

TUGAS 2

MANAJEMEN MEDIA

Dwi Maharani, M.I.Kom

BUAT 4 KELompOK MASING-MASING 5/6 ORANG

1. Kelompok Media Cetak
2. Kelompok Media Elektronik (Radio)
3. Kelompok Media Elektronik (Televisi)
4. Kelompok New Media

Setiap kelompok wajib melakukan analisis terhadap konten (isi dari media), baik dari segi informasi, edukasi dan hiburan.

Silahkan analisis media tersebut (sesuai kelompok) secara menyeluruh dan mendalam.

Dibuat di dalam PowerPoint (akan dipresentasikan)

Minimal 15 halaman.



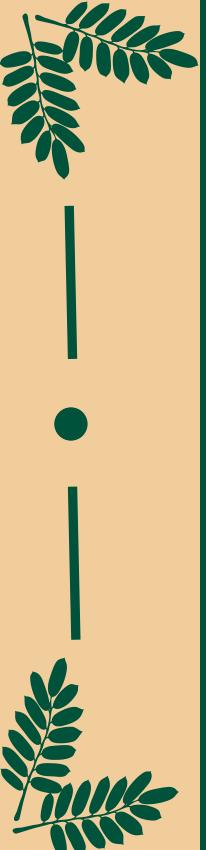
MEDIA ELEKTRONIK (TELEVISI)

KELOMPOK 1

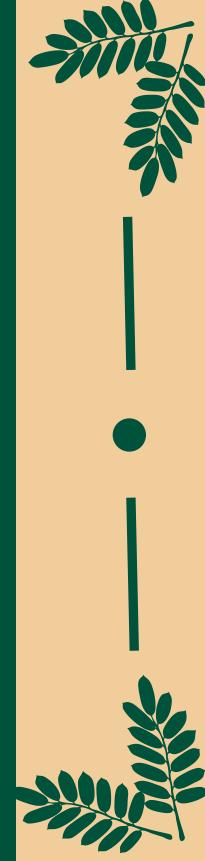
- ALDO KEVINANDA 181910051
- ALJHAZAL ZUHURGA 181910015
- IDIL ADHA NISA 181910041
- MEGAWATI 181910019
- OKTA RIADI 181910021
- YOSA MELANIA 181910035

TELEVISI

Televisi sebagai salah satu media masa memiliki potensi besar sebagai media yang dapat digunakan untuk mendidik masyarakat, karena media komunikasi masa ini tengah digandrungi masyarakat. Dengan adanya televisi, peranan sekolah untuk melibatkan rakyat kebanyakan dalam proses kebudayaan menjadi relatif, karena opini masyarakat bukan lagi dibentuk oleh guru sekolah, melainkan oleh tayangan televisi yang ternyata jauh lebih mengesankan.

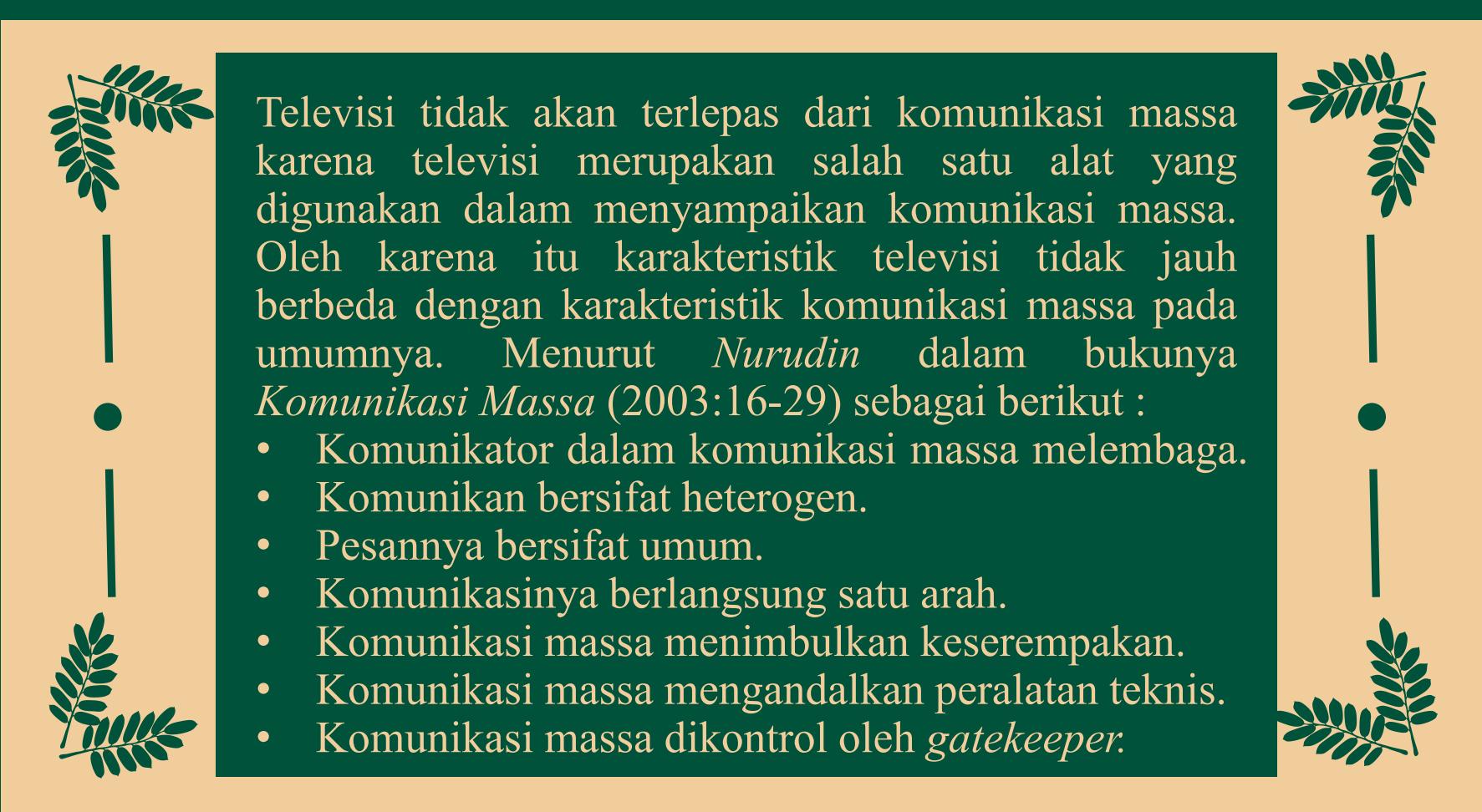


Televisi merupakan perkembangan media audiovisual yang ditemukan oleh *paul nipcow* dari jerman pada tahun 1884. di negara eropa, amerika dan negara lainnya mereka bersaing untuk menyajikan acara-acaranya yang terbaik agar dapat ditonton oleh masyarakat yang semua dilandasi dengan perhitungan bisnis.



Perkembangan sangat berarti bagi dunia televisi diindonesia ialah dengan diizinkannya pemancar televisi swasta untuk mengudara. Dengan demikian pada tahun 1989 mulailah siaran RCTI yang kemudian diikuti pula oleh TPI dua tahun kemudian. Tak kurang dari 11 stasiun tv swasta nasional yang melakukan siaran seperti RCTI, SCVP

TPI, AN-tv, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Global TV, TV7, Lativi, di samping TVRI, yang mengudara, baik secara lokal di Jakarta maupun yang swasta sudah mulai mengarah kepada sistem Amerika, ini mulai dari garapan-garapan sinetron, kuis, dan beberapa acara hran lainya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun TV tersebut karena semuanya dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan bisnis, yaitu untung dan rugi.



Televisi tidak akan terlepas dari komunikasi massa karena televisi merupakan salah satu alat yang digunakan dalam menyampaikan komunikasi massa. Oleh karena itu karakteristik televisi tidak jauh berbeda dengan karakteristik komunikasi massa pada umumnya. Menurut *Nurudin* dalam bukunya *Komunikasi Massa* (2003:16-29) sebagai berikut :

- Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.
- Komunikator bersifat heterogen.
- Pesannya bersifat umum.
- Komunikasinya berlangsung satu arah.
- Komunikasi massa menimbulkan keserempakan.
- Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.
- Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*.

Menurut *Onong Uchjana Effendy* Kelebihan televisi dapat dilihat dari beberapa aspek berikut :

- Kemampuan menyajikan berbagai kebutuhan manusia baik hiburan, informasi, pendidikan dengan sangat memuaskan.
- Penonton tidak perlu susah untuk pergi ke tempat kejadian, dapat menikmati di rumah secara santai.
- Televisi melakukan komunikasi secara langsung dan akrab, seolah-olah para penonton TV berhadapan langsung dengan penyiarannya/kejadian ini.
- Mempunyai kemampuan untuk menunjukkan secara audio dan visual (Yulianita 1995-63-65).

Fungsi Pendidikan dalam Tayangan Televisi

- Pada intinya “fungsi komunikasi massa secara umum adalah informasi, pendidikan, dan menghibur. Banyak hal yang membuktikan baik di dalam maupun diluar kelas sebagai alat pendidikan, media membuktikan kemampuannya memikul sebagian besar tugas pendidikan, terutama dibidang pendidikan orang-orang dewasa dan memberantas buta huruf. Hal ini berarti televisi sebagai media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku (Ardianto, 2004:19).

Pendidikan dan Kualitas Bangsa

- Ditinjau dari prosesnya pendidikan adalah proses komunikasi yang melibatkan dua pihak secara langsung maupun tidak langsung. “Pendidikan merupakan proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran, pelatihan, proses, cara mendidik”
- Tujuan Pendidikan pada umumnya untuk meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal sehingga menguasainya. Pendidikan merupakan proses evolusioner tidak serta instan.
- Pendidikan tidak hanya dapat dilakukan secara formal melalui lembaga pendidikan tetapi juga secara informal diantaranya melalui media massa, “ Kegiatan ini merupakan pendidikan yang berskala luas melalui : surat kabar, film, radio,TV, perpustakaan, museum dengan tujuan menyampaikan informasi, opini, sikap, dan perilaku.

Kekuatan (Strength) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Televisi mempunyai banyak kelebihan yang akan menjadi kekuatan. Kekuatan televisi adalah menguasai jarak dan ruang karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik. Sasaran untuk menjangkau massa cukup besar.

Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukan bahwa media tersebut telah menguasai khalayak. Daya tarik media televisi semakin besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi berubah total, media televisi menjadi panutan baru(*news religius*) bagi kehidupan.

Kelemahan (Weakness) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Kelemahan televisi sebagai media pendidikan tidak sesempurna seperti pendidikan formal. (*Howard K. Smith*). Rata-rata belajar tentang dunia sesudah meninggalkan sekolah adalah mass media walaupun proses yang diterima tidak sempurna tidak seperti mengikuti pendidikan formal. (*Yulianita 1995-26*).

Sulit untuk merancang format acara dengan cara memindahkan lebih kepada hiburan, sehingga apabila pendidikan formal dengan rancangan kurikulumnya dipindahkan ke televisi maka khalayak akan mengalami kelemahan bahkan mungkin akan meninggalkan televisi. Kelemahan yang lain adalah karena televisi seolah-olah menghipnotis pemirsanya, bisa jadi masyarakat akan teriringi secara psikologis untuk mempercayai apapun yang ditayangkan.



welcome

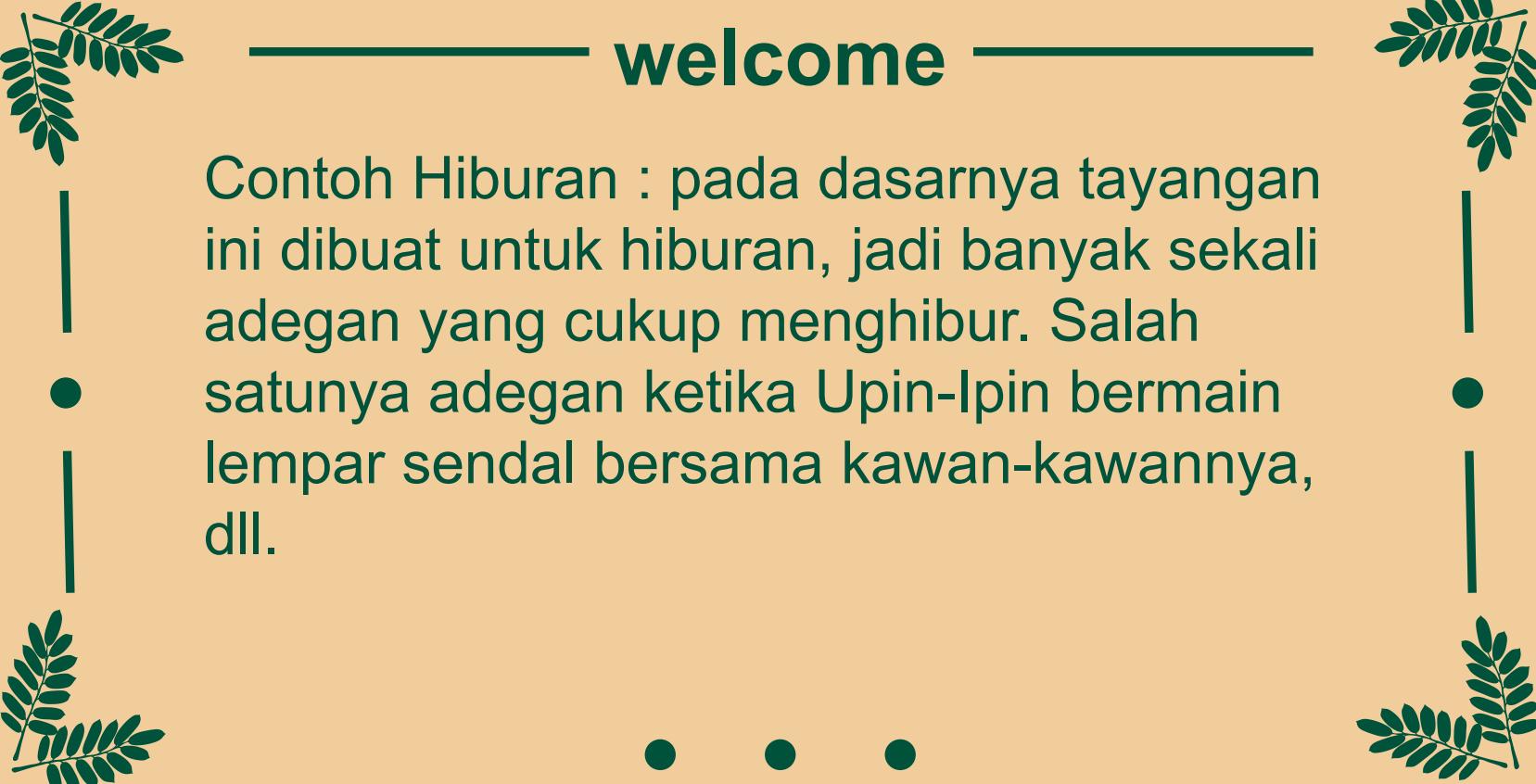
Salah satu tayangan di Televisi yang cukup digemari masyarakat indonesia adalah sinema kartun Upin-Ipin. Tayangan ini menampilkan edukasi, hiburan dan pengetahuan sekaligus dalam setiap tayangannya.



welcome

Contoh Edukasi : banyak sekali dalam tayangan Upin-Ipin yang mengandung unsur pendidikan. Salah satunya adalah adegan Upin-Ipin setiap pulang sekolah selalu mencium tangan Neneknya (Opa), adegan mengajarkan perilaku untuk menghormati orang yang lebih “tua”.

Contoh lain adalah ketika Upin-Ipin mengaji di surau, belajar dikelas, Upin-Ipin di dunia Dinosaurus.



welcome

Contoh Hiburan : pada dasarnya tayangan ini dibuat untuk hiburan, jadi banyak sekali adegan yang cukup menghibur. Salah satunya adegan ketika Upin-Ipin bermain lempar sendal bersama kawan-kawannya, dll.



welcome

Banyak sekali hal-hal yang sebelumnya sangat awam bagi masyarakat kemudian bisa menjadi suatu pengetahuan yang baru bagi masyarakat. Contohnya : ketika Upin-Ipin membuat mainan dari kaleng susu, adegan ketika Upin-Ipin menanam Pisang di belakang rumah. Tanpa kita sadari juga anak-anak yang menonton ini bisa menjadi sangat akrab dengan bahasa, logat, dialek, melayu bahkan sering digunakan dalam kesehariannya tanpa ia sadari.





THANKS



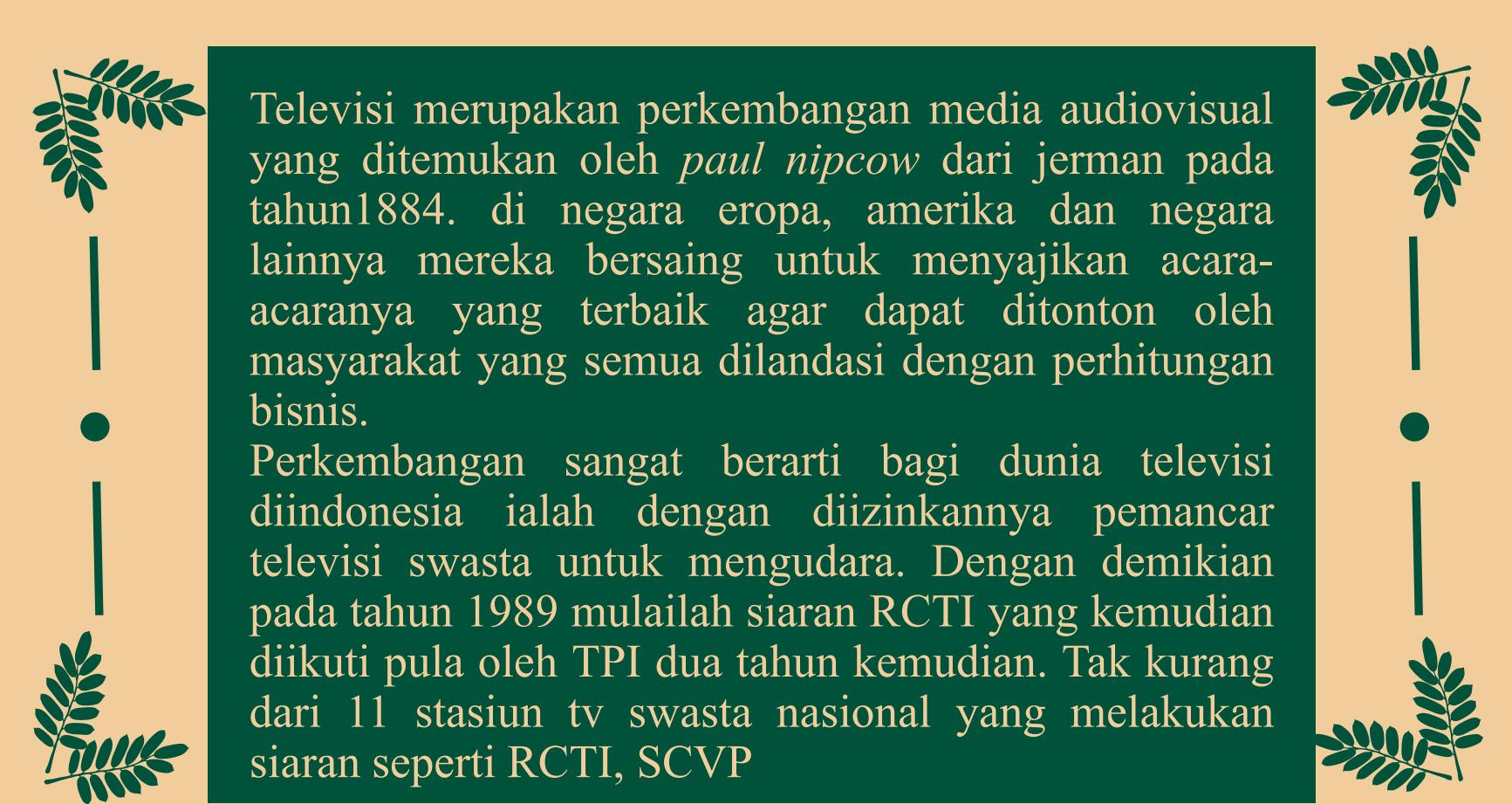
MEDIA ELEKTRONIK (TELEVISI)

KELOMPOK 1

- ALDO KEVINANDA 181910051
- ALJHAZAL ZUHURGA 181910015
- IDIL ADHA NISA 181910041
- MEGAWATI 181910019
- OKTA RIADI 181910021
- YOSA MELANIA 181910035

TELEVISI

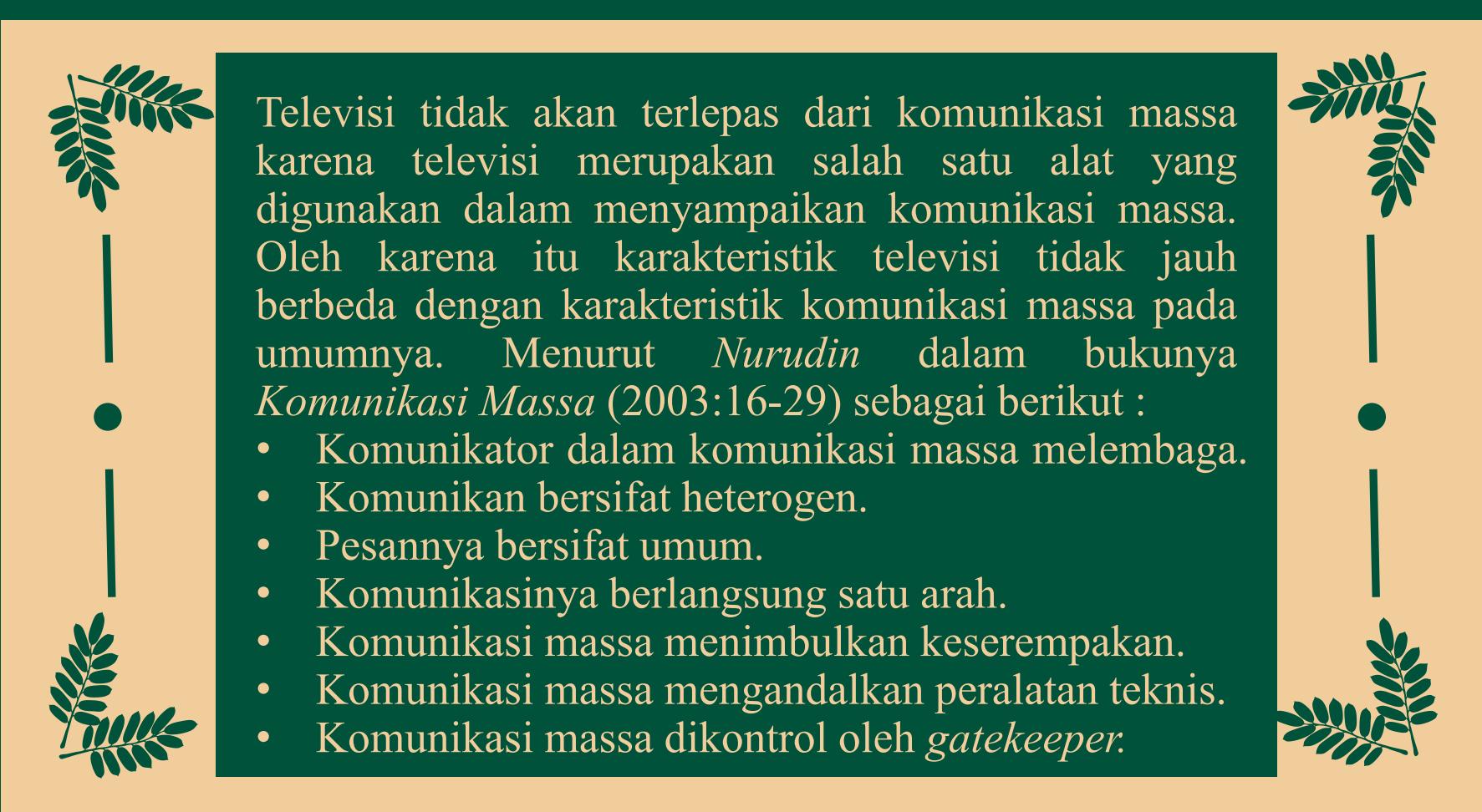
Televisi sebagai salah satu media masa memiliki potensi besar sebagai media yang dapat digunakan untuk mendidik masyarakat, karena media komunikasi masa ini tengah digandrungi masyarakat. Dengan adanya televisi, peranan sekolah untuk melibatkan rakyat kebanyakan dalam proses kebudayaan menjadi relatif, karena opini masyarakat bukan lagi dibentuk oleh guru sekolah, melainkan oleh tayangan televisi yang ternyata jauh lebih mengesankan.



Televisi merupakan perkembangan media audiovisual yang ditemukan oleh *paul nipcow* dari jerman pada tahun 1884. di negara eropa, amerika dan negara lainnya mereka bersaing untuk menyajikan acara-acaranya yang terbaik agar dapat ditonton oleh masyarakat yang semua dilandasi dengan perhitungan bisnis.

Perkembangan sangat berarti bagi dunia televisi diindonesia ialah dengan diizinkannya pemancar televisi swasta untuk mengudara. Dengan demikian pada tahun 1989 mulailah siaran RCTI yang kemudian diikuti pula oleh TPI dua tahun kemudian. Tak kurang dari 11 stasiun tv swasta nasional yang melakukan siaran seperti RCTI, SCVP

TPI, AN-tv, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Global TV, TV7, Lativi, di samping TVRI, yang mengudara, baik secara lokal di Jakarta maupun yang swasta sudah mulai mengarah kepada sistem Amerika, ini mulai dari garapan-garapan sinetron, kuis, dan beberapa acara hran lainya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun TV tersebut karena semuanya dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan bisnis, yaitu untung dan rugi.



Televisi tidak akan terlepas dari komunikasi massa karena televisi merupakan salah satu alat yang digunakan dalam menyampaikan komunikasi massa. Oleh karena itu karakteristik televisi tidak jauh berbeda dengan karakteristik komunikasi massa pada umumnya. Menurut *Nurudin* dalam bukunya *Komunikasi Massa* (2003:16-29) sebagai berikut :

- Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.
- Komunikator bersifat heterogen.
- Pesannya bersifat umum.
- Komunikasinya berlangsung satu arah.
- Komunikasi massa menimbulkan keserempakan.
- Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.
- Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*.

Menurut *Onong Uchjana Effendy* Kelebihan televisi dapat dilihat dari beberapa aspek berikut :

- Kemampuan menyajikan berbagai kebutuhan manusia baik hiburan, informasi, pendidikan dengan sangat memuaskan.
- Penonton tidak perlu susah untuk pergi ke tempat kejadian, dapat menikmati di rumah secara santai.
- Televisi melakukan komunikasi secara langsung dan akrab, seolah-olah para penonton TV berhadapan langsung dengan penyiarannya/kejadian ini.
- Mempunyai kemampuan untuk menunjukkan secara audio dan visual (Yulianita 1995-63-65).

Fungsi Pendidikan dalam Tayangan Televisi

- Pada intinya “fungsi komunikasi massa secara umum adalah informasi, pendidikan, dan menghibur. Banyak hal yang membuktikan baik di dalam maupun diluar kelas sebagai alat pendidikan, media membuktikan kemampuannya memikul sebagian besar tugas pendidikan, terutama dibidang pendidikan orang-orang dewasa dan memberantas buta huruf. Hal ini berarti televisi sebagai media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku (Ardianto, 2004:19).

Pendidikan dan Kualitas Bangsa

- Ditinjau dari prosesnya pendidikan adalah proses komunikasi yang melibatkan dua pihak secara langsung maupun tidak langsung. “Pendidikan merupakan proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran, pelatihan, proses, cara mendidik”
- Tujuan Pendidikan pada umumnya untuk meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal sehingga menguasainya. Pendidikan merupakan proses evolusioner tidak serta instan.
- Pendidikan tidak hanya dapat dilakukan secara formal melalui lembaga pendidikan tetapi juga secara informal diantaranya melalui media massa, “ Kegiatan ini merupakan pendidikan yang berskala luas melalui : surat kabar, film, radio,TV, perpustakaan, museum dengan tujuan menyampaikan informasi, opini, sikap, dan perilaku.

Kekuatan (Strength) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Televisi mempunyai banyak kelebihan yang akan menjadi kekuatan. Kekuatan televisi adalah menguasai jarak dan ruang karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik. Sasaran untuk menjangkau massa cukup besar.

Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukan bahwa media tersebut telah menguasai khalayak. Daya tarik media televisi semakin besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi berubah total, media televisi menjadi panutan baru(*news religius*) bagi kehidupan.

Kelemahan (Weakness) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Kelemahan televisi sebagai media pendidikan tidak sesempurna seperti pendidikan formal. (*Howard K. Smith*). Rata-rata belajar tentang dunia sesudah meninggalkan sekolah adalah mass media walaupun proses yang diterima tidak sempurna tidak seperti mengikuti pendidikan formal. (*Yulianita 1995-26*).

Sulit untuk merancang format acara dengan cara memindahkan lebih kepada hiburan, sehingga apabila pendidikan formal dengan rancangan kurikulumnya dipindahkan ke televisi maka khalayak akan mengalami kelemahan bahkan mungkin akan meninggalkan televisi. Kelemahan yang lain adalah karena televisi seolah-olah menghipnotis pemirsanya, bisa jadi masyarakat akan teriringi secara psikologis untuk mempercayai apapun yang ditayangkan.



welcome

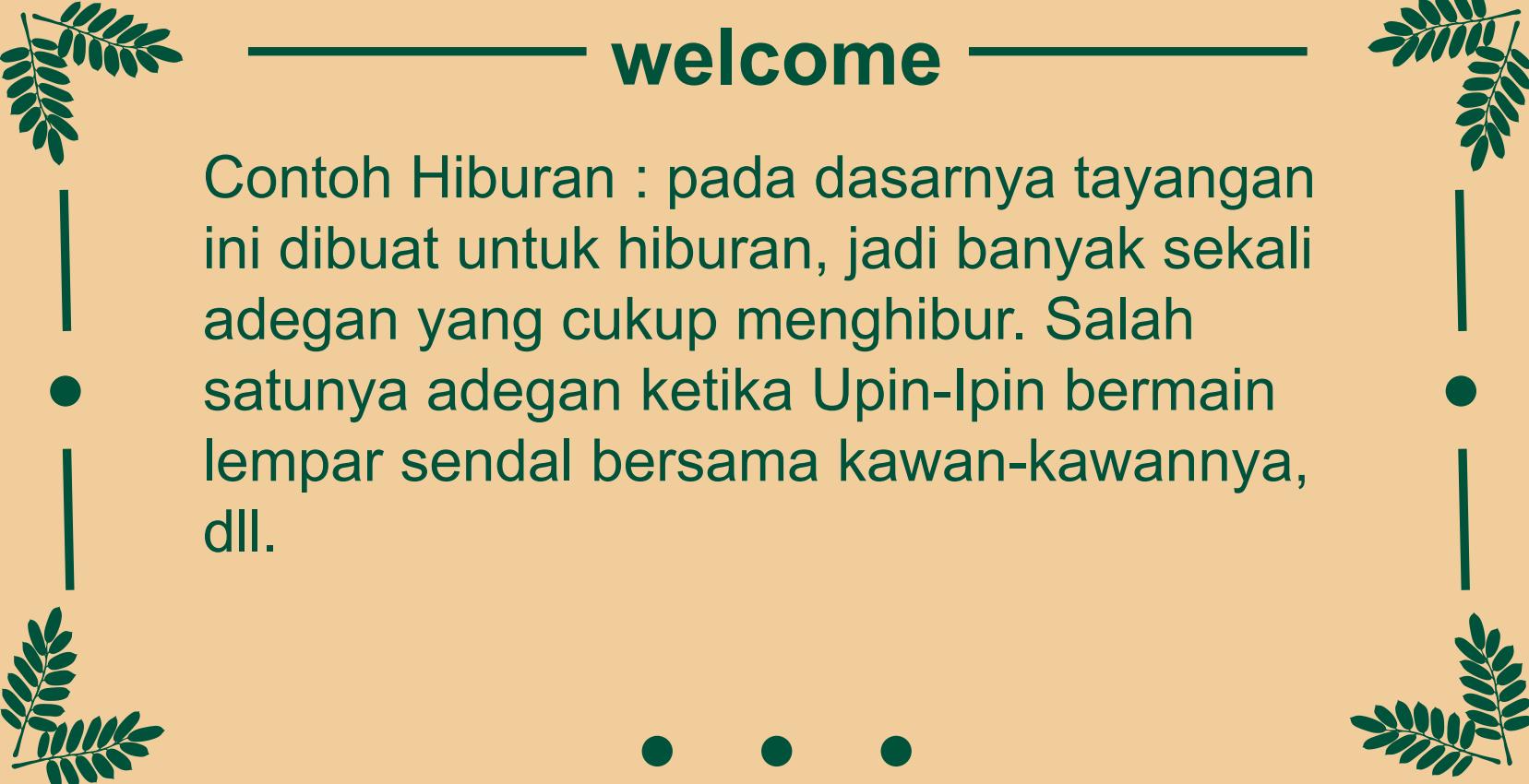
Salah satu tayangan di Televisi yang cukup digemari masyarakat indonesia adalah sinema kartun Upin-Ipin. Tayangan ini menampilkan edukasi, hiburan dan pengetahuan sekaligus dalam setiap tayangannya.



welcome

Contoh Edukasi : banyak sekali dalam tayangan Upin-Ipin yang mengandung unsur pendidikan. Salah satunya adalah adegan Upin-Ipin setiap pulang sekolah selalu mencium tangan Neneknya (Opa), adegan mengajarkan perilaku untuk menghormati orang yang lebih “tua”.

Contoh lain adalah ketika Upin-Ipin mengaji di surau, belajar dikelas, Upin-Ipin di dunia Dinosaurus.



welcome

Contoh Hiburan : pada dasarnya tayangan ini dibuat untuk hiburan, jadi banyak sekali adegan yang cukup menghibur. Salah satunya adegan ketika Upin-Ipin bermain lempar sendal bersama kawan-kawannya, dll.



welcome

Banyak sekali hal-hal yang sebelumnya sangat awam bagi masyarakat kemudian bisa menjadi suatu pengetahuan yang baru bagi masyarakat. Contohnya : ketika Upin-Ipin membuat mainan dari kaleng susu, adegan ketika Upin-Ipin menanam Pisang di belakang rumah. Tanpa kita sadari juga anak-anak yang menonton ini bisa menjadi sangat akrab dengan bahasa, logat, dialek, melayu bahkan sering digunakan dalam kesehariannya tanpa ia sadari.





THANKS



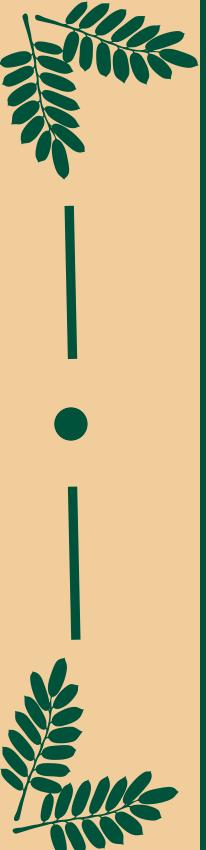
MEDIA ELEKTRONIK (TELEVISI)

KELOMPOK 1

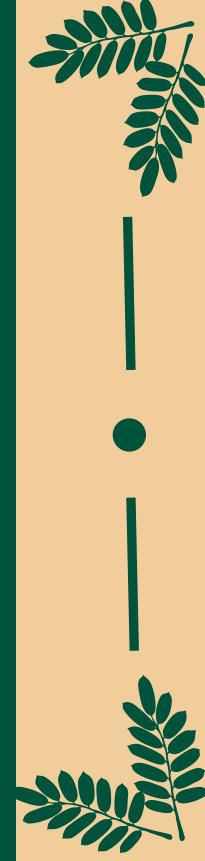
- ALDO KEVINANDA 181910051
- ALJHAZAL ZUHURGA 181910015
- IDIL ADHA NISA 181910041
- MEGAWATI 181910019
- OKTA RIADI 181910021
- YOSA MELANIA 181910035

TELEVISI

Televisi sebagai salah satu media masa memiliki potensi besar sebagai media yang dapat digunakan untuk mendidik masyarakat, karena media komunikasi masa ini tengah digandrungi masyarakat. Dengan adanya televisi, peranan sekolah untuk melibatkan rakyat kebanyakan dalam proses kebudayaan menjadi relatif, karena opini masyarakat bukan lagi dibentuk oleh guru sekolah, melainkan oleh tayangan televisi yang ternyata jauh lebih mengesankan.

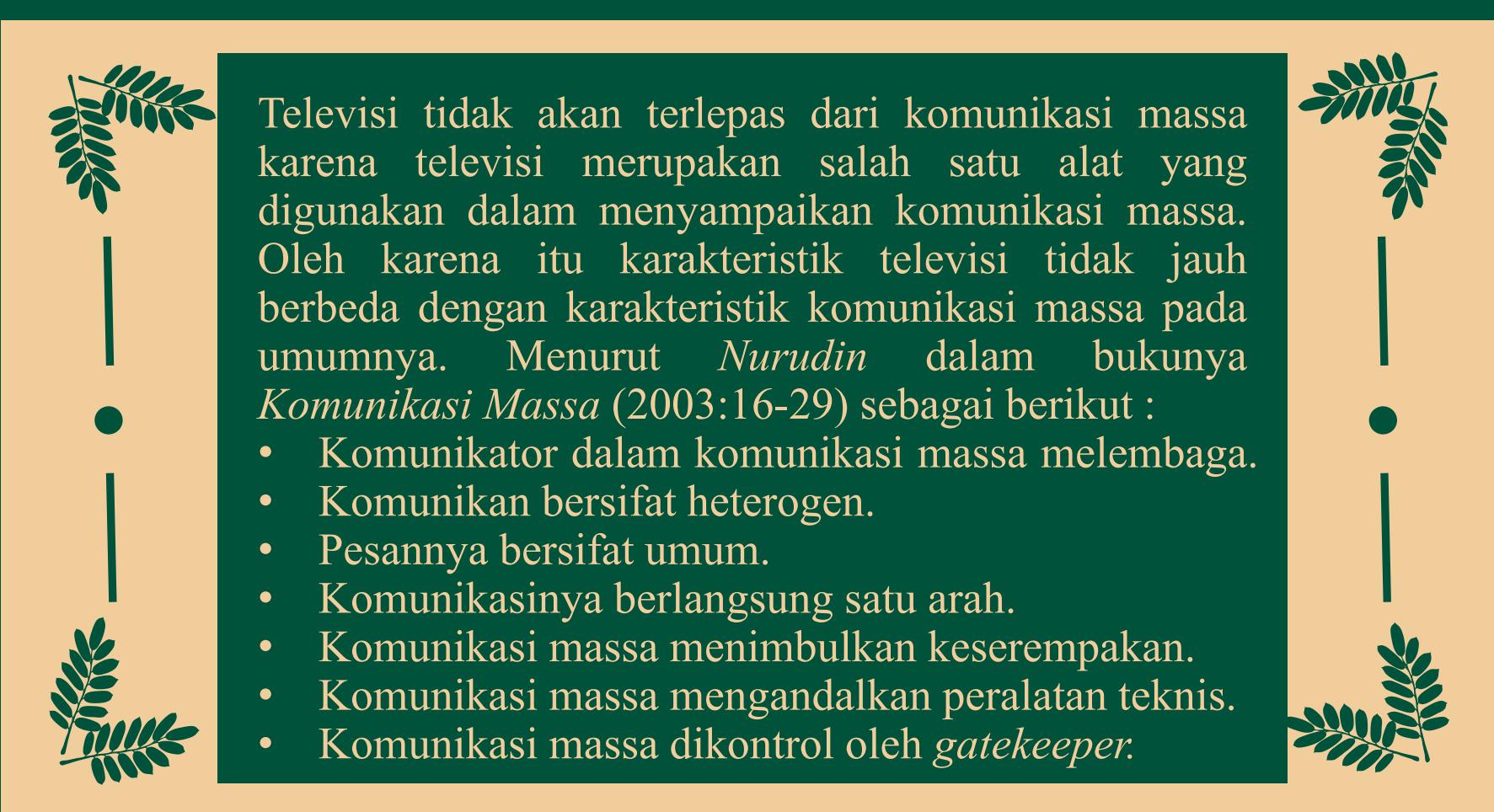


Televisi merupakan perkembangan media audiovisual yang ditemukan oleh *paul nipcow* dari jerman pada tahun 1884. di negara eropa, amerika dan negara lainnya mereka bersaing untuk menyajikan acara-acaranya yang terbaik agar dapat ditonton oleh masyarakat yang semua dilandasi dengan perhitungan bisnis.



Perkembangan sangat berarti bagi dunia televisi diindonesia ialah dengan diizinkannya pemancar televisi swasta untuk mengudara. Dengan demikian pada tahun 1989 mulailah siaran RCTI yang kemudian diikuti pula oleh TPI dua tahun kemudian. Tak kurang dari 11 stasiun tv swasta nasional yang melakukan siaran seperti RCTI, SCVP

TPI, AN-tv, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Global TV, TV7, Lativi, di samping TVRI, yang mengudara, baik secara lokal di Jakarta maupun yang swasta sudah mulai mengarah kepada sistem Amerika, ini mulai dari garapan-garapan sinetron, kuis, dan beberapa acara hran lainya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun TV tersebut karena semuanya dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan bisnis, yaitu untung dan rugi.



Televisi tidak akan terlepas dari komunikasi massa karena televisi merupakan salah satu alat yang digunakan dalam menyampaikan komunikasi massa. Oleh karena itu karakteristik televisi tidak jauh berbeda dengan karakteristik komunikasi massa pada umumnya. Menurut *Nurudin* dalam bukunya *Komunikasi Massa* (2003:16-29) sebagai berikut :

- Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.
- Komunikator bersifat heterogen.
- Pesannya bersifat umum.
- Komunikasinya berlangsung satu arah.
- Komunikasi massa menimbulkan keserempakan.
- Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.
- Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*.

Menurut *Onong Uchjana Effendy* Kelebihan televisi dapat dilihat dari beberapa aspek berikut :

- Kemampuan menyajikan berbagai kebutuhan manusia baik hiburan, informasi, pendidikan dengan sangat memuaskan.
- Penonton tidak perlu susah untuk pergi ke tempat kejadian, dapat menikmati di rumah secara santai.
- Televisi melakukan komunikasi secara langsung dan akrab, seolah-olah para penonton TV berhadapan langsung dengan penyiarannya/kejadian ini.
- Mempunyai kemampuan untuk menunjukkan secara audio dan visual (Yulianita 1995-63-65).

Fungsi Pendidikan dalam Tayangan Televisi

- Pada intinya “fungsi komunikasi massa secara umum adalah informasi, pendidikan, dan menghibur. Banyak hal yang membuktikan baik di dalam maupun diluar kelas sebagai alat pendidikan, media membuktikan kemampuannya memikul sebagian besar tugas pendidikan, terutama dibidang pendidikan orang-orang dewasa dan memberantas buta huruf. Hal ini berarti televisi sebagai media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku (Ardianto, 2004:19).

Pendidikan dan Kualitas Bangsa

- Ditinjau dari prosesnya pendidikan adalah proses komunikasi yang melibatkan dua pihak secara langsung maupun tidak langsung. “Pendidikan merupakan proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran, pelatihan, proses, cara mendidik”
- Tujuan Pendidikan pada umumnya untuk meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal sehingga menguasainya. Pendidikan merupakan proses evolusioner tidak serta instan.
- Pendidikan tidak hanya dapat dilakukan secara formal melalui lembaga pendidikan tetapi juga secara informal diantaranya melalui media massa, “ Kegiatan ini merupakan pendidikan yang berskala luas melalui : surat kabar, film, radio,TV, perpustakaan, museum dengan tujuan menyampaikan informasi, opini, sikap, dan perilaku.

Kekuatan (Strength) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Televisi mempunyai banyak kelebihan yang akan menjadi kekuatan. Kekuatan televisi adalah menguasai jarak dan ruang karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik. Sasaran untuk menjangkau massa cukup besar.

Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukan bahwa media tersebut telah menguasai khalayak. Daya tarik media televisi semakin besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi berubah total, media televisi menjadi panutan baru(*news religius*) bagi kehidupan.

Kelemahan (Weakness) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Kelemahan televisi sebagai media pendidikan tidak sesempurna seperti pendidikan formal. (*Howard K. Smith*). Rata-rata belajar tentang dunia sesudah meninggalkan sekolah adalah mass media walaupun proses yang diterima tidak sempurna tidak seperti mengikuti pendidikan formal. (*Yulianita 1995-26*).

Sulit untuk merancang format acara dengan cara memindahkan lebih kepada hiburan, sehingga apabila pendidikan formal dengan rancangan kurikulumnya dipindahkan ke televisi maka khalayak akan mengalami kelemahan bahkan mungkin akan meninggalkan televisi. Kelemahan yang lain adalah karena televisi seolah-olah menghipnotis pemirsanya, bisa jadi masyarakat akan teriringi secara psikologis untuk mempercayai apapun yang ditayangkan.



welcome

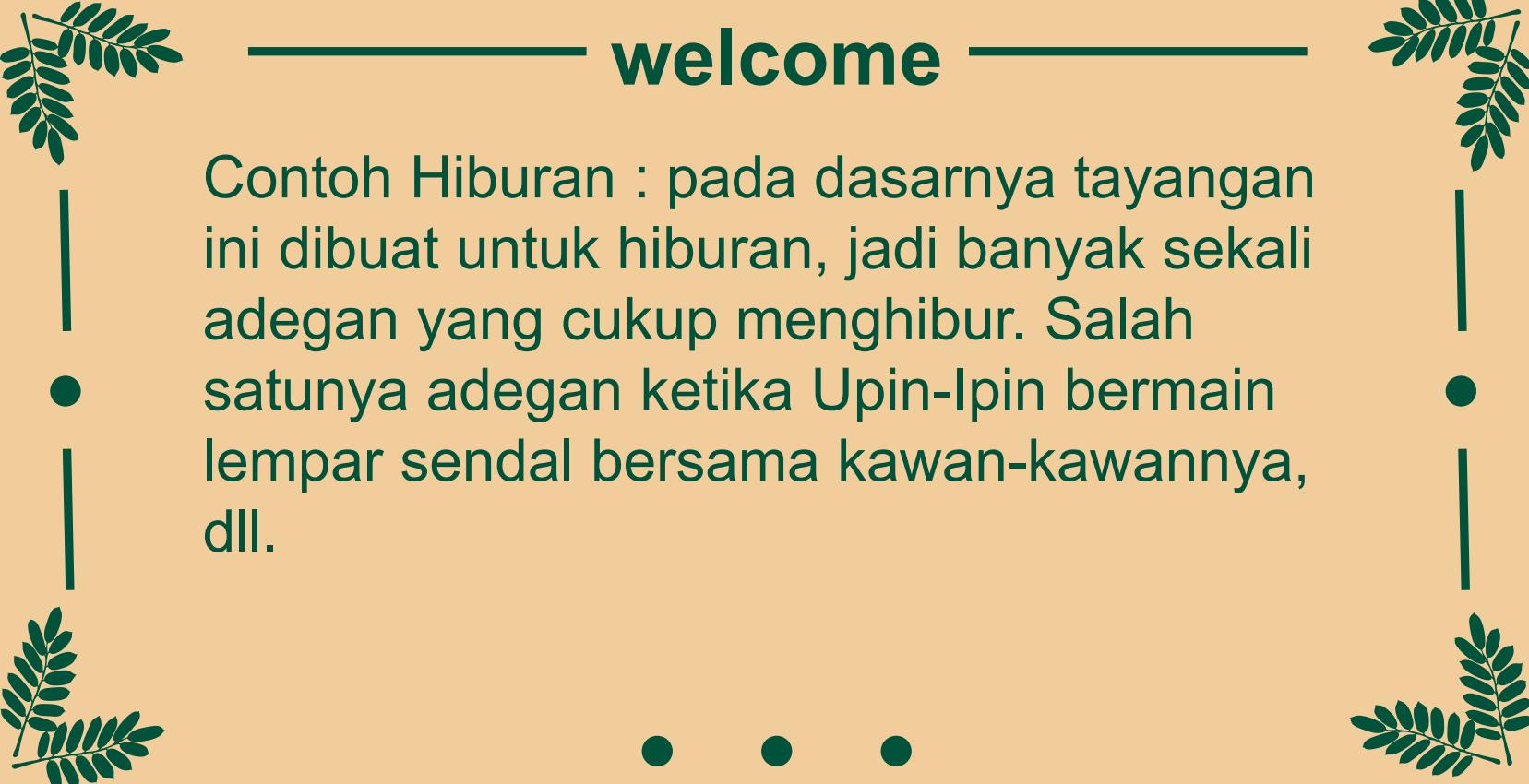
Salah satu tayangan di Televisi yang cukup digemari masyarakat indonesia adalah sinema kartun Upin-Ipin. Tayangan ini menampilkan edukasi, hiburan dan pengetahuan sekaligus dalam setiap tayangannya.



welcome

Contoh Edukasi : banyak sekali dalam tayangan Upin-Ipin yang mengandung unsur pendidikan. Salah satunya adalah adegan Upin-Ipin setiap pulang sekolah selalu mencium tangan Neneknya (Opa), adegan mengajarkan perilaku untuk menghormati orang yang lebih “tua”.

Contoh lain adalah ketika Upin-Ipin mengaji di surau, belajar dikelas, Upin-Ipin di dunia Dinosaurus.



welcome

Contoh Hiburan : pada dasarnya tayangan ini dibuat untuk hiburan, jadi banyak sekali adegan yang cukup menghibur. Salah satunya adegan ketika Upin-Ipin bermain lempar sendal bersama kawan-kawannya, dll.



welcome

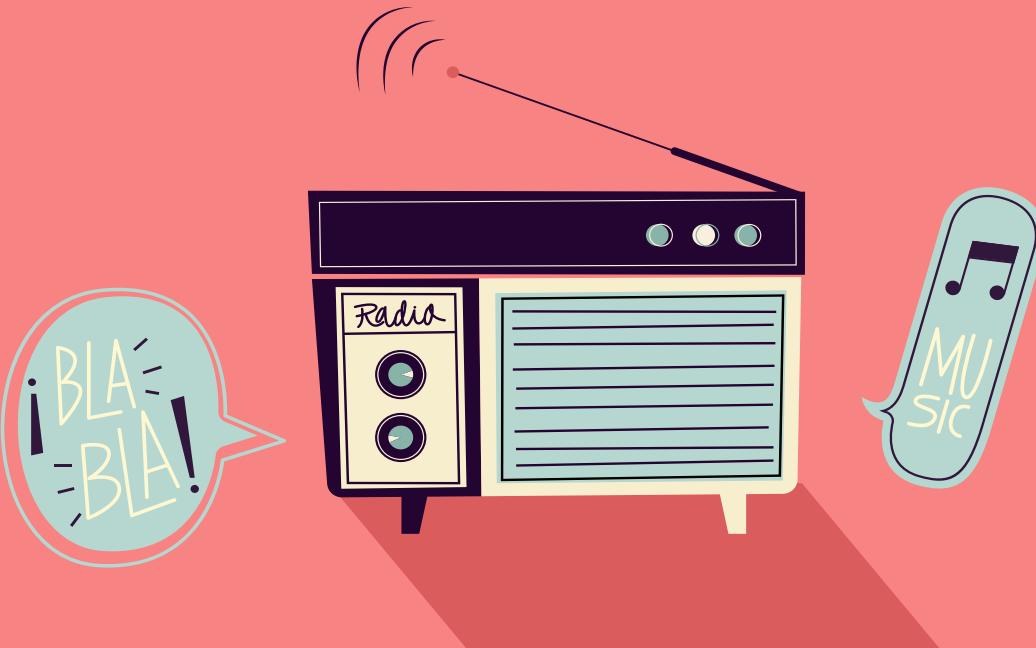
Banyak sekali hal-hal yang sebelumnya sangat awam bagi masyarakat kemudian bisa menjadi suatu pengetahuan yang baru bagi masyarakat. Contohnya : ketika Upin-Ipin membuat mainan dari kaleng susu, adegan ketika Upin-Ipin menanam Pisang di belakang rumah. Tanpa kita sadari juga anak-anak yang menonton ini bisa menjadi sangat akrab dengan bahasa, logat, dialek, melayu bahkan sering digunakan dalam kesehariannya tanpa ia sadari.





THANKS

RADIO



Aulia Amanda	181910050
Bangkit Sanjaya	181910007
Marisa Nuraini F.P	181910013
M. Selo Kardopas	181910043
M. Naufal Rizqullah	19191001p
Satrio Alatos Hidayatullah	181910023



RADIO CREATES IMAGE IN THE IMAGINATION OF THE
LISTENER WRITE AS YOU SPEAK, NOT AS YOU WRITE

*Masing- masing media punya karakter yang berbeda-beda
dan menjangkau kelompok audience yang berbeda-beda.
Bukan hanya tiras, tapi karakter audience dan kualitas
segmen sangat menentukan efektifitas iklan.*



Adatiga buahalasan yang menjadifaktorfaktor
yang mendukung siaran radio

radio siaran bersifat langsung

radio siaran tidak mengenal jarak dan
rintangan

radio siaran memiliki daya tarik

01

02

03

Pentingkah Radio?

Darimasa ke masa, peranan radio selalu penting. Bermunculannya berbagai media elektronik, termasuk maraknya Internet pun, tidak menenggelamkan radio sebagai salah satu media pilihan konsumen.

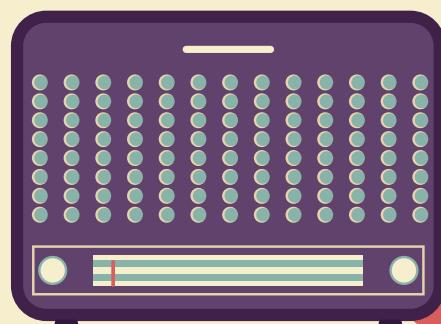
Karenanya, iklan di radio tetap perlu untuk dipertimbangkan dalam integrated marketing communication (IMC) sebuah brand campaign.

Kelebihan lain dari radio adalah lebih singkatnya waktu untuk mempersiapkan materi iklan. Materipun bisa dikemas/dibawakan dengan gaya bahasa sedemikian rupa sehingga sesuai dengan selera pendengar lokal.

Iklan radio yang efektif adalah yang mampu melibatkan pendengarnya. Engagement bisa diperoleh dari pemilihan kata-kata yang menarik atau humoris, dari komponen musik dan dari sound effect lainnya.



Adakalanya, radio setempat juga menawarkan jasa untuk membacakan script iklan oleh penyiaranya. Ini bagus, karena mampu menepis kebosanan pendengar yang lelah dijejali iklan yang bertubi-tubi. Dengan gaya tersendiri, penyiar membacakan script iklan dengan renyah dan dibumbui cerita-cerita keseharian, sehingga lebih merasuk ke benak pendengar. Hanya saja, harus tetap dilakukan suatu monitoring khusus, untuk meyakinkan bahwa penyiar tidak terlalu jauh memodifikasi script yang dikemas untuk brand. Karena harganya yang relatif lebih murah, iklan radio bermanfaat untuk meningkatkan frekuensi eksposure sebuah campaign. Dengan tingginya frekuensi, awareness terhadap pesan yang disampaikan melalui media radio akan dengan cepat dibangun.



Yang perlu diperhatikan adalah adanya sinergi antara pesan brand yang disampaikan lewat media radio dengan pesan brand yang disampaikan di media lainnya.

Jangan sampai masing-masing media menyampaikan hal yang tidak berhubungan, bahkan bertentangan.

Kelebihan Media Radio

- 1. Murah(biaya produksi dan placement)
- 2. Ketajaman Penetrasi (sinyal kuat pendengar dari jarak jauh)
- 3. Waktu Transmisi tak terbatas (mengudara 24 jam)
- 4. Imajinatif (suara/vocal, musikal)
- 5. Tidak memerlukan perhatian terfokus (sambil berkendara dll)
- 6. Bersifat Mobile (bisa dibawa kemana saja)
- 7. TemanSetia(temanrasasepi)
- 8. Pengganttelevisi(tidak bisa lihat televisi)
- 9. MediaIntrusif(efektif memutuskan menyela info baru)
- 10. Bukanmediamusiman(memiliki pendengar dan pater pengaruhmusim)
- 11. Sulurban coverage jangkauan yang tidak terjangkau tv, media cetak)

Kelemahan Media Radio

1. Lack of pictures pengiklartidak bisa demonstrasikan produknya
2. Radio menyiarkan klan sekilas (perlupengulangan)
3. Bersifat terbatas (pengiklartumpangindih menjangka masa)
4. Local Area service (enjangka daerah tertentu tergantung radionya)
5. Sulit dimonitor

1. Buatlah pendengar “melihat” apa yang anda sampaikan
2. Gunakan kata-kata sederhana biasa terdengar setiap hari
3. Hindari kata-kata salah dengar atau salah arti
4. Gunakan Sound Effect (SFX) produk yang sedang “Action”
5. Ramukan jingle, dialog, penyiar, SFX, musik sefektif mungkin.
6. Sesuaikan dengan gaya station radio yang dipilih
7. Variasikan tema jingle bisa nge’rock, dangdut, R&B, pop, dll
8. Adlips (berita/iklan dari suara penyiar)
9. Spot promo (iklan promosi produk)
10. Wawancara langsung .

Cari iklan radio

Analisis sebagi berikut:

1. Iklan apa yang disampaikan
2. Apakah sudah tepat media radio sebagai penyapaian pesan
3. Siapakah segmen pasarpendengar
4. Apa yang dilakukan oleh desainer dari tahap awal iklan sampai selesai
5. Misalnya diawali dengan jingle musik kemudian bicara dan seterusnya sampai selesai



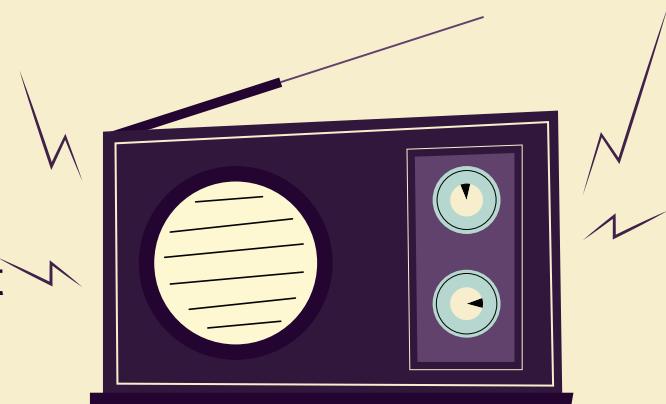


Proses kerja pembuatan iklan

1. *Briefing* awal, antara pembuat iklan dengan pemesan iklan.
2. *Perumusan Strategi Kreatif* — perumusan strategi yang akan menentukan arah umum sebuah iklan.
Penyusunan Konsep
3. inti iklan adalah gagasan yang ada dibelakangnya, apa yang akan dikatakan sebuah iklan kepada khalayak
4. konsep iklan merupakan titik pusat iklan tersebut
5. sebuah kampanye iklan akan berhasil atau gagal, tergantung pada kekuatan atau kelemahan konsep dasarnya.
6. *Pelaksanaan* — kegiatan berlanjut pada proses pembuatan ide dan eksekusi dari konsep.
7. *Memproduksi Iklan Jadi* — merupakan proses rekaman, *take voice*, pemilihan musik, *sound effect* dll hingga mixing serta penggandaan hasilnya.

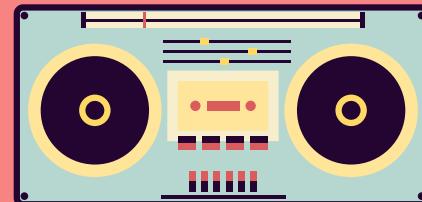
Prinsipprinsipplanadio:

1. Keseimbanganstrukturisuaratidakboleh mendominasi.
 2. Keringkasanklanharusdapatbekerjacepat, singkat tajamdanlangsungke sasaran
 3. Kesederhanaanhindaridetail (umit&ruwe)
 4. EarcatchingMudahdidengarkanmudahdiingat
 5. MenarikPerhatianBeranitampilBeda



MENULIS IKLAN RADIO

1. Tuangkan pesan ke dalam kata
2. Susun gagasan sesuai dengan pesan. Gagasan harus mencerminkan harapan klien kepada calon konsumen/pendengar setelah mendengarkan iklan.
3. Sajikan uraian singkat mengenai setiap peran.
Untuk membantu aktor agar menyadari peran yang dimainkan.
Jelaskan situasi apa yang diharapkan dalam script, dan bagaimana dia harus berakting.
4. Naskah harus sederhana
Susunlah teks iklan dengan bahasa sederhana. Hindarkan argumen dan angka-angka yang membingungkan. Semakin sederhana semakin baik.

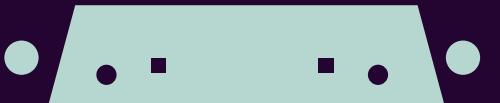


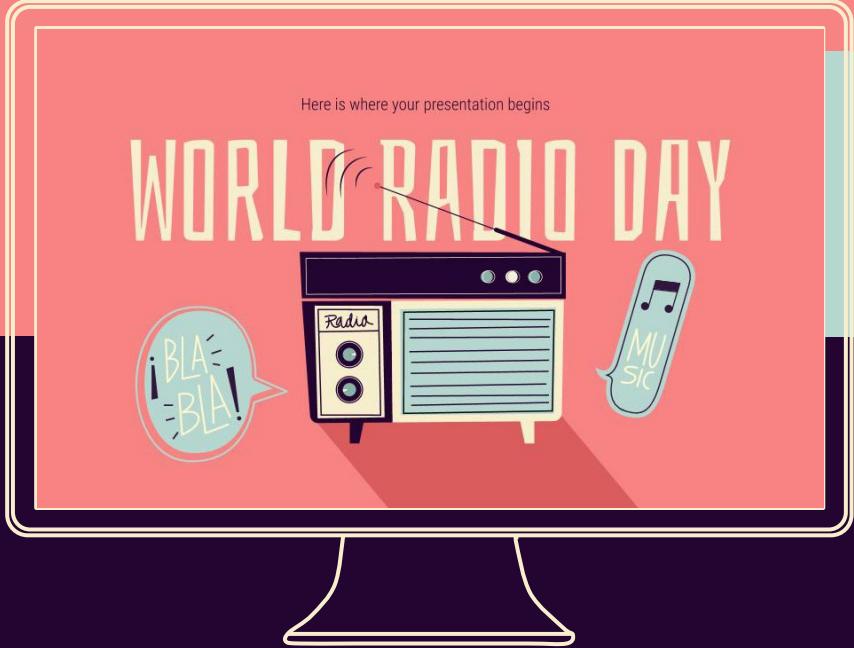
5. Sajikan dialog secara benar dan nyata.

Sajikan teks iklan dengan kata-kata yang biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari. Cara kita berbicara mungkin berbeda dengan cara bicara sasaran pendengar kita, maka pelajari kebiasaan mereka berdialog, dan kata-kata itulah yang kita pilih.

7. Ciptakan suasana setting dan hubungan antar peran secara jelas.

Kemukakan keterangan yang menggambarkan setting dan hubungan antar peran dalam iklan. Dapat dilakukan dengan dialog atau sound effect.





Here is where your presentation begins

WORLD RADIO DAY

BLA-BLA!

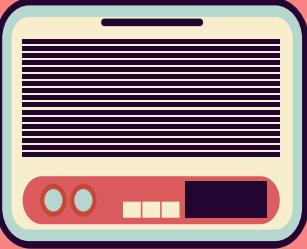
Radio

MUSIC

Fungsi dan nasa radio

Informasi

Fungsmediaradiosebagaiinformasi adalahadanyapemberitaamengenai informasiyangakuratdanterbaruyang belumtersiarkanolehmedia lain. seperti informasi kemacetan dijalan dan lain lain.



Edukasi

Radio sebagai sumber edukasi salah satunya radio yang adalah Radio Edukasi (RE) merupakan salah satu sumber belajar atau media pendidikan yang dikembangkan oleh Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan (BPMRP) Yogyakarta sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pusat Teknologi dan RE menyiar berbagai materi pendidikan yang dikemas dengan santun, cerdas, dan menghibur serta disiarkan dalam berbagai bentuk program acara.

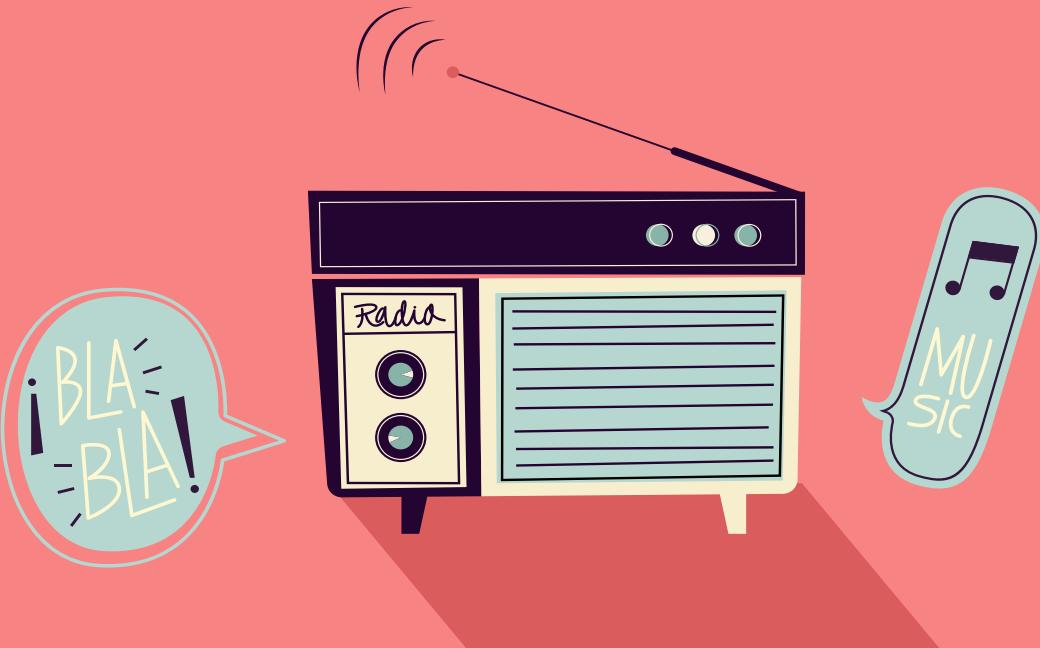


Hiburan

Radio juga mempunyai siaran hiburan seperti podcast, dan radio juga mempunyai siaran hiburan yang dapat memberikan pedengarnya untuk menyampaikan suatu pesan yang tidak hanya di dengar dia sendiri.



RADIO



Aulia Amanda	181910050
Bangkit Sanjaya	181910007
Marisa Nuraini F.P	181910013
M. Selo Kardopas	181910043
M. Naufal Rizqullah	19191001p
Satrio Alatos Hidayatullah	181910023



RADIO CREATES IMAGE IN THE IMAGINATION OF THE
LISTENER WRITE AS YOU SPEAK, NOT AS YOU WRITE

*Masing- masing media punya karakter yang berbeda-beda
dan menjangkau kelompok audience yang berbeda-beda.
Bukan hanya tiras, tapi karakter audience dan kualitas
segmen sangat menentukan efektifitas iklan.*



Adatiga buahalasan yang menjadifaktorfaktor
yang mendukung siaran radio

radio siaran bersifat langsung

radio siaran tidak mengenal jarak dan
rintangan

radio siaran memiliki daya tarik

01

02

03

Pentingkah Radio?

Darimasa ke masa, peranan radio selalu penting. Bermunculannya berbagai media elektronik, termasuk maraknya Internet pun, tidak menenggelamkan radio sebagai salah satu media pilihan konsumen.

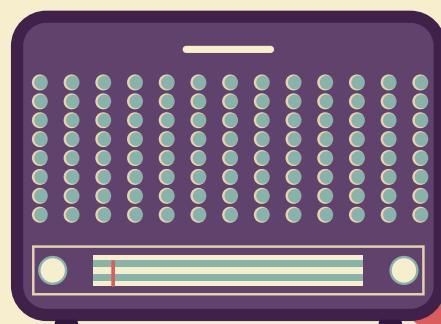
Karenanya, iklan di radio tetap perlu untuk dipertimbangkan dalam integrated marketing communication (IMC) sebuah brand campaign.

Kelebihan lain dari radio adalah lebih singkatnya waktu untuk mempersiapkan materi iklan. Materipun bisa dikemas/dibawakan dengan gaya bahasa sedemikian rupa sehingga sesuai dengan selera pendengar lokal.

Iklan radio yang efektif adalah yang mampu melibatkan pendengarnya. Engagement bisa diperoleh dari pemilihan kata-kata yang menarik atau humoris, dari komponen musik dan dari sound effect lainnya.



Adakalanya, radio setempat juga menawarkan jasa untuk membacakan script iklan oleh penyiaranya. Ini bagus, karena mampu menepis kebosanan pendengar yang lelah dijejali iklan yang bertubi-tubi. Dengan gaya tersendiri, penyiar membacakan script iklan dengan renyah dan dibumbui cerita-cerita keseharian, sehingga lebih merasuk ke benak pendengar. Hanya saja, harus tetap dilakukan suatu monitoring khusus, untuk meyakinkan bahwa penyiar tidak terlalu jauh memodifikasi script yang dikemas untuk brand. Karena harganya yang relatif lebih murah, iklan radio bermanfaat untuk meningkatkan frekuensi eksposure sebuah campaign. Dengan tingginya frekuensi, awareness terhadap pesan yang disampaikan melalui media radio akan dengan cepat dibangun.



Yang perlu diperhatikan adalah adanya sinergi antara pesan brand yang disampaikan lewat media radio dengan pesan brand yang disampaikan di media lainnya.

Jangan sampai masing-masing media menyampaikan hal yang tidak berhubungan, bahkan bertentangan.

Kelebihan Media Radio

- 1. Murah(biaya produksi dan placement)
- 2. Ketajaman Penetrasi (sinyal kuat pendengar dari jarak jauh)
- 3. Waktu Transmisi tak terbatas (mengudara 24 jam)
- 4. Imajinatif (suara/vocal, musikal)
- 5. Tidak memerlukan perhatian terfokus (sambil berkendara dll)
- 6. Bersifat Mobile (bisa dibawa kemana saja)
- 7. TemanSetia(temanrasasepi)
- 8. Pengganttelevisi(tidak bisa lihat televisi)
- 9. MediaIntrusif(efektif memutuskan menyela info baru)
- 10. Bukanmediamusiman(memiliki pendengar dan pater pengaruhmusim)
- 11. Sulurban coverage jangkauan yang tidak terjangkau tv, media cetak)

Kelemahan Media Radio

1. Lack of pictures pengiklartidak bisa demonstrasikan produknya
2. Radio menyiarkan klan sekilas (perlupengulangan)
3. Bersifat terbatas (pengiklartumpangindih menjangka masa)
4. Local Area service (enjangkauan daerah terbatas tergantung radionya)
5. Sulit dimonitor

1. Buatlah pendengar “melihat” apa yang anda sampaikan
2. Gunakan kata-kata sederhana biasa terdengar setiap hari
3. Hindari kata-kata salah dengar atau salah arti
4. Gunakan Sound Effect (SFX) produk yang sedang “Action”
5. Ramukan jingle, dialog, penyiar, SFX, musik sefektif mungkin.
6. Sesuaikan dengan gaya station radio yang dipilih
7. Variasikan tema jingle bisa nge’rock, dangdut, R&B, pop, dll
8. Adlips (berita/iklan dari suara penyiar)
9. Spot promo (iklan promosi produk)
10. Wawancara langsung .

Cari iklan radio

Analisis sebagi berikut:

1. Iklan apa yang disampaikan
2. Apakah sudah tepat media radio sebagai penyapaian pesan
3. Siapakah segmen pasarpendengar
4. Apa yang dilakukan oleh desainer dari tahap awal iklan sampai selesai
5. Misalnya diawali dengan jingle musik kemudian bicara dan seterusnya sampai selesai



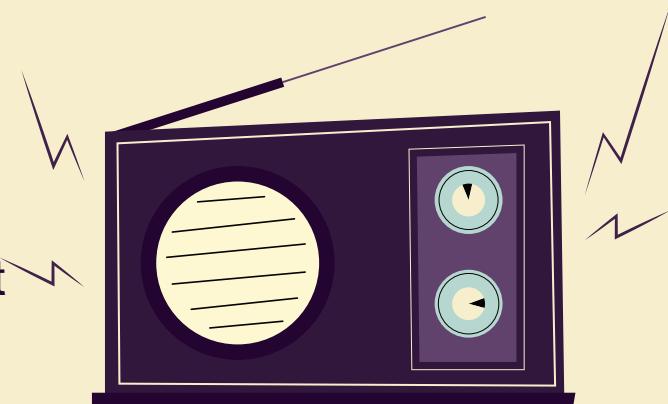


Proses kerja pembuatan iklan

1. *Briefing* awal, antara pembuat iklan dengan pemesan iklan.
2. *Perumusan Strategi Kreatif* — perumusan strategi yang akan menentukan arah umum sebuah iklan.
Penyusunan Konsep
3. inti iklan adalah gagasan yang ada dibelakangnya, apa yang akan dikatakan sebuah iklan kepada khalayak
4. konsep iklan merupakan titik pusat iklan tersebut
5. sebuah kampanye iklan akan berhasil atau gagal, tergantung pada kekuatan atau kelemahan konsep dasarnya.
6. *Pelaksanaan* — kegiatan berlanjut pada proses pembuatan ide dan eksekusi dari konsep.
7. *Memproduksi Iklan Jadi* — merupakan proses rekaman, *take voice*, pemilihan musik, *sound effect* dll hingga mixing serta penggandaan hasilnya.

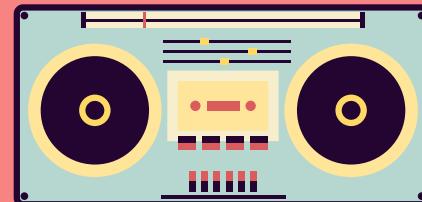
Prinsipprinsipplanradio:

1. Keseimbangan
Ketimbangan atau kesetimbangan dalam komunikasi berbicara adalah hal yang penting. Jika satu pihak berbicara terlalu banyak dan lama, maka pihak lainnya akan merasa tidak nyaman dan mungkin akan mengalihubahkan topik pembicaraan. Sebaliknya, jika pihak lainnya berbicara terlalu banyak dan lama, maka pihak yang berbicara pertama akan merasa tidak nyaman dan mungkin akan mengalihubahkan topik pembicaraan.
 2. Keringkasanklan
Keringkasanklan adalah teknik komunikasi yang berfokus pada memberikan informasi yang singkat dan jelas. Tujuan dari teknik ini adalah untuk memastikan bahwa pesan yang diberikan dapat dimengerti dengan mudah dan cepat. Keringkasanklan dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi dalam bentuk ringkas dan jelas, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan menghindari pengulangan kata-kata yang tidak perlu.
 3. Kesederhanaan
Kesederhanaan adalah teknik komunikasi yang berfokus pada memberikan informasi yang mudah dipahami dan diingat. Tujuan dari teknik ini adalah untuk memastikan bahwa pesan yang diberikan dapat dimengerti dengan mudah dan cepat. Kesederhanaan dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi dalam bentuk ringkas dan jelas, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan menghindari pengulangan kata-kata yang tidak perlu.
 4. Earcatching
Earcatching adalah teknik komunikasi yang berfokus pada memberikan informasi yang mudah didengar dan mudah diingat. Tujuan dari teknik ini adalah untuk memastikan bahwa pesan yang diberikan dapat dimengerti dengan mudah dan cepat. Earcatching dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi dalam bentuk ringkas dan jelas, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan menghindari pengulangan kata-kata yang tidak perlu.
 5. MenarikPerhatian
MenarikPerhatian adalah teknik komunikasi yang berfokus pada memberikan informasi yang menarik dan menarik perhatian. Tujuan dari teknik ini adalah untuk memastikan bahwa pesan yang diberikan dapat dimengerti dengan mudah dan cepat. MenarikPerhatian dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi dalam bentuk ringkas dan jelas, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan menghindari pengulangan kata-kata yang tidak perlu.



MENULIS IKLAN RADIO

1. Tuangkan pesan ke dalam kata
2. Susun gagasan sesuai dengan pesan. Gagasan harus mencerminkan harapan klien kepada calon konsumen/pendengar setelah mendengarkan iklan.
3. Sajikan uraian singkat mengenai setiap peran.
Untuk membantu aktor agar menyadari peran yang dimainkan.
Jelaskan situasi apa yang diharapkan dalam script, dan bagaimana dia harus berakting.
4. Naskah harus sederhana
Susunlah teks iklan dengan bahasa sederhana. Hindarkan argumen dan angka-angka yang membingungkan. Semakin sederhana semakin baik.

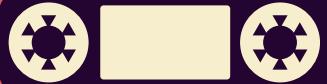


5. Sajikan dialog secara benar dan nyata.

Sajikan teks iklan dengan kata-kata yang biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari. Cara kita berbicara mungkin berbeda dengan cara bicara sasaran pendengar kita, maka pelajari kebiasaan mereka berdialog, dan kata-kata itulah yang kita pilih.

7. Ciptakan suasana setting dan hubungan antar peran secara jelas.

Kemukakan keterangan yang menggambarkan setting dan hubungan antar peran dalam iklan. Dapat dilakukan dengan dialog atau sound effect.





Here is where your presentation begins

WORLD RADIO DAY

BLA-BLA!

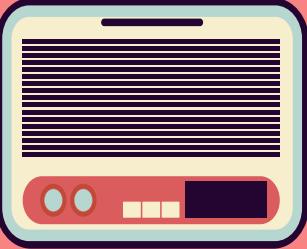
Radio

MUSIC

Fungsi dan nasa radio

Informasi

Fungsmediaradiosebagaiinformasi adalahadanyapemberitaamengenai informasiyangakuratdanterbaruyang belumtersiarkanolehmedia lain. seperti informasi kemacetan dijalan dan lain lain.



Edukasi

Radio sebagai sumber edukasi salah satunya radio yang adalah Radio Edukasi (RE) merupakan salah satu sumber belajar atau media pendidikan yang dikembangkan oleh Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan (BPMRP) Yogyakarta sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pusat Teknologi dan RE menyiar berbagai materi pendidikan yang dikemas dengan santun, cerdas, dan menghibur serta disiarkan dalam berbagai bentuk program acara.



Hiburan

Radio juga mempunyai siaran hiburan seperti podcast, dan radio juga mempunyai siaran hiburan yang dapat memberikan pedengarnya untuk menyampaikan suatu pesan yang tidak hanya di dengar dia sendiri.



MANAJEMEN MEDIA

“Surat Kabar”

Disusun oleh

1. Diki Affandi (181910005)
2. Julian Finaldy Mustar (181910053)
3. Kiki Sanjaya (181910012)
4. M.Daffa Hazazi (181910066)
5. Oktarita (181910069)
6. Yusril Ihza Mahendra (181910039)

Komunikasi Massa

Komunikasi massa yaitu suatu proses media/organisasi yang membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak / Publik yang menggunakan media massa sebagai medianya.

• Komunikasi massa terdiri dari media massa cetak dan elektronik yaitu

1. Media Massa Cetak

contoh : surat kabar, majalah, tabloid, bulletin

2. Media Massa Elektronik

contoh : televisi dan radio

Sejarah Perkembangan Pers di Indonesia

Sejarah perkembangan pers di Indonesia tidak terlepas dari sejarah politik Indonesia, yaitu terbagi menjadi 3 golongan

1. Pers Kolonial

Pers yang diusahakan orang-orang Belanda di Indonesia pada masa kolonial. Pers kolonial meliputi surat kabar, majalah dan koran berbahasa Belanda, daerah / Indonesia yang bertujuan membela kepentingan kaum kolonialis.

2. Pers Cina

Pers yang diusahakan oleh orang-orang Cina di Indonesia. Pers Cina meliputi koran, majalah dalam bahasa Cina, Indonesia , Belanda yang diterbitkan oleh golongan penduduk keturunan Cina.

3. Pers Nasional

Pers yang diusahakan oleh orang-orang Indonesia terutama orang-orang pergerakan dan diperuntukan bagi orang Indonesia yang bertujuan untuk memperjuangkan hak-hak bangsa Indonesia di masa penjajahan.

Perkembangan & Perubahan Pers di Indonesia

- ◊ Tahun 1945 → Pers Indonesia sebagai Pers Perjuangan
- ◊ Tahun 1950 → Pers Indonesia sebagai Pers Partisipan
- ◊ Tahun 1970/1980 → Pers Indonesia sebagai Pers Komersial
- ◊ Tahun 1990 → Pers memulai proses repolitisasi
- ◊ Tahun 1999-sekarang → Lahirnya kebebasan pers dibawah kebijakan Presiden Habibie sampai dengan sekarang sesuai dengan UU Pers No.40 Tahun 1999

I. Surat Kabar

◆ Pengertian Surat Kabar

yaitu media komunikasi massa cetak yang diterbitkan secara berkala (periodik) dan bersenyawa dengan kemajuan teknologi pada masanya dalam menyajikan tulisan berupa berita, feauture, pendapat, cerita rekaan (fiksi), dan bentuk karangan yang lain.

Tujuan dasar penulisan surat kabar adalah memperoleh berita dari sumber yang tepat (akurat dan aktual) untuk disampaikan secepat dan selengkap kepada para pembacanya.

Perkembangan Surat Kabar di Indonesia

Surat kabar terbit pada sejak tahun 1744 di Batavia yang dikenal dengan istilah “*Pers Perjuangan*”

Pada zaman Belanda tahun 1828 terbit *Javasche Courant* di Jakarta yang isinya tentang periklanan.

Pada Zaman Jepang, *Kantor Berita Antara* diambil alih menjadi *Kantor Berita Yashima* yang bersifat propaganda.

Zaman Kemerdekaan munculnya surat kabar *Berita Indonesia*, *Harian rakyat*, *Soeara Indonesia*.

Zaman Orde Lama, setelah dekrit 5 Juli 1959 dalam mendapatkan SIT dan Surat Izin Cetak diperketat.

Zaman Orde Baru, menjamurnya surat kabar di Indonesia, karena adanya kebebasan Pers. Seperti *Media Indonesia*, *Kompas*, *Sumatera Ekspres*, *Sriwijaya Post* dan koran lainnya

Fungsi & Peranan Surat Kabar

- Media untuk menyatakan pendapat dan gagasan
- Media perantara bagi pemerintah dan masyarakat
- Sebagai penyampai informasi kepada masyarakat luas
- Sebagai penyalur opini publik

- Dari 4 fungsi media massa yaitu sebagai informasi, edukasi, hiburan dan persuasi.
 - Fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi, hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar untuk mengetahui akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya.
 - Fungsi hiburan dapat ditemukan pada rubrik artikel ringan, feature, komik atau kartun serta cerita bersambung.
 - Fungsi mendidik dan mempengaruhi (persuasi) akan ditemukan pada artikel ilmiah, tajuk rencana (editorial) dan rubrik opini. Fungsi pers bertambah lagi sebagai alat kontrol sosial yang konstruktif.

Karakteristik Surat Kabar

1. Publisitas

Penyebaran informasi pada publik / khalayak

2. Periodisitas

Menunjuk pada keteraturan terbitnya baik itu harian, mingguan, dwimingguan tetapi biasanya surat kabar penerbitannya bersifat periodik (berkelanjutan) setiap hari

3. Universalitas

Isinya bersifat kesemestaan, berita yang disajikan beraneka ragam menyangkut segala bidang ekonomi, sosial, politik, budaya dan informasi beritanya dari seluruh dunia.

4. Aktualitas

Informasi berita selalu up to date (terkini) dan sesuai dengan fakta yang ada (faktual)

5. Terdokumentasikan

Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk berita / artikel, dipastikan ada beberapa diantaranya yang oleh beberapa pihak tertentu dianggap penting untuk diarsipkan dan dibuat kliping.

Kategori Surat Kabar

1. Ruang Lingkup

- ❖ Nasional

Contoh : Jawa Post, Media Indonesia, Sindo, Kompas

- ❖ Regional

Contoh : Sumatera Ekspres, Bali Post

- ❖ Lokal

Contoh : Palembang Ekspres, Lahat Post, Enim Post

2. Bahasa

- ❖ Bahasa Indonesia

Contoh : Indo, Sumatera Ekspres,

- ❖ Bahasa Asing

Contoh : - Surat Kabar Bahasa Jepang Nihon Keizai Shimbun
yang terbit di Hokaido

- Surat Kabar Bahasa Inggris The Times yang terbit
di Inggris

- ❖ Bahasa Daerah

Contoh : Bandung Post, Palembang Post

II. Majalah

• Pengertian Majalah

yaitu penerbitan berkala yang berisi berbagai macam artikel dalam subyek yang bervariasi seperti informasi, cerita, tips, iklan, fashion, hobi dan lain-lain.

Majalah biasanya diterbitkan mingguan, dwimingguan atau bulanan, majalah memiliki artikel mengenai topik populer yang ditujukan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh banyak orang.

- Menurut Dominick, klasifikasi majalah dibagi ke dalam 5 kategori utama, yakni:
 - (1) General Consumer Magazine (majalah konsumen umum),
 - (2) Business Publication (majalah bisnis),
 - (3) Literacy Reviews and Academic Journal (kritik sastra dan majalah ilmiah),
 - (4) Newsletter (majalah khusus terbita berkala),
 - (5) Public Relations Magazines (Majalah Humas).

Perkembangan Majalah di Indonesia

Majalah terbit pada akhir abad 19 majalah *Bondsblad* yang terbit 1897, ada juga *Jong Indie* yang diterbitkan oleh Mr. Thomas seorang ahli hukum di Batavia.

Pada awal abad 20 *Retno Doemilah* dan *Soera Goeroe* terbit tahun 1907 oleh Boedi Oetomo. Akhir tahun 1910 Douwes Dekker menerbitkan majalah dwi mingguan *Het Tijdschrift*.

Tahun 1913 Tjipto Mangoenkoesoemo menerbitakan *Majalah De Indier*, *Majalah Weekblad Sin Po* yang terbit tahun 1923 yang diterbitkan grup Sin Po.

Fungsi Majalah

1. to Inform (informasi)
2. to Educate (pendidikan)
3. to Persuade (bujukan)
4. to Entertain (hiburan)

Lebih mengacu pada sasaran khalayak yang spesifik

Karakteristik Majalah

1. Penyajian informasi lebih dalam
2. Sasaran khalayaknya jelas (tersegmentasi)
3. Nilai aktualitas lebih lama
4. Gambar atau foto lebih banyak
5. Cover atau sampul sebagai daya tarik
6. Pesan iklan efektif mempengaruhi khalayak
7. Unsur informasinya lebih menghibur dan mendidik

Kategori Majalah

Segmentasi majalah antara lain :

- ❖ Majalah Berita
- ❖ Majalah Keluarga
- ❖ Majalah Wanita
- ❖ Majalah Pria
- ❖ Majalah Remaja Wanita
- ❖ Majalah Remaja Pria
- ❖ Majalah Anak-Anak
- ❖ Majalah Ilmiah Populer
- ❖ Majalah Musik
- ❖ Majala Fashion
- ❖ Majalah Hukum
- ❖ Majalah Pertanian
- ❖ Majalah Humor
- ❖ Majalah Olahraga
- ❖ Majalah Daerah
- ❖ Majalah Umum



Surat Kabar



Kelompok 3

1. Dinda Aulya 181910034
2. Novalina Mursese 181910010
3. Rizky Adinda Putri 181910014
4. M. Iqbal Alrisandi 181910065
5. Dinal Solehan 181910031

>

<



Pengertian Surat Kabar

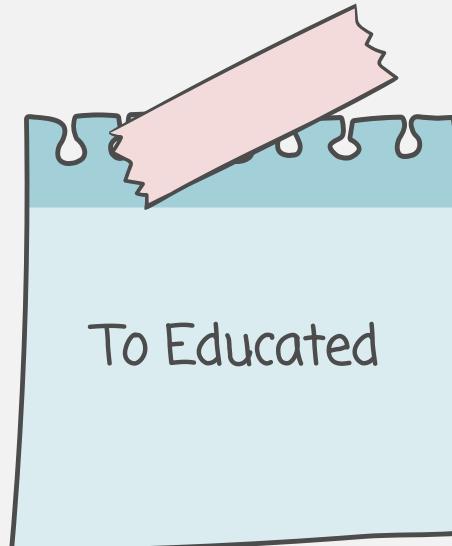
Surat kabar atau yang biasa disebut dengan Koran adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadidi masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodic, bersifat umum, isinya termasa dan actual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui si pembaca.

Arti penting surat kabar terletak pada kemampuannya untuk menyajikan berita-berita dan gagasan-gagasan tentang perkembangan masyarakat pada umumnya, yang dapat mempengaruhi kehidupan modern seperti sekarang ini.

Selain itu, surat kabar mampu menyampaikan sesuatu setiap saat kepada pembacanya melalui surat kabar pendidikan, informasi, dan interpretasi mengenai beberapa hal, sehingga hampir sebagian besar dari masyarakat menggantungkan dirinya kepada pers untuk memperoleh informasi.



Fungsi Surat Kabar



Penjelasan tentang fungsi surat kabar

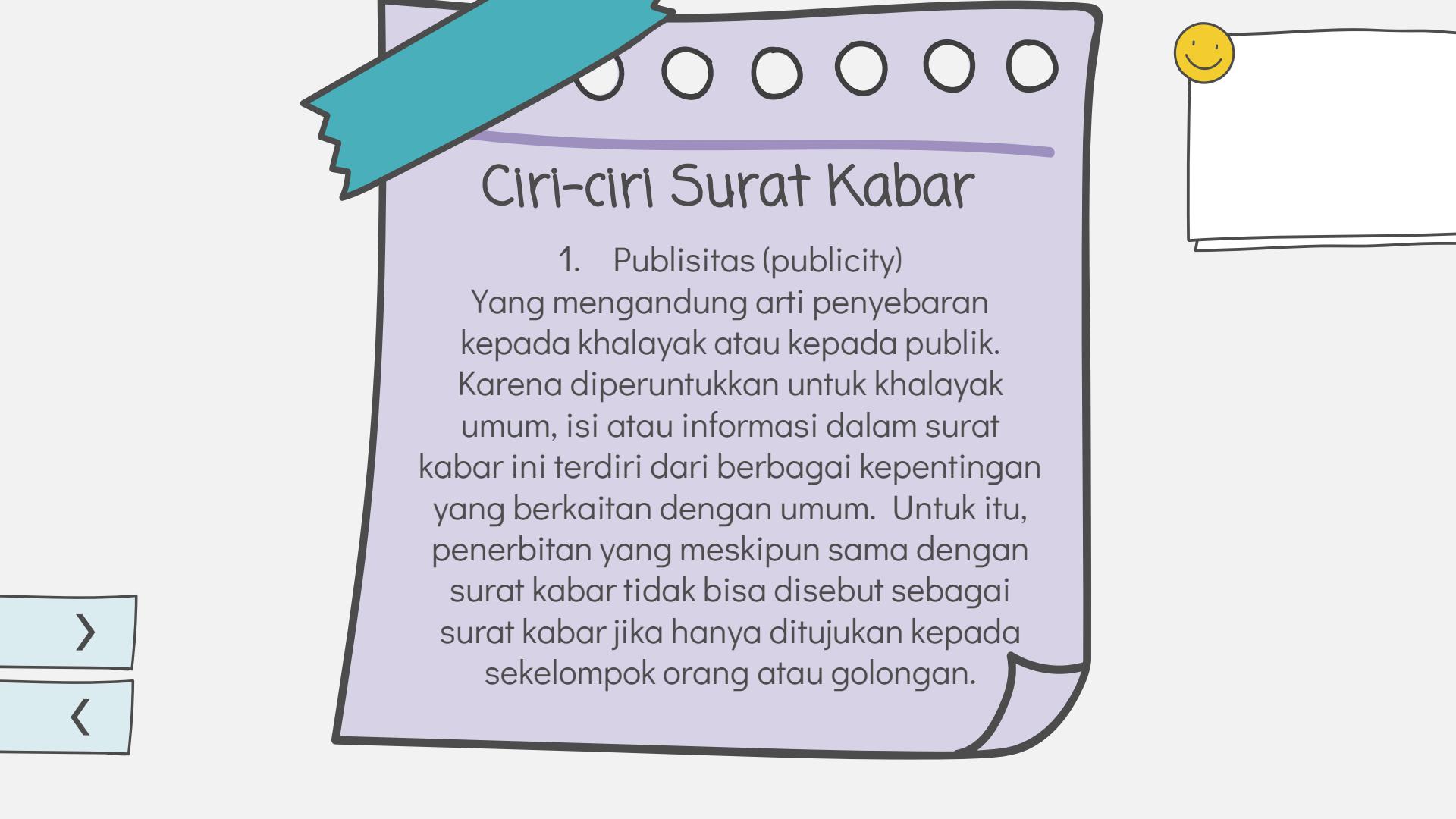
- Fungsi surat kabar yang pertama yaitu to inform (informasi) yang berarti menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas-luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar, yakni, akurat, factual, menarik atau penting, benar, lengkap, utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relavan, bermanfaat dann etis.
- Fungsi surat kabar yang kedua to educated (mendidik). Informasi yang disebarluaskan surat kabar hendaknya dalam kerangka mendidik. Inilah yang membedakan surat kabar sebagai lembaga kemasyarakatan yang lain. Sebagai lembaga ekonomi, surat kabar dituntut berorientasi komersil untuk memperoleh keuntungan financial.



Nama dan fungsinya sama sekali tidak boleh mengurangi, apalagi meniadakan fungsi dan tanggung jawab sosial surat kabar. Dengan kata lain, surat kabar harus mau dan mampu memerankan dirinya sebagai guru bangsa.

- Fungsi surat kabar yang ketiga, yaitu to entertain (menghibur). Keberadaan surat kabar tidak hanya informasi sebagai mendidik, mengkoreksi tetapi surat kabar juga mampu berperan sebagai media hiburan yang sehat dan menyenangkan bagi seluruh lapisan masyarakat. Artinya, apapun pesan rekreatif yang disajikan mulai dari cerita pendek hingga teka-teki sillang tidak boleh bersifat negative. Surat kabar harus menjadi sahabat setia pembaca yang menyenangkan.

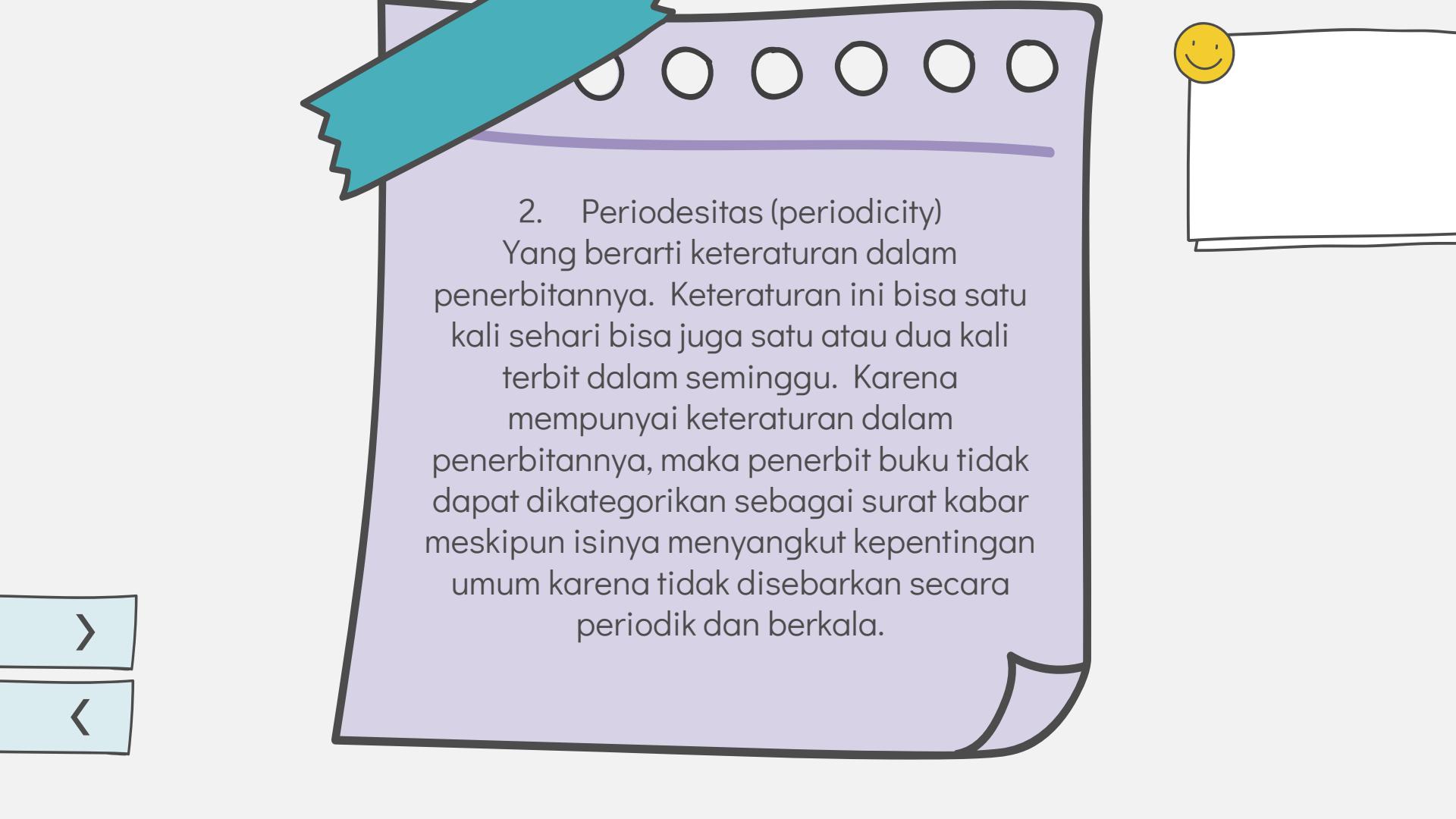




Ciri-ciri Surat Kabar

1. Publisitas (publicity)

Yang mengandung arti penyebaran kepada khalayak atau kepada publik. Karena diperuntukkan untuk khalayak umum, isi atau informasi dalam surat kabar ini terdiri dari berbagai kepentingan yang berkaitan dengan umum. Untuk itu, penerbitan yang meskipun sama dengan surat kabar tidak bisa disebut sebagai surat kabar jika hanya ditujukan kepada sekelompok orang atau golongan.

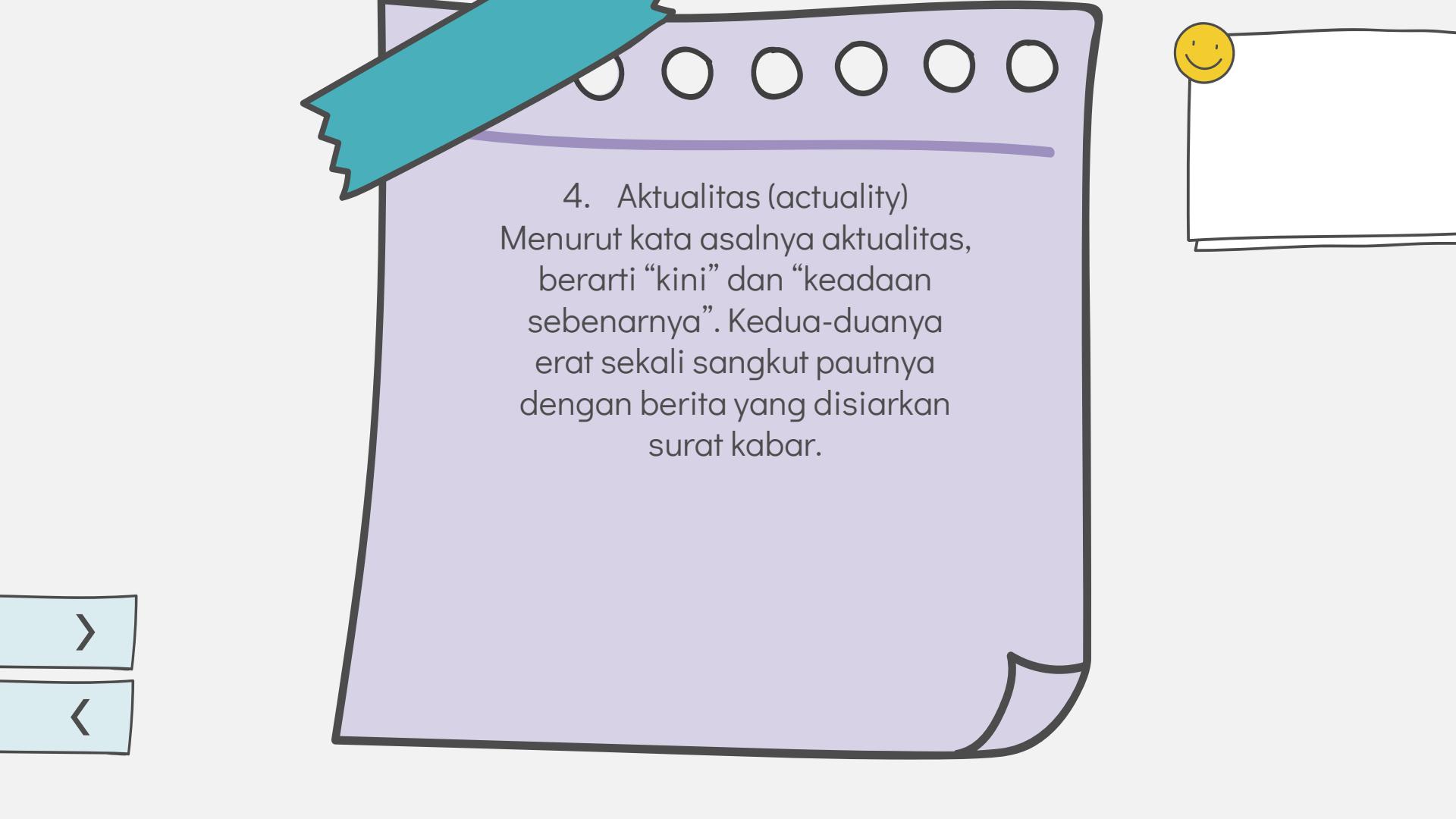
- 
2. Periodesitas (periodicity)
Yang berarti keteraturan dalam penerbitannya. Keteraturan ini bisa satu kali sehari bisa juga satu atau dua kali terbit dalam seminggu. Karena mempunyai keteraturan dalam penerbitannya, maka penerbit buku tidak dapat dikategorikan sebagai surat kabar meskipun isinya menyangkut kepentingan umum karena tidak disebarluaskan secara periodik dan berkala.



3. Universalitas (universality)

Yang berarti kemestaan dan keragaman. Isinya yang datang dari berbagai penjuru dunia. Untuk itu jika sebuah penerbitan berkala isinya hanya mengkhususkan diri pada suatu profesi atau aspek kehidupan, seperti majalah kedokteran, arsitektur, koperasi atau pertanian, tidak termasuk surat kabar.





4. Aktualitas (actuality)

Menurut kata asalnya aktualitas, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua-duanya erat sekali sangkut pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar.

01

02

03

>

<

Kelompok kami
kelompok 3
mengambil contoh
Surat Kabar tentang
Tribun Sumsel



01

02

03

To Inform

Dalam Koran Tribun Sumsel fungsi surat kabar sebagai media informasi sudah sangat baik namun sering kali informasi yang di muat adalah informasi yang kurang penting, seperti berita mengenai kehidupan para artis seperti contoh berita disamping



01

02

03



To Educated

Berita-berita di surat kabar sudah seharusnya mengandung unsur edukasi untuk menambah ilmu dan pengetahuan si pembaca, namun dalam koran tribun sumsel tidak banyak berita edukasi yang dimuat di dalamnya, hanya ada beberapa saja.

Rasulullah Mengajarkan tak Menumpuk Harta





To Entertain

Tujuan pemuatan isi yang mengandung hiburan itu, semata-mata untuk melemaskan ketegangan pikiran setelah pembaca disuguhi berita dan artikel yang berat-berat. Biasanya yang banyak dicari oleh pembaca itu adalah cerpen dan teka-teki silang. namun di Koran Tribun Sumsel tidak terdapat cerpen dan teka-teki silang, hanya ada tajuk rencana.

01

02

03



Kesimpulan

Berita-berita yang dimuat surat kabar harus berimbang antara informasi, pengetahuan maupun hiburan. Sebisa mungkin surat kabar itu menjadi suatu yang menarik sehingga masyarakat senang membaca surat kabar, apalagi sekarang ini surat kabar sudah mulai ditinggalkan dan orang-orang mulai beralih ke media informasi digital.





Surat Kabar



Kelompok 3

1. Dinda Aulya 181910034
2. Novalina Mursese 181910010
3. Rizky Adinda Putri 181910014
4. M. Iqbal Alrisandi 181910065
5. Dinal Solehan 181910031

>

<



Pengertian Surat Kabar

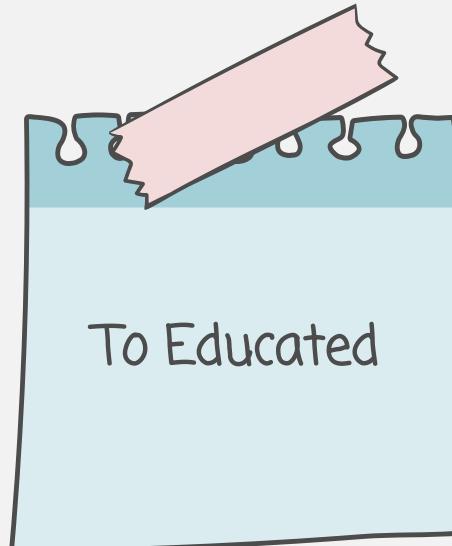
Surat kabar atau yang biasa disebut dengan Koran adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadidi masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodic, bersifat umum, isinya termasa dan actual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui si pembaca.

Arti penting surat kabar terletak pada kemampuannya untuk menyajikan berita-berita dan gagasan-gagasan tentang perkembangan masyarakat pada umumnya, yang dapat mempengaruhi kehidupan modern seperti sekarang ini.

Selain itu, surat kabar mampu menyampaikan sesuatu setiap saat kepada pembacanya melalui surat kabar pendidikan, informasi, dan interpretasi mengenai beberapa hal, sehingga hampir sebagian besar dari masyarakat menggantungkan dirinya kepada pers untuk memperoleh informasi.



Fungsi Surat Kabar



Penjelasan tentang fungsi surat kabar

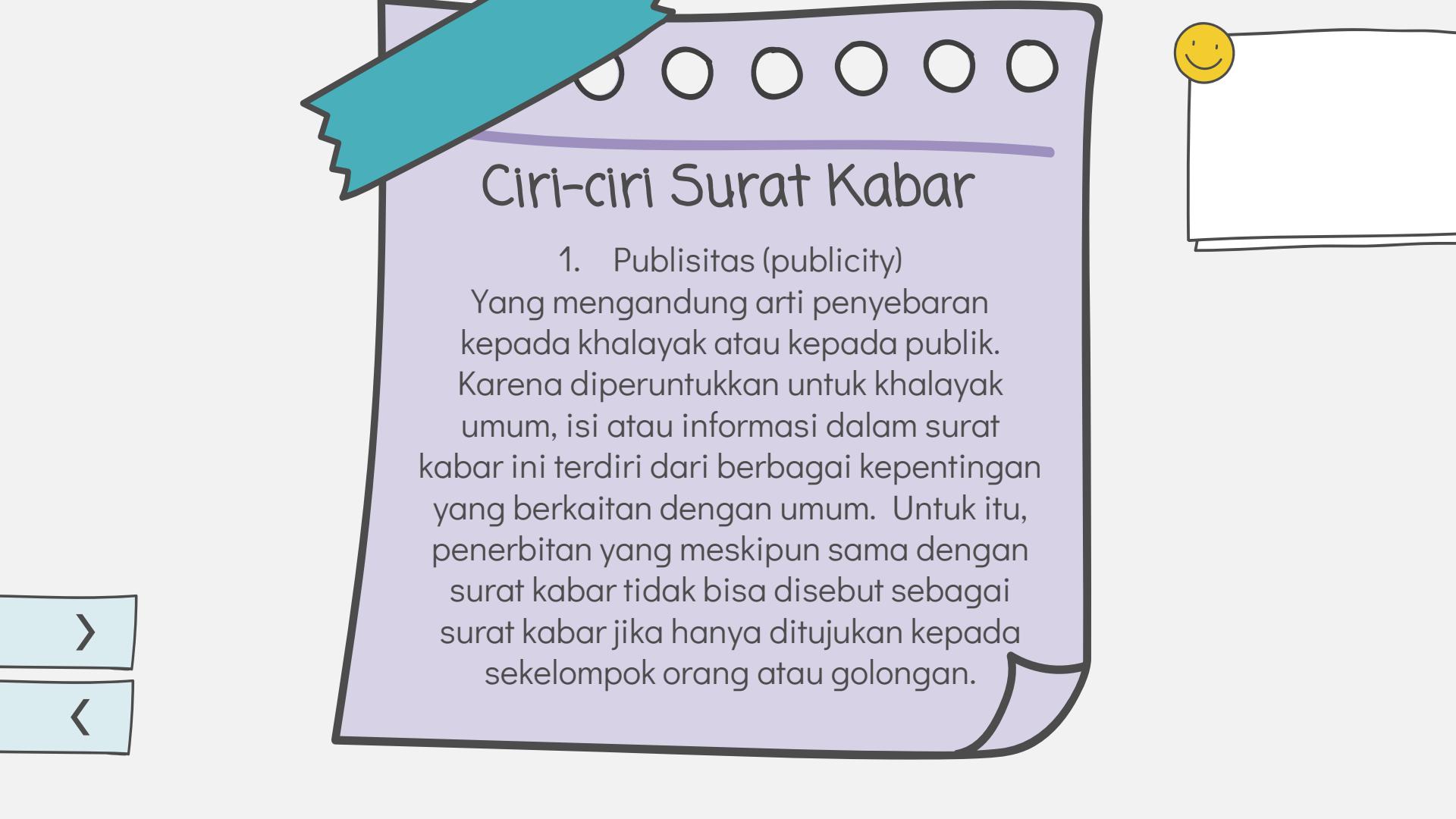
- Fungsi surat kabar yang pertama yaitu to inform (informasi) yang berarti menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas-luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar, yakni, akurat, factual, menarik atau penting, benar, lengkap, utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relavan, bermanfaat dann etis.
- Fungsi surat kabar yang kedua to educated (mendidik). Informasi yang disebarluaskan surat kabar hendaknya dalam kerangka mendidik. Inilah yang membedakan surat kabar sebagai lembaga kemasyarakatan yang lain. Sebagai lembaga ekonomi, surat kabar dituntut berorientasi komersil untuk memperoleh keuntungan financial.



Nama dan fungsinya sama sekali tidak boleh mengurangi, apalagi meniadakan fungsi dan tanggung jawab sosial surat kabar. Dengan kata lain, surat kabar harus mau dan mampu memerankan dirinya sebagai guru bangsa.

- Fungsi surat kabar yang ketiga, yaitu to entertain (menghibur). Keberadaan surat kabar tidak hanya informasi sebagai mendidik, mengkoreksi tetapi surat kabar juga mampu berperan sebagai media hiburan yang sehat dan menyenangkan bagi seluruh lapisan masyarakat. Artinya, apapun pesan rekreatif yang disajikan mulai dari cerita pendek hingga teka-teki sillang tidak boleh bersifat negative. Surat kabar harus menjadi sahabat setia pembaca yang menyenangkan.

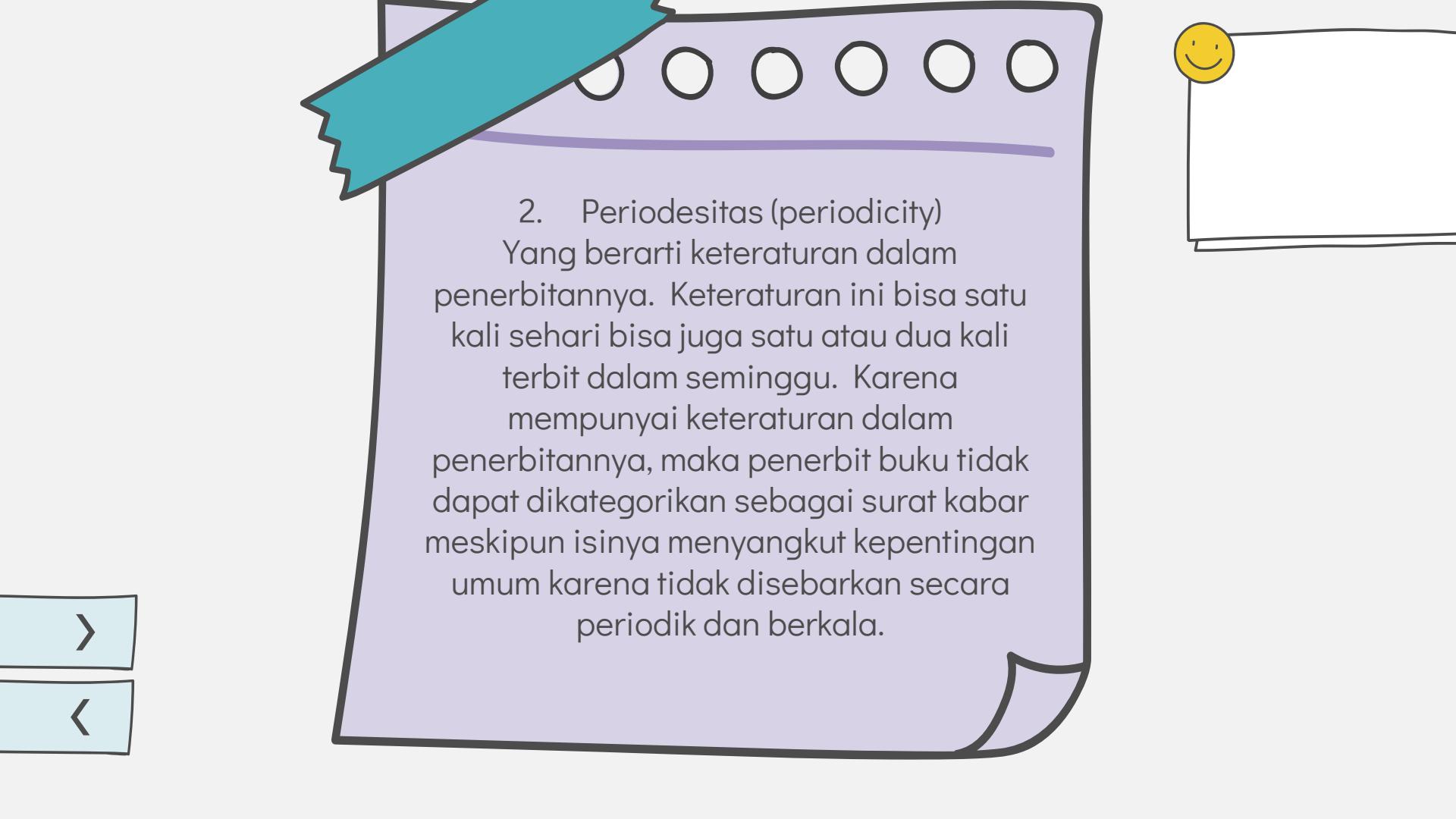




Ciri-ciri Surat Kabar

1. Publisitas (publicity)

Yang mengandung arti penyebaran kepada khalayak atau kepada publik. Karena diperuntukkan untuk khalayak umum, isi atau informasi dalam surat kabar ini terdiri dari berbagai kepentingan yang berkaitan dengan umum. Untuk itu, penerbitan yang meskipun sama dengan surat kabar tidak bisa disebut sebagai surat kabar jika hanya ditujukan kepada sekelompok orang atau golongan.

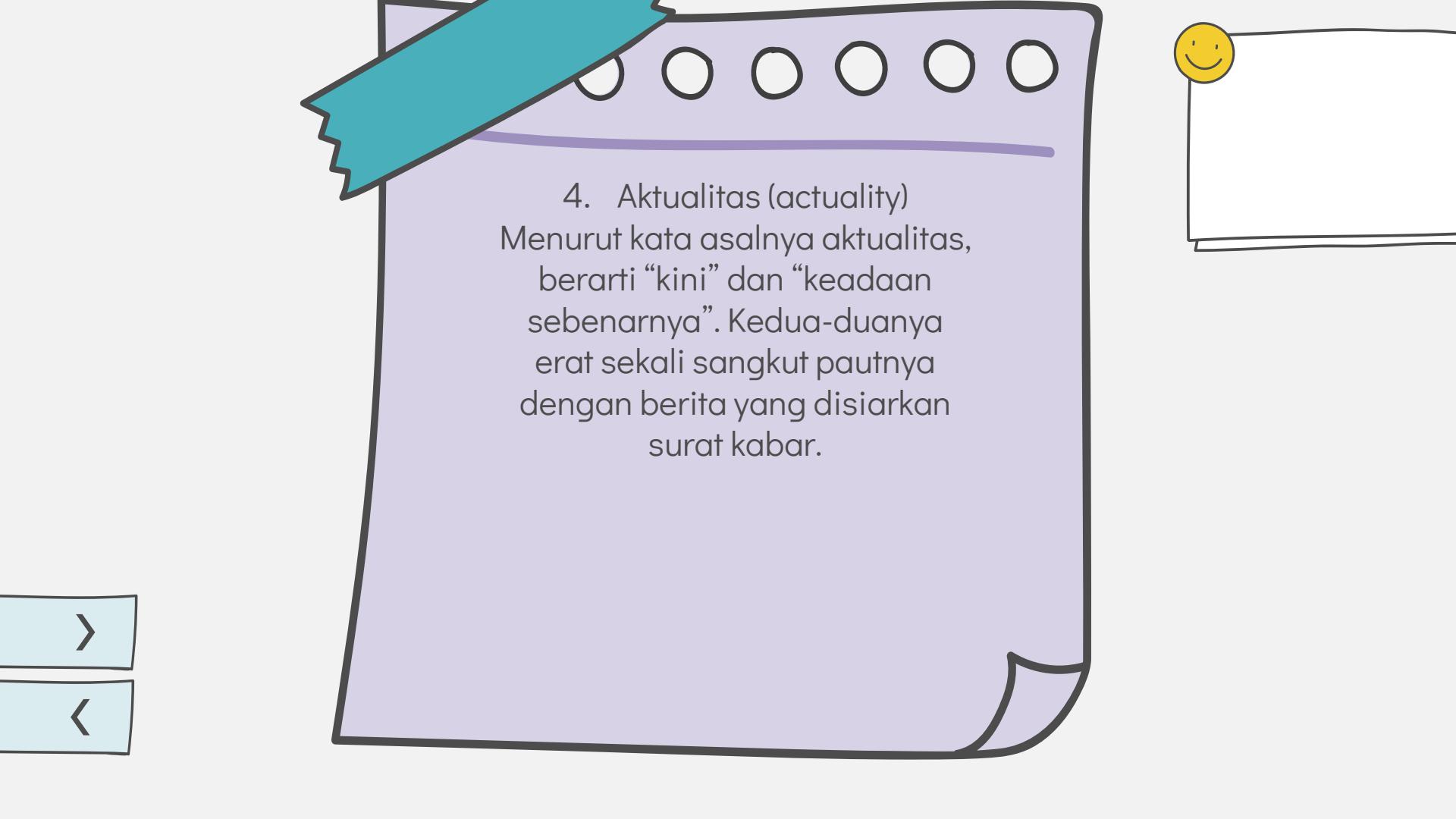
- 
2. Periodesitas (periodicity)
Yang berarti keteraturan dalam penerbitannya. Keteraturan ini bisa satu kali sehari bisa juga satu atau dua kali terbit dalam seminggu. Karena mempunyai keteraturan dalam penerbitannya, maka penerbit buku tidak dapat dikategorikan sebagai surat kabar meskipun isinya menyangkut kepentingan umum karena tidak disebarluaskan secara periodik dan berkala.



3. Universalitas (universality)

Yang berarti kemestaan dan keragaman. Isinya yang datang dari berbagai penjuru dunia. Untuk itu jika sebuah penerbitan berkala isinya hanya mengkhususkan diri pada suatu profesi atau aspek kehidupan, seperti majalah kedokteran, arsitektur, koperasi atau pertanian, tidak termasuk surat kabar.





4. Aktualitas (actuality)

Menurut kata asalnya aktualitas, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua-duanya erat sekali sangkut pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar.

01

02

03

>

<

Kelompok kami
kelompok 3
mengambil contoh
Surat Kabar tentang
Tribun Sumsel



01

02

03

To Inform

Dalam Koran Tribun Sumsel fungsi surat kabar sebagai media informasi sudah sangat baik namun sering kali informasi yang di muat adalah informasi yang kurang penting, seperti berita mengenai kehidupan para artis seperti contoh berita disamping



01

02

03

To Educated



Berita-berita di surat kabar sudah seharusnya mengandung unsur edukasi untuk menambah ilmu dan pengetahuan si pembaca, namun dalam koran tribun sumsel tidak banyak berita edukasi yang dimuat di dalamnya, hanya ada beberapa saja.

Rasulullah Mengajarkan tak Menumpuk Harta





To Entertain

Tujuan pemuatan isi yang mengandung hiburan itu, semata-mata untuk melemaskan ketegangan pikiran setelah pembaca disuguhi berita dan artikel yang berat-berat. Biasanya yang banyak dicari oleh pembaca itu adalah cerpen dan teka-teki silang. namun di Koran Tribun Sumsel tidak terdapat cerpen dan teka-teki silang, hanya ada tajuk rencana.

01

02

03



Kesimpulan

Berita-berita yang dimuat surat kabar harus berimbang antara informasi, pengetahuan maupun hiburan. Sebisa mungkin surat kabar itu menjadi suatu yang menarik sehingga masyarakat senang membaca surat kabar, apalagi sekarang ini surat kabar sudah mulai ditinggalkan dan orang-orang mulai beralih ke media informasi digital.



ANALISA PROGRAM TV “ SI BOLANG”
Dari Segi Edukasi, Informasi dan Hiburan



Disusun Oleh Kelompok 1

Ade Rosa Fitri	181910057
Febby Ayu Damayanti	181910044
Dhea Marellia	181910058
M. Renaldi	181910063
Nofran Wijaya	181910029
Tiara Amalia	181910061

Kelas IK5B

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BINA DARMA
2020

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Televisi merupakan media massa elektronik modern yang sangat efektif karena memiliki kandungan informasi yang jauh lebih besar dari pada media lain nya, baik itu media cetak maupun radio. Media massa khususnya televisi memiliki sifat informatif. Kebutuhan informasi menjadikan hal yang penting dalam kehidupan bermasyarakat.

Televisi bagian dari media massa yang paling populer karena televisi memadukan unsur audio dan visual yang membuat pesan dalam televisi mudah dipahami oleh audiens. Nilai - nilai edukasi dan hiburan harus di wujudkan di dunia pertelevisian, demi terciptanya tayangan televisi yang bernilai edutainment atau edukasi-entertainment (E-E). Arvind Singhal menyebutkan dalam bukunya yang berjudul Entertainment Education Social Change, unsur edutainment adalah proses merancang dan mengimplementasikan pesan media baik itu menghibur dan mendidik, untuk meningkatkan pengetahuan, mengambil sikap yang positif, menyesuaikan norma sosial, dan mengubah perilaku. (Arvind Singhal, 2004:5).

Program televisi seperti news, infotainment, talkshow, edutainment bahkan reality show mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh sebagian besar penonton atau khalayak. Dari banyaknya program yang ada, mungkin hanya beberapa program yang di kategorikan sebagai hiburan dengan konsep edutainment, contohnya seperti program “Si Bolang”.

Siapa yang tak kenal si Bolang, bocah petualang di pelosok Nusantara yang bermain dengan alam bersama teman-temannya?Tak terasa sudah 10 tahun pemirsa Indonesia mendapatkan sajian anak petualang sekaligus kekayaan alam Tanah Air. Pada tahun pertama Program Acara “Bocah Petualang” ini diproduksi oleh TV7, pada tahun kedua dan selanjutnya kemudian diproduksi oleh TRANS7.

Menurut Titin Rosmasari, Pemimpin Redaksi TRANS7, program acara “Bocah Petualang” mulanya terinspirasi oleh program acara “Jejak Petualang”, program yang mengangkat kekayaan kebudayaan Indonesia dari sudut pandang perempuan remaja. Tokoh perempuan itu langsung datang dan hidup di pedalaman Indonesia untuk berbagi kekayaan kebudayaan pada pemirsa. Program yang mendapatkan perhatian yang besar dari pemirsa tersebut diarahkan untuk penonton remaja dan dewasa. Kemudian tim kreatif di TRANS 7 memiliki ide untuk memproduksi program petualang yang sasarannya anak-anak. Tim mengamati bahwa anak-

anak yang tinggal di desa-desa memiliki kehidupan yang berbeda dibandingkan anak-anak di kota. Anak-anak di desa masih mempunyai kesempatan untuk bermain dengan alam, menangkap ikan di sungai atau mengeksplorasi hutan. Dari gagasan tersebut lahirlah “Si Bolang”, program anak petualang dari dan untuk anak.

Penerima Anugerah Kebudayaan untuk Kategori Media dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI untuk tahun 2016. Lima belas penghargaan dari kementerian, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), dan swasta telah diraihnya. “Si Bolang” tidak saja memperkaya program untuk anak-anak di televisi. Lebih dari itu, program ini ingin memberi ruang keadilan bagi anak-anak di daerah untuk turut mewarnai pendidikan kebudayaan di Indonesia. Juga mendekatkan anak-anak perkotaan dengan kekayaan alam, budaya, dan teman-teman sebangsa mereka.

1.2.TINJAUAN PUSTAKA

Program Informasi: Program Informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audiens. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang “dijual” kepada audiens. Program informasi dapat dibagi menjadi 2 bagian besar,yaitu :

- A. Berita Keras atau Hard News adalah segala informasi penting dan/atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Berita keras atau hard news dapat dibagi ke dalam beberapa bentuk berita, yaitu : Straight News, Features, dan Infotainment.
- B. Berita Lunak atau Soft News adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (indepth) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri diluar program berita. Program yang masuk ke dalam kategori berita lunak ini adalah : current affair, magazine, dokumenter, dan talk show.

Program Hiburan: Program Hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah :

- A. Permainan atau game show merupakan suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu ataupun kelompok (tim) yang saling bersaing

untuk mendapatkan sesuatu. Program permainan dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu : Quiz Show, Ketangkasan, dan Reality Show.

- B. Program Musik, dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu videoklip atau konser. Program musik di televisi saat ini sangat ditentukan dengan kemampuan artis menarik audien. Tidak saja dari kualitas suara namun juga berdasarkan bagaimana mengemas penampilannya agar menjadi lebih menarik.
- C. Pertunjukan adalah program yang menampilkan kemampuan (performance) seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun diluar studio, di dalam ruangan (indoor) ataupun di luar ruangan (outdoor).
- D. Program Drama adalah pertunjukan atau show yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi. Suatu drama akan mengikuti kehidupan atau petualangan para tokohnya. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah film dan sinetron

Program Edukasi : Program Edukasi adalah segala bentuk siaran yang sifatnya mendidik , dengan isi tayangan berupa program pembelajaran , ajakan untuk mencintai lingkungan, ajakan untuk berbuat kebaikan,dll.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

1. Mendeskripsikan pengalaman anak-anak menonton *Si Bolang* di Trans7.
2. Bagaimana motivasi anak dapat mendorong keinganannya untuk bermain aktif.
3. Menganalisa segi Edukasi, Informasi dan Menghibur dari program TV *si Bolang*

1.4. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, untuk memperoleh informasi yang detail berkaitan. Analisis dilakukan terhadap acara ini karena dianggap acara ini memenuhi 3 kriteria analisis yang diminta.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1. Motivasi Anak Menonton Televisi

Di zaman sekarang sudah sedikit di temukan tayangan yang menayangkan program acara televisi yang dapat mengedukasi dan menghibur. *Si Bolang* adalah salah satu program acara televisi yang di gandrungi masyarakat, tidak hanya bagi anak-anak saja tetapi juga di sukai oleh kalangan dewasa. *Si Bolang* adalah salah satu program acara televisi di stasiun televisi swasta yang dapat memadukan antara pendidikan serta hiburan yang dapat di tonton oleh berbagai kalangan.

Seseorang pasti memiliki alasan masing-masing mengapa ia memilih untuk menonton televisi. Dorongan yang ada di dalam diri seseorang yang membuatnya melakukan aksi yaitu menonton televisi dan menentukan sendiri acara atau tayangan apa yang akan ia tonton. Motivasi atau dorongan diri seseorang yang diwujudkan ini yang membuat seseorang berperilaku tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Dorongan diri untuk lebih memilih menonton televisi dari pada kegiatan lainnya pada keempat informan dalam penelitian ini yaitu keempat informan menyebutkan alasannya menonton televisi untuk melewatkkan waktu siang mereka. Hal ini terlihat pada informan pertama dan ketiga yang mengungkapkan jika mereka menonton televisi untuk melewatkkan waktu mereka sembari istirahat setelah sepulang sekolah serta bisa dilakukan dengan hal lainnya. Informan pertama mengaku jika tidak dibolehkan oleh ibunya untuk keluar rumah sebelum makan siang dan informan pertama menonton televisi sembari makan siang. Informan ketiga menjelaskan jika ia menonton televisi sembari istirahat siang setelah bersekolah. Sedangkan informan kedua dan ketiga lebih memilih menonton televisi ketimbang kegiatan lainnya karena tidak ada yang mengajaknya keluar rumah untuk bermain. Informan keempat juga memilih menonton televisi karena memang jarang keluar rumah di siang hari dan ia menghabiskan waktu siangnya dengan menonton televisi atau untuk relaksasi setelah sepulangnya dari sekolah.

Namun jika dilihat dari alasan masing-masing informan memilih tayangan *Si Bolang* di Trans7, keempat informan memiliki perbedaan. Informan pertama menyebutkan jika ia

menyukai program *Si Bolang* karena suka pada adegan saat Bolang bermain. Rasa penasaran atau ingin tahu permainan apa yang akan ditampilkan, membuat informan pertama ingin menonton tayangan anak ini. Menurutnya, permainan yang ditampilkan oleh *Si Bolang* berbeda dengan permainan yang biasa ia lakukan dan baru diketahuinya. Informan ketiga juga memiliki motivasi menonton *Si Bolang* karena senang saat melihat Bolang bermain bersama dengan teman-temannya. Menurut informan ketiga, saat melihat adegan Bolang bermain beramai-ramai terlihat sangat menyenangkan dan seru. Anak yang sudah terbiasa bermain secara berkelompok akan menganggap bermain dengan mainan yang umumnya bersifat sendiri, tidak lagi menyenangkan baginya.

Selain itu, informan keempat mengaku senang saat melihat adegan bermain *Si Bolang* yang berbeda-beda pada tiap tayangannya. Tidak hanya berbeda tiap tayangannya, namun *Si Bolang* juga menampilkan beberapa permainan yang berbeda pula dalam sekali tayang. Jadi informan keempat merasa senang karena dapat melihat berbagai jenis permainan yang ditayangkan oleh *Si Bolang*. Sesuai dengan pendapat Alan Rubin dalam buku West & Turner (2008: 102) yang menyebutkan kategori kesenangan pada adegan bermain yang ditampilkan dalam tayangan *Si Bolang* di Trans7 ini yang menjadikan dorongan diri atau motivasi. Informan keempat juga memilih menonton televisi karena memang jarang keluar rumah di siang hari dan ia menghabiskan waktu siangnya dengan menonton televisi atau untuk relaksasi setelah sepulangnya dari sekolah.

2.2. Keinginan dan Sikap Anak untuk Bermain Aktif

Si Bolang menayangkan tentang budaya-budaya yang terdapat di berbagai daerah di Indonesia, serta permainan tradisional yang sudah sedikit di gandrungi oleh anak-anak masa kini yang lebih memilih bermain permainan modern seperti PS, bermain gadget hingga menonton video online di youtube. Program acara *Si Bolang* ini mencoba mendekatkan kembali anak-anak di berbagai daerah di Indonesia dengan kembali ke alam dan mempelajari lagi budaya-budaya yang ada di berbagai daerah yang ada di Indonesia. Selain itu juga adanya tayangan yang mengeluarkan sisi human interest yang di perankan oleh seorang tokohnya saat meghadapi suatu masalah yang timbul dalam tayangan yang bersifat semi dokumenter ini.

Adegan bermain yang ditampilkan dalam tayangan *Si Bolang* dapat dikategorikan dalam bermain aktif karena selalu berhubungan dengan aktivitas atau gerakan tubuh. Kegiatan bermain yang dilakukan anak dapat dikatakan aktif bila melibatkan banyak aktivitas tubuh atau gerakan-gerakan tubuh. Kegiatan bermain yang ada di dalam tayangan *Bolang* ditunjukkan dengan adegan bermain bersama teman-teman sebayanya dan menunjukkan adegan bermain seperti melempar dan menangkap bola yang biasanya paling populer dan disukai anak-anak pada usia empat tahun keatas.

Informan pertama menyebutkan contoh adegan bermain ala *Bolang* yaitu bermain lempar bola tangan yang mirip dengan cara bermain bola basket seperti dalam episode “Keseruan Anak-Anak Desa Petung” karena adegan ini berlangsung di desanya dan informan pertama melihat proses pembuatannya langsung bersama temannya.

Selain itu, informan pertama juga mengingat permainan lempar bola dengan menggunakan karung, namun bedanya permainan ini mirip dengan permainan bola voli yang juga merupakan adegan dalam tayangan *Si Bolang* dari desanya. Informan kedua, ketiga, dan keempat mengaku ingin meniru adegan bermain dalam tayangan *Si Bolang* dan pernah menirukan adegan bermain ala *Bolang* yang ditampilkan. Informan kedua meniru salah satu jenis permainan yang pernah dilihatnya saat menonton tayangan *Si Bolang* yaitu lempar bola tapi dengan modifikasi ala informan kedua sendiri yang lebih mudah dan praktis. Pola bermain anak ini dipengaruhi juga oleh banyaknya alat bermain yang dimiliki dan banyaknya ruangan untuk bermain. Semakin banyak mainan dan alat-alat yang dapat digunakan untuk dimanipulasi maka semakin anak menyukai alat-alat tersebut dan semakin banyak anak akan bermain dengan alat-alat tersebut.

Kebanyakan dari konstruksi yang dibuat oleh anak merupakan tiruan dari apa yang dilihatnya dalam kehidupan sehari-hari atau dari layar televisi, dalam pengalaman informan ketiga ini menirukan adegan membuat alat bermain yaitu mobil-mobilan dorong dari tayangan *Si Bolang* di Trans7. Anak-anak menyukai kegiatan bermain karena di dalam diri mereka terdapat dorongan batin dan dorongan untuk mengembangkan diri mereka.

Anak-anak menyukai kegiatan bermain karena di dalam diri mereka terdapat dorongan batin dan dorongan untuk mengembangkan diri mereka. Menurut seorang pendidik kenamaan Italia (1870-1952) yang bernama Dr. Maria Montessori yang mengembangkan teori biologis Karl Gross menjelaskan, jika permainan merupakan latihan untuk menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan untuk kehidupan di masa yang akan datang.

Montessori menyebut permainan ini sebagai latihan fungsi-fungsi yang dilatih dengan cara berlari-lari, jingkat-jingkat, dan sebagainya. Perasaan senang yang muncul saat bermain akan membantu mendorong untuk menimbulkan kekuatan-kekuatan yang dibutuhkan oleh anak.

2.3. Analisa segi Edukasi, Informasi dan Hiburan

Si Bolang Bocah Petualang Trans7 menjadi objek dalam penelitian ini, tujuannya untuk mengungkap lebih jauh seberapa besar sebenarnya pesan-pesan edukasi yang ditayangkan Trans7 dalam tayangan Si Bolang Bocah Petualang dilihat dari sign dan object yang terdapat didalamnya dan bagaimana interpretant pada tayangan tersebut. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma kritis. Peirce dalam metodenya mengemukakan teori segitiga makna atau triangle meaning yang terdiri dari :

1. tanda (sign),
2. objek (object),
3. interpretasi (interpretant).

Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi dokumentasi, mengamati tayangan, dan melakukan wawancara kepada pihak-pihak terkait. Kemudian, analisis data dilakukan dengan menggunakan tiga tahap yaitu:

1. reduksi data,
2. penyajian data,
3. penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Si Bolang Bocah Petualang Trans7 memiliki pesan-pesan **Edukasi** dalam tayangannya. Selama ini, tayangan tersebut menggunakan tanda yang sifatnya alamiah untuk merujuk object dalam komposisi gambarnya. Aspek budaya dan sosial menjadi aspek yang dianggap penting untuk menanamkan kesadaran pentingnya membangun hubungan antara manusia dengan alam dan manusia dengan makhluk hidup lainnya. Berdasarkan temuan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Pesan edukasi pada tayangan Si Bolang Bocah Petualang yang disiarkan oleh stasiun televisi swasta Trans7 ingin mengajarkan khalayak tentang bagaimana mengajarkan anak agar ramah terhadap lingkungan

sekitarnya. Selain itu, Program si Bolang ini dapat menambah wawasan nusantara terhadap anak.

Edutainment “Si Bolang” di TRANS7 mengangkat tema pendidikan untuk seluruh kalangan masyarakat Indonesia khususnya anak-anak. Tayangan semi dokumenter tersebut menampilkan sebuah kegiatan anak-anak pedesaan/daerah yang terdapat di seluruh Indonesia. Si Bolang merupakan sebutan bagi seorang anak setempat yang memimpin teman-temannya berpetualang di sekitar tempat tinggalnya. Dalam tayangan tersebut terdapat berbagai nilai-nilai yang dapat menambah wawasan bagi anak seperti halnya wawasan budaya, adat istiadat, sosial, permainan tradisional, pariwisata, bahasa, flora dan fauna. Acara edutainment “Si Bolang” kerap mengajak penontonnya untuk melestarikan budaya peninggalan nenek moyang kita terdahulu. Acara edutainment “Si Bolang” berupaya mendekatkan kembali kepada anak-anak di seluruh nusantara dengan alam sekitar, budaya, adat istiadat, serta bermain dengan beragam permainan tradisional. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar budaya peninggalan nenek moyang kita terdahulu tidak terkikis oleh perkembangan zaman dimana teknologi semakin maju. Tayangan “Si Bolang” merupakan tayangan yang sangat mendidik bagi anak, karena tayangan tersebut terdapat beberapa wawasan yang dapat menambah ilmu pengetahuan anak.

Dari segi **Informasi**, maka dapat diketahui bahwa aktivitas menonton program acara edutainment “Si Bolang” terdapat hubungan yang cukup besar dalam menambah wawasan anak-anak. Hal tersebut dapat diketahui dari hasil tabulasi jawaban beberapa responden terhadap item-item pertanyaan yang kami ajukan. Jawaban-jawaban tersebut kemudian kami analisis secara korelatif yang mana mempunyai tujuan untuk menggambarkan wawasan diantaranya adalah wawasan budaya, wawasan permainan tradisional, wawasan sosial, wawasan pariwisata, wawasan bahasa, wawasan adat istiadat, serta wawasan flora dan fauna. Berdasarkan hasil tabulasi yang kemudian melalui proses perhitungan statistik, diketahui bahwa jawaban responden pada pertanyaan tentang wawasan budaya, sebagian besar responden menjawab sangat tinggi (72,9%). Artinya edutainment “Si Bolang” memberikan pelajaran tentang wawasan budaya bagi anak-anak. Secara tidak langsung Segi edukasi tersebut telah memberikan banyak informasi terhadap penontonnya.

Dari segi **menghibur**, Program Edutainment ini selain mendidik dan memberikan banyak informasi juga memberikan sisi hiburan nya. Dimana dalam tayangan program ini seringkali kita jumpai genre komedi yang ditampilkan . Dimana alur cerita di buat menarik dan menghibur sehingga bisa menampilkan gelak tawa para penontonnya. Selain itu, episode-episode penayangan film Si Bolang ini dibuat dengan penuh musik dan nyanyian serta dibuat banyak bermain sehingga membuat penonton akan merasa senang dan menikmati sisi edukasi dan informasi yang di sampaikan secara tidak langsung.

BAB III

KESIMPULAN

Secara keseluruhan terdapat hubungan positif yang signifikan antara aktivitas menonton “Si Bolang” di TRANS7 dengan peningkatan wawasan anak-anak. Semakin tinggi aktivitas menonton “Si Bolang” di TRANS7, maka semakin tinggi wawasan anak-anak tersebut. Wawasan anak yang dapat diidentifikasi antara lain wawasan budaya, permainan, sosial, pariwisata, bahasa, adat istiadat, serta wawasan tentang flora dan fauna. Serta dapat memberikan sisi menyenangkan bagi anak-anak yang menonton untuk melewati waktusiang mereka.

Televisi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh kuat dalam masyarakat. Perkembangan dan perilaku manusia banyak dipengaruhi oleh televisi. Televisi merupakan sarana yang dapat membentuk sikap, pikiran dan hayalan atau imajinasi anak-anak karena televisi dapat mentransfer informasi yang actual dengan cara penayangan gambar yang jelas dan menarik. Televisi memiliki daya tarik besar dalam mempengaruhi perilaku penonton khususnya anak-anak usia SD. Potensi ini dimaksimalkan oleh TRANS7 dengan menayangkan program pendidikan berupa “Si Bolang”. Berdasarkan hal tersebut dapat dinyatakan bahwa tayangan “Si Bolang” di TRANS7 bermanfaat bagi peningkatan wawasan anak-anak.

DAFTAR PUSTAKA

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/trans-7-program-acara-bocah-petualang/>

<http://eprints.ums.ac.id/32505/11/9R.%20NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>



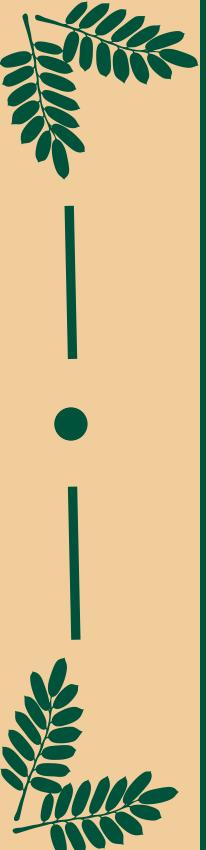
MEDIA ELEKTRONIK (TELEVISI)

KELOMPOK 1

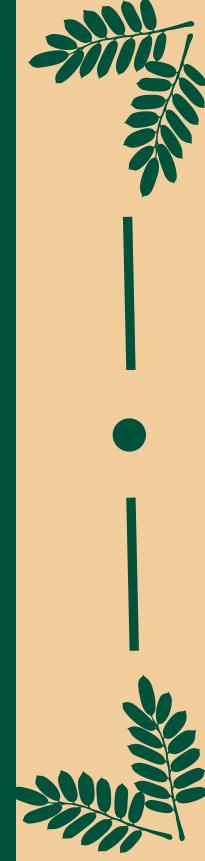
- ALDO KEVINANDA 181910051
- ALJHAZAL ZUHURGA 181910015
- IDIL ADHA NISA 181910041
- MEGAWATI 181910019
- OKTA RIADI 181910021
- YOSA MELANIA 181910035

TELEVISI

Televisi sebagai salah satu media masa memiliki potensi besar sebagai media yang dapat digunakan untuk mendidik masyarakat, karena media komunikasi masa ini tengah digandrungi masyarakat. Dengan adanya televisi, peranan sekolah untuk melibatkan rakyat kebanyakan dalam proses kebudayaan menjadi relatif, karena opini masyarakat bukan lagi dibentuk oleh guru sekolah, melainkan oleh tayangan televisi yang ternyata jauh lebih mengesankan.

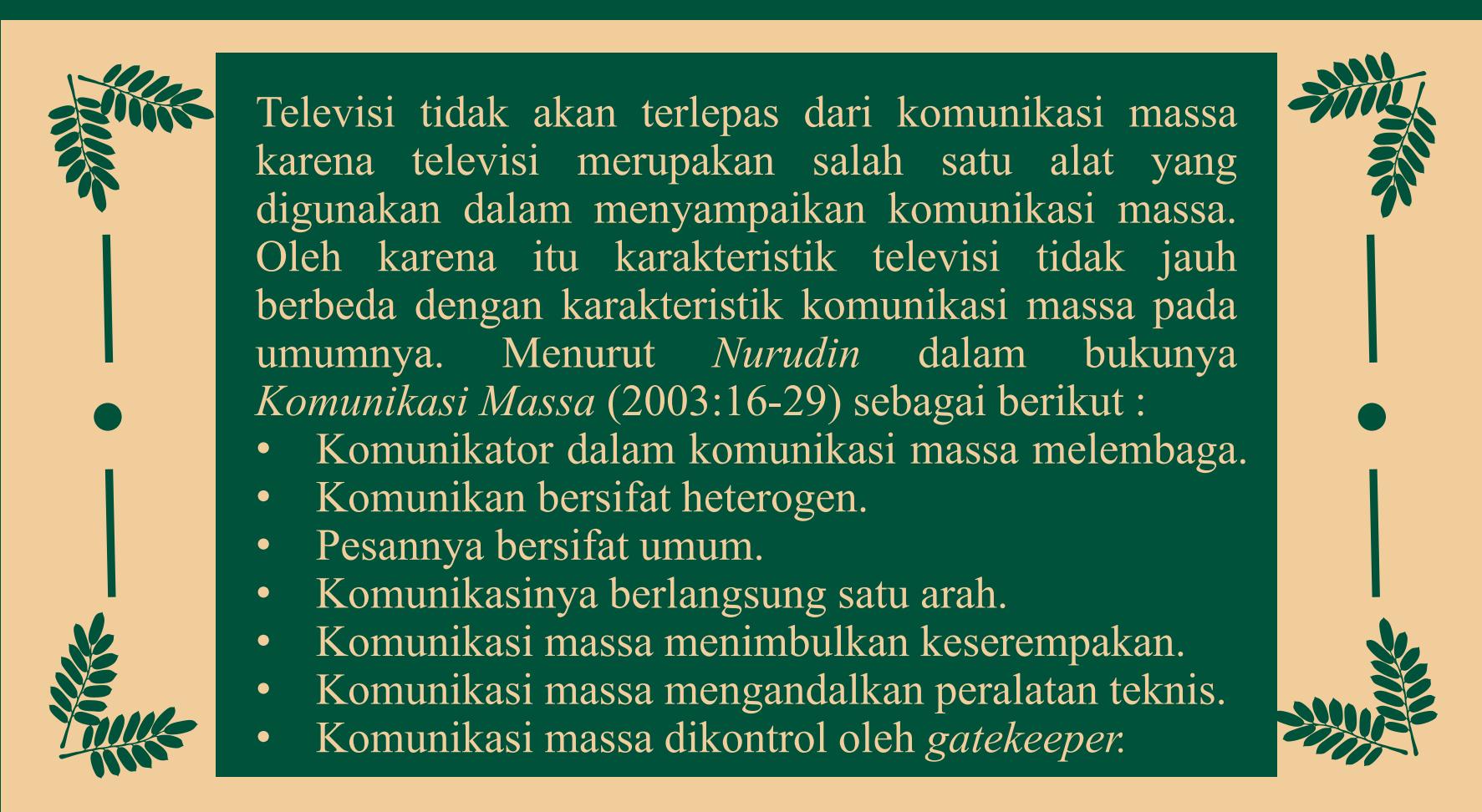


Televisi merupakan perkembangan media audiovisual yang ditemukan oleh *paul nipcow* dari jerman pada tahun 1884. di negara eropa, amerika dan negara lainnya mereka bersaing untuk menyajikan acara-acaranya yang terbaik agar dapat ditonton oleh masyarakat yang semua dilandasi dengan perhitungan bisnis.



Perkembangan sangat berarti bagi dunia televisi diindonesia ialah dengan diizinkannya pemancar televisi swasta untuk mengudara. Dengan demikian pada tahun 1989 mulailah siaran RCTI yang kemudian diikuti pula oleh TPI dua tahun kemudian. Tak kurang dari 11 stasiun tv swasta nasional yang melakukan siaran seperti RCTI, SCVP

TPI, AN-tv, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Global TV, TV7, Lativi, di samping TVRI, yang mengudara, baik secara lokal di Jakarta maupun yang swasta sudah mulai mengarah kepada sistem Amerika, ini mulai dari garapan-garapan sinetron, kuis, dan beberapa acara hran lainya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun TV tersebut karena semuanya dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan bisnis, yaitu untung dan rugi.



Televisi tidak akan terlepas dari komunikasi massa karena televisi merupakan salah satu alat yang digunakan dalam menyampaikan komunikasi massa. Oleh karena itu karakteristik televisi tidak jauh berbeda dengan karakteristik komunikasi massa pada umumnya. Menurut *Nurudin* dalam bukunya *Komunikasi Massa* (2003:16-29) sebagai berikut :

- Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.
- Komunikasi bersifat heterogen.
- Pesannya bersifat umum.
- Komunikasinya berlangsung satu arah.
- Komunikasi massa menimbulkan keserempakan.
- Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.
- Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*.

Menurut *Onong Uchjana Effendy* Kelebihan televisi dapat dilihat dari beberapa aspek berikut :

- Kemampuan menyajikan berbagai kebutuhan manusia baik hiburan, informasi, pendidikan dengan sangat memuaskan.
- Penonton tidak perlu susah untuk pergi ke tempat kejadian, dapat menikmati di rumah secara santai.
- Televisi melakukan komunikasi secara langsung dan akrab, seolah-olah para penonton TV berhadapan langsung dengan penyiarannya/kejadian ini.
- Mempunyai kemampuan untuk menunjukkan secara audio dan visual (Yulianita 1995-63-65).

Fungsi Pendidikan dalam Tayangan Televisi

- Pada intinya “fungsi komunikasi massa secara umum adalah informasi, pendidikan, dan menghibur. Banyak hal yang membuktikan baik di dalam maupun diluar kelas sebagai alat pendidikan, media membuktikan kemampuannya memikul sebagian besar tugas pendidikan, terutama dibidang pendidikan orang-orang dewasa dan memberantas buta huruf. Hal ini berarti televisi sebagai media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku (Ardianto, 2004:19).

Pendidikan dan Kualitas Bangsa

- Ditinjau dari prosesnya pendidikan adalah proses komunikasi yang melibatkan dua pihak secara langsung maupun tidak langsung. “Pendidikan merupakan proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran, pelatihan, proses, cara mendidik”
- Tujuan Pendidikan pada umumnya untuk meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal sehingga menguasainya. Pendidikan merupakan proses evolusioner tidak serta instan.
- Pendidikan tidak hanya dapat dilakukan secara formal melalui lembaga pendidikan tetapi juga secara informal diantaranya melalui media massa, “ Kegiatan ini merupakan pendidikan yang berskala luas melalui : surat kabar, film, radio,TV, perpustakaan, museum dengan tujuan menyampaikan informasi, opini, sikap, dan perilaku.

Kekuatan (Strength) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Televisi mempunyai banyak kelebihan yang akan menjadi kekuatan. Kekuatan televisi adalah menguasai jarak dan ruang karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik. Sasaran untuk menjangkau massa cukup besar.

Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukan bahwa media tersebut telah menguasai khalayak. Daya tarik media televisi semakin besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi berubah total, media televisi menjadi panutan baru(*news religius*) bagi kehidupan.

Kelemahan (Weakness) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Kelemahan televisi sebagai media pendidikan tidak sesempurna seperti pendidikan formal. (*Howard K. Smith*). Rata-rata belajar tentang dunia sesudah meninggalkan sekolah adalah mass media walaupun proses yang diterima tidak sempurna tidak seperti mengikuti pendidikan formal. (*Yulianita 1995-26*).

Sulit untuk merancang format acara dengan cara memindahkan lebih kepada hiburan, sehingga apabila pendidikan formal dengan rancangan kurikulumnya dipindahkan ke televisi maka khalayak akan mengalami kelemahan bahkan mungkin akan meninggalkan televisi. Kelemahan yang lain adalah karena televisi seolah-olah menghipnotis pemirsanya, bisa jadi masyarakat akan teriringi secara psikologis untuk mempercayai apapun yang ditayangkan.



welcome

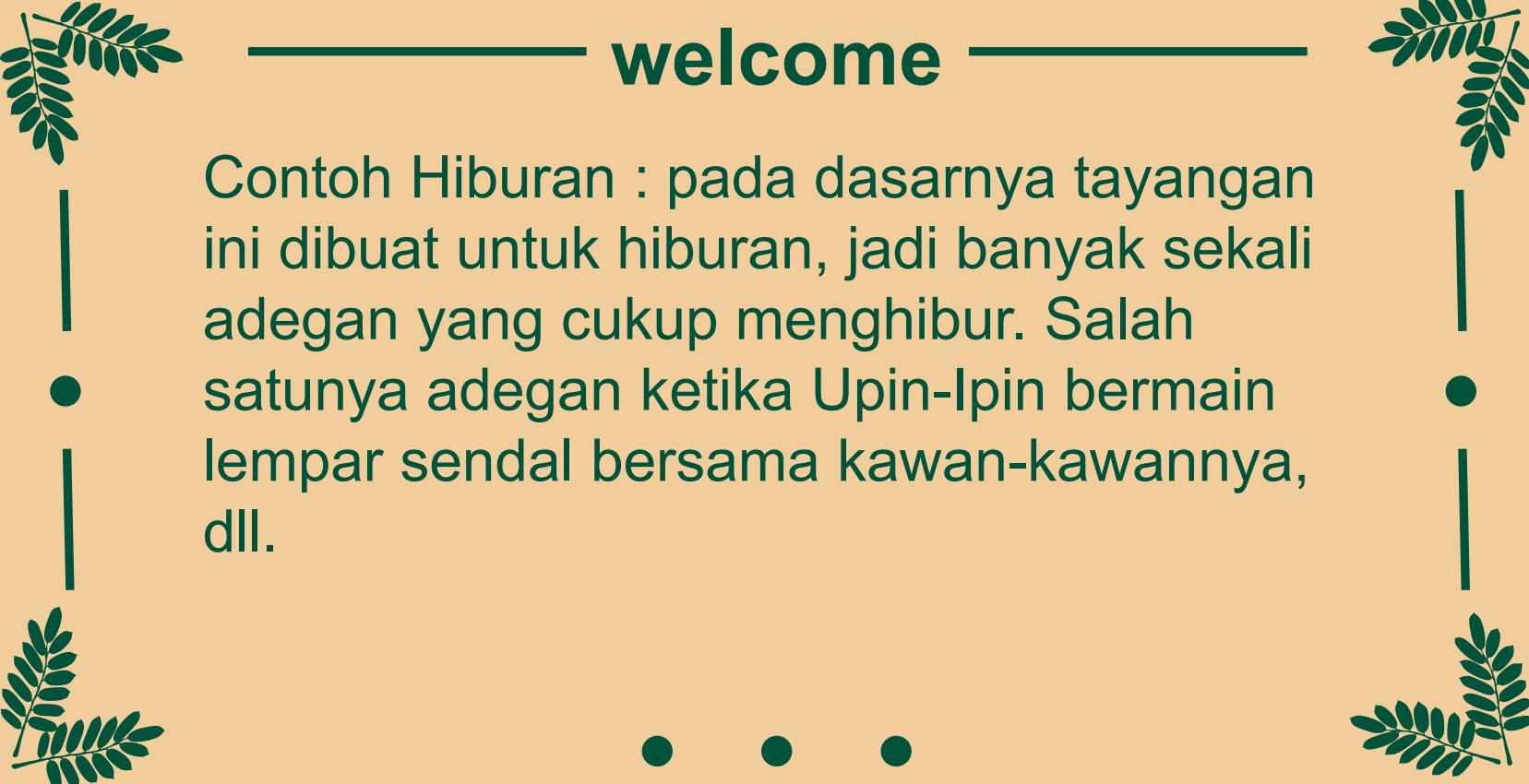
Salah satu tayangan di Televisi yang cukup digemari masyarakat indonesia adalah sinema kartun Upin-Ipin. Tayangan ini menampilkan edukasi, hiburan dan pengetahuan sekaligus dalam setiap tayangannya.



welcome

Contoh Edukasi : banyak sekali dalam tayangan Upin-Ipin yang mengandung unsur pendidikan. Salah satunya adalah adegan Upin-Ipin setiap pulang sekolah selalu mencium tangan Neneknya (Opa), adegan mengajarkan perilaku untuk menghormati orang yang lebih “tua”.

Contoh lain adalah ketika Upin-Ipin mengaji di surau, belajar dikelas, Upin-Ipin di dunia Dinosaurus.



welcome

Contoh Hiburan : pada dasarnya tayangan ini dibuat untuk hiburan, jadi banyak sekali adegan yang cukup menghibur. Salah satunya adegan ketika Upin-Ipin bermain lempar sendal bersama kawan-kawannya, dll.



welcome

Banyak sekali hal-hal yang sebelumnya sangat awam bagi masyarakat kemudian bisa menjadi suatu pengetahuan yang baru bagi masyarakat. Contohnya : ketika Upin-Ipin membuat mainan dari kaleng susu, adegan ketika Upin-Ipin menanam Pisang di belakang rumah. Tanpa kita sadari juga anak-anak yang menonton ini bisa menjadi sangat akrab dengan bahasa, logat, dialek, melayu bahkan sering digunakan dalam kesehariannya tanpa ia sadari.





THANKS

MANAJEMEN MEDIA

“Surat Kabar”

Disusun oleh

1. Julian Finaldy Mustar
2. Dicky Affandi
3. Daffa Azazi
4. Oktarita
5. Kiki sanjaya
6. Yusril Ihza Mahrendra

Komunikasi Massa

Komunikasi massa yaitu suatu proses media/organisasi yang membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak / Publik yang menggunakan media massa sebagai medianya.

• Komunikasi massa terdiri dari media massa cetak dan elektronik yaitu

1. Media Massa Cetak

contoh : surat kabar, majalah, tabloid, bulletin

2. Media Massa Elektronik

contoh : televisi dan radio

Sejarah Perkembangan Pers di Indonesia

Sejarah perkembangan pers di Indonesia tidak terlepas dari sejarah politik Indonesia, yaitu terbagi menjadi 3 golongan

1. Pers Kolonial

Pers yang diusahakan orang-orang Belanda di Indonesia pada masa kolonial. Pers kolonial meliputi surat kabar, majalah dan koran berbahasa Belanda, daerah / Indonesia yang bertujuan membela kepentingan kaum kolonialis.

2. Pers Cina

Pers yang diusahakan oleh orang-orang Cina di Indonesia. Pers Cina meliputi koran, majalah dalam bahasa Cina, Indonesia , Belanda yang diterbitkan oleh golongan penduduk keturunan Cina.

3. Pers Nasional

Pers yang diusahakan oleh orang-orang Indonesia terutama orang-orang pergerakan dan diperuntukan bagi orang Indonesia yang bertujuan untuk memperjuangkan hak-hak bangsa Indonesia di masa penjajahan.

Perkembangan & Perubahan Pers di Indonesia

- ◊ Tahun 1945 → Pers Indonesia sebagai Pers Perjuangan
- ◊ Tahun 1950 → Pers Indonesia sebagai Pers Partisipan
- ◊ Tahun 1970/1980 → Pers Indonesia sebagai Pers Komersial
- ◊ Tahun 1990 → Pers memulai proses repolitisasi
- ◊ Tahun 1999-sekarang → Lahirnya kebebasan pers dibawah kebijakan Presiden Habibie sampai dengan sekarang sesuai dengan UU Pers No.40 Tahun 1999

I. Surat Kabar

◆ Pengertian Surat Kabar

yaitu media komunikasi massa cetak yang diterbitkan secara berkala (periodik) dan bersenyawa dengan kemajuan teknologi pada masanya dalam menyajikan tulisan berupa berita, feauture, pendapat, cerita rekaan (fiksi), dan bentuk karangan yang lain.

Tujuan dasar penulisan surat kabar adalah memperoleh berita dari sumber yang tepat (akurat dan aktual) untuk disampaikan secepat dan selengkap kepada para pembacanya.

Perkembangan Surat Kabar di Indonesia

Surat kabar terbit pada sejak tahun 1744 di Batavia yang dikenal dengan istilah “*Pers Perjuangan*”

Pada zaman Belanda tahun 1828 terbit *Javasche Courant* di Jakarta yang isinya tentang periklanan.

Pada Zaman Jepang, *Kantor Berita Antara* diambil alih menjadi *Kantor Berita Yashima* yang bersifat propaganda.

Zaman Kemerdekaan munculnya surat kabar *Berita Indonesia*, *Harian rakyat*, *Soeara Indonesia*.

Zaman Orde Lama, setelah dekrit 5 Juli 1959 dalam mendapatkan SIT dan Surat Izin Cetak diperketat.

Zaman Orde Baru, menjamurnya surat kabar di Indonesia, karena adanya kebebasan Pers. Seperti *Media Indonesia*, *Kompas*, *Sumatera Ekspres*, *Sriwijaya Post* dan koran lainnya

Fungsi & Peranan Surat Kabar

- Media untuk menyatakan pendapat dan gagasan
- Media perantara bagi pemerintah dan masyarakat
- Sebagai penyampai informasi kepada masyarakat luas
- Sebagai penyalur opini publik

- Dari 4 fungsi media massa yaitu sebagai informasi, edukasi, hiburan dan persuasi.
 - Fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi, hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar untuk mengetahui akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya.
 - Fungsi hiburan dapat ditemukan pada rubrik artikel ringan, feature, komik atau kartun serta cerita bersambung.
 - Fungsi mendidik dan mempengaruhi (persuasi) akan ditemukan pada artikel ilmiah, tajuk rencana (editorial) dan rubrik opini. Fungsi pers bertambah lagi sebagai alat kontrol sosial yang konstruktif.

Karakteristik Surat Kabar

1. Publisitas

Penyebaran informasi pada publik / khalayak

2. Periodisitas

Menunjuk pada keteraturan terbitnya baik itu harian, mingguan, dwimingguan tetapi biasanya surat kabar penerbitannya bersifat periodik (berkelanjutan) setiap hari

3. Universalitas

Isinya bersifat kesemestaan, berita yang disajikan beraneka ragam menyangkut segala bidang ekonomi, sosial, politik, budaya dan informasi beritanya dari seluruh dunia.

4. Aktualitas

Informasi berita selalu up to date (terkini) dan sesuai dengan fakta yang ada (faktual)

5. Terdokumentasikan

Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk berita / artikel, dipastikan ada beberapa diantaranya yang oleh beberapa pihak tertentu dianggap penting untuk diarsipkan dan dibuat kliping.

Kategori Surat Kabar

1. Ruang Lingkup

- ❖ Nasional

Contoh : Jawa Post, Media Indonesia, Sindo, Kompas

- ❖ Regional

Contoh : Sumatera Ekspres, Bali Post

- ❖ Lokal

Contoh : Palembang Ekspres, Lahat Post, Enim Post

2. Bahasa

- ❖ Bahasa Indonesia

Contoh : Indo, Sumatera Ekspres,

- ❖ Bahasa Asing

Contoh : - Surat Kabar Bahasa Jepang Nihon Keizai Shimbun
yang terbit di Hokaido

- Surat Kabar Bahasa Inggris The Times yang terbit
di Inggris

- ❖ Bahasa Daerah

Contoh : Bandung Post, Palembang Post

II. Majalah

• Pengertian Majalah

yaitu penerbitan berkala yang berisi berbagai macam artikel dalam subyek yang bervariasi seperti informasi, cerita, tips, iklan, fashion, hobi dan lain-lain.

Majalah biasanya diterbitkan mingguan, dwimingguan atau bulanan, majalah memiliki artikel mengenai topik populer yang ditujukan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh banyak orang.

- Menurut Dominick, klasifikasi majalah dibagi ke dalam 5 kategori utama, yakni:
 - (1) General Consumer Magazine (majalah konsumen umum),
 - (2) Business Publication (majalah bisnis),
 - (3) Literacy Reviews and Academic Journal (kritik sastra dan majalah ilmiah),
 - (4) Newsletter (majalah khusus terbita berkala),
 - (5) Public Relations Magazines (Majalah Humas).

Perkembangan Majalah di Indonesia

Majalah terbit pada akhir abad 19 majalah *Bondsblad* yang terbit 1897, ada juga *Jong Indie* yang diterbitkan oleh Mr.Thomas seorang ahli hukum di Batavia.

Pada awal abad 20 *Retno Doemilah* dan *Soera Goeroe* terbit tahun 1907 oleh Boedi Oetomo. Akhir tahun 1910 Douwes Dekker menerbitkan majalah dwi mingguan *Het Tijdschrift*.

Tahun 1913 Tjipto Mangoenkoesoemo menerbitakan *Majalah De Indier*, *Majalah Weekblad Sin Po* yang terbit tahun 1923 yang diterbitkan grup Sin Po.

Majalah tri wulan *De Chineesche Revue* (1927), *Timboel* (membahas soal budaya) tahun 1930-an, *Pedoman Masyarakat* terbit di Medan oleh Pandji Islam.

Di zaman Jepang ada *Majalah Djawa Baroe*, *Pandji Poestaka*, *Pradjoerit*, *Keboedajaan Timoer* dan *Panggoeng Giat Gembira*. Kebanyakan isinya ketat mengikuti ketentuan penguasa Jepang. Semua majalah ini berhenti terbit seiring dengan takluknya Jepang kepada Sekutu tahun 1945.

Majalah terbit menjelang dan awal kemerdekaan Indonesia. Tahun 1945 terbit majalah bulanan yaitu *Majalah Panja Raja* pimpinan Markoem Djojo Hadisoeparto. Adapula Majalah *Revue Indoensia* yang diterbitkan oleh Soemanang, SH. *Majalah Stensilan* yang berisi suara kaum Republikan menentang Belanda, ada pula *Sajuti Melik* yang terbit di Yogyakarta

Pada Zaman Orde Lama majalah yang terbit tidak terlalu banyak karena adanya aturan tentang majalah yang sangat ketat.

Perkembangan dan pertumbuhan majalah, dekade pasca 1970-an semakin unik dan canggih, Beberapa majalah mengambil segmentasi yang lebih spesifik dan sempat popular antara lain *Majalah Aktuil* yang mengambil jalur musik dan seni. Mulai pula muncul majalah otomotif, interior, kedirgantaraan, manajemen, bisnis, komputer di luar segmentasi yang berdasarkan jenis kelamin dan usia. Pada masa ini kecenderungan masuknya pengusaha besar bekerja sama dengan pemilik SIUPP atau pekerja pers untuk mendirikan majalah baru atau menghidupkan majalah yang kolaps seperti *Majalah Anda Bisa*, *Aneka Ria*, *Info Bank*, *Prospek* oleh Sutrisno Bachir. *Majalah Olahraga* tahun 1981 dan *Gatra* akhir 1994 yang didanai oleh Bob Hasan, *Majalah Popular* oleh Aburizal Bakrie, *Majalah Vista* oleh Surya Paloh dan *Majalah Sinar* oleh Ir.Ciputra

Zaman Orde Baru sampai sekarang banyak majalah yang terbit karena didukung dengan kondisi perekonomian Indonesia yang baik dan tingkat permintaan dari pembaca. Pada masa reformasi 1998 SIUPP akhirnya dihapuskan sejak itu jumlah penerbitan pers di Indonesia membengkak drastis. Tahun 2000 diperkirakan penerbitan pers mencapai sekitar 1800-2000 namun yang benar-benar operasional diperkirakan tidak lebih dari 800 penerbitan

Fungsi Majalah

1. to Inform (informasi)
2. to Educate (pendidikan)
3. to Persuade (bujukan)
4. to Entertain (hiburan)

Lebih mengacu pada sasaran khalayak yang spesifik

Karakteristik Majalah

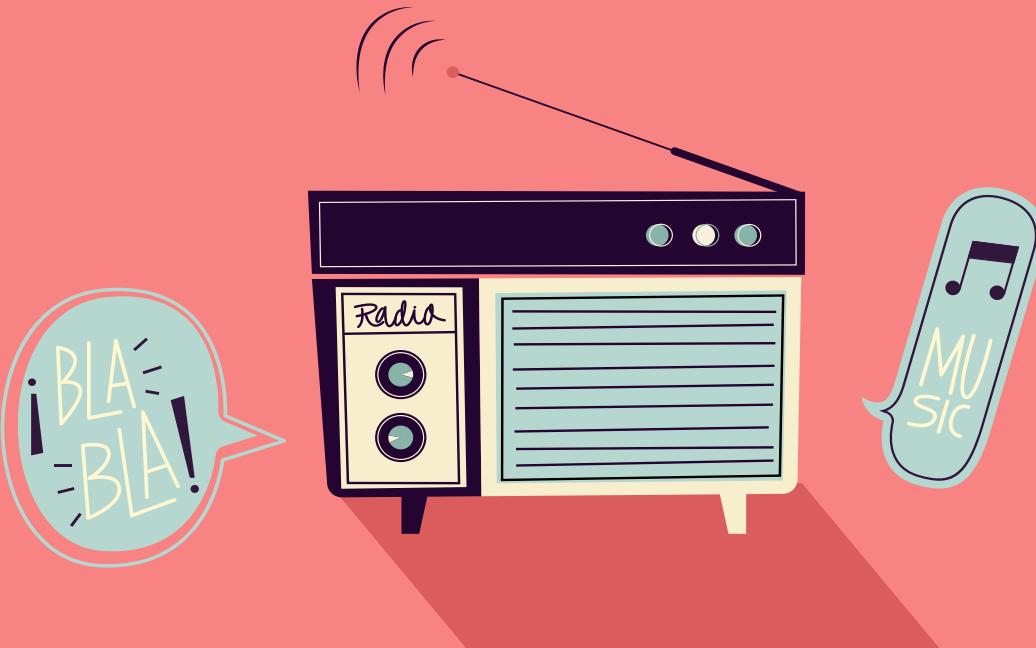
1. Penyajian informasi lebih dalam
2. Sasaran khalayaknya jelas (tersegmentasi)
3. Nilai aktualitas lebih lama
4. Gambar atau foto lebih banyak
5. Cover atau sampul sebagai daya tarik
6. Pesan iklan efektif mempengaruhi khalayak
7. Unsur informasinya lebih menghibur dan mendidik

Kategori Majalah

Segmentasi majalah antara lain :

- ❖ Majalah Berita
- ❖ Majalah Keluarga
- ❖ Majalah Wanita
- ❖ Majalah Pria
- ❖ Majalah Remaja Wanita
- ❖ Majalah Remaja Pria
- ❖ Majalah Anak-Anak
- ❖ Majalah Ilmiah Populer
- ❖ Majalah Musik
- ❖ Majala Fashion
- ❖ Majalah Hukum
- ❖ Majalah Pertanian
- ❖ Majalah Humor
- ❖ Majalah Olahraga
- ❖ Majalah Daerah
- ❖ Majalah Umum

RADIO



Aulia Amanda	181910050
Bangkit Sanjaya	181910007
Marisa Nuraini F.P	181910013
M. Selo Kardopas	181910043
M. Naufal Rizqullah	19191001p
Satrio Alatos Hidayatullah	181910023



RADIO CREATES IMAGE IN THE IMAGINATION OF THE
LISTENER WRITE AS YOU SPEAK, NOT AS YOU WRITE

*Masing- masing media punya karakter yang berbeda-beda
dan menjangkau kelompok audience yang berbeda-beda.
Bukan hanya tiras, tapi karakter audience dan kualitas
segmen sangat menentukan efektifitas iklan.*



Adatiga buahalasan yang menjadifaktorfaktor
yang mendukung siaran radio

radio siaran bersifat langsung

radio siaran tidak mengenal jarak dan
rintangan

radio siaran memiliki daya tarik

01

02

03

Pentingkah Radio?

Darimasa ke masa, peranan radio selalu penting. Bermunculannya berbagai media elektronik, termasuk maraknya Internet pun, tidak menenggelamkan radio sebagai salah satu media pilihan konsumen.

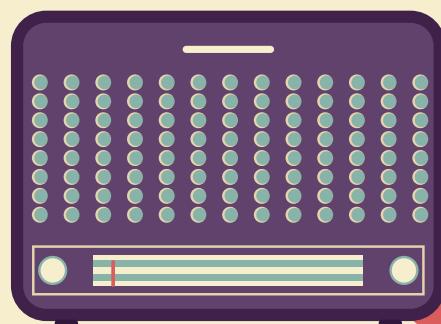
Karenanya, iklan di radio tetap perlu untuk dipertimbangkan dalam integrated marketing communication (IMC) sebuah brand campaign.

Kelebihan lain dari radio adalah lebih singkatnya waktu untuk mempersiapkan materi iklan. Materipun bisa dikemas/dibawakan dengan gaya bahasa sedemikian rupa sehingga sesuai dengan selera pendengar lokal.

Iklan radio yang efektif adalah yang mampu melibatkan pendengarnya. Engagement bisa diperoleh dari pemilihan kata-kata yang menarik atau humoris, dari komponen musik dan dari sound effect lainnya.



Adakalanya, radio setempat juga menawarkan jasa untuk membacakan script iklan oleh penyiaranya. Ini bagus, karena mampu menepis kebosanan pendengar yang lelah dijejali iklan yang bertubi-tubi. Dengan gaya tersendiri, penyiar membacakan script iklan dengan renyah dan dibumbui cerita-cerita keseharian, sehingga lebih merasuk ke benak pendengar. Hanya saja, harus tetap dilakukan suatu monitoring khusus, untuk meyakinkan bahwa penyiar tidak terlalu jauh memodifikasi script yang dikemas untuk brand. Karena harganya yang relatif lebih murah, iklan radio bermanfaat untuk meningkatkan frekuensi eksposure sebuah campaign. Dengan tingginya frekuensi, awareness terhadap pesan yang disampaikan melalui media radio akan dengan cepat dibangun.



Yang perlu diperhatikan adalah adanya sinergi antara pesan brand yang disampaikan lewat media radio dengan pesan brand yang disampaikan di media lainnya.

Jangan sampai masing-masing media menyampaikan hal yang tidak berhubungan, bahkan bertentangan.

Kelebihan Media Radio

- 1. Murah(biaya produksi dan placement)
- 2. Ketajaman Penetrasi (sinyal kuat pendengar dari jarak jauh)
- 3. Waktu Transmisi tak terbatas (mengudara 24 jam)
- 4. Imajinatif (suara/vocal, musikal)
- 5. Tidak memerlukan perhatian terfokus (sambil berkendara dll)
- 6. Bersifat Mobile (bisa dibawa kemana saja)
- 7. TemanSetia(temanrasasepi)
- 8. Pengganttelevisi(tidak bisa lihat televisi)
- 9. MediaIntrusif(efektif memutuskan menyela info baru)
- 10. Bukanmediamusiman(memiliki pendengar dan pater pengaruhmusim)
- 11. Sulurban coverage jangkauan yang tidak terjangkau tv, media cetak)

Kelemahan Media Radio

1. Lack of pictures pengiklartidak bisa demonstrasikan produknya
2. Radio menyiarkan klan sekilas (perlupengulangan)
3. Bersifat terbatas (pengiklartumpangindih menjangka masa)
4. Local Area service (enjangka daerah tertentu tergantung radionya)
5. Sulit dimonitor

1. Buatlah pendengar “melihat” apa yang anda sampaikan
2. Gunakan kata-kata sederhana biasa terdengar setiap hari
3. Hindari kata-kata salah dengar atau salah arti
4. Gunakan Sound Effect (SFX) produk yang sedang “Action”
5. Ramukan jingle, dialog, penyiar, SFX, musik sefektif mungkin.
6. Sesuaikan dengan gaya station radio yang dipilih
7. Variasikan tema jingle bisa nge’rock, dangdut, R&B, pop, dll
8. Adlips (berita/iklan dari suara penyiar)
9. Spot promo (iklan promosi produk)
10. Wawancara langsung .

Cari iklan radio

Analisis sebagi berikut:

1. Iklan apa yang disampaikan
2. Apakah sudah tepat media radio sebagai penyapaian pesan
3. Siapakah segmen pasarpendengar
4. Apa yang dilakukan oleh desainer dari tahap awal iklan sampai selesai
5. Misalnya diawali dengan jingle musik kemudian bicara dan seterusnya sampai selesai



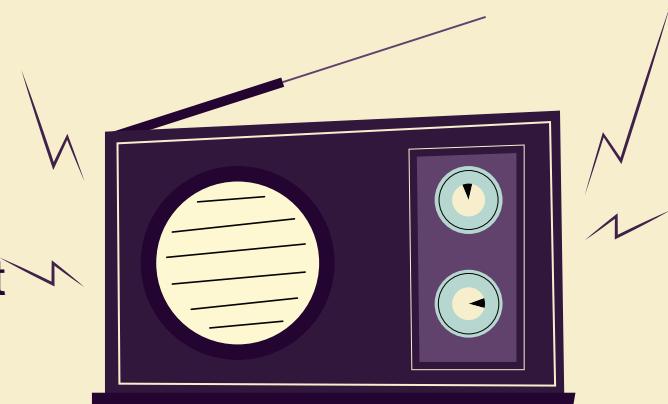


Proses kerja pembuatan iklan

1. *Briefing* awal, antara pembuat iklan dengan pemesan iklan.
2. *Perumusan Strategi Kreatif* — perumusan strategi yang akan menentukan arah umum sebuah iklan.
Penyusunan Konsep
3. inti iklan adalah gagasan yang ada dibelakangnya, apa yang akan dikatakan sebuah iklan kepada khalayak
4. konsep iklan merupakan titik pusat iklan tersebut
5. sebuah kampanye iklan akan berhasil atau gagal, tergantung pada kekuatan atau kelemahan konsep dasarnya.
6. *Pelaksanaan* — kegiatan berlanjut pada proses pembuatan ide dan eksekusi dari konsep.
7. *Memproduksi Iklan Jadi* — merupakan proses rekaman, *take voice*, pemilihan musik, *sound effect* dll hingga mixing serta penggandaan hasilnya.

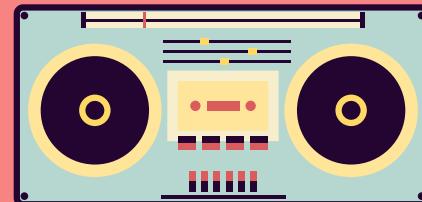
Prinsipprinsiplanadio:

1. Keseimbangan
Ketimbangan atau keseimbangan dalam komunikasi tidak boleh mendominasi.
 2. Keringkas
Kata-kata harus dapat bekerja cepat, singkat, tajam dan langsung ke sasaran.
 3. Kesederhanaan
Hindari detail (umit & ruwe)
 4. Earcatching
Mudah didengar dan mudah diingat.
 5. Menarik
Perhatian Berani Tampil Beda



MENULIS IKLAN RADIO

1. Tuangkan pesan ke dalam kata
2. Susun gagasan sesuai dengan pesan. Gagasan harus mencerminkan harapan klien kepada calon konsumen/pendengar setelah mendengarkan iklan.
3. Sajikan uraian singkat mengenai setiap peran.
Untuk membantu aktor agar menyadari peran yang dimainkan.
Jelaskan situasi apa yang diharapkan dalam script, dan bagaimana dia harus berakting.
4. Naskah harus sederhana
Susunlah teks iklan dengan bahasa sederhana. Hindarkan argumen dan angka-angka yang membingungkan. Semakin sederhana semakin baik.

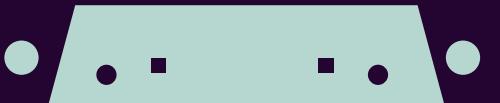


5. Sajikan dialog secara benar dan nyata.

Sajikan teks iklan dengan kata-kata yang biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari. Cara kita berbicara mungkin berbeda dengan cara bicara sasaran pendengar kita, maka pelajari kebiasaan mereka berdialog, dan kata-kata itulah yang kita pilih.

7. Ciptakan suasana setting dan hubungan antar peran secara jelas.

Kemukakan keterangan yang menggambarkan setting dan hubungan antar peran dalam iklan. Dapat dilakukan dengan dialog atau sound effect.





Here is where your presentation begins

WORLD RADIO DAY

BLA-BLA!

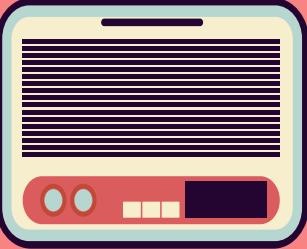
Radio

MUSIC

Fungsi dan nasa radio

Informasi

Fungsmediaradiosebagaiinformasi adalahadanyapemberitaamengenai informasiyangakuratdanterbaruyang belumtersiarkanolehmedia lain. seperti informasi kemacetan dijalan dan lain lain.



Edukasi

Radio sebagai sumber edukasi salah satunya radio yang adalah Radio Edukasi (RE) merupakan salah satu sumber belajar atau media pendidikan yang dikembangkan oleh Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan (BPMRP) Yogyakarta sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pusat Teknologi dan RE menyiar berbagai materi pendidikan yang dikemas dengan santun, cerdas, dan menghibur serta disiarkan dalam berbagai bentuk program acara.

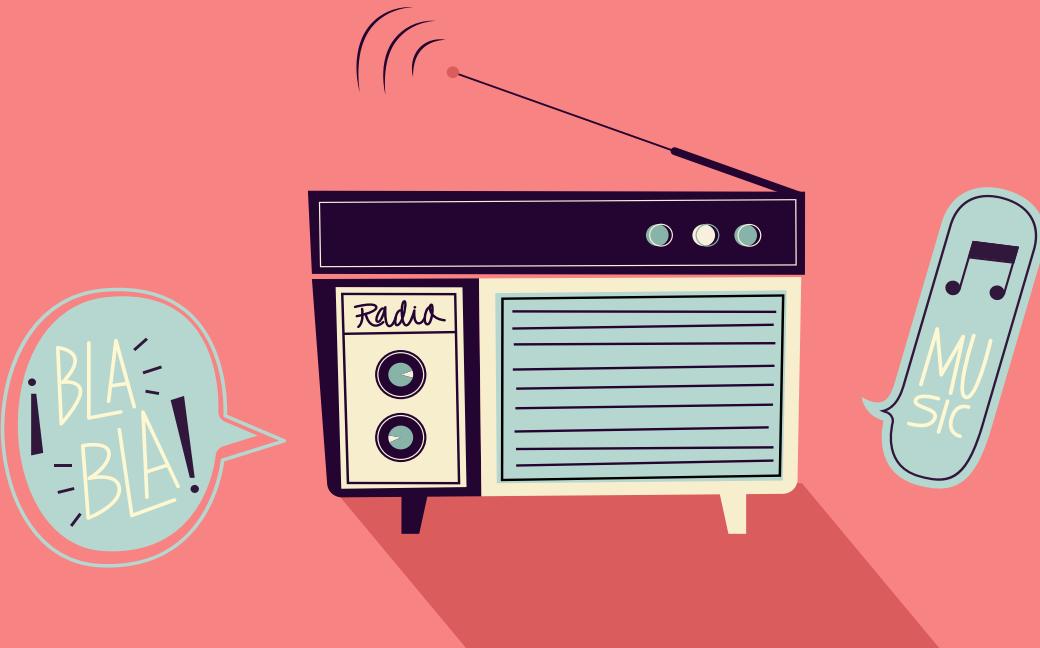


Hiburan

Radio juga mempunyai siaran hiburan seperti podcast, dan radio juga mempunyai siaran hiburan yang dapat memberikan pedengarnya untuk menyampaikan suatu pesan yang tidak hanya di dengar dia sendiri.



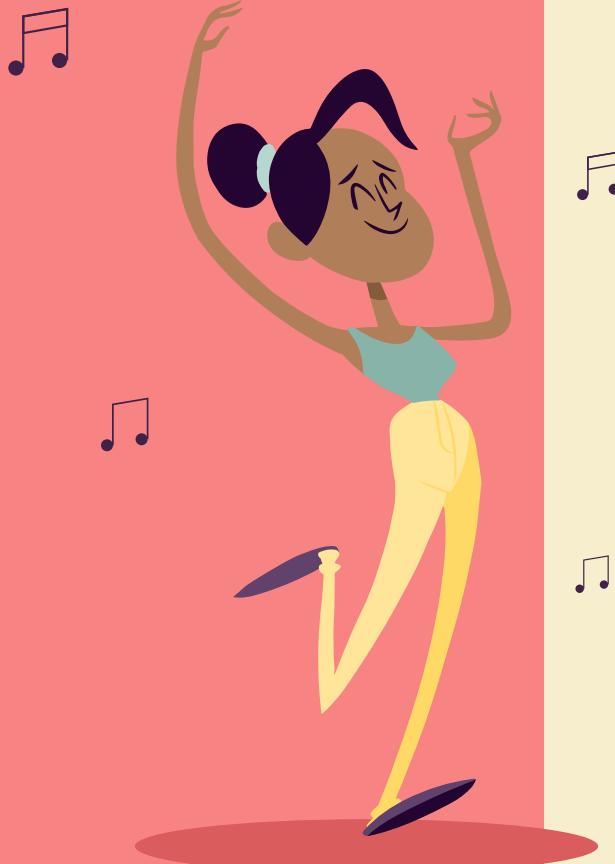
RADIO



Aulia Amanda	181910050
Bangkit Sanjaya	181910007
Marisa Nuraini F.P	181910013
M. Selo Kardopas	181910043
M. Naufal Rizqullah	19191001p
Satrio Alatos Hidayatullah	181910023

RADIO CREATES IMAGE IN THE IMAGINATION OF THE LISTENER WRITE AS YOU SPEAK, NOT AS YOU WRITE

*Masing- masing media punya karakter yang berbeda-beda
dan menjangkau kelompok audience yang berbeda-beda.
Bukan hanya tiras, tapi karakter audience dan kualitas
segmen sangat menentukan efektifitas iklan.*



Adatiga buahalasan yang menjadifaktorfaktor
yang mendukung siaran radio

radio siaran bersifat langsung

radio siaran tidak mengenal jarak dan
rintangan

radio siaran memiliki daya tarik

01

02

03

Pentingkah Radio?

Darimasa ke masa, peranan radio selalu penting. Bermunculannya berbagai media elektronik, termasuk maraknya Internet pun, tidak menenggelamkan radio sebagai salah satu media pilihan konsumen.

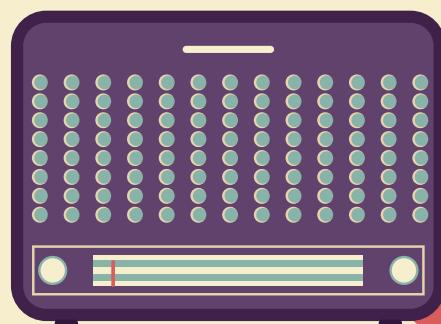
Karenanya, iklan di radio tetap perlu untuk dipertimbangkan dalam integrated marketing communication (IMC) sebuah brand campaign.

Kelebihan lain dari radio adalah lebih singkatnya waktu untuk mempersiapkan materi iklan. Materipun bisa dikemas/dibawakan dengan gaya bahasa sedemikian rupa sehingga sesuai dengan selera pendengar lokal.

Iklan radio yang efektif adalah yang mampu melibatkan pendengarnya. Engagement bisa diperoleh dari pemilihan kata-kata yang menarik atau humoris, dari komponen musik dan dari sound effect lainnya.



Adakalanya, radio setempat juga menawarkan jasa untuk membacakan script iklan oleh penyiaranya. Ini bagus, karena mampu menepis kebosanan pendengar yang lelah dijejali iklan yang bertubi-tubi. Dengan gaya tersendiri, penyiar membacakan script iklan dengan renyah dan dibumbui cerita-cerita keseharian, sehingga lebih merasuk ke benak pendengar. Hanya saja, harus tetap dilakukan suatu monitoring khusus, untuk meyakinkan bahwa penyiar tidak terlalu jauh memodifikasi script yang dikemas untuk brand. Karena harganya yang relatif lebih murah, iklan radio bermanfaat untuk meningkatkan frekuensi eksposure sebuah campaign. Dengan tingginya frekuensi, awareness terhadap pesan yang disampaikan melalui media radio akan dengan cepat dibangun.



Yang perlu diperhatikan adalah adanya sinergi antara pesan brand yang disampaikan lewat media radio dengan pesan brand yang disampaikan di media lainnya.

Jangan sampai masing-masing media menyampaikan hal yang tidak berhubungan, bahkan bertentangan.

Kelebihan Media Radio

- 1. Murah(biaya produksi dan placement)
- 2. Ketajaman Penetrasi (sinyal kuat pendengar dari jarak jauh)
- 3. Waktu Transmisi tak terbatas (mengudara 24 jam)
- 4. Imajinatif (suara/vocal, musikal)
- 5. Tidak memerlukan perhatian terfokus (sambil berkendara dll)
- 6. Bersifat Mobile (bisa dibawa kemana saja)
- 7. TemanSetia(temanrasasepi)
- 8. Pengganttelevisi(tidak bisa lihat televisi)
- 9. MediaIntrusif(efektif memutuskan menyela info baru)
- 10. Bukanmediamusiman(memiliki pendengar dan pater pengaruhmusim)
- 11. Sulurban coverage jangkauan yang tidak terjangkau tv, media cetak)

Kelemahan Media Radio

1. Lack of pictures pengiklartidak bisa demonstrasikan produknya
2. Radio menyiarkan klan sekilas (perlupengulangan)
3. Bersifat terbatas (pengiklartumpangindih menjangka masa)
4. Local Area service (enjangka daerah tertentu tergantung radionya)
5. Sulit dimonitor

1. Buatlah pendengar “melihat” apa yang anda sampaikan
2. Gunakan kata-kata sederhana biasa terdengar setiap hari
3. Hindari kata-kata salah dengar atau salah arti
4. Gunakan Sound Effect (SFX) produk yang sedang “Action”
5. Ramukan jingle, dialog, penyiar, SFX, musik sefektif mungkin.
6. Sesuaikan dengan gaya station radio yang dipilih
7. Variasikan tema jingle bisa nge’rock, dangdut, R&B, pop, dll
8. Adlips (berita/iklan dari suara penyiar)
9. Spot promo (iklan promosi produk)
10. Wawancara langsung .

Cari iklan radio

Analisis sebagi berikut:

1. Iklan apa yang disampaikan
2. Apakah sudah tepat media radio sebagai penyapaian pesan
3. Siapakah segmen pasarpendengar
4. Apa yang dilakukan oleh desainer dari tahap awal iklan sampai selesai
5. Misalnya diawali dengan jingle musik kemudian bicara dan seterusnya sampai selesai



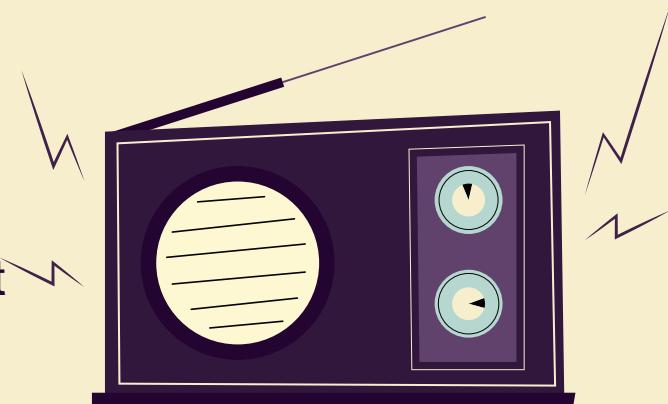


Proses kerja pembuatan iklan

1. *Briefing* awal, antara pembuat iklan dengan pemesan iklan.
2. *Perumusan Strategi Kreatif* — perumusan strategi yang akan menentukan arah umum sebuah iklan.
Penyusunan Konsep
3. inti iklan adalah gagasan yang ada dibelakangnya, apa yang akan dikatakan sebuah iklan kepada khalayak
4. konsep iklan merupakan titik pusat iklan tersebut
5. sebuah kampanye iklan akan berhasil atau gagal, tergantung pada kekuatan atau kelemahan konsep dasarnya.
6. *Pelaksanaan* — kegiatan berlanjut pada proses pembuatan ide dan eksekusi dari konsep.
7. *Memproduksi Iklan Jadi* — merupakan proses rekaman, *take voice*, pemilihan musik, *sound effect* dll hingga mixing serta penggandaan hasilnya.

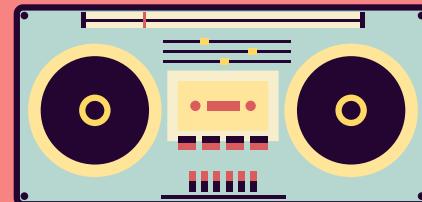
Prinsipprinsipplanradio:

1. Keseimbangan
Ketimbangan atau keseimbangan dalam komunikasi tidak boleh mendominasi.
 2. Keringkas
Kata-kata harus dapat bekerja cepat, singkat, tajam dan langsung ke sasaran.
 3. Kesederhanaan
Hindari detail (umit & ruwe)
 4. Earcatching
Mudah didengar dan mudah diingat
 5. Menarik
Perhatian Berani Tampil Beda



MENULIS IKLAN RADIO

1. Tuangkan pesan ke dalam kata
2. Susun gagasan sesuai dengan pesan. Gagasan harus mencerminkan harapan klien kepada calon konsumen/pendengar setelah mendengarkan iklan.
3. Sajikan uraian singkat mengenai setiap peran.
Untuk membantu aktor agar menyadari peran yang dimainkan.
Jelaskan situasi apa yang diharapkan dalam script, dan bagaimana dia harus berakting.
4. Naskah harus sederhana
Susunlah teks iklan dengan bahasa sederhana. Hindarkan argumen dan angka-angka yang membingungkan. Semakin sederhana semakin baik.



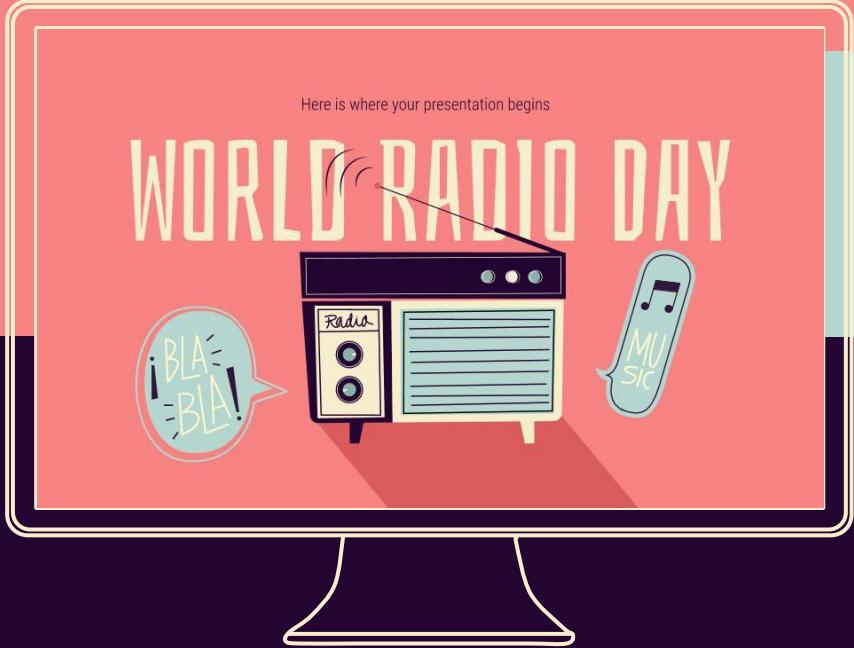
5. Sajikan dialog secara benar dan nyata.

Sajikan teks iklan dengan kata-kata yang biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari. Cara kita berbicara mungkin berbeda dengan cara bicara sasaran pendengar kita, maka pelajari kebiasaan mereka berdialog, dan kata-kata itulah yang kita pilih.

7. Ciptakan suasana setting dan hubungan antar peran secara jelas.

Kemukakan keterangan yang menggambarkan setting dan hubungan antar peran dalam iklan. Dapat dilakukan dengan dialog atau sound effect.





Here is where your presentation begins

WORLD RADIO DAY

BLA-BLA!

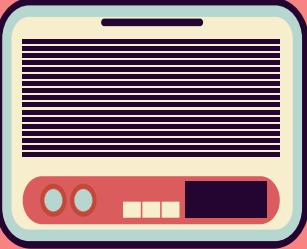
Radio

MUSIC

Fungsi dan nasa radio

Informasi

Fungsmediaradiosebagaiinformasi adalahadanyapemberitaamengenai informasiyangakuratdanterbaruyang belumtersiarkanolehmedia lain. seperti informasi kemacetan dijalan dan lain lain.



Edukasi

Radio sebagai sumber edukasi salah satunya radio yang adalah Radio Edukasi (RE) merupakan salah satu sumber belajar atau media pendidikan yang dikembangkan oleh Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan (BPMRP) Yogyakarta sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pusat Teknologi dan RE menyiar berbagai materi pendidikan yang dikemas dengan santun, cerdas, dan menghibur serta disiarkan dalam berbagai bentuk program acara.



Hiburan

Radio juga mempunyai siaran hiburan seperti podcast, dan radio juga mempunyai siaran hiburan yang dapat memberikan pedengarnya untuk menyampaikan suatu pesan yang tidak hanya di dengar dia sendiri.





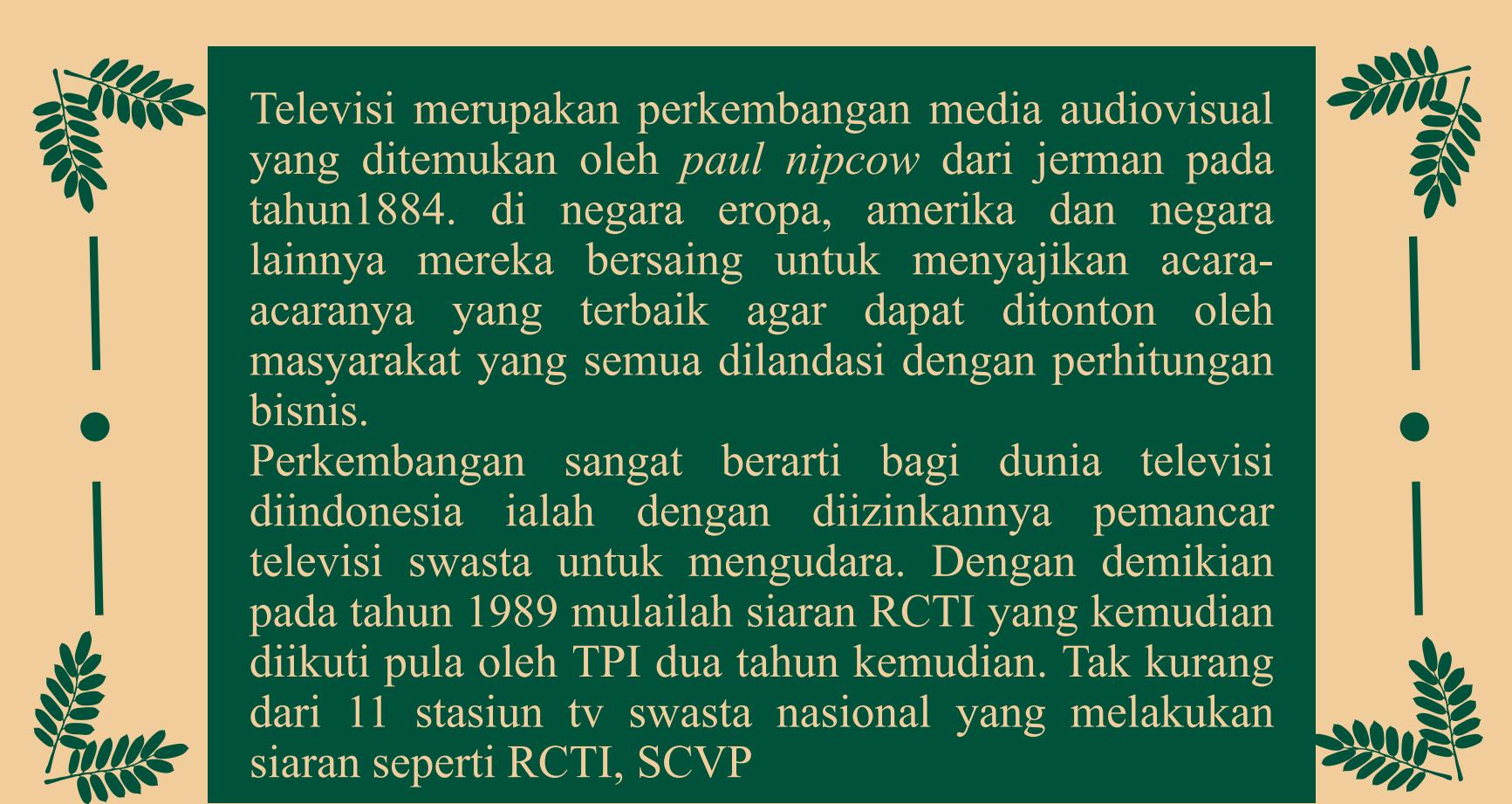
MEDIA ELEKTRONIK (TELEVISI)

KELOMPOK 1

- ALDO KEVINANDA 181910051
- ALJHAZAL ZUHURGA 181910015
- IDIL ADHA NISA 181910041
- MEGAWATI 181910019
- OKTA RIADI 181910021
- YOSA MELANIA 181910035

TELEVISI

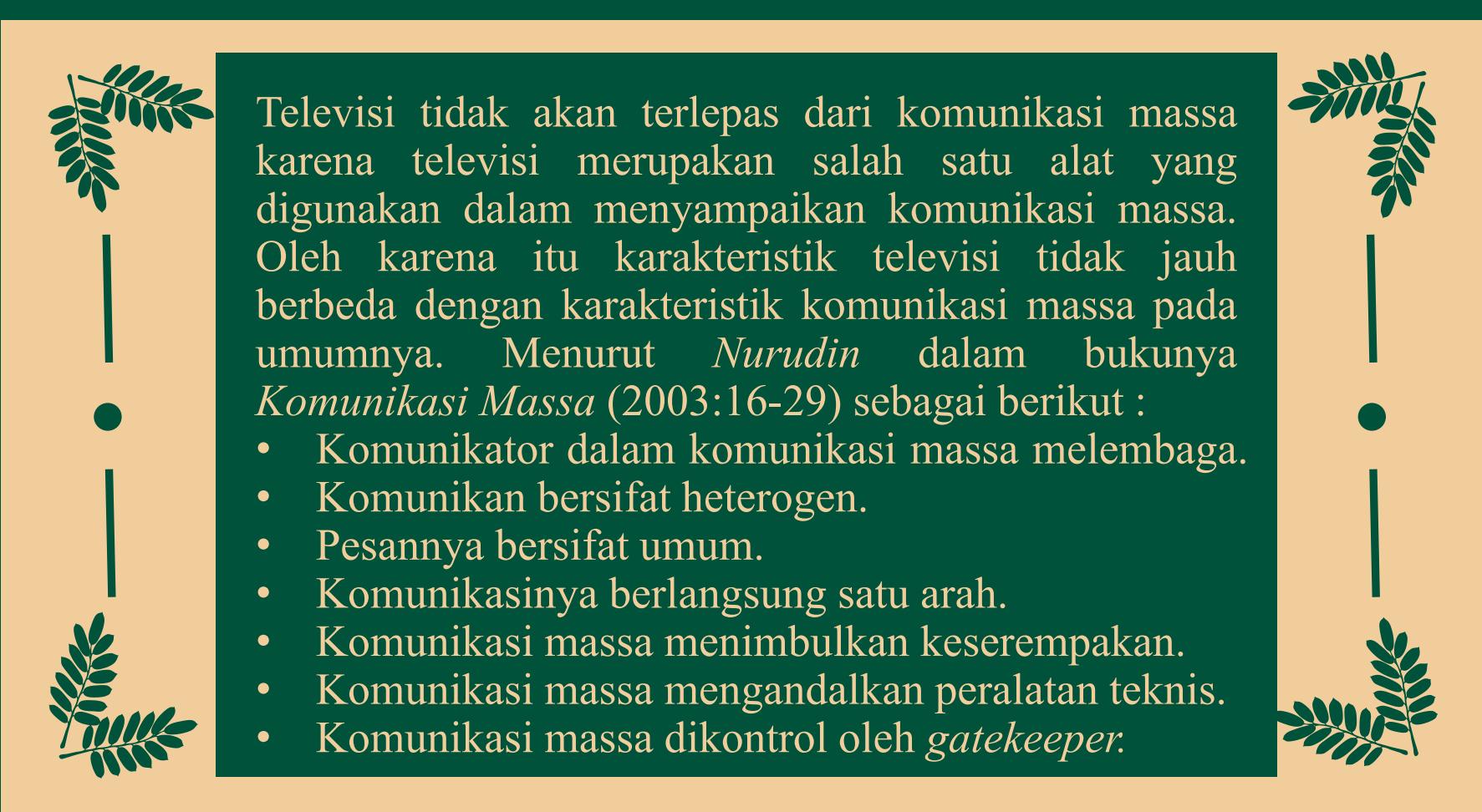
Televisi sebagai salah satu media masa memiliki potensi besar sebagai media yang dapat digunakan untuk mendidik masyarakat, karena media komunikasi masa ini tengah digandrungi masyarakat. Dengan adanya televisi, peranan sekolah untuk melibatkan rakyat kebanyakan dalam proses kebudayaan menjadi relatif, karena opini masyarakat bukan lagi dibentuk oleh guru sekolah, melainkan oleh tayangan televisi yang ternyata jauh lebih mengesankan.



Televisi merupakan perkembangan media audiovisual yang ditemukan oleh *paul nipcow* dari jerman pada tahun 1884. di negara eropa, amerika dan negara lainnya mereka bersaing untuk menyajikan acara-acaranya yang terbaik agar dapat ditonton oleh masyarakat yang semua dilandasi dengan perhitungan bisnis.

Perkembangan sangat berarti bagi dunia televisi diindonesia ialah dengan diizinkannya pemancar televisi swasta untuk mengudara. Dengan demikian pada tahun 1989 mulailah siaran RCTI yang kemudian diikuti pula oleh TPI dua tahun kemudian. Tak kurang dari 11 stasiun tv swasta nasional yang melakukan siaran seperti RCTI, SCVP

TPI, AN-tv, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Global TV, TV7, Lativi, di samping TVRI, yang mengudara, baik secara lokal di Jakarta maupun yang swasta sudah mulai mengarah kepada sistem Amerika, ini mulai dari garapan-garapan sinetron, kuis, dan beberapa acara hran lainya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun TV tersebut karena semuanya dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan bisnis, yaitu untung dan rugi.



Televisi tidak akan terlepas dari komunikasi massa karena televisi merupakan salah satu alat yang digunakan dalam menyampaikan komunikasi massa. Oleh karena itu karakteristik televisi tidak jauh berbeda dengan karakteristik komunikasi massa pada umumnya. Menurut *Nurudin* dalam bukunya *Komunikasi Massa* (2003:16-29) sebagai berikut :

- Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.
- Komunikator bersifat heterogen.
- Pesannya bersifat umum.
- Komunikasinya berlangsung satu arah.
- Komunikasi massa menimbulkan keserempakan.
- Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.
- Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*.

Menurut *Onong Uchjana Effendy* Kelebihan televisi dapat dilihat dari beberapa aspek berikut :

- Kemampuan menyajikan berbagai kebutuhan manusia baik hiburan, informasi, pendidikan dengan sangat memuaskan.
- Penonton tidak perlu susah untuk pergi ke tempat kejadian, dapat menikmati di rumah secara santai.
- Televisi melakukan komunikasi secara langsung dan akrab, seolah-olah para penonton TV berhadapan langsung dengan penyiarannya/kejadian ini.
- Mempunyai kemampuan untuk menunjukkan secara audio dan visual (Yulianita 1995-63-65).

Fungsi Pendidikan dalam Tayangan Televisi

- Pada intinya “fungsi komunikasi massa secara umum adalah informasi, pendidikan, dan menghibur. Banyak hal yang membuktikan baik di dalam maupun diluar kelas sebagai alat pendidikan, media membuktikan kemampuannya memikul sebagian besar tugas pendidikan, terutama dibidang pendidikan orang-orang dewasa dan memberantas buta huruf. Hal ini berarti televisi sebagai media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku (Ardianto, 2004:19).

Pendidikan dan Kualitas Bangsa

- Ditinjau dari prosesnya pendidikan adalah proses komunikasi yang melibatkan dua pihak secara langsung maupun tidak langsung. “Pendidikan merupakan proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran, pelatihan, proses, cara mendidik”
- Tujuan Pendidikan pada umumnya untuk meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal sehingga menguasainya. Pendidikan merupakan proses evolusioner tidak serta instan.
- Pendidikan tidak hanya dapat dilakukan secara formal melalui lembaga pendidikan tetapi juga secara informal diantaranya melalui media massa, “ Kegiatan ini merupakan pendidikan yang berskala luas melalui : surat kabar, film, radio,TV, perpustakaan, museum dengan tujuan menyampaikan informasi, opini, sikap, dan perilaku.

Kekuatan (Strength) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Televisi mempunyai banyak kelebihan yang akan menjadi kekuatan. Kekuatan televisi adalah menguasai jarak dan ruang karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik. Sasaran untuk menjangkau massa cukup besar.

Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukan bahwa media tersebut telah menguasai khalayak. Daya tarik media televisi semakin besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi berubah total, media televisi menjadi panutan baru(*news religius*) bagi kehidupan.

Kelemahan (Weakness) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa

Kelemahan televisi sebagai media pendidikan tidak sesempurna seperti pendidikan formal. (*Howard K. Smith*). Rata-rata belajar tentang dunia sesudah meninggalkan sekolah adalah mass media walaupun proses yang diterima tidak sempurna tidak seperti mengikuti pendidikan formal. (*Yulianita 1995-26*).

Sulit untuk merancang format acara dengan cara memindahkan lebih kepada hiburan, sehingga apabila pendidikan formal dengan rancangan kurikulumnya dipindahkan ke televisi maka khalayak akan mengalami kelemahan bahkan mungkin akan meninggalkan televisi. Kelemahan yang lain adalah karena televisi seolah-olah menghipnotis pemirsanya, bisa jadi masyarakat akan teriringi secara psikologis untuk mempercayai apapun yang ditayangkan.



welcome

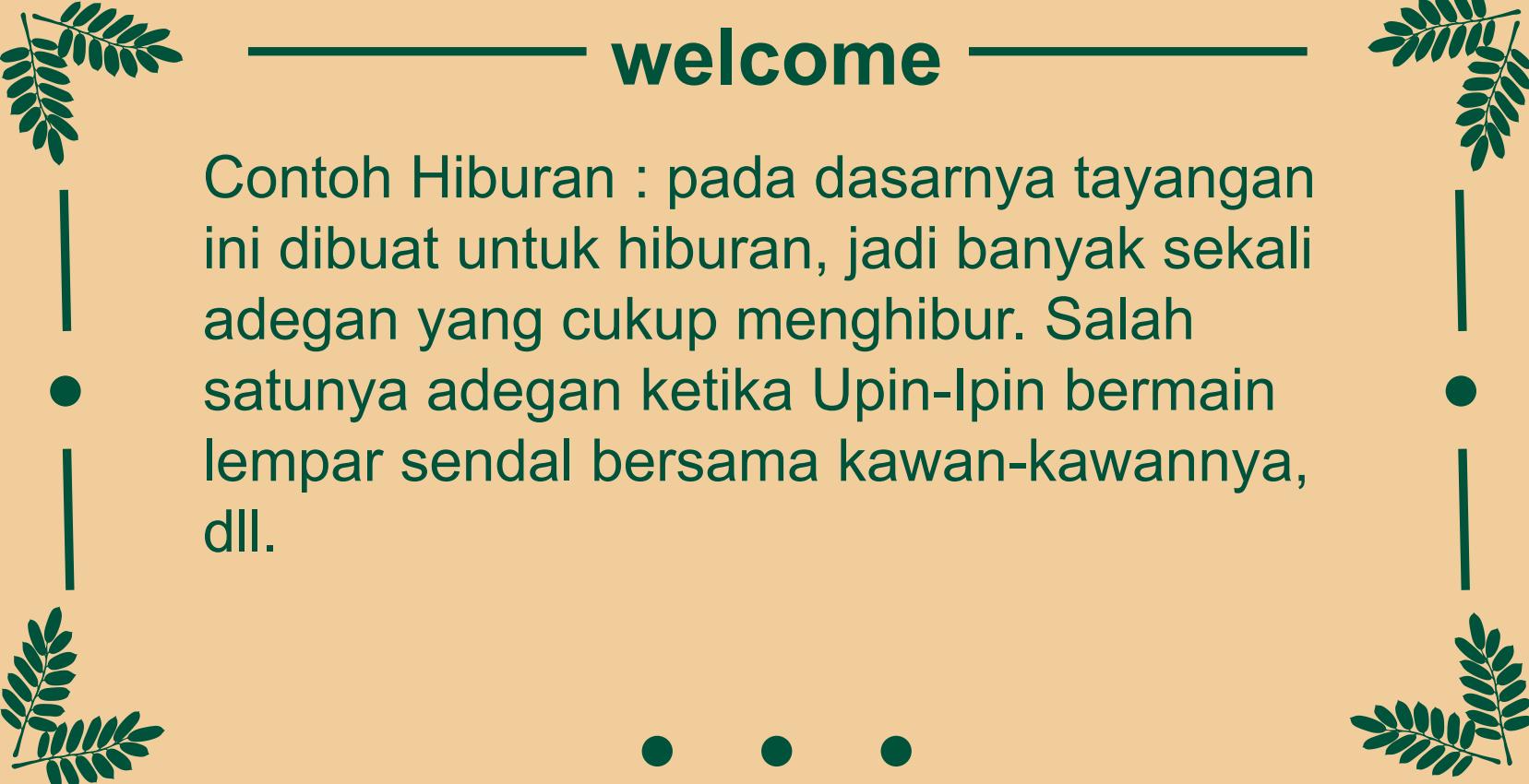
Salah satu tayangan di Televisi yang cukup digemari masyarakat indonesia adalah sinema kartun Upin-Ipin. Tayangan ini menampilkan edukasi, hiburan dan pengetahuan sekaligus dalam setiap tayangannya.



welcome

Contoh Edukasi : banyak sekali dalam tayangan Upin-Ipin yang mengandung unsur pendidikan. Salah satunya adalah adegan Upin-Ipin setiap pulang sekolah selalu mencium tangan Neneknya (Opa), adegan mengajarkan perilaku untuk menghormati orang yang lebih “tua”.

Contoh lain adalah ketika Upin-Ipin mengaji di surau, belajar dikelas, Upin-Ipin di dunia Dinosaurus.



welcome

Contoh Hiburan : pada dasarnya tayangan ini dibuat untuk hiburan, jadi banyak sekali adegan yang cukup menghibur. Salah satunya adegan ketika Upin-Ipin bermain lempar sendal bersama kawan-kawannya, dll.



welcome

Banyak sekali hal-hal yang sebelumnya sangat awam bagi masyarakat kemudian bisa menjadi suatu pengetahuan yang baru bagi masyarakat. Contohnya : ketika Upin-Ipin membuat mainan dari kaleng susu, adegan ketika Upin-Ipin menanam Pisang di belakang rumah. Tanpa kita sadari juga anak-anak yang menonton ini bisa menjadi sangat akrab dengan bahasa, logat, dialek, melayu bahkan sering digunakan dalam kesehariannya tanpa ia sadari.





THANKS



Surat Kabar



Kelompok 3

1. Dinda Aulya 181910034
2. Novalina Mursese 181910010
3. Rizky Adinda Putri 181910014
4. M. Iqbal Alrisandi 181910065
5. Dinal Solehan 181910031

>

<



Pengertian Surat Kabar

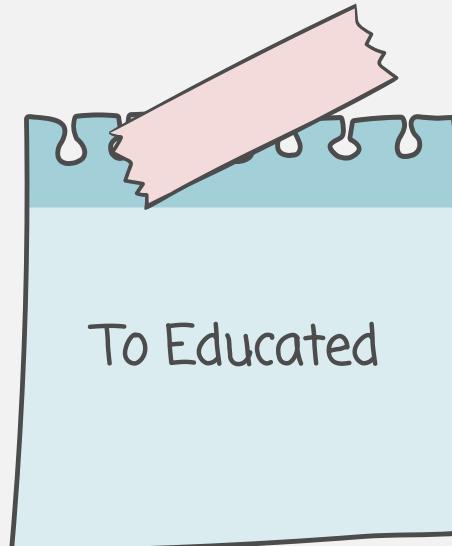
Surat kabar atau yang biasa disebut dengan Koran adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadidi masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodic, bersifat umum, isinya termasa dan actual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui si pembaca.

Arti penting surat kabar terletak pada kemampuannya untuk menyajikan berita-berita dan gagasan-gagasan tentang perkembangan masyarakat pada umumnya, yang dapat mempengaruhi kehidupan modern seperti sekarang ini.

Selain itu, surat kabar mampu menyampaikan sesuatu setiap saat kepada pembacanya melalui surat kabar pendidikan, informasi, dan interpretasi mengenai beberapa hal, sehingga hampir sebagian besar dari masyarakat menggantungkan dirinya kepada pers untuk memperoleh informasi.



Fungsi Surat Kabar



Penjelasan tentang fungsi surat kabar

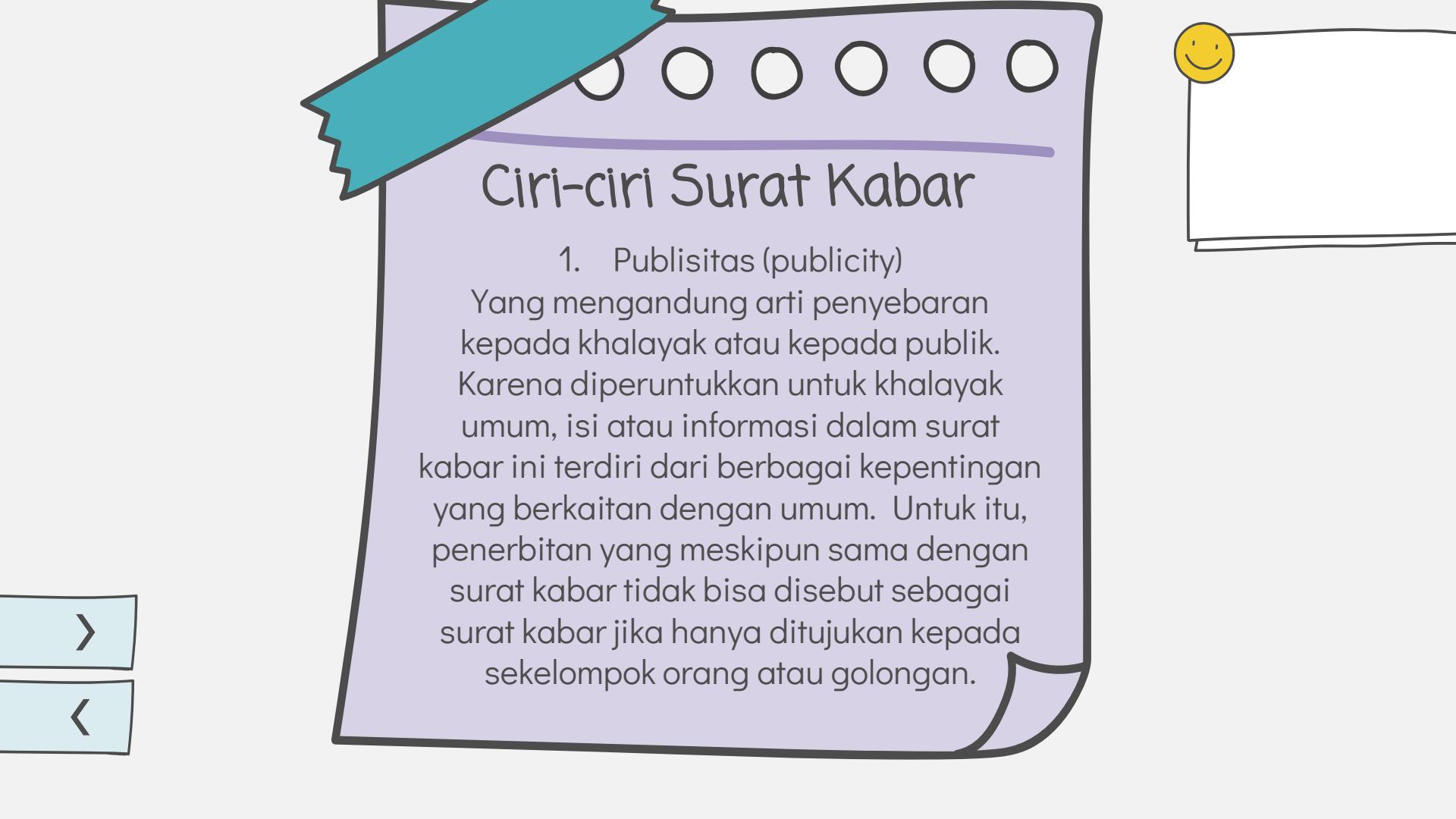
- Fungsi surat kabar yang pertama yaitu to inform (informasi) yang berarti menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas-luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar, yakni, akurat, factual, menarik atau penting, benar, lengkap, utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relavan, bermanfaat dann etis.
- Fungsi surat kabar yang kedua to educated (mendidik). Informasi yang disebarluaskan surat kabar hendaknya dalam kerangka mendidik. Inilah yang membedakan surat kabar sebagai lembaga kemasyarakatan yang lain. Sebagai lembaga ekonomi, surat kabar dituntut berorientasi komersil untuk memperoleh keuntungan financial.



Nama dan fungsinya sama sekali tidak boleh mengurangi, apalagi meniadakan fungsi dan tanggung jawab sosial surat kabar. Dengan kata lain, surat kabar harus mau dan mampu memerankan dirinya sebagai guru bangsa.

- Fungsi surat kabar yang ketiga, yaitu to entertain (menghibur). Keberadaan surat kabar tidak hanya informasi sebagai mendidik, mengkoreksi tetapi surat kabar juga mampu berperan sebagai media hiburan yang sehat dan menyenangkan bagi seluruh lapisan masyarakat. Artinya, apapun pesan rekreatif yang disajikan mulai dari cerita pendek hingga teka-teki sillang tidak boleh bersifat negative. Surat kabar harus menjadi sahabat setia pembaca yang menyenangkan.

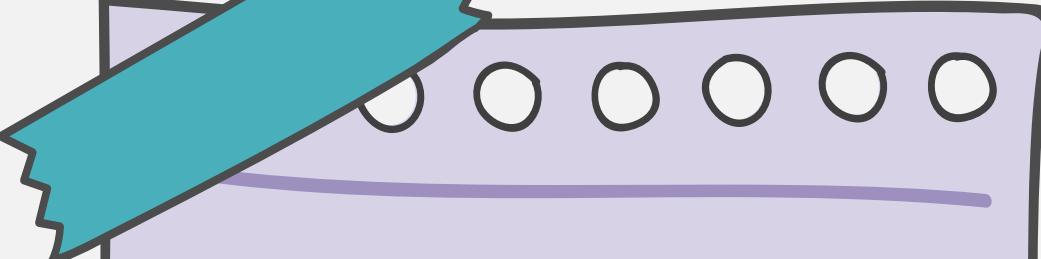




Ciri-ciri Surat Kabar

1. Publisitas (publicity)

Yang mengandung arti penyebaran kepada khalayak atau kepada publik. Karena diperuntukkan untuk khalayak umum, isi atau informasi dalam surat kabar ini terdiri dari berbagai kepentingan yang berkaitan dengan umum. Untuk itu, penerbitan yang meskipun sama dengan surat kabar tidak bisa disebut sebagai surat kabar jika hanya ditujukan kepada sekelompok orang atau golongan.

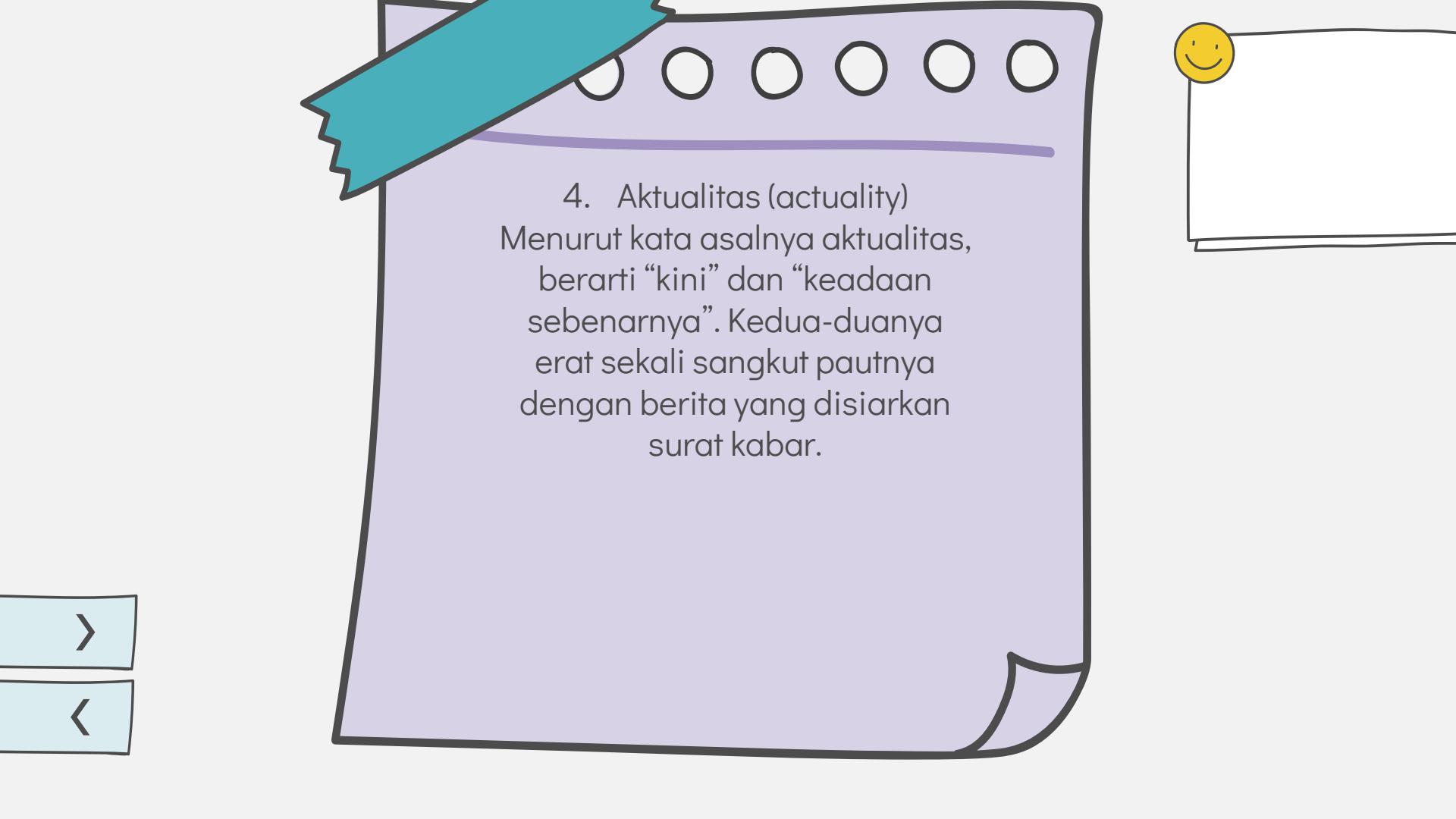
- 
2. Periodesitas (periodicity)
Yang berarti keteraturan dalam penerbitannya. Keteraturan ini bisa satu kali sehari bisa juga satu atau dua kali terbit dalam seminggu. Karena mempunyai keteraturan dalam penerbitannya, maka penerbit buku tidak dapat dikategorikan sebagai surat kabar meskipun isinya menyangkut kepentingan umum karena tidak disebarluaskan secara periodik dan berkala.



3. Universalitas (universality)

Yang berarti kemestaan dan keragaman. Isinya yang datang dari berbagai penjuru dunia. Untuk itu jika sebuah penerbitan berkala isinya hanya mengkhususkan diri pada suatu profesi atau aspek kehidupan, seperti majalah kedokteran, arsitektur, koperasi atau pertanian, tidak termasuk surat kabar.





4. Aktualitas (actuality)

Menurut kata asalnya aktualitas, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua-duanya erat sekali sangkut pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar.

01

02

03

>

<

Kelompok kami
kelompok 3
mengambil contoh
Surat Kabar tentang
Tribun Sumsel



01

02

03

To Inform

Dalam Koran Tribun Sumsel fungsi surat kabar sebagai media informasi sudah sangat baik namun sering kali informasi yang di muat adalah informasi yang kurang penting, seperti berita mengenai kehidupan para artis seperti contoh berita disamping

PAULA VERHOEVEN

Kiano Mau Punya Adik

AKTOR Baim Wong mengumumkan bahwa istrinya, Paula Verhoeven, tengah hamil anak kedua. Hal itu diungkapkan Baim dalam akun YouTube-nya. Kehamilan Paula ini diumumkan usai adiknya, Chelzea Verhoeven, diketahui hamil.

■ KE HALAMAN 7

DOK. INSTAGRAM // PAULA VERHOEVEN



01

02

03

To Educated



Berita-berita di surat kabar sudah seharusnya mengandung unsur edukasi untuk menambah ilmu dan pengetahuan si pembaca, namun dalam koran tribun sumsel tidak banyak berita edukasi yang dimuat di dalamnya, hanya ada beberapa saja.

Rasulullah Mengajarkan tak Menumpuk Harta





To Entertain

Tujuan pemuatan isi yang mengandung hiburan itu, semata-mata untuk melemaskan ketegangan pikiran setelah pembaca disuguhi berita dan artikel yang berat-berat. Biasanya yang banyak dicari oleh pembaca itu adalah cerpen dan teka-teki silang. namun di Koran Tribun Sumsel tidak terdapat cerpen dan teka-teki silang, hanya ada tajuk rencana.

01

02

03

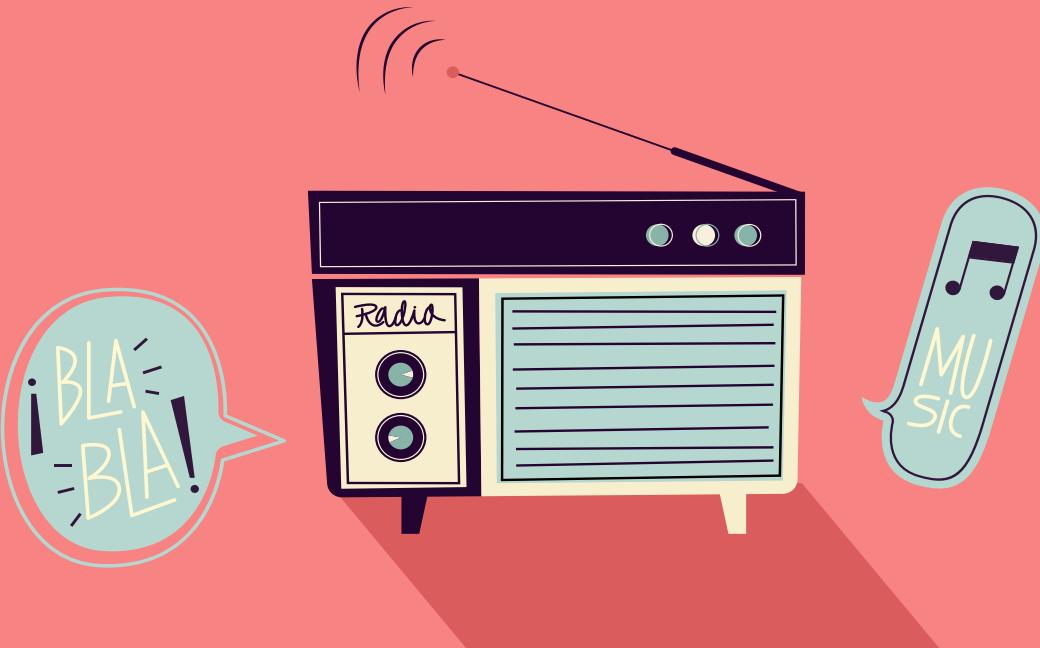


Kesimpulan

Berita-berita yang dimuat surat kabar harus berimbang antara informasi, pengetahuan maupun hiburan. Sebisa mungkin surat kabar itu menjadi suatu yang menarik sehingga masyarakat senang membaca surat kabar, apalagi sekarang ini surat kabar sudah mulai ditinggalkan dan orang-orang mulai beralih ke media informasi digital.



RADIO



Aulia Amanda	181910050
Bangkit Sanjaya	181910007
Marisa Nuraini F.P	181910013
M. Selo Kardopas	181910043
M. Naufal Rizqullah	19191001p
Satrio Alatos Hidayatullah	181910023



RADIO CREATES IMAGE IN THE IMAGINATION OF THE
LISTENER WRITE AS YOU SPEAK, NOT AS YOU WRITE

*Masing- masing media punya karakter yang berbeda-beda
dan menjangkau kelompok audience yang berbeda-beda.
Bukan hanya tiras, tapi karakter audience dan kualitas
segmen sangat menentukan efektifitas iklan.*



Adatiga buahalasan yang menjadifaktorfaktor
yang mendukung siaran radio

radio siaran bersifat langsung

radio siaran tidak mengenal jarak dan
rintangan

radio siaran memiliki daya tarik

01

02

03

Pentingkah Radio?

Darimasa ke masa, peranan radio selalu penting. Bermunculannya berbagai media elektronik, termasuk maraknya Internet pun, tidak menenggelamkan radio sebagai salah satu media pilihan konsumen.

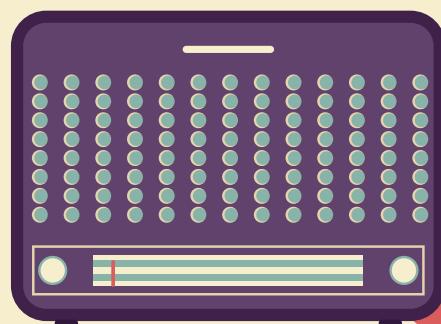
Karenanya, iklan di radio tetap perlu untuk dipertimbangkan dalam integrated marketing communication (IMC) sebuah brand campaign.

Kelebihan lain dari radio adalah lebih singkatnya waktu untuk mempersiapkan materi iklan. Materipun bisa dikemas/dibawakan dengan gaya bahasa sedemikian rupa sehingga sesuai dengan selera pendengar lokal.

Iklan radio yang efektif adalah yang mampu melibatkan pendengarnya. Engagement bisa diperoleh dari pemilihan kata-kata yang menarik atau humoris, dari komponen musik dan dari sound effect lainnya.



Adakalanya, radio setempat juga menawarkan jasa untuk membacakan script iklan oleh penyiaranya. Ini bagus, karena mampu menepis kebosanan pendengar yang lelah dijejali iklan yang bertubi-tubi. Dengan gaya tersendiri, penyiar membacakan script iklan dengan renyah dan dibumbui cerita-cerita keseharian, sehingga lebih merasuk ke benak pendengar. Hanya saja, harus tetap dilakukan suatu monitoring khusus, untuk meyakinkan bahwa penyiar tidak terlalu jauh memodifikasi script yang dikemas untuk brand. Karena harganya yang relatif lebih murah, iklan radio bermanfaat untuk meningkatkan frekuensi eksposure sebuah campaign. Dengan tingginya frekuensi, awareness terhadap pesan yang disampaikan melalui media radio akan dengan cepat dibangun.



Yang perlu diperhatikan adalah adanya sinergi antara pesan brand yang disampaikan lewat media radio dengan pesan brand yang disampaikan di media lainnya.

Jangan sampai masing-masing media menyampaikan hal yang tidak berhubungan, bahkan bertentangan.

Kelebihan Media Radio

- 1. Murah(biaya produksi dan placement)
- 2. Ketajaman Penetrasi (sinyal kuat pendengar dari jarak jauh)
- 3. Waktu Transmisi tak terbatas (mengudara 24 jam)
- 4. Imajinatif (suara/vocal, musikal)
- 5. Tidak memerlukan perhatian terfokus (sambil berkendara dll)
- 6. Bersifat Mobile (bisa dibawa kemana saja)
- 7. TemanSetia(temanrasasepi)
- 8. Pengganttelevisi(tidak bisa lihat televisi)
- 9. MediaIntrusif(efektif memutuskan menyela info baru)
- 10. Bukanmediamusiman(memiliki pendengar dan pater pengaruhmusim)
- 11. Sulurban coverage jangkauan yang tidak terjangkau tv, media cetak)

Kelemahan Media Radio

1. Lack of pictures pengiklartidak bisa demonstrasikan produknya
2. Radio menyiarkan klan sekilas (perlupengulangan)
3. Bersifat terbatas (pengiklartumpangindih menjangka masa)
4. Local Area service (enjangka daerah tertentu tergantung radionya)
5. Sulit dimonitor

1. Buatlah pendengar “melihat” apa yang anda sampaikan
2. Gunakan kata-kata sederhana biasa terdengar setiap hari
3. Hindari kata-kata salah dengar atau salah arti
4. Gunakan Sound Effect (SFX) produk yang sedang “Action”
5. Ramukan jingle, dialog, penyiar, SFX, musik sefektif mungkin.
6. Sesuaikan dengan gaya station radio yang dipilih
7. Variasikan tema jingle bisa nge’rock, dangdut, R&B, pop, dll
8. Adlips (berita/iklan dari suara penyiar)
9. Spot promo (iklan promosi produk)
10. Wawancara langsung .

Cari iklan radio

Analisis sebagi berikut:

1. Iklan apa yang disampaikan
2. Apakah sudah tepat media radio sebagai penyapaian pesan
3. Siapakah segmen pasarpendengar
4. Apa yang dilakukan oleh desainer dari tahap awal iklan sampai selesai
5. Misalnya diawali dengan jingle musik kemudian bicara dan seterusnya sampai selesai



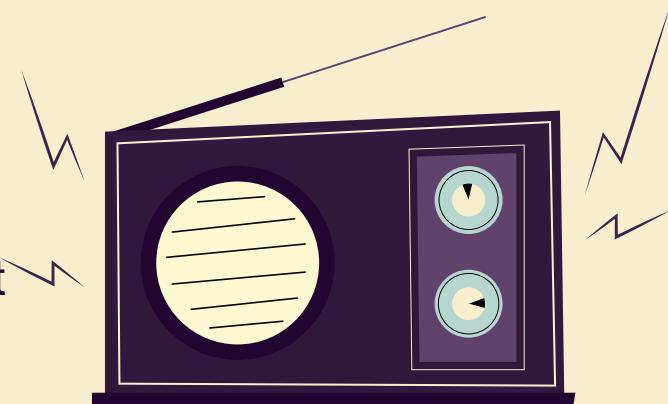


Proses kerja pembuatan iklan

1. *Briefing* awal, antara pembuat iklan dengan pemesan iklan.
2. *Perumusan Strategi Kreatif* — perumusan strategi yang akan menentukan arah umum sebuah iklan.
Penyusunan Konsep
3. inti iklan adalah gagasan yang ada dibelakangnya, apa yang akan dikatakan sebuah iklan kepada khalayak
4. konsep iklan merupakan titik pusat iklan tersebut
5. sebuah kampanye iklan akan berhasil atau gagal, tergantung pada kekuatan atau kelemahan konsep dasarnya.
6. *Pelaksanaan* — kegiatan berlanjut pada proses pembuatan ide dan eksekusi dari konsep.
7. *Memproduksi Iklan Jadi* — merupakan proses rekaman, *take voice*, pemilihan musik, *sound effect* dll hingga mixing serta penggandaan hasilnya.

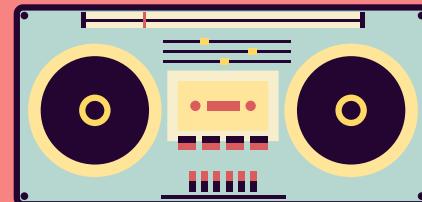
Prinsipprinsiplanadio:

1. Keseimbangan
Ketimbangan atau keseimbangan dalam komunikasi tidak boleh mendominasi.
 2. Keringkas
Kata-kata harus dapat bekerja cepat, singkat, tajam dan langsung ke sasaran.
 3. Kesederhanaan
Hindari detail (umit & ruwe)
 4. Earcatching
Mudah didengar dan mudah diingat.
 5. Menarik
Perhatian Berani Tampil Beda



MENULIS IKLAN RADIO

1. Tuangkan pesan ke dalam kata
2. Susun gagasan sesuai dengan pesan. Gagasan harus mencerminkan harapan klien kepada calon konsumen/pendengar setelah mendengarkan iklan.
3. Sajikan uraian singkat mengenai setiap peran.
Untuk membantu aktor agar menyadari peran yang dimainkan.
Jelaskan situasi apa yang diharapkan dalam script, dan bagaimana dia harus berakting.
4. Naskah harus sederhana
Susunlah teks iklan dengan bahasa sederhana. Hindarkan argumen dan angka-angka yang membingungkan. Semakin sederhana semakin baik.

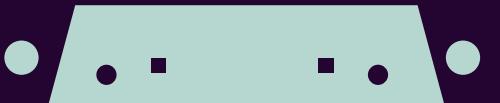


5. Sajikan dialog secara benar dan nyata.

Sajikan teks iklan dengan kata-kata yang biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari. Cara kita berbicara mungkin berbeda dengan cara bicara sasaran pendengar kita, maka pelajari kebiasaan mereka berdialog, dan kata-kata itulah yang kita pilih.

7. Ciptakan suasana setting dan hubungan antar peran secara jelas.

Kemukakan keterangan yang menggambarkan setting dan hubungan antar peran dalam iklan. Dapat dilakukan dengan dialog atau sound effect.





Here is where your presentation begins

WORLD RADIO DAY

BLA-BLA!

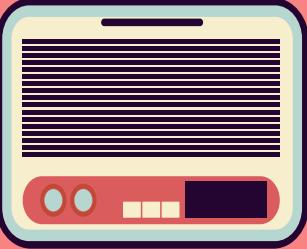
Radio

MUSIC

Fungsi dan nasa radio

Informasi

Fungsmediaradiosebagaiinformasi adalahadanyapemberitaamengenai informasiyangakuratdanterbaruyang belumtersiarkanolehmedia lain. seperti informasi kemacetan dijalan dan lain lain.



Edukasi

Radio sebagai sumber edukasi salah satunya radio yang adalah Radio Edukasi (RE) merupakan salah satu sumber belajar atau media pendidikan yang dikembangkan oleh Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan (BPMRP) Yogyakarta sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pusat Teknologi dan RE menyiar berbagai materi pendidikan yang dikemas dengan santun, cerdas, dan menghibur serta disiarkan dalam berbagai bentuk program acara.



Hiburan

Radio juga mempunyai siaran hiburan seperti podcast, dan radio juga mempunyai siaran hiburan yang dapat memberikan pedengarnya untuk menyampaikan suatu pesan yang tidak hanya di dengar dia sendiri.

