekankan kepada pemilihan, penilaian, penafsiran, tentang apa yang patut disampaikan kepada khalayak. Dengan demikian media massa dapat dinilai sebagai “*Gate Keeper*” dari arus informasi.

3. *The transmission of the social heritage from generation to the generation.*

Hal ini menunjukkan bahwa media massa berfungsi sebagai jembatan tata nilai dan budaya dari generasi satu ke generasi berikutnya, atau dengan kata lain media massa berfungsi sebagai media pendidikan.

Selain pendapat Lasswell di atas, seorang pakar komunikasi, Charles R. Wright menyetujui pendapatnya yang

¹⁹ Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi* (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994) hal. 15-16

dinyatakan dalam bukunya *Mass Communication A Sociological Perspective* yang menyatakan bahwa “*Communication act primarily intended for amusement irrespectively of any instrument effect they might have*” yang berarti bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai media hiburan.²⁰

Selain itu Wilbur Schramm juga menyatakan bahwa fungsi media massa dapat dimanfaatkan sebagai “to sell goods for us” yang artinya bahwa media massa dapat dimanfaatkan sebagai ajang promosi. Dan pendapat Wilbur Schramm ini sangat menonjol karena merupakan tiang penyangga bagi kehidupan media massa itu sendiri.²¹

Joseph De Vito juga menjelaskan enam fungsi dari media massa :²²

1. Fungsi menghibur

De Vito menjelaskan bahwa media mendesain program-program mereka untuk menghibur khalayak.

2. Fungsi meyakinkan

Fungsi media massa yang paling jelas adalah menghibur, akan tetapi fungsi terpenting dalam komunikasi massa adalah meyakinkan (*to persuade*) karena pesuasi itu datang dalam banyak bentuk, misalnya megukuhkan sikap, mengubah sikap, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu dan memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu.

²⁰ *Ibid*, hal. 16

²¹ *Ibid*, hal. 17

²² Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi* hal. 91-95

3. Menginformasikan

Menurut De Vito sebagian besar informasi didapatkan bukan dari sekolah melainkan dari media, karena salah satu cara mendidik khalayak adalah melalui pengajaran-pengajaran nilai, opini serta aturan yang dianggap kepada pemirsa, artinya sebagian dari fungsi edukasi media diarahkan untuk membuat khalayak tersosialisasi.

4. Menganugerahkan status

Media menginformasikan bahwa khalayak menganggap sesuatu itu penting bagi masyarakat jika sesuatu itu dimuat pada media massa. Seperti yang diungkapkan Paul Lazerfeld dan Robert Merton dalam "*Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action*" (1951) yang mengatakan "Jika anda benar-benar penting, anda akan menjadi pusat perhatian massa dan jika anda menjadi pusat perhatian massa, berarti anda memang penting".

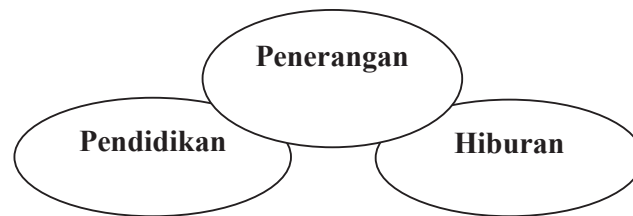
5. Fungsi membius

Salah satu fungsi media yang paling menarik dan paling banyak dilupakan adalah fungsi membiusnya. Ini berarti bahwa apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima pesan percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil. Sehingga khalayak terbius ke dalam keadaan tidak aktif seakan-akan berada dalam pengaruh narkotika.

6. Menciptakan rasa kebersatuan

Salah satu fungsi komunikasi massa yang tidak banyak orang menyadarinya adalah kemampuannya membuat kita merasa menjadi suatu anggota kelompok.

Bagan 2.1 Fungsi Media Massa



d. Kekuatan dan Kelemahan Media Televisi

Bagaikan duai sisi mata uang, televisi pun mempunyai dua sisi yang dapat dirasakan, yaitu kekuatan dan kelemahan. Televisi memang menjadi sebuah media yang mengena di hati masyarakat dan masih menjadi media dengan penonton terbanyak. Hampir seluruh rumah di Indonesia sekarang sudah mempunyai televisi. Adapun kelebihan televisi, antara lain :

1. Jangkauan sangat luas
2. Penayangan seketika
3. Gabungan gambar, suara dan warna
4. Efek demonstrasi
5. Penentuan waktu penayangan mudah
6. Pengontrolan mudah

Secanggih apapun sebuah media pasti mempunyai kekurangan,

sehingga antara media satu dengan media yang lainnya saling melengkapi. Orang yang sudah mempunyai televisi misalnya, masih mempunyai radio di rumahnya. Terkadang pula pada pagi harinya, dia masih membaca koran. Televisi yang sekarang menempati posisi tertinggi di hati masyarakat pun masih mempunyai kekurangan di samping kelebihanannya. Adapun kekurangan televisi antara lain :²³

1. Cepat lewat serta berfrekuensi tinggi
2. Relatif mahal
3. Tidak ada segmentasi
4. Keterangan dan pesan harus pendek
5. Produksi materi lama dan mahal

e. Program Siaran Televisi

1. Pengertian Program Siaran Televisi

Program siaran televisi merupakan acara-acara yang disiapkan dan disiarkan oleh stasiun televisi. Secara garis besar, program TV dibagi menjadi program berita dan program non-berita. Karena televisi merupakan media massa yang bersifat audio visual, maka diharapkan televisi bisa memberikan program siaran yang berbeda kepada khalayak agar pesan yang disampaikan dapat mudah dimengerti dan dipahami. Sehingga dari alasan itu media televisi memberikan kepada khalayak yang disebut *stimulated experience* yang berisi tentang :

²³ Ibid.,

- a. Melihat sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya.
- b. Berjumpa dengan seseorang yang sebelumnya belum pernah dijumpai.
- c. Datang ke suatu tempat yang belum pernah dikunjungi.²⁴

Program siaran yang disiarkan televisi akan memberikan sugesti kepada khalayak di dalam kehidupan sehari-harinya sehingga akan menimbulkan dampak tertentu. Dan dengan *stimulated experience* tadi maka akan memberikan berbagai perbendaharaan pengetahuan kepada khalayak dan pengetahuan yang didapat akan memberikan kesan yang mendalam dan dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Jenis Program Siaran Televisi

Jenis program televisi dapat dibedakan berdasarkan format teknis atau berdasarkan isi. Format teknis merupakan format-format umum yang menjadi acuan terhadap bentuk program televisi seperti *talk show*, dokumenter, film, kuis, musik, instruksional, dan sebagainya.

Berdasarkan isi, program televisi berbentuk berita dapat dibedakan antara lain berupa program hiburan, drama, olahraga, dan agama. Sedangkan untuk program televisi berbentuk berita secara garis besar dikategorikan ke dalam *hard news* atau berita-berita mengenai peristiwa penting yang baru saja terjadi dan harus

²⁴ Darwanto Sastro Subroto, Produksi Acara Televisi hal. 7

segera disiarkan serta *soft news* yang mengangkat berita bersifat ringan yang juga merupakan kombinasi dari fakta, gosip, dan opini.

Selain pembagian jenis program berdasarkan skema diatas, terdapat pula pembagian program berdasarkan apakah suatu program itu bersifat faktual atau fiktif (*fictional*). Program faktual antara lain meliputi : program berita, dokumenter atau *reality show*. Sementara program yang bersifat fiktif antara lain program drama atau komedi. Pengaturan penayangan program televisi di sebuah stasiun televisi biasanya diatur oleh bagian pemrograman siaran atau bagian perencanaan siaran.

3. Proses Produksi Siaran Televisi

Sebelum program acara televisi dapat dinikmati oleh khalayak maka pihak stasiun melakukan proses produksi terlebih dahulu agar mendapatkan acara yang menarik. Seperti yang telah diungkapkan dalam kelemahan televisi dimana pesan yang disampaikan hanya ditonton sekilas saja dan tidak dapat diulang lagi sehingga masalah teknis penyampaian pesannya harus dipertimbangkan sebaik-baiknya dan disesuaikan dengan khalayak sasaran sehingga menarik dan mudah dipahami.

Proses penyiaran di televisi cukup rumit. Hal ini disebabkan tim yang terlibat dalam proses produksi juga cukup banyak. Di dalam bukunya *Television Production*, Alan Wurtzel

menguraikan prosedur kerja untuk memproduksi program siaran televisi yang disebut sebagai *Four Stage of Television Production*. Dan keempat tahapannya adalah sebagai berikut :²⁵

a. Pre Production Planning

Pada tahapan ini merupakan proses awal dari sebuah kegiatan yang akan datang atau juga disebut tahap perencanaan. Bermula dari timbulnya gagasan atau yang sering disebut ide dan ini menjadi tanggung jawab seorang produser. Tetapi tidak berarti bahwa ide itu harus datang dari produser, akan tetapi bisa datang dari luar, hanya tanggung jawabnya diambil alih oleh produser dari acara yang bersangkutan. Selanjtnya produser melakukan berbagai kegiatan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk bahan pengembangan gagasan tadi, dan selanjtnya produser meminta kepada penulis naskah untuk menuangkan dalam bentuk tulisan dengan merangkai berbagai data dan fakta untuk dikembangkan dalam bentuk naskah dengan format, serta durasi yang ditentukan dan gaya bahasa yang disesuaikan dengan khalayak pasaran.

Persiapan pra produksi diantaranya mempersiapkan tim di luar tim inti yang akan menunjang produksi, diantaranya mempersiapkan desain produksi. Pengertian

²⁵ Darwanto Sastro Subroto, Produksi Acara Televisi hal. 157-160

desain produksi adalah sebuah rancangan produksi yang dipersiapkan untuk memproduksi sebuah program acara. Tidak berbeda jauh dengan film, desain produksi siaran televisi setidaknya harus memperhatikan hal-hal berikut :

1. Jenis program acara apa yang akan diproduksi ?
2. Naskah ini milik siapa ?
3. Menggunakan format video apa ?
4. Bagaimana memulai shooting ?
5. Seluk beluk anggaran.
6. Dari mana dananya ?
7. Mempersiapkan crew.
8. Menyusun tim produksi.
9. Mempersiapkan pemeran atau pengisi acara.

b. *Set Up and Rehearsal*

Setup merupakan tahapan persiapan yang bersifat teknis dan dilakukan oleh anggota inti bersama kerabat kerjanya, sejak dari mempersiapkan peralatan yang akan digunakan baik untuk keperluan diluar maupun di dalam studio sampai mempersiapkan denah untuk setting lampu, mikrofon, maupun dekorasi. Sedangkan masalah latihan (*rehearsal*) tidak saja berlaku bagi para artis pendukungnya, tetapi sangat penting pula bagi anggota kerabat kerja, dari *switcher*, penata lampu, penata suara, *floor director*,

kamerawan, sampai ke pengarah acara sendiri. Karena dalam hal ini latihan dipimpin langsung oleh pengarah acara.

c. Production

Yang dimaksud dengan production adalah upaya merubah bentuk naskah menjadi bentuk auditif bagi radio dan bentuk audio visual untuk televisi. Dan karakter produksi ditentukan menurut lokasinya :

1. Produksi yang diselenggarakan sepenuhnya di dalam studio
2. Produksi yang sepenuhnya diselenggarakan di luar studio
3. Produksi yang merupakan gabungan di dalam dan di luar studio

d. Post Production

Tahap ini merupakan tahap penyelesaian atau tahap penyempurnaan. Tahap penyelesaian ini meliputi :

1. Melakukan editing baik dari gambar maupun suara
2. Pengisian grafik pemangku gelar atau insert visualisasi
3. Pengisian narasi
4. Pengisian sound efek dan ilustrasi
5. Melakukan evaluasi terhadap hasil produksi

Dan secara keseluruhan langkah-langkah utama mulai dari timbulnya ide atau gagasan sampai proses produksi informasi audio visual gerak dinyatakan selesai dapat dilihat

sebagai berikut :

Bagan 2.2
Proses Produksi Audio Visual Gerak

Ide atau gagasan

Outline (Naskah berisi garis besar ide atau gagasan)

Format / Treatment / Scenario

(Naskah yang sudah siap diterjemahkan menjadi gambar dan suara bercerita)

Script (Naskah berisi rincian dari format)

Story Board (Gambar rincian script)

Programme meeting

(Rapat membahas materi / program)

Hunting (Peninjauan lokasi shooting / liputan)

Production meeting (Rapat produksi)

Latihan

SHOOTING / TAPING / LIPUTAN

Checking I (Checking hasil liputan)

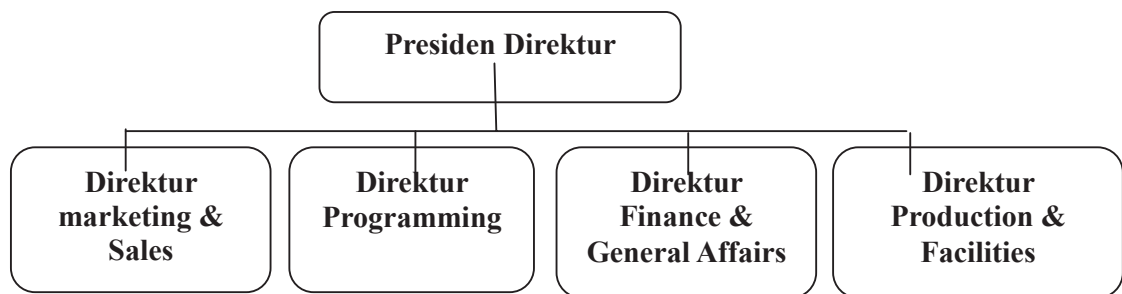
Editing / Manipulating (Menyusun gambar dan memberikan

subtitle, ilustrasi, efek, title/judul, dan lain-lain)

PREVIEW

Dari segi program acara yang dibuat, stasiun televisi paling banyak membuat program acara non drama seperti *talk show*, sulap, komedi show, news dan reportase dengan alasan yang sederhana karena pengerjaannya lebih mudah dan lebih cepat dibandingkan serial drama (sinetron dan film) yang membutuhkan waktu shooting yang lama. Untuk mengetahui secara detail sistem kerja sebuah stasiun televisi yang memproduksi acara program televisi, berikut adalah struktur organisasi dalam stasiun televisi :²⁶

Bagan 2.3
Struktur Organisasi Televisi



Setiap stasiun televisi swasta di Indonesia mempunyai struktur organisasi seperti diatas, dengan tugas sesuai bidangnya sebagai berikut :

a. Direktur Marketing & Sales

Bertugas menjalankan fungsi marketing dan penjualan secara keseluruhan meliputi promosi, iklan, presentasi, dan segala aspek marketing yang bertujuan menghasilkan pemasukan bagi stasiun tersebut.

²⁶ Sony Set, Menjadi Perancang Program TV Profesional hal. 36

b. Direktur Finance & General Affairs

Bertugas mengatur keuangan perusahaan, sumber daya manusia, dan segala hal yang berkaitan dengan operasional umum dan sistem kerja karyawan perusahaan televisi.

c. Direktur Programming

Mempunyai kekuasaan untuk memilih dan membeli program, melakukan perencanaan dan menata program, meneliti minat pemirsa, dan melakukan pencatatan administrasi program.

d. Direktur Production & Facilities

Bertanggung jawab terhadap seluruh produksi *in-house* stasiun televisi.

2. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah realita yang berasal dari luar diri manusia yang lalu menjadi dimengerti dan dipahami, yakni diketahui melalui kegiatan empiris yaitu kegiatan penginderaan dan penalaran rasional atas hasil empiris sebelumnya. Pengetahuan merupakan berbagai gejala yang diketahui dan dipahami manusia pengamatan inderawi. Pengetahuan manusia muncul ketika seseorang menggunakan indera atau akal budaya untuk menggali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas atau tingkat yang berbeda-beda. Secara garis besarnya

dibagi kedalam 6 tingkat pengetahuan, yaitu :

a. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai *recall* (memanggil) memori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu.

b. Memahami (*comprehention*)

Diartikan untuk memahami suatu objek bukan sekedar tahu terhadap objek tersebut, tidak sekedar dapat menyebutkan, tetapi orang tersebut harus dapat menginterpretasikan secara benar tentang objek yang diketahui tersebut.

c. Aplikasi (*application*)

Aplikasi diartikan apabila orang yang telah memahami objek yang dimaksud dapat menggunakan atau mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi yang lain.

d. Analisis (*analysis*)

Analisis adalah kemampuan seseorang untuk menjabarkan atau memisahkan, kemudian mencari hubungan atau komponen-komponen yang terdapat dalam suatu masalah atau objek yang diketahui. Kemampuan analisis dapat dilihat, apabila seseorang dapat membedakan, memisahkan, menggambarkan, dan mengelompokkan terhadap suatu objek tersebut.

e. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis menunjukkan suatu pengetahuan atau kemampuan seseorang untuk merangkum atau meletakkan dalam suatu hubungan yang logis dari komponen-komponen pengetahuan yang dimiliki. Dengan kata lain, sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dan formulasi-formulasi yang telah ada.

f. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan merupakan segala apa yang kita ketahui tentang suatu objek tertentu. Pengetahuan secara artifisial dapat diartikan sebagai keseluruhan bentuk kegiatan usaha manusia dalam usaha untuk sesuatu tanpa memperhatikan objek cara dan kegunaannya.

b. Sumber Pengetahuan

Manusia sendiri adalah makhluk yang diciptakan dengan diberi bekal akal pikiran. Dengan akal dan pikiran tersebutlah manusia dapat berfikir atau penalaran. Penalaran adalah proses berfikir yang melahirkan pengetahuan. Agar pengetahuan yang dihasilkan melalui proses penalaran tersebut “benar” maka diperlukan suatu cara tertentu. Sumber-sumber pengetahuan dapat diperoleh melalui hal-hal berikut :

a. Rasionalisme

Aliran ini berpendapat bahwa sumber pengetahuan yang mencukupi dan yang dapat dipercaya oleh akal sehat. Dalam rangka kerjanya, aliran ini mendasarkan diri pada cara kerja deduktif dalam menyusun pengetahuannya. Premis-premis yang digunakan dalam membuat rumusan keilmuan harus jelas dan dapat diterima. Aliran atau paham ini sering juga disebut sebagai idealism atau realism.

b. Empirisme

Aliran ini berpendapat bahwa empiris atau pengalamanlah yang menjadi sumber pengetahuan, baik pengalaman yang batiniah maupun yang lahiriah. Aliran menutupi kelemahan dari aliran rasional yang hanya mengandalkan akal dalam membentuk pengetahuan. Metode yang digunakan adalah induksi. Aliran ini menganggap bahwa pengetahuan manusia hanya didapatkan dari pengalaman yang konkret dan bukan dari penalaran yang abstrak. Kelemahan dari paham ini adalah pengalaman juga tidak sesuai dengan kenyataan. Keterbatasan dapat berasal dari sisi indera manusia untuk menangkap fenomena, dan persepsi seseorang dapat berbeda dalam menerima sebuah pengalaman akibat adanya motivasi atau pengalaman sebelumnya.

c. Metode Ilmiah

Metode ini adalah metode terbaik dalam memperoleh pengetahuan. Metode ini menggabungkan dua aliran sebelumnya yaitu rasional dan empirisme. Dalam metode ilmiah, pengetahuan diperoleh melalui penelitian yang sistematis, objektif, terkontrol, dapat diuji, yang dilakukan melalui metode induktif dan deduktif.

d. Intuisi dan wahyu

Intuisi adalah pengetahuan tanpa melalui proses penalaran tertentu. Karenanya, intuisi hanya bersifat personal dan hanya individu pelakunya yang tahu. Karena bersifat personal maka pengetahuan dari hasil intuisi tidak dapat diandalkan. Namun, intuisi bisa dipakai sebagai hipotesis analisis dalam menentukan benar tidaknya suatu pernyataan.

Wahyu adalah pengetahuan yang disampaikan oleh Tuhan kepada manusia. Pengetahuan disampaikan melalui nabi-nabi yang diutus. Pengalaman dalam agama bukan hanya pengetahuan yang terdapat pada kehidupan sekarang, melainkan mencakup masalah-masalah yang transedental. Pengetahuan ini didasarkan pada pengetahuan mengenai hal-hal yang bersifat ghoib (supernatural). Contohnya: kehidupan manusia sesudah meninggal, di akhirat, dan lain-lain. Sumber dari pengetahuan ini adalah kepercayaan kepada Tuhan, kepercayaan yang menjadi

titik tolak dalam agama.

c. Fungsi Pengetahuan

Pengetahuan didefinisikan sebagai “*a fluid mix of framed experience, contextual information, values and expert insight that provides a framework for evaluating and incorporating new experiences and information*” oleh Davenport dan Prusak (1998). Dari definisi tersebut dapat ditarik dua hal, yaitu:²⁷

1. Adanya isi: “*a fluid mix of framed experience, contextual information, values and expert insight*”. Ini meliputi sejumlah hal yang kita miliki, seperti pengalaman, kepercayaan, nilai-nilai, bahaimana kita merasakan, motivasi, dan informasi.
2. Menggambarkan fungsi atau tujuan pengetahuan, “*that provides a framework for evaluating and incorporating new experiences and information*”. Hal ini sejalan dengan definisi pengetahuan yang diungkapkan John Locke (1689) yaitu “*knowledge is the perception of the agreement or disagreement of two ideas*”.

Jadi setiap orang dapat mempunyai suatu kerangka (gagasan pertama) yang digunakan untuk mengevaluasi pengalaman baru (gagasan kedua). Fungsi pengetahuan oleh Achterbergh dan Vriens (2002) mempunyai dua komponen utama, yaitu:

1. Pengetahuan menyajikan semacam dasar untuk isyarat penilaian, yang pada gilirannya memungkinkan untuk melakukan tindakan.

²⁷ <http://Jumantopembelajar.wordpress.com/2013/02/25/manfaat-manajemen-pengetahuan-dalam-organisasi-bisnis/> diakses pada tanggal 21 Mei 2013

2. Peran pengetahuan dalam menghasilkan tindakan yang tepat adalah bahwa pengetahuan menyajikan dasar untuk menyampaikan tindakan yang memungkinkan, mempertimbangkan apakah tindakan yang sesuai dengan hasil yang diharapkan, menggunakan pertimbangan tersebut dalam memilih, untuk memutuskan bagaimana tindakan harus diimplementasikan dan untuk benar-benar mengimplementasikan tindakan tersebut.

Dalam pengetahuan sangat mungkin terdapat dua aspek yang berbeda, antara lain:

1. Hal-hal yang diperoleh

Pengetahuan ini mencakup tradisi, keterampilan, informasi, pemikiran-pemikiran, dan akidah-akidah yang diyakini oleh seseorang dan diaplikasikan dalam semua kondisi dan dimensi penting kehidupan. Misalnya pengetahuan seseorang tentang tindak kriminal dan pengetahuannya terhadap etika dan perilaku dimana pengetahuan-pengetahuan ini nantinya bisa ia aplikasikan dan menjadikannya sebagai dasar pembahasan.

2. Realitas yang terus berubah

Sangat mungkin pengetahuan itu diasumsikan sebagai suatu realitas yang senantiasa berubah dimana perolehan itu tidak pernah berakhir. Pada kondisi ini, seseorang mengetahui secara khusus perkara-perkara yang beragam, kemudian membandingkan perkara

tersebut satu sama lain dan memberikan pandangan atasnya. Dengan demikian, ia menyiapkan dirinya untuk mendapatkan pengetahuan-pengetahuan baru yang global.

3. Landasan Teori

a. Teori S – R (Stimulus – Respon)

Prinsip stimulus-respon pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu.²⁸ Dalam hubungan dalam media massa, Harold Laswell dan Melvin Defleur mengemukakan yang disebut “Instinctive S-R Theory”. Menurut teori ini, media menyajikan stimuli perkasa yang secara seragam diperhatikan oleh massa.

Menurut teori ini, media menyajikan stimuli perkasa yang secara seragam diperhatikan oleh massa. Stimuli ini membangkitkan desakan, emosi atau proses lain yang hampir tidak terkontrol oleh individu. Setiap anggota massa memberikan respon yang sama pada stimuli yang datang dari media massa. Prinsip stimulus-respon ini merupakan dasar dari teori hipodermik dimana menyatakan bahwa proses terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh. Karena teori ini mengasumsikan massa, teori ini disebut juga “teori peluru” (*bullet theory*) memandang bahwa sebuah pemberitaan media massa dianalogikan pesan komunikasi seperti menyebut obat yang

²⁸ S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* hal. 188

disuntikkan dengan jarum ke bawah kulit pasien (khalayak) yang kemudian pasien akan bereaksi seperti yang diharapkan.

Dalam kaitannya dalam penelitian ini adalah media massa yang berupa televisi memberikan informasi kepada khalayak yang berupa stimuli, karena pada dasarnya manusia selalu membutuhkan informasi dan informasi tersebut datang dari media massa. Dan khalayak tidak bisa menolak hadirnya televisi yang disebut sebagai respon dari berbagai informasi atau pesan yang dihadirkan oleh media televisi juga bisa memberikan manfaat bagi masyarakat yang berupa pengetahuan. Maka kehadiran media televisi sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia karena pesan-pesan yang diampaikan dalam tingkat tertentu akan menimbulkan efek bagi khalayak.

b. *Uses and Gratifications model* (Model Kegunaan dan Kepuasan)

Model kegunaan dan kepuasan merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikan. Model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak. Pendekatan ini pertama kali dijelaskan oleh Elihu Katz dalam suatu artikel sebagai reaksinya terhadap Bernard Berelson yang menyatakan penelitian komunikasi akan mati.

Model *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi titik berat dari model ini

adalah khalayak yang aktif yang sengaja menggunakan media, untuk mencapai tujuan khusus.

B. Pengaruh Televisi Terhadap Pengetahuan Khalayak

Televisi saat ini adalah sarana elektronik yang sangat digemari dan dicari semua orang. Untuk mendapatkan televisi tidak lagi sesulit zaman dahulu. Saat ini televisi telah menjangkau lebih dari 90% penduduk di negara berkembang. Televisi yang dulu mungkin hanya menjadi konsumsi kalangan dan umur tertentu, saat ini bisa dinikmati dan sangat mudah dijangkau oleh semua kalangan tanpa batasan usia. Siaran-siaran televisi yang akan memanjakan orang-orang pada saat luang seperti liburan, sehabis bekerja, bahkan dalam suasana sedang bekerja pun orang-orang masih menyempatkan diri untuk menonton televisi. Suguhan acara yang bervariasi dan menarik membuat orang tergerak untuk meluangkan waktunya duduk di depan televisi.

Selain sebagai sarana untuk memperlancar hubungan dan komunikasi antar manusia, salah satu pengaruh positif televisi bagi khalayak adalah dapat menyebarkan berita dan gagasan lebih cepat. Dengan adanya media televisi, dunia kelihatan semakin kecil dari sebelumnya. Khalayak bisa memperoleh kesempatan untuk memperoleh informasi yang lebih baik tentang apapun yang terjadi di dunia. Berita-berita aktual bisa langsung disebarkan ke berbagai pelosok dunia secara langsung. Banjir, gempa bumi, penyakit, berita kriminalitas, berita

olahraga yang terjadi di belahan bumi bisa disaksikan bersama oleh berjuta-juta orang.

Dengan menonton tayangan televisi akan menambah wawasan khalayak. Industri pertelevisian di Indonesia banyak menayangkan informasi-informasi yang akurat tentang pendidikan dan ilmu pengetahuan.

BAB III

PENYAJIAN DATA