



**Program Acara Televisi sebagai Media
Informasi, Pendidikan, dan Hiburan**
Analisis Makna, Kualitas, dan Dampak Khalayak Pemirsa

Pidato Ilmiah Pada Dies Natalis ISI Yogyakarta ke XXI
Sabtu 23 Juli 2005

Oleh :
Drs. Alexandri Luthfi, M.S

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

Drs. Alexandri Luthfi, MS

**Program Acara Televisi Sebagai Media Informasi,
Pendidikan dan Hiburan**

Analisis Makna, Kualitas dan Dampak Khalayak Pemirsa

Pidato Ilmiah pada Dies Natalis XXI

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Sabtu 23 Juli 2005

Lay-Out oleh :

Mahendradewa Suminto, S.Sn.

Diterbitkan oleh :

Panitia Dies Natalis ISI Yogyakarta

**Program Acara Televisi Sebagai Media
Informasi, Pendidikan, dan Hiburan**
Analisis Makna, Kualitas, dan Dampak Khalayak Pemirsa

Yth. Ketua, Sekretaris, dan para anggota Dewan Penyantun Institut
Seni Indonesia Yogyakarta;

Yth. Rektor/Ketua Senat, Sekretaris Senat, dan para anggota Senat
Institut Seni Indonesia Yogyakarta;

Yth. Para Pejabat Pemerintah;

Yth. Para Pembantu Rektor, para Dekan, beserta segenap Pejabat
Institut Seni Indonesia Yogyakarta;

Yth. Para rekan dosen, mahasiswa, serta para tamu undangan.

Assalamu alaikum warakhmatullahi wabarakatuh,

Hadirin yang saya hormati.

Pembangunan nasional pada dasarnya adalah perubahan dan perkembangan perilaku dari masyarakat agraris tradisional menuju masyarakat industri dan modern. Perubahan dan perkembangan tersebut akan berjalan melalui berbagai tahapan yang selalu berorientasi kepada kondisi sosial ekonomi serta kualitas pendidikan, dengan memperhatikan faktor kultur, bahasa, dan budaya. Pembangunan nasional sebagai proses kebudayaan yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup dan kepribadian dengan menyatukan serta mempertahankan kebudayaan nasional, tentu memerlukan beberapa sarana pendukung, dan di antaranya adalah sarana komunikasi agar dapat menyampaikan berbagai informasi yang bersifat membangun.

Komunikasi dengan pengembangan teknologinya, menempati posisi yang strategis di dalam pembangunan nasional khususnya di dalam mengubah sikap

dan perilaku individu maupun kelompok masyarakat, kecenderungan ini disebabkan oleh kualitas informasi yang disampaikan dan yang diterima. J.B. Wayudi menjelaskan tentang “komunikasi” sebagai kata kerja, yaitu proses pemberitahuan. Dalam proses pemberitahuan ada pihak yang memberitahu dan diberitahu dipersatukan oleh isi pemberitahuan, dan isi pemberitahuan ini (informasi) lalu menjadi milik bersama (Y.B. Wayudi, 1992: 3). Sejalan dengan perkembangan kecerdasan berfikir manusia, diciptakanlah sebuah alat bantu untuk mendukung proses komunikasi. Hal itu bermula dari mengembangkan serta membangun teori-teori dasar yang bersifat mekanis dan teori dasar elektronika seperti gelombang elektromagnitis atau sinyal listrik yang ditemukan pada awal abad 19. Selanjutnya penemuan teori dasar elektronika ini di kembangkan ke dalam teknologi komunikasi yang memiliki kemampuan mempercepat penyebaran informasi di berbagai tempat dan lapisan masyarakat. Hasilnya melahirkan sebuah peradaban baru, yaitu kehidupan yang tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu.

A. Muis mengemukakan bahwa teknologi komunikasi dan informasi telah merangsang manusia untuk menghadirkan aneka ragam saluran informasi yang makin lama makin canggih, dan memungkinkan menampilkan segala macam kejadian dan realitas sosial. Perangkat komunikasi sebagaimana dikemukakan di atas, dalam perkembangannya kemudian muncul dalam bentuk media audio-visual yang dikeluarkan melalui sebuah **kotak ajaib** yang kemudian disebut sebagai televisi (Priyo Soemandoyo, 1999: 16)

Hadirin yang saya hormati.

Pada tahun 1962, Indonesia memiliki teknologi komunikasi yang diberi nama Televisi Republik Indonesia (TVRI). Kelahiran Televisi Republik Indonesia di samping untuk mendukung *Asian Games IV* di Jakarta, juga menjadi alat hubungan masyarakat dalam melaksanakan pembangunan mental, fisik

bangsa dan negara, kebijakan ini diatur dalam pasal 4 Keppres No. 215/1963. Selanjutnya pada tahun 1987, saat pemerintah mencanangkan kebijakan **langit terbuka** (*open sky policy*) dengan tujuan agar seluruh daerah di Indonesia dapat menangkap dan menerima arus informasi serta hiburan melalui siaran televisi dengan menggunakan antena parabola, maka sejak saat itu pula media televisi bukan lagi monopoli milik pemerintah (TVRI). Oleh karenanya tidak mengherankan apabila dalam kurun waktu empat dasa warsa, telah berdiri lebih dari 10 stasiun televisi swasta.

Implementasi teknologi komunikasi dalam dunia televisi (*broadcast*), cenderung mengajak masyarakat keluar dari pemahaman komunikasi sempit dalam skala regional, menuju yang nasional bahkan internasional. Dalam mencermati kehadiran televisi sebagai media massa, arus informasi yang ditayangkan sangat berpengaruh di dalam membentuk sikap dan kepribadian baru masyarakat Indonesia. Hal ini disebabkan oleh karakteristik media televisi yang informatif serta memiliki beragam informasi tentang berbagai realitas sosial kehidupan manusia. Televisi ibaratnya telah menjadi **jendela bagi rumah kita**, jendela yang bisa dimanfaatkan untuk melongok apa saja dan terjadi di luar rumah kita (Soemandoyo, 1999: 17).

Hadirin yang saya hormati.

Upaya mengembangkan kebijakan pemerintah tentang fungsi dan tujuan dari stasiun televisi (TVRI) khususnya pada materi tayangannya, mulai dari informasi pembangunan, ilmu pengetahuan, budaya, dan pendidikan, secara kreatif dapat dikemas ke dalam suatu program acara yang diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang berkualitas bagi masyarakat untuk tujuan pembangunan mental, moral dan keilmuan. Namun sejalan dengan perkembangan waktu serta kebijaksanaan pemerintah ketika mengizinkan berdirinya stasiun televisi swasta, misi pembangunan yang edukatif menjadi berubah, wacana televisi sebagai media

informasi pembangunan, ilmu pengetahuan, pendidikan dan budaya, berkembang menjadi media hiburan dan promosi (komersial).

Dengan berkembangnya konsep dan fungsi televisi, tentu akan berdampak terhadap khalayak pemirsa yang terdiri dari berbagai lapisan masyarakat, dari mereka yang masih anak-anak, remaja, dewasa, dan berusia lanjut. Ishadi S.K. menjelaskan bahwa televisi merupakan media yang paling kuat pengaruhnya karena kemampuan penetrasi, besarnya khalayak, dan tingginya frekuensi khalayak pemirsa dalam menonton televisi (Ishadi S.K., 1999: 61). Sudah dapat dipastikan bahwa khalayak pemirsa tersebut tidak memiliki kemampuan yang sama di dalam menangkap siaran televisi. Kenyataan ini memunculkan stratifikasi khalayak pemirsa dalam diversifikasi penguasaan informasi. Dengan demikian tidaklah berlebihan apabila muncul pandangan-pandangan minor tentang dampak **kotak ajaib** ini. Televisi mampu menjadi ancaman atas tatanan nilai-nilai sosial yang tumbuh dalam masyarakat (Soemandoyo, 1999: 25).

Hadirin yang saya hormati.

Budaya menonton televisi di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan sejak diluncurkannya satelit komunikasi domestik palapa pada tahun 1976 (Darwanto Sastro Subroto, 1994: 36). Diprediksikan 80 % masyarakat Indonesia biasa menonton televisi dengan rata-rata menghabiskan waktu berjam-jam setiap hari di depan layar televisi (Roedi Hofmann, 1999: vi). Apabila dihitung, rata-rata jam siar stasiun-stasiun televisi adalah sekitar 20-an jam per hari. Lalu berapa jamkah dalam seharinya kita menghidupkan pesawat televisi di rumah. Berapa banyak porsi kehidupan yang kita habiskan di depan televisi per-hari (Kris Budiman, 2002: 4).

Roger Fidler menjelaskan bahwa teknologi baru biasanya membutuhkan 30 tahun sampai diterima umum oleh sebagian besar masyarakat. Kalau petunjuk

ini mau dipakai untuk televisi di Indonesia yang mulai beroperasi pada tahun 1962, maka tahun 1992 merupakan titik awal perubahan yang meluas. Itu ada benarnya juga, karena sejak permulaan tahun 1990-an televisi swasta menjadi populer di seluruh tanah air (Hofmann, 1999: 23)

Perbincangan perihal media televisi di Indonesia, beberapa tahun terakhir ini sungguh sangat menarik. Dari beberapa pandangan yang muncul dan menjadi perdebatan adalah dampak yang diakibatkan oleh berbagai program acara televisi. Para pakar serta pemerhati media televisi telah melakukan suatu kajian seputar dampak dari menonton televisi, hasilnya ternyata menyimpan paradoksnya sendiri, ada sisi positif dan negatif yang datang bersamaan.

Deddy Mulyana dan Idi Subandy Ibrahim mencoba mengklasifikasi 7 butir persoalan yang menonjol, yakni (1)dampak penayangan kekerasan, seksualitas dan iklan di televisi terhadap perilaku penonton, (2)anak-anak, pendidik, dan televisi (3)citra *gender* di dalam televisi, (4)industri dan bisnis televisi, (5)undang-undang penyiaran, (6)jurnalistik televisi, dan (7)etika komunikasi televisi (Budiman, 2002: 11).

Memperhatikan budaya televisi dari sisi khalayak pemirsanya, secara umum Ishadi S.K. membaginya dalam 2 bagian besar, yaitu khalayak aktif dan khalayak pasif. Pasif dalam arti sebagai pemirsa yang menerima mentah apa yang ditetapkan media untuknya tanpa melakukan apa-apa. Sementara aktif, ada dalam pengertian khalayak sendiri yang menentukan bagaimana media yang dia inginkan (Soemandoyo, 1999: 23). Meskipun muncul begitu banyak kekawatiran akan dampak dari media televisi, masih ada fungsi-fungsi lain yang secara positif mengemban suatu misi yang baik bagi khalayak pemirsanya. Televisi dengan program acaranya dapat menjadi sarana tayang realitas sosial yang penting artinya bagi manusia sebagai cermin untuk melihat dan mencermati lingkungan sosial kehidupan diluar individu maupun sekelompok masyarakat. Kemudian pada

fungsi berikutnya diharapkan mampu menyalurkan nilai-nilai budaya dari satu generasi ke generasi lainnya.

Onong Uchjana Effendi menjelaskan bahwa televisi sebagai media massa tidak beroperasi tanpa misi, apalagi TVRI yang dikelola pemerintah. Misinya yang sentral adalah **mencerdaskan kehidupan bangsa**, tercantum dalam pembukaan UUD 1945, rumusan para *founding fathers* ketika memproklamasikan kemerdekaan. Selanjutnya dijelaskan lagi fungsi televisi secara universal adalah mendifusikan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi, yang pada kenyataannya sudah dipenuhi oleh semua stasiun televisi, baik yang dikelola pemerintah maupun swasta (Mulyana dan Ibrahim, ed., 1997: 97).

Hadirin yang saya hormati.

Keberaneka ragam program acara yang ditayangkan TVRI maupun televisi swasta dewasa ini, oleh para pemerhati televisi dikatakan akan menghadapi kontroversi antara disukai dan tidak disukai. Di satu sisi program acara televisi disukai karena banyak memberikan kenikmatan, di sisi lainnya tidak disukai karena dianggap telah mendatangkan perubahan pada mental, etika, dan nilai-nilai tradisi. Penyebab kontroversi adalah agresivitas di dalam persaingan antar media televisi sudah tidak terbendungkan lagi, stasiun televisi berusaha memikat perhatian khalayak pemirsa dengan menghadirkan beraneka ragam program acara. Para pengelola stasiun televisi berlindung di balik pernyataan “itulah yang diinginkan oleh masyarakat kita” (Mulyana, 1997: 4). Pandangan di atas kemudian berdampak pada sistem dan nilai-nilai budaya lokal, masyarakat yang selama ini telah berusaha untuk mempertahankannya, kini mulai goyah oleh derasnya berbagai tayangan-tayangan televisi yang tidak bermutu. Kebingungan serta kegagapan masyarakat menerima nilai-nilai baru yang ditawarkan mengakibatkan terciptanya konflik-konflik baru dalam sistem budaya lokal, sehingga tidak mampu lagi untuk mendefinisikan jati diri bangsa kita

sendiri. Budayawan Umar Kayam mengatakan bahwa “TVRI maupun televisi swasta belum mendukung kualitas yang ideal dari proses dialektika budaya yang justru penting disajikan dalam pembentukan sosok jati diri bangsa” (*Kompas*, 23 Agustus 1996).

Hadirin yang saya hormati.

Demikian pentingnya menjaga kualitas dari setiap materi yang dikemas ke dalam sebuah program acara, *UNESCO* mengklasifikasi program acara televisi di seluruh dunia ke dalam 7 kategori:

1. Informasi: berita, *public affairs*, *interview*, dan *sports*.
2. Periklanan: iklan komersial maupun iklan pelayanan masyarakat
3. Pendidikan: formal maupun non formal.
4. Hiburan ringan: musik pop, komedi, drama, dan *serial quiz*.
5. Kesenian, kesusastraan, dan ilmu pengetahuan
6. Siaran minoritas etnik: pendidikan bahasa dan acara kesenian budaya.
7. Siaran untuk khalayak khusus: acara anak-anak, acara wanita, dan acara agama.

Di Indonesia TVRI membagi program acaranya dalam 4 klasifikasi:

1. Penerangan: berita, laporan, ulasan, dan olah raga.
2. Pendidikan: agama, bahasa, matematika, dan kebudayaan.
3. Hiburan: musik, drama, tari, komedi, dan *serial quiz*.
4. Penunjang: filler pembangunan dan filler pelayanan masyarakat (Ishadi S.K., 1999: 43 dan 44).

Bagaimana dengan program acara televisi swasta di Indonesia? RCTI, dengan mottonya “menghadirkan pentas dunia di rumah anda”, mengklasifikasi program acaranya menjadi 2 golongan besar, yaitu hiburan dan informasi.

Nampaknya konsep dan gagasan-gagasan tersebut diikuti oleh stasiun televisi swasta lainnya seperti SCTV, TRANS TV, Lativi, tv7, anTV, tvG, dan INDOSIAR, meskipun program acara yang mereka kemas berbeda-beda namun pada prinsipnya menciptakan dunia hiburan dan informasi komersial. Berbeda dengan TPI, dengan mottonya “mencerdaskan kehidupan bangsa”, membagi acaranya ke dalam klasifikasi pendidikan, informasi, dan hiburan. Adapun METRO TV yang semula mengkhususkan pada program acara jurnalistik, kemudian berkembang menjadi program acara hiburan dan informasi komersial. Sayangnya, konsep serta gagasan-gagasan tentang program acara televisi yang dikembangkan oleh stasiun televisi swasta, di dalam produksinya lebih condong pada sisi bisnis semata dengan mengarahkan selera khalayak pemirsa. Fred Wibowo berpendapat bahwa sikap kreatif menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi. Betapapun hebat bahan acuan yang tersedia, jika tidak ditindaklanjuti dengan sikap kreatif tetap saja tidak akan terjadi sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat. Berfikir tentang produksi televisi bagi seorang produser profesional berarti mengembangkan gagasan bagaimana materi produksi itu dapat menjadi suatu sajian yang bernilai, yang memiliki makna. Apa yang disebut nilai itu akan tampil apabila sebuah produksi acara bertolak dari suatu visi (Wibowo, 1997:5 dan 7). Faktor lainnya adalah nilai komersial dari setiap program acara yang mengakibatkan program acara televisi selalu berorientasi ke arah bisnis, sehingga visi dan misi menjadi tidak penting. Oleh karena itu untuk menjawab tantangan tersebut, perencanaan program acara televisi harus dilandasi oleh kualitas serta makna yang mampu membangun khalayak pemirsa. Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa Pancasila yang dikonseptualisasikan menjadi 36 butir sebagai pengejawantahannya pada Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila, oleh insan televisi dapat dioperasionalisasikan secara kreatif menjadi acara, seperti sinetron, topik diskusi panel, lirik musik, adegan dalam wayang kulit maupun wayang golek, banyolan pada lawak, dan lain sebagainya (Mulyana dan Ibrahim, ed., 1997: 98).

Sementara itu, media televisi yang setiap saat dan setiap detik hadir menjadi perhatian khalayak pemirsa, cenderung tidak dapat menyesuaikan waktu tayangnya dengan baik. *Prime time* khususnya, menjadi perebutan waktu tayang bagi stasiun televisi, dan akhirnya program acara yang telah dikemas secara khusus serta berkualitas oleh khalayak pemirsa tidak dapat dinikmati. Hal ini disebabkan oleh jam tayang yang tidak tepat serta perbenturan saat penayangan.

Hadirin yang saya hormati.

Marilah kita alihkan perhatian kita sejenak dengan menyaksikan tayangan dari beberapa program acara televisi yang pada saat sekarang masih dapat kita saksikan di beberapa stasiun televisi.

“Bajaj Bajuri”, serial sinetron yang ditayangkan setiap malam di TRANS TV, menceritakan kehidupan masyarakat Jakarta pinggiran kelas bawah. Tokoh Oneng (bini Bajuri) adalah wanita yang lugu bahkan agak sedikit *bloon*, namun juga terkadang berubah sangat cerdas. Penokohnya menjadi sangat fenomenal bagi kaum wanita yang sedang gencar-gencarnya memperjuangkan isu gender. Kemudian ada tokoh Ucup yang bercita-cita tinggi, adalah pemuda lajang yang berprofesi sebagai tukang ojek, bernasib kurang mujur menjadi bulan-bulanan tokoh lainnya seperti Said, Emak, bahkan juga oleh Bajuri sendiri. Pada umumnya cerita yang dikembangkan dalam sinetron Bajaj Bajuri menarik untuk ditonton, namun ada dialog-dialog di dalam beberapa episode yang terkadang tidak pantas untuk dikonsumsi oleh anak-anak karena terlalu porno.

Telenovela yang berjudul “Paulina” produksi Amerika Latin ini, yang ditayangkan oleh stasiun SCTV pada siang hari, dengan gaya narasi melodramanya telah mampu memikat ibu-ibu rumah tangga. Telenovela ini cenderung lebih banyak mengungkap realita sosial kehidupan wanita dengan intrik percintaan dan perebutan harta. Beberapa adegannya cenderung mengeksploitasi kecantikan dan hubungan intim yang menjurus ke arah seksualitas. Tema yang demikian ini



Sinetron “Bajaj Bajuri” ditayangkan di TRANSTV

sesungguhnya sangat bertentangan dengan citra wanita Indonesia. Berbeda dengan dua program tayangan di atas, sinetron “Si Doel Anak Sekolahan” yang ditayangkan ulang di dua stasiun RCTI dan INDOSIAR, berhasil memikat khalayak pemirsa televisi di Indonesia. Sinetron dengan latar belakang budaya Betawi ini, menggambarkan figur seorang lelaki sederhana yang memiliki karakter dengan pendirian yang kuat sebagai putra daerah. Penggunaan gaya bahasa, lokasi, serta *setting* rumah khas Betawi, menjadi satu sajian yang menarik. Dari segi

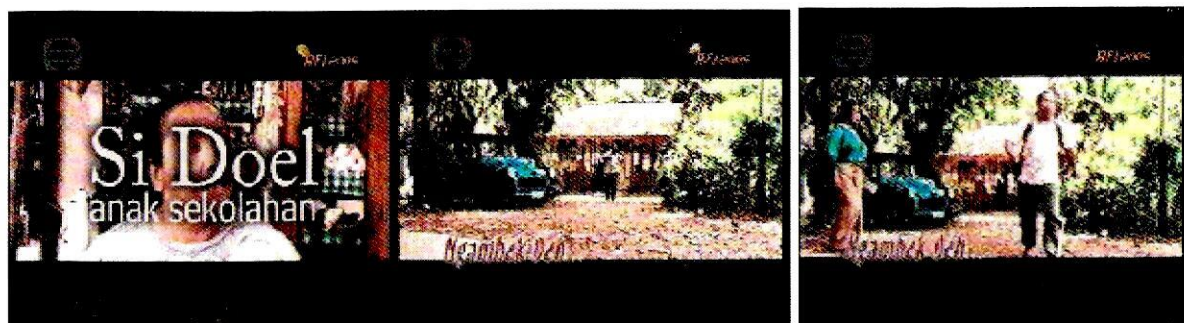


Telenovela “Paulina” di SCTV

tema dan cerita, sinetron Si Doel ini telah mencapai pada standarisasi untuk kualitas dan makna bagi produksi sebuah sinetron.

Hadirin yang saya hormati.

Tentu masih ingat tokoh Dorce seniman serba bisa dan kontroversial ini, tampil secara rutin di TRANS TV pada pagi hari, dalam acara *iDorce Show*. Materi utama dari acara ini adalah dialog interaktif antara narasumber dengan penonton di



Sinetron “Si Doel Anak Sekolahan”

studio dan khalayak pemirsa di rumah. Dialog-dialog yang vulgar dan terkadang membicarakan persoalan seksualitas kaum lelaki dan wanita yang juga didukung oleh penampilan grup band secara *live*, membuat acara ini menjadi dinamis dan menarik. Namun sayangnya tema dan topik dari acara ini yang sesungguhnya hanya pantas dikonsumsi oleh penonton dewasa, justru sering menjadi tontonan para remaja dan anak-anak karena jam penayangan di pagi hari.

TRANS TV pada siang hari menayangkan sebuah acara yang diminati oleh banyak khalayak pemirsa di rumah. “Ceriwis” adalah sebuah program *variety show* yang dipandu oleh dua pembawa acara dengan didukung oleh grup band beserta



iDorce Show di TRANSTV

penyanyinya. Program acara ini sesungguhnya sangat kreatif karena pada setiap episode selalu menampilkan tema-tema yang berbeda dan lengkap dengan tata rias serta busananya. Tema dan topik yang dikembangkan melalui dialog antara pembawa acara dengan seniman ataupun *public figure*, menghasilkan banyak informasi tentang kiat sukses di dalam memperjuangkan karier. Model program acara yang seperti ini seharusnya dapat menumbuhkan inspirasi bagi stasiun televisi lainnya agar dapat bermanfaat bagi khalayak pemirsa.

i Three In Onei adalah judul fragmen keluarga yang ditayangkan oleh tv7 pada pagi hari. Fragmen ini merupakan sebuah program acara yang informatif dan edukatif. Beragam tema dan topik yang dikemas ke dalam konsep komedian ini berhasil menyampaikan berbagai informasi dan berbagai persoalan yang sering



Variety Show Ceriwis di TRANSTV

timbul di lingkungan keluarga. Narasumber menjadi tokoh sentral untuk menjelaskan berbagai persoalan dan bagaimana cara serta upaya menyelesaikannya

Waktu penayangan iklan dan video musik di beberapa stasiun televisi nampaknya kurang menjadi perhatian serius. Iklan yang profokatif dan sensual, terkadang juga tidak sesuai dengan produknya, seringkali muncul di saat anak-anak sedang menonton tayangan film kartun. Lihat saja pada iklan televisi Sharp, sosok wanita seksi dengan pakaian dalam menari di depan suaminya mengajak



Reality Show iThree In Onei di tv7

untuk berhubungan intim. Apakah adegan ini pantas untuk ditonton oleh anak-anak dan remaja.

Demikian halnya dengan penayangan video musik Amerika, sensualitas wanita yang memang berpengaruh dan menjadi perhatian secara khusus kaum lelaki ini, dapat kita saksikan pada setiap jam dan setiap waktu. Begitu juga dengan video musik produk dalam negeri, cenderung terpengaruh oleh budaya Barat. Identitas budaya Indonesia seakan tidak mampu memberikan inspirasi lagi



Iklan produk elektronik SHARP

Kurang lengkap rasanya apabila dalam forum ini kita tidak melihat dan mencermati program siaran berita, khususnya berita kriminal. Stasiun televisi Lativi, menyiarkan program acara yang di beri nama “BRUTAL”. Beraneka ragam berita kriminal ditayangkan tanpa melalui sensor. Simak saja dalam berita pembunuhan dan tindak kekerasan yang tidak berperikemanusiaan, korban pembunuhan sadis ini ditayangkan tanpa melalui sensor yang ketat (*editing*).



Mariah Carey dalam Video musik Amerika di tvG



PROJECT POP , Video musik Indonesia di tvG

Tentu, tayangan ini akan membawa dampak pada khalayak pemirsanya khususnya anak-anak dan para remaja di lingkungan masyarakat umum maupun di sekolah-sekolah, tidak terkecuali penggunaan narkoba.

Hadirin yang saya hormati.

Deskripsi dan analisis pendek tentang dampak dari aneka ragam program tayangan stasiun televisi tersebut di atas merupakan sebagian kecil saja dari populasi budaya televisi. Dampaknya selain banyak memberikan kenikmatan kepada indera mata dan telinga, apakah juga secara rohaniah telah memuaskan khalayak pemirsa terutama pada aspek kognisinya. Dengan kata lain, apakah mereka mengetahui, memahami, menyetujui, dan menerimanya. Pada aspek afeksi khalayak pemirsa mungkin saja sudah terpenuhi, terutama melalui program



Program berita BRUTAL di Lativi

acara hiburan dan informasi komersial, seperti iklan komersial, musik, sinetron, *telenovela*, maupun *variety show*. Namun bagaimana dengan aspek kognisinya, yang jelas berkaitan dengan kecerdasan serta pembangunan bangsa. Idealnya, presentase jumlah materi yang memiliki kandungan aspek kognisi dalam setiap program acara seharusnya lebih banyak daripada materi yang sekadar untuk kepuasan inderawi saja.

Permasalahannya adalah budaya televisi di Indonesia relatif baru tumbuh dan masih harus tetap diperjuangkan.

Hadirin yang saya hormati.

Demikian uraian saya, semoga bermanfaat bagi kita semua. Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada rekan-rekan staf pengajar FSMR atas dukungannya, sehingga pidato ilmiah dalam rangka merayakan Dies Natalis Institut Seni Indonesia ini dapat terwujud.

Wassalamu alaikum Warakhmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 23 juli 2005.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris, *Cultural Studies: Teori dan Prakteki*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.
- Budiman, Kris, *Di depan Kotak Ajaib: Menonton Televisi Sebagai Praktek Konsumsi*, Yogyakarta: Galang Press, 2002.
- _____, *Semiotika Visual*, Yogyakarta: Buku Baik, 2003.
- Hofmann, Roedi, *Dasar-Dasar Apresiasi Program Televisi*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1999.
- Ibrahim, Idi Subandy (ed.), *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, Yogyakarta-Bandung: Jalasutra, 2004.
- Mulyana, Dedy dan Idi Subandy Ibrahim (ed.), *Bercinta Dengan Televisi: Ilusi, Impresi, dan Imaji Sebuah Kotak Ajaib*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1997.
- S.K., Ishadi, *Dunia Penyiaran Prospek dan Tantangannya*, Jakarta: PT Gramedia, 1999.
- Soemandoyo, Priyo, *Wacana Gender dan Layar Televisi: Studi Perempuan dalam Pemberitaan Televisi Swasta*, Yogyakarta, LP3Y dan Ford Foundation, 1999.
- Storey, John, *Teori Budaya dan Budaya Pop: Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*, Yogyakarta: CV Qalam, 2004.
- Subroto, Darwanto Sastro, *Produksi Acara Televisi*, Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994.
- Wahyudi, JB., *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1992.
- Wibowo, Fred, *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1997.

BIODATA PENULIS



Drs. Alexandri Luthfi R., MS.

Pendidikan formal S1 di STSRI-ASRI Yogyakarta tahun 1983 jurusan seni lukis. Pada tahun 1989—1992 menyelesaikan pendidikan formal S2 di Fakultas Seni Rupa ITB Bandung Jurusan S Seni Murni. Karier sebagai pengajar dimulai tahun 1986 di Jurusan Seni Murni FSR-ISI Yogyakarta. Pada tahun 1994 mengajar di Fakultas Seni Media Rekam hingga sekarang.

Aktivitas Seni

Sejak tahun 1980 hingga sekarang aktif mengikuti berbagai kegiatan pameran seni lukis di dalam negeri maupun di luar negeri. Sejak tahun 1994 menekuni bidang audio visual – televisi, mengikuti berbagai *workshop* dan melakukan beberapa kegiatan memproduksi video dokumenter, serta menjadi juri dan pembicara dalam festival film/video dokumenter di Yogyakarta.