



Produksi Konten Televisi dan Konten Media Digital

Haryo Kusumo Aji, S.I.Kom., M.I.Kom

Produksi Konten Televisi dan Konten Media Digital

Penulis:

Haryo Kusumo Aji, S.I.Kom., M.I.Kom.

Penerbit



Unisri Press © 2021

Produksi Konten Televisi dan Konten Media Digital

Penulis:

Haryo Kusumo Aji, S.I.Kom., M.I.Kom

Editor:

Andika Drajat Murdani, S.IP., M.A.

ISBN: 978-623-96670-3-0

Tata letak: Nuniek Prasetyowati

Desain sampul: Anindyo Mahendra Prasetyo

Penerbit: UNISRI Press

Redaksi:

Jalan Sumpah Pemuda No 18. Joglo,

Banjarsari, Kota Surakarta

Press.unisri.ac.id

unisripress@gmail.com

Anggota APPTI

Dicetak oleh Percetakan Kurnia Solo

Cetakan Pertama, Juli 2021

Copyright ©2021

ISI MERUPAKAN TANGGUNG JAWAB PENULIS

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang, dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis dari penerbit.

Kata Pengantar

Puji syukur kepada Tuhan YME atas terselesaikannya buku ajar “Produksi Konten Televisi dan Konten Media Digital”. Buku ini merupakan buku ajar yang ditujukan sebagai panduan bagi mahasiswa ilmu komunikasi pada mata kuliah Produksi Konten Televisi dan Konten Media Digital. Dengan adanya buku ini, diharapkan dapat membantu mahasiswa memahami materi perkuliahan dengan lebih baik.

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada Universitas Slamet Riyadi Surakarta atas dukungannya dalam mewujudkan penerbitan buku ini. Buku ini merupakan salah satu program kerja dari Unisri Press, dalam rangka memfasilitasi dan mendorong publikasi para dosen di Unisri dalam melahirkan buku-buku ber-ISBN yang berguna bagi pembelajaran mahasiswa.

Semoga buku ini bisa memberikan manfaat optimal bagi para pembaca. Apabila terdapat kekurangan dalam penyusunan buku ini, penulis terbuka berdiskusi dan menerima kritik serta saran.

Surakarta, Juni 2021
Penulis
Haryo Kusumo Aji

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	iv
Bab 1 MENGENAL PROGRAM TELEVISI.....	1
A. APA ITU PROGRAM TELEVISI.....	1
B. JENIS PROGRAM TELEVISI.....	3
1. Program Berita Televisi.....	4
2. Program Non-Berita Televisi.....	7
C. PROGRAM NEWS.....	10
D. PROGRAM TALKSHOW.....	14
1. Pengertian Talkshow Menurut Para Ahli.....	14
2. Ciri Ciri Talkshow.....	15
3. Tujuan Talkshow.....	15
4. Konsep Talkshow.....	16
Bab 2 PRODUKSI PROGRAM TELEVISI.....	17
A. PRA PRODUKSI.....	17
1. Ide.....	17
2. Perencanaan.....	19
3. Persiapan.....	20
B. PRODUKSI.....	22
1. Framing.....	22
2. Sudut Pengambilan Kamera.....	27
3. Komposisi.....	27

C. PASCA PRODUKSI.....	29
Bab 3 MENGENAL MEDIA DIGITAL.....	31
A. DIGITALISASI TELEVISI.....	31
1. TV Analog dan Digital.....	31
2. Proses Digitalisasi Media.....	34
3. Karakteristik Digitalisasi Media Televisi Dibanding Media Lainnya.....	35
4. Dampak Penyiaran Televisi Digital.....	36
5. Implikasi Digitalisasi Media Televisi.....	37
6. Hambatan dan Kendala dalam Proses Digitalisasi Media.....	38
B. DIGITALISASI SURAT KABAR DAN MAJALAH.....	39
1. Pendahuluan.....	39
2. Digitalisasi Surat Kabar.....	41
3. Surat Kabar Daring/ Online.....	44
4. Perbedaan teknis Media Cetak dengan Media Online	47
C. DIGITALISASI MAJALAH.....	49
1. Mengenal Digitalisasi Majalah.....	49
2. Kelebihan Majalah Digital.....	52
3. Kelemahan Digital Magazine.....	53
4. Dampak Positif Majalah Elektronik.....	54
5. Dampak Negatif Majalah Elektronik.....	54
D. DIGITALISASI RADIO.....	56
1. Pendahuluan.....	56
2. Frekuensi Radio Digital.....	57

3. Alasan Digitalisasi.....	57
4. Standard Radio Siaran Digital.....	58
5. Kelebihan radio digital.....	61
Bab 4 MEDIA SOSIAL DAN YOUTUBE.....	63
A. JENIS DAN MACAM MEDIA SOSIAL.....	63
1. Pengertian Media Sosial.....	63
2. Perkembangan Media Sosial.....	64
3. Jenis-Jenis Media Sosial.....	67
4. Karakteristik Media Sosial.....	70
B. MENGENAL YOUTUBE.....	71
C. PRODUKSI KONTEN YOUTUBE.....	74
1. Jenis Konten Youtube.....	74
2. Konten Kreator.....	76
3. Motif Penggunaan Youtube.....	78
4. Monetisasi.....	78
Daftar Pustaka.....	81
Profil Penulis.....	83

Bab 1

MENGENAL PROGRAM TELEVISI

A. APA ITU PROGRAM TELEVISI

Televisi merupakan media yang berfungsi sebagai sumber informasi bagi masyarakat yang membutuhkan informasi di dalam dan luar negeri. Informasi ini berguna untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang berita yang diterima pengguna media. Televisi tidak lebih dari alat untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, tetapi televisi menyiarkan program-program yang bersifat tertutup untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Televisi menciptakan berbagai program atau acara untuk kesenangan publik. Setiap program atau klip buatan produser memiliki jenis program yang berbeda, baik itu hiburan, pendidikan, maupun informasi. Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebagai proses komunikasi yang

berkesinambungan dimana berita dari sumber institusional disampaikan kepada masyarakat umum melalui sarana mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film.

Pengaruh media dalam masyarakat modern semakin kuat karena masyarakat mendapatkan banyak informasi tentang dunia melalui media. Pada saat yang sama, sulit untuk mengkonfirmasi kebenaran yang disajikan oleh. Seperti media massa lainnya (surat kabar, stasiun radio), televisi mempunyai tugas menginformasikan, mendidik, menghibur dan meyakinkan. Namun, peran hiburan dalam media televisi melebihi hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tujuan utama pemirsa televisi adalah memperoleh hiburan dan kemudian menerima informasi. Media TV adalah proposisi untuk memperkenalkan informasi baru dan faktor dalam perubahan budaya baru. Banyak yang menekankan aktivitas televisi sebagai aktivitas pasif untuk menerima ide-ide baru.

Program televisi, dengan modal audiovisualnya, sangat efektif untuk menyampaikan pesan Anda. Namun tidak hanya itu, televisi juga berfungsi sebagai sarana periklanan dan hiburan. Inilah sebabnya mengapa televisi sangat berguna dalam membentuk perilaku dan mengubah pola pikir. Program-program yang ditawarkan tidak lagi memperhitungkan nilai ideal, tetapi hanya nilai materi dari tawaran tersebut. Sebuah karya layak diproduksi apakah penonton mengajarkannya atau tidak. Televisi telah menjadi ideologi baru bahkan agama baru karena televisi dan

program-programnya menjawab kebutuhan individu. Orang-orang merasa senang dan bahagia ketika mereka duduk di depan televisi. Cukup tekan *remote control* untuk memenuhi kebutuhan mereka.

JB. JENIS PROGRAM TELEVISI

Televisi bukanlah hal baru bagi masyarakat, apalagi acara televisi dapat dinikmati oleh hampir semua lapisan masyarakat. Berbeda dengan Duli, di mana hanya kalangan tertentu atau orang-orang dengan status di atas rata-rata yang bisa menonton dan memiliki TV. Televisi mencakup berbagai program yang ditujukan untuk menginformasikan atau bahkan menghibur orang. Dalam pembahasan ini kita akan mengkaji jenis-jenis program televisi. Secara umum, program televisi dibagi menjadi program berita dan non-berita. Sesuai dengan namanya, program berita adalah program yang memuat berita atau informasi penting yang dianggap perlu oleh publik, atau informasi yang memuat topik kepentingan publik. Siaran berita juga dibagi menjadi dua jenis berita serius (*heavy news*) dan berita lunak (*light news*).

1. Program Berita Televisi

Terdapat jenis program berita televisi di antaranya:

A. *Hard News*

Meski disebut hard news atau berita berat, bukan berarti semua berita "berat" masuk dalam kategori berita keras. Inti dari pesan yang serius adalah pesan tersebut harus dikirim sesegera mungkin sehingga orang dapat mempelajari informasi penting dengan cepat dan jika pesan tersebut tertunda, maka pesan tersebut menjadi "ketinggalan zaman". Ada tiga jenis berita serius:

Straight News

Pesan singkat "langsung" dengan informasi penting yang akan dikirimkan. Latar belakang informasi meliputi jawaban atas pertanyaan dasar pers yaitu 5W1H (what, who, when, where, why, how), tanpa memberikan informasi lebih lanjut. Berita jenis ini sering kita jumpai pada headline yang biasanya ditayangkan setiap jam di televisi dan terkirim dengan cepat karena deadline yang telah ditentukan.

Feature

Informasi yang biasanya lebih ringan dari berita terkini tetapi unik memiliki ciri, anomali, atau hal lain yang menarik perhatian masyarakat luas. Misalnya, jika kita melihat berita Jumat malam, kita sering menemukan berita tentang destinasi wisata atau rekomendasi kuliner yang

direkomendasikan di akhir pekan. Fitur ini tayang pada hari Jumat karena masyarakat harus segera mengetahui hari libur apa dan harus mengaturnya untuk kebanyakan orang yang berada pada hari Sabtu dan Minggu.

Infotainment

Informasi mengenai selebriti atau orang-orang terkenal di layar kaca seperti aktor, aktris, bintang iklan, komedian, penyanyi, dan lain sebagainya. Di Indonesia, kita tentu tidak asing lagi dengan acara infotainment karena sudah banyak program yang khusus menayangkan berita berjenis seperti itu, bahkan sehari bisa beberapa kali tayang. Infotainment termasuk ke dalam hard news karena tak jarang berita tentang public figure tersebut merupakan informasi yang dianggap penting, menghebohkan, dan harus segera ditayangkan atau kalau tidak akan menjadi basi.

B. Soft News

Tidak seperti hard news, Softnews tidak harus disiarkan langsung di televisi. Itu bisa dieksplorasi lebih jauh dan detail. Walaupun namanya berita ringan, bukan berarti informasi di Softnews itu sepele atau tidak penting. Dalam softnews ini, berita atau informasi dapat dianalisa lebih dalam dan tersedia bagi publik dan masyarakat luas. Berikut beberapa jenis berita dalam softnews:

Current Affair

Hardnews telah menerbitkan berita penting dan menarik tentang orang-orang, tetapi disiarkan kembali dengan ulasan yang lebih dalam dan lebih rinci.

Current Affair dapat disampaikan, tetapi waktunya telah tiba, yaitu ketika orang masih sangat tertarik dengan kasus atau berita tersebut.

Dokumenter

Berita yang menayangkan informasi yang bersifat mendidik dan biasanya bertujuan untuk pembelajaran namun disajikan dengan menarik sehingga banyak orang yang menonton. Dokumenter biasanya disajikan dengan menggambarkan kehidupan dan kenyataan yang benar-benar terjadi tanpa melakukan setting tertentu supaya penonton dapat melihat gambaran yang sesungguhnya. Biasanya tayangan dokumenter berisi kisah suku di pedalaman, kisah tokoh inspiratif yang memberikan banyak sumbangsih bagi masyarakat, dan lain sebagainya.

Talk Show

Talkshow adalah perbincangan para narasumber dengan pembawa berita mengenai hal-hal yang sedang menjadi topik hangat di masyarakat, atau bisa berbicara tentang hal lain yang merupakan isu penting dan perlu diketahui khalayak umum. Biasanya pembawa berita atau host akan memandu jalannya perbincangan dengan

memberikan kesempatan kepada para narasumber untuk menyampaikan pandangannya terhadap isu yang dibicarakan, yang mana narasumber biasanya orang-orang yang terkait langsung atau menguasai isu tersebut.

2. Program Non-Berita Televisi

Seperti namanya, program non-berita adalah program yang isinya bukan berita dan, dengan program yang ditawarkan, menghibur orang dengan cara tertentu. Beberapa jenis acara yang akan dimasukkan dalam program non-berita adalah: drama show, game show, dan music show, yang akan diuraikan lebih lanjut dalam pembahasan di bawah ini.

A. Drama

Kita mungkin akrab dengan peristiwa ini, yang berasal dari kata Yunani untuk kata kerja. Drama adalah program yang menggambarkan jalan karakter utama melalui kehidupan. Bisa jadi satu atau lebih orang di mana ada pertarungan berbeda yang dihadapi karakter utama. Berikut adalah dua jenis drama yang biasa ditayangkan di televisi:

Sinetron

Program yang tentunya sudah tidak asing lagi di telinga dan mata kita. Program jenis ini, yang berarti sinema elektronik, sering terlihat setiap hari di banyak saluran televisi, masing-masing dengan ceritanya sendiri, dan biasanya merupakan kisah tentang beberapa fenomena

yang sedang terjadi di masyarakat. Selain serial drama produksi dalam negeri, kita sering melihat serial dari luar negeri seperti Amerika Latin (biasanya telenovela), drama Turki, India, dll.

Film

Film-film box office atau film-film besar yang sebelumnya ditayangkan di bioskop dan akhirnya ditayangkan di televisi setelah beberapa saat. Televisi biasanya menjadi pilihan terakhir untuk menayangkan film di layar lebar setelah pertama kali diputar di bioskop dan didistribusikan ke masyarakat luas dalam bentuk VCD dan DVD.

B. Game Show

Sesuai dengan namanya, program ini berisi berbagai permainan yang melibatkan sejumlah orang baik bekerja secara individu atau tim dan saling bersaing dalam permainan tersebut, serta biasanya mereka memperebutkan hadiah menarik yang ditawarkan. Acara yang paling sering didapati dalam kategori game show adalah kuis, yang mana para peserta permainan akan bersaing untuk menjawab sejumlah pertanyaan yang diajukan oleh pembaca acara.

Jenis acara lain yang termasuk ke dalam *game show* adalah acara ketangkasan, yang mana memerlukan

ketangkasan fisik para peserta permainan dalam melewati berbagai rintangan yang dibuat oleh pihak penyelenggara. Acara yang termasuk ke dalam jenis ketangkasan adalah Takeshi Castle yang kini bahkan dibuat versi Indonesia-nya karena memiliki banyak penonton yang tertarik. Selain itu, ada juga *reality show* yang berisi situasi yang menggambarkan realita sebenarnya dan apa adanya, seperti konflik, hubungan, atau bahkan persaingan tertentu.

C. Musik

Program selanjutnya adalah program musik yang biasanya diputar dalam klip khusus sebagai video klip atau bahkan live di konser penyanyi. Program musik ini sangat populer hingga awal 2000-an ketika beberapa program musik muncul dengan konsep grafik terbaru dan meminta orang untuk memilih untuk mempertahankan lagu favorit mereka di tangga lagu. Dan tentu saja, kita tidak boleh melupakan peran MTV, yang dapat dilihat sebagai awal dari popularitas program musik ini.

Saat ini, program musik berbasis grafik mungkin sudah mulai sedikit dan beralih ke format lain, seperti pencampuran dengan format tampilan game selama acara. Atau sekarang program musik membahas tentang musik terbaru dan hal-hal di baliknya, seperti pembuatan video artis atau proses perekaman suara. Pertunjukan musik juga dapat melihat musik dari lagu-lagu sebelumnya yang

menjadi nostalgia dan tidak pernah bosan mendengarkannya setelah bertahun-tahun.

D. Reality Show

Program jenis ini sangat digemari oleh sebagian besar penduduk Indonesia. *Reality show* sendiri merupakan program yang menampilkan adegan-adegan dalam situasi nyata, bahkan tanpa naskah dari tim kreatif. Para pemainnya juga orang biasa, bukan figur publik. *Reality show* sering menggunakan topik yang berkaitan dengan kompetisi, realitas sehari-hari, acara pencarian bakat, acara promosi, acara konsultasi, dan banyak lagi. Peristiwa ini mulai marak 10 tahun lalu. Misalnya, banyak saluran TV swasta yang menawarkan jenis acara TV ini.

Demikianlah pembahasan mengenai berbagai jenis program televisi yang dapat menambah wawasan kita semua. Semoga pembahasan ini berguna bagi Anda yang mencari informasi mengenai televisi dan jenis-jenis acara serta program di dalamnya.

C. PROGRAM NEWS

Program berita merupakan salah satu program penting dari lembaga penyiaran televisi di Indonesia. Stasiun TV bersaing dengan masyarakat dengan menyajikan program berita yang dikemas secara natural dan disajikan

dengan cara yang lebih menarik. Program beta adalah tempat di mana berbagai informasi dihasilkan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi semua lapisan masyarakat. Sebagian besar penyiar televisi mengoperasikan area berita sebagai bagian terpisah dari area pemrograman. Bagian berita biasanya dipimpin oleh seorang editor yang melapor langsung kepada bos stasiun TV. Seorang penyiar televisi harus melalui tahapan-tahapan tertentu dalam memproduksi suatu program atau tayangan agar dapat menghasilkan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Mulai dari persiapan produksi (*production preparation*), persiapan dan pelatihan (*technical preparation*), produksi (*production*) dan pasca produksi (*production completion*). Langkah-langkah produksi ini dapat dilakukan oleh sales and production house atau kebanyakan rumah produksi, kemudian disimpan dalam kaset pita dan dijual.

Oleh karena itu, dapat membantu kita untuk membahas berbagai jenis acara TV. Kami berharap diskusi ini bermanfaat bagi mereka yang mencari informasi tentang televisi dan jenis program dan programnya. Nah, mungkin saja musik yang memiliki konsep chart ini sudah berubah ke format lain seperti bercampur dengan format tampilan game saat acara berlangsung. Atau sekarang program musik membahas tentang musik terbaru dan hal-hal di baliknya, seperti pembuatan video artis atau proses perekaman suara. Pertunjukan musik juga dapat melihat musik dari lagu-lagu sebelumnya yang menjadi nostalgia

dan tidak pernah bosan mendengarkannya setelah bertahun-tahun.

Teknologi dan informasi saat ini menuntut masyarakat untuk selalu mengetahui informasi yang berbeda. Media sebagai media informasi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Media massa adalah sarana komunikasi dan informasi yang menyebarkan informasi secara kolektif atau luas. Program dan informasi disebarluaskan dalam format terlampir yang menarik melalui media cetak dan elektronik. Media merupakan sumber kebutuhan informasi masyarakat saat ini.

Media memiliki dampak yang sangat besar bagi kehidupan manusia saat ini, kita perlu mengetahui bagaimana media bekerja. Beberapa di antaranya perlu dicatat, hampir semua orang mengetahui hampir semua hal di luar lingkungannya melalui media. Warga negara yang terinformasi dan aktif kemungkinan besar hanya akan ada dalam demokrasi modern yang diterima dengan baik oleh media. Setiap orang membutuhkan media untuk mempresentasikan ide-ide mereka kepada khalayak luas. Tanpa media, pikiran seseorang hanya menjangkau orang-orang di sekitarnya.

Media massa memberikan informasi melalui media cetak dan elektronik, namun masyarakat Indonesia lebih terbuka terhadap informasi yang disampaikan melalui media elektronik khususnya televisi. Televisi kini telah menjadi bagian terpenting dalam kehidupan sehari-hari

masyarakat, bahkan ada yang melihat televisi sebagai sahabat dan cerminan perilaku masyarakat. Televisi memiliki banyak keunggulan dibandingkan media lain. Pertama, siaran berita di televisi disajikan dengan audio dan video, berbeda dengan radio yang hanya memancarkan audio (dengan mendengar) dan surat kabar visual (dengan melihat).

Televisi kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi sebagian orang juga, televisi adalah sahabat dan cerminan perilaku sosial. Televisi merupakan salah satu media yang dapat memukau penontonnya dengan menyajikan berbagai program dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Menurut Peter Herford, setiap stasiun televisi dapat menyiarkan berbagai macam program hiburan seperti film, musik, kompetisi, *talk show*, dll, tetapi program berita adalah program yang mendefinisikan stasiun televisi untuk pemirsanya. Siaran berita menjadi identitas pribadi atau lokal yang dimiliki oleh sebuah stasiun televisi. Dengan cara ini, sebuah stasiun televisi tanpa program berita menjadi stasiun tanpa identitas lokal.

Siaran berita juga merupakan bentuk partisipasi dan tanggung jawab operator televisi terhadap masyarakat yang menggunakan saluran layanan publik. Media umumnya dianggap sebagai pembawa informasi. Berita merupakan inti dari peran media sebagai penyampai informasi. Berita adalah laporan suatu peristiwa atau teori

yang bernilai signifikan, menarik khalayak tertentu, bersifat baru, dan disebarluaskan melalui media berkala.

PROGRAM TALKSHOW

Talkshow berasal dari bahasa Inggris yaitu *talk* yang artinya pembicaraan dan *show* yang artinya pertunjukan. Dalam bahasa Indonesia, *talkshow* disebut dengan Gelar Wicara. Pengertian *talkshow* adalah salah satu jenis acara televisi ataupun radio yang berupa diskusi atau perbincangan antara *host* (pemandu acara) dengan seorang atau sekelompok orang tamu yang membahas suatu topik tertentu.

Talkshow juga diartikan sebagai salah satu bentuk pertunjukan berisi perbincangan sejumlah orang yang termuat dalam media elektronik seperti televisi, radio maupun dalam bentuk audiovisual di youtube. Tidak hanya disiarkan secara langsung (*on air*), talkshow juga disiarkan tak langsung (*off air*) dalam bentuk debat, diskusi, sarasehan atau seminar dalam aula atau hotel.

1. Pengertian Talkshow Menurut Para Ahli

Kita bisa memahami definisi *Talkshow* dari berbagai pengertian yang disampaikan oleh para ahli. Farlex memberikan definisi *talkshow* sebagai “sebuah acara televisi atau radio di mana orang-orang mencatat, seperti

kita otoritas pada khususnya lapangan, berpartisipasi dalam diskusi atau diwawancarai dan sering menjawab pertanyaan dari penonton”.

Sedangkan ahli lainnya, Morissan, menjelaskan bahwa pengertian *talkshow* atau perbincangan adalah “program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membicarakan suatu topik tertentu yang dibawakan oleh host”.

2. Ciri Ciri Talkshow

Adapun ciri atau karakteristik *talkshow* di antaranya yaitu:

- Gunakan percakapan sederhana dalam bahasa dunia.
- Topik, isu atau tema yang sedang dibahas sangat penting atau sedang dipertimbangkan
- Adalah penting bahwa publik mengetahui mereka atau setidaknya dirasakan oleh mereka
- Wacana yang disajikan merupakan topik yang sedang berkembang di masyarakat.

3. Tujuan Talkshow

Tujuan *talkshow* di antaranya yaitu:

- Mengidentifikasi fakta-fakta dari topik terkini di masyarakat melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan moderator kepada para pembicara.

- Memperoleh pendapat atau pendapat perwakilan dari para ahli yang mengkhususkan diri pada topik yang relevan.
- Untuk memeriksa sudut pandang ahli tentang isu-isu yang dibahas.

4. Konsep Talkshow

Konsep talkshow pada dasarnya, dapat dilihat dari tujuan dasarnya. *Talk show* berusaha memberikan hiburan bagi masyarakat umum, dan mereka mengetahui serta memahami informasi tentang kebenaran suatu topik atau topik yang sedang hangat diperdebatkan. Semua hal yang berkaitan dengan subjek dari orang yang terampil harus dipertimbangkan dari kepribadian, dikte, nada suara dan intonasi pembicara. Penanggung jawab harus dapat memilih kamus saat berbicara sehingga baik audiens maupun pendengar tidak salah mengartikan makna percakapan pembicara.

Bab 2

PRODUKSI PROGRAM TELEVISI

A. PRA PRODUKSI

Pra produksi merupakan salah satu tahapan produksi film. Selama fase ini, sejumlah pengaturan syuting dibuat, termasuk perencanaan, brainstorming, perencanaan syuting, lokalisasi, penganggaran, pencarian / audit aktor potensial, mengamankan lisensi, mengidentifikasi staf dan tim produksi, dan mengkoordinasikan produksi sewa. Peralatan, serta persiapan produksi dan pasca produksi, serta persiapan. Persiapan lebih lanjut Dalam fase ini, tim kreatif melakukan banyak pekerjaan. Mulai dengan menemukan, merencanakan, dan menyiapkan ide.

1. Ide

Ide/ gagasan kreatif untuk mengubah sebuah cerita menjadi acara TV dapat digali dari cerita nyata, faktual, fiksi atau fantasi. Ada banyak sumber ide yang bisa dijadikan

inspirasi untuk penulisan skenario dan penulisan skrip televisi. Misalnya novel, kisah nyata, dll. Setelah ditemukan ide yang menjadi program, diperlukan penelitian. Penelitian di bidang ini merupakan upaya untuk mempelajari dan mengumpulkan informasi tentang naskah tertulis. Sumber informasi dapat berupa buku, surat kabar, dan publikasi lainnya, serta orang atau individu yang dapat memberikan informasi yang akurat tentang isi atau isi yang akan ditulis.

Setelah memahami hasil penelitian atau informasi yang dikumpulkan, produser/penulis skenario dapat membuat kerangka atau cetak biru untuk informasi yang akan menjadi teks. Ikhtisar umumnya mencakup ringkasan informasi yang ditulis dalam naskah. Langkah selanjutnya adalah membuat ringkasan atau deskripsi singkat dari program yang akan dijalankan. Ringkasan dan struktur membantu menarik perhatian pada pengembangan ide yang diberikan. Abstrak harus ditulis dengan jelas sehingga dapat memberikan gambaran tentang isi video atau program televisi yang dihasilkan. Penulisan naskah harus didasarkan pada program yang mencakup adaptasi, instruksi, dan koreksi. Penulis harus kreatif dalam membuat sebuah treatment

Pengolah kata yang baik adalah dasar penting untuk penulisan skenario. Pemrosesan mencakup deskripsi yang jelas tentang tempat, waktu, aktor, adegan, dan properti yang akan direkam dalam perangkat lunak video. Treatment

tersebut juga menggambarkan urutan video atau program televisi yang akan diproduksi.

Penulisan naskah harus berbasis proses. Sementara penulis dapat membuat perubahan saat penulis menulis teks, perubahan tidak boleh mendasar, perubahan harus kreatif, dan tidak boleh mengubah sifat program. Karena itu, perawatannya harus tegas dan jelas. Dalam hal ini penulis harus memperhatikan kaidah penulisan naskah yang benar. Draf akhir naskah perlu direvisi untuk menentukan kebenaran esensi dan cara penyampaian pesan. Naskah draft harus ditinjau oleh orang yang memahami isi program (pakar konten) dan ahli media (pakar media). Penyelesaian naskah merupakan langkah terakhir sebelum mengirimkan naskah kepada produser dan sutradara untuk produksi. Naskah akhir merupakan hasil review dari pendapat para ahli konten dan media.

2. Perencanaan

Dalam proses produksi sebuah siaran televisi, unsur perencanaan harus ada, agar langkah-langkah yang akan dilakukan akan menjadi mudah dan terarah, karena sudah adanya perencanaan. Adapun hal-hal yang ada dalam sebuah perencanaan antara lain:

a. *Staffing/ Crew*

Bangun kru atau kru yang benar-benar mumpuni di bidang dan keahliannya. Dalam hal ini, pengembang perangkat lunak benar-benar harus memperhatikan

kru mana yang benar-benar layak dipilih untuk membangun tim yang kuat.

b. **Rapat Crew**

Kegiatan ini merupakan bagian dari Perencanaan, sebuah proses Produksi Siaran Televisi, yang mana bertujuan agar seluruh crew benar-benar paham dan mengerti dengan apa yang akan dikerjakannya. Perlunya dilakukan rapat crew, dengan tujuan memberi arahan sebelum dilakukannya produksi sehingga target program dapat tercapai.

c. **Menentukan Waktu**

Menentukan waktu atau menyusun schedule produksi, hal ini bertujuan agar proses produksi lebih terarah dan selesai pada waktu yang telah ditentukan.

d. **Budgeting/ Biaya**

Budgeting atau biaya juga harus benar-benar sudah diperhitungkan dalam sebuah perencanaan, hal ini bertujuan untuk menentukan besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi Program siaran tersebut.

3. **Persiapan**

Setelah melalui langkah perencanaan yang dijelaskan di atas, langkah selanjutnya adalah persiapan. Pada tahap persiapan ini, semua tim perlu mempersiapkan segala sesuatu yang akan dibutuhkan sebelum proses produksi atau konsumsi, termasuk peralatan, operasi lapangan, dll.

Namun selain itu, ada dua hal penting yang harus dipersiapkan: yaitu *Breakdown* dan *Shooting Script*.

a. Shooting Script

Shooting script memang memiliki sedikit kesamaan dengan *breakdown*, namun pada *shooting script* hanya berisi kumpulan dari setiap scene/ segmen yang telah dikelompokkan berdasarkan lokasi pengambilan gambar, tujuannya adalah untuk mempermudah proses pengambilan gambar sehingga tidak rumit dan berpindah-pindah. Selain itu di dalamnya juga berisi tentang instruksi-instruksi angle/ sudut pengambilan gambar yang sudah disesuaikan dan diselaraskan dengan alur cerita /naskah

b. Breakdown

Ini adalah rencana kegiatan yang mencakup rencana kegiatan pemotretan yang dilakukan dan dilengkapi dengan penanggung jawab, fungsi yang diperlukan, serta tanggal dan waktu kegiatan. *Breakdown* ini berfungsi sebagai panduan untuk mempermudah setiap team memahami dan mengerti akan apa saja yang harus dikerjakan serta disiapkan, sehingga dengan adanya *breakdown* ini pekerjaan akan lebih terarah dan berjalan rapi karena sudah ada susunan kegiatan yang sudah diatur.

c. Set Up dan Rehearsal

Fase ini disebut juga fase pengesetan di mana segala sesuatunya dilakukan secara teknis, baik itu tentang

tata letak, pencahayaan, tata suara, atau kamera. Masing-masing dari mereka harus melalui proses pengesetan atau diatur agar sesuai terhadap konsep yang telah ditentukan dalam *breakdown*, hal ini bertujuan untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan teknis dilapangan. Dalam tahap ini juga dilakukan gelade atau latihan, dan melibatkan seluruh artis. Presenter yang akan berperan dan dilatih sesuai dengan karakter (*Blocking Artis*) yang tertulis dalam naskah, *blocking* alat dan lain sebagainya.

B. PRODUKSI

Proses pengambilan gambar setiap adegan didasarkan pada naskah yang ditulis dalam shooting script, dan di sini tampaknya akhir dari proses akan menentukan apakah produksinya bagus atau tidak. Oleh karena itu, peran sutradara dan seluruh tim dalam menyelesaikan produksi siaran sangat membantu.

1. Framing

ES (*Establish Shot*)

Istilah ini digunakan untuk menyebut *shot* yang menampilkan keseluruhan pemandangan atau suatu tempat untuk memberi orientasi tempat di mana peristiwa atau adegan itu terjadi.



LS (Long Shot) / Total Shot / Wide Shot

LS berarti shot yang menampilkan keseluruhan obyek.



MS (Medium Shot)

MS berarti *shot* yang menampilkan sebatas pinggang sampai atas kepala.



MCU (Medium Close Up)

MCU ini berarti *shot* yang menampilkan sebatas dada sampai atas kepala.



CU (Close Up)

Berarti posisi shot yang menampilkan dari batas bahu sampai atas kepala.



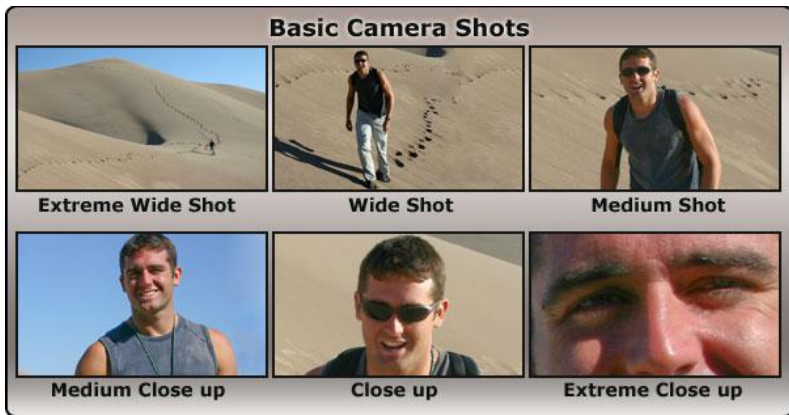
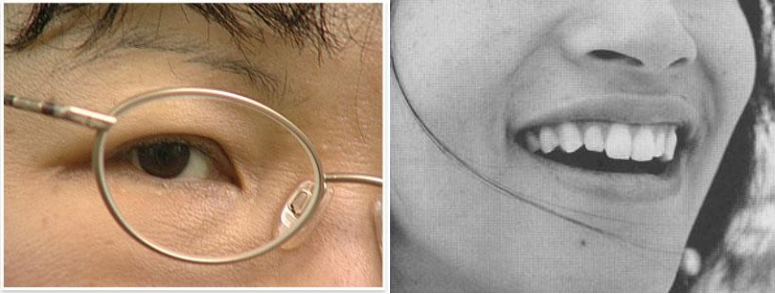
BCU (Big Close Up)

Shot yang menampilkan bagian tubuh atau benda tertentu sehingga tampak besar.



ECU (Extreme Close Up)

Shot yang menampilkan detail obyek. Misalnya mata, hidung, atau telinga.



2. Sudut Pengambilan Kamera

1. Normal Angle

Posisi kamera sejajar dengan ketinggian mata obyek yang diambil.

2. *Low Angle (Frog eye view)*

Posisi kamera lebih rendah dari obyek yang diambil.

3. *High Angle (Bird eye view)*

Posisi kamera lebih tinggi dari obyek yang diambil.

4. Subyektive Kamera

Tehnik pengambilan di mana kamera berusaha melibatkan penonton dalam peristiwa. Seolah-olah lensa kamera sebagai mata si penonton atau salah satu pelaku dalam adegan.

5. Obyektive Kamera

Tehnik pengambilan di mana kamera menyajikan sesuai dengan kenyataannya.

3. Komposisi

Head Room

Head room adalah space di antara kepala dengan frame di atas.



Nose Room

Adalah space di depan wajah objek untuk pandangan mata sehingga tidak menabrak frame.



OSS (Over Shoulders Shot)

Pengambilan gambar di mana kamera berada di belakang bahu salah satu pelaku, dan bahu si pelaku tampak atau kelihatan dalam frame. Obyek utama tampak menghadap kamera dengan latar depan bahu lawan main.



PASCA PRODUKSI

Pasca produksi merupakan tahap akhir dari produksi televisi, namun ada banyak proses dalam pasca produksi ini di antaranya:

- a. *Editing*
Kumpulan adegan yang difilmkan selama produksi yang dikuratori dan diadaptasi dari naskah.
- b. *Mixing*
Merupakan rangkaian dari proses editing ,yang mana dalam tahap ini hasil editing di beri sound atau suara baik berupa backsound maupun narasi.

- c. *Review*
Melihat hasil produksi dengan tujuan mengevaluasi kembali untuk memprediksi terjadinya kesalahan pada langkah sebelumnya.
- d. *Revisi*
Memperbaiki dan menyempurnakan hasil produksi, apabila terdapat perubahan-perubahan yang dihasilkan dari proses review di atas.
- e. *Hasil Akhir*
Merupakan proses finalisasi hasil dari sebuah produksi siaran yang mana hasil tersebut memang sudah benar-benar layak untuk On Air atau layak siar.
- f. *On Air*
Proses penyiaran hasil produksi siaran melalui stasiun penyiaran.

Bab 3

MENGENAL MEDIA DIGITAL

A. DIGITALISASI TELEVISI

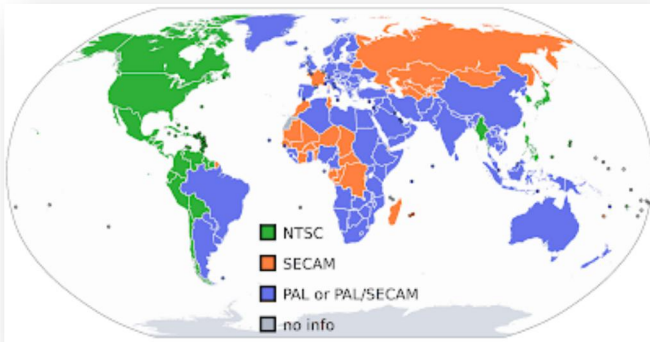
1. TV Analog dan Digital

TV Analog

Televisi analog mengkodekan informasi gambar dengan memvariasikan voltase dan/atau frekuensi dari sinyal. Seluruh sistem sebelum Televisi digital dapat dimasukkan ke analog. Sistem yang dipergunakan dalam televisi analog adalah NTSC (National Television System Committee), PAL, dan SECAM.

Kelebihan signal digital dibanding analog adalah ketahanannya terhadap gangguan (*noise*) dan kemudahannya untuk diperbaiki (*recovery*) di penerima dengan kode koreksi error (*error correction code*).

Pembagian Wilayah TV Analog



TV Digital

Televisi digital (*Digital Television/ DTV*) atau penyiaran digital adalah jenis televisi yang menggunakan modulasi digital dan sistem kompresi untuk menyiarkan sinyal video, audio dan data ke pesawat televisi. TV Digital bukan berarti pesawat televisinya yang digital, namun lebih kepada sinyal yang dikirimkan adalah sinyal digital atau mungkin yang lebih tepat adalah siaran digital (*Digital Broadcasting*).

Televisi resolusi tinggi atau *high-definition television (HDTV)*, yaitu: standar televisi digital internasional yang disiarkan dalam format 16:9 (TV biasa 4:3) dan *surround-sound 5.1 Dolby Digital*. TV digital memiliki resolusi yang jauh lebih tinggi dari standar lama. Penonton melihat gambar berkontur jelas, dengan warna-warna matang, dan

depth-of-field yang lebih luas daripada biasanya. HDTV memiliki jumlah pixel hingga 5 kali standar analog PAL yang digunakan di Indonesia. Di Indonesia agar segera diluncurkan karena Pemerintah juga berpendapat bahwa teknologi televisi digital lebih efisien dalam penggunaan kanal frekuensi dibandingkan teknologi analog yang selama ini dipergunakan.

Berdasarkan masterplan televisi yang tengah disusun, pemerintah akan mengalokasikan 14 kanal frekuensi. 10 kanal frekuensi kini telah dialokasikan bagi televisi swasta yang telah beroperasi. Satu kanal untuk TVRI, satu kanal untuk televisi lokal, dan dua kanal untuk televisi digital. Walaupun televisi digital harus banyak melakukan adaptasi terhadap jangkauan yang telah dapat dicapai oleh televisi analog. Penerapan siaran TV digital sebagai pengganti TV analog pada pita UHF dilakukan secara bertahap sampai suatu batas waktu cut-off TV analog UHF yang ditetapkan.

Perbedaan yang paling mendasar antara sistem penyiaran televisi analog dan digital terletak pada penerimaan gambar lewat pemancar. Pada sistem analog, semakin jauh dari stasiun pemancar televisi, sinyal akan melemah dan penerimaan gambar menjadi buruk dan berbayang. Sedangkan pada sistem digital, siaran gambar yang jernih akan dapat dinikmati sampai pada titik dimana sinyal tidak dapat diterima lagi.

Jika TV analog signalnya lemah (semisal problem pada antena) maka gambar yang diterima akan banyak ‘semut’ tetapi jika TV Digital yang terjadi adalah bukan ‘semut’ melainkan gambar yang lengket seperti kalau kita menonton VCD yang rusak. Kualitas Digital jadi lebih bagus, karena dengan Format digital banyak hal dipermudah.

2. Proses Digitalisasi Media

Digitalisasi menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan dan ketidakefisienan pada penyiaran analog. Proses teknologi dilakukan untuk mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dalam berbagai hal, termasuk dalam teknologi penyiaran. Efisiensi dan optimalisasi yang paling nyata dalam penyiaran di antaranya adalah kanal siaran dan infrastruktur penyiaran, seperti menara pemancar, antena, dan saluran transmisi.

Di sisi lain, karena format digital kaya akan transformasi data dalam waktu bersamaan, maka digitalisasi televisi dapat meningkatkan resolusi gambar dan suara yang lebih stabil, sehingga kualitas penerimaan oleh pemirsa akan lebih baik. Dengan kata lain, teknologi penyiaran berbasis digital menjanjikan tampilan gambar lebih bersih dan suara yang lebih jernih. Dalam sistem analog, satu kanal hanya bisa diisi satu frekuensi, sedangkan dalam sistem digital satu kanal bisa diisi dengan lebih dari enam frekuensi sekaligus.

Bahkan penyiaran digital mengandaikan satu frekuensi yang digunakan oleh satu stasiun televisi saat ini dapat menawarkan 12 slot siaran. Kondisi ini dimungkinkan karena dalam sistem digital pelebaran frekuensi bisa dilakukan. Berbeda dengan teknologi analog yang memungkinkan hanya satu frekuensi untuk satu slot siaran.

3. Karakteristik Digitalisasi Media Televisi Dibanding Media Lainnya

Karakteristik Sistem Penyiaran TV Digital yang ada di Indonesia dibagi berdasarkan kualitas penyiaran, manfaat dan keunggulan TV Digital tersebut. TV Digital dalam perkembangannya memiliki karakteristik yang berbeda di tiap wilayah (area) penyiaran. Oleh karena itu, karakteristik sistem penyiaran TV Digital akan sama apabila berada di radius yang sama.

Kualitas gambar dan warna yang dihasilkan jauh lebih bagus daripada televisi analog. Desain dan implementasi sistem siaran TV digital terutama ditujukan pada peningkatan kualitas gambar. Terdapat dua aspek yang berbeda dan memerlukan kompromi dalam hal ini. Pada satu sisi, teknologi TV digital memungkinkan pengiriman gambar dengan akurasi dan resolusi sangat tinggi, tetapi pada sisi lain memerlukan tersedianya kanal dengan laju sangat tinggi, mencapai belasan Mbps.

Di sisi lain, sistem TV digital juga diharapkan mampu menghasilkan penerimaan gambar yang jernih, stabil, dan tanpa efek bayangan atau gambar ganda, walaupun pesawat penerima berada dalam keadaan bergerak dengan kecepatan tinggi.

4. Dampak Penyiaran Televisi Digital

Dampak Positif

Banyak manfaat yang dapat diperoleh masyarakat dengan beralih ke penyiaran Televisi digital antara lain:

1. Kualitas gambar yang lebih halus dan tajam,
2. Pengurangan terhadap efek noise,
3. Kemudahan untuk recovery pada penerima dengan *error correction code*, serta mengurangi efek dopler jika menerima siaran tv dalam kondisi bergerak (misalnya di mobil, bus, maupun kereta api).
4. Selain itu sinyal digital dapat menampung program siaran dalam satu paket, dikarenakan pemakaian bandwidth pada tv digital tidak sebesar tv analog.

Dampak Negatif

Disamping banyak hal yang bermanfaat, tentunya kendala yang akan dihadapi dalam migrasi ke siaran TV digital pun juga semakin banyak seperti:

1. Regulasi bidang penyiaran yang harus diperbaiki,
2. Standardisasi yang harus segera ditentukan baik untuk perangkat dan teknologi yang akan digunakan,
3. Industri pendukung yang harus segera disiapkan baik perangkat maupun kontennya.

5. Implikasi Digitalisasi Media Televisi

Dengan berkembangnya jaman, sekarang ini teknologi berkembang sangat pesat sekali. Seperti yang sekarang ini sedang dilakukan yaitu perpindahan televisi analog menjadi televisi digital. Dan pada saat pemerintah memulai siaran digital yang berbasis terrestrial perlu dilakukan proses transisi migrasi dengan meminimalkan risiko kerugian khusus yang dihadapi baik oleh operator TV (*Broadcasters*) maupun masyarakat.

Resiko kerugian khusus yang dimaksud adalah informasi program ataupun perangkat tambahan yang harus dipasang. Bila perubahan diputuskan untuk dilakukan maka perlu dilaksanakan melalui masa 'Simulcast', yaitu masa dimana sebelum masyarakat mampu membeli pesawat penerima digital dan pesawat penerima analog yang dimilikinya harus tetap dapat dipakai menerima siaran analog dari pemancar TV yang menyiarkan siaran TV Digital, dengan adanya televisi digital, televisi analog pasti akan ditinggalkan dan orang akan berbondong-bondong untuk membeli televisi digital yang lebih bagus dan lebih canggih.

Kelebihan informasi digital adalah kompresi dan kemudahan untuk ditranfer ke media elektronik lain. Kelebihan ini dimanfaatkan secara optimal oleh teknologi internet, misalnya dengan menaruhnya ke suatu website atau umumnya disebut dengan upload.

Cara ini disebut online di dunia cyber. Sistem transmisi digital menawarkan:

1. Penyediaan informasi tingkat tinggi,
2. Kirim informasi lebih lanjut,
3. Peningkatan ekonomi.
4. Tingkat kesalahan lebih rendah dibandingkan dengan sistem analog.

Tentunya ke depan masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang diinginkan, lanskap pertelevisian di Indonesia akan lebih maju dan lebih baik dari sekarang, dan akan tumbuh lebih cepat, dan penyiaran televisi digital dapat bermanfaat bagi masyarakat. Semua komponen yang terlibat, termasuk konsumen, operator, penyedia konten dan pemerintah sebagai regulator.

6. Hambatan dan Kendala dalam Proses Digitalisasi Media

Hambatan yang akan jelas terlihat pada proses digitalisasi media adalah masyarakat itu sendiri terutama penduduk masyarakat dunia seperti negara berkembang salah satunya Indonesia dengan sistem perekonomian yang rendah, sedangkan peralihan dari analog menuju digitalisasi

memerlukan adanya set top box yang harganya lumayan cukup mahal,

Kemudian kendala yang lain belum lagi konten-konten penyiaran yang ada tanpa batas perlu adanya pembatasan penyiaran konten dan regulasi di dalam masyarakat.

***J*. DIGITALISASI SURAT KABAR DAN MAJALAH**

1. Pendahuluan

Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi membutuhkan tenaga kerja atau tenaga manual. Tetapi cenderung menjadi sistem operasi otomatis dengan sistem otomatis atau template yang dapat dibaca komputer. Sistem digital merupakan pengembangan lebih lanjut dari sistem analog. Sistem numerik menggunakan serangkaian angka untuk mewakili informasi. Tidak seperti sinyal analog, sinyal digital bersifat *noncontinuous*.

Perubahan di kalangan pembaca media cetak berdampak besar pada keberlangsungan media. Sejumlah pernyataan dan fakta menunjukkan bahwa banyak media (tertulis) berhenti bekerja karena tidak lagi populer di kalangan pembaca sementara beritanya bagus. Karena itu, banyak industri media yang dulu berbasis pada cetak (printed) kini sudah banyak yang beralih ke sistem online.

Ini merupakan bagian integral dari pesatnya perkembangan sektor layanan Internet. Karena alasan inilah sebagian besar pelanggan media (cetak) beralih ke teknologi online. Karena lebih fleksibel, Anda dapat membaca informasi terbaru dengan smartphone Anda kapan saja, di mana saja - selama internet tersedia. Ini berbeda dengan pencetakan, yang harus menunggu hingga hari berikutnya untuk memperbarui informasi baru.

Alasan utama runtuhnya media cetak di negara-negara Barat adalah perkembangan media modern di Internet. Semakin banyak orang di negara-negara barat beralih ke media online untuk mendapatkan informasi, terutama di musim dingin bersalju. Mengapa memilih koran pagi untuk membaca berita ketika berita yang sama dapat dibaca di komputer rumah.

Di era digital, ini bukan tentang digitalisasi konten media, tetapi tentang kehidupan dinamis konten "media baru" dan hubungan interaktif dengan konsumen media itu sendiri, seperti yang dijelaskan Lou Monovich. Pembukaan karena itu secara real time (selalu mudah). Jadi (media baru) adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan munculnya jaringan digital atau komputer atau jaringan TIK pada akhir abad ke-20.

Sebagian besar teknologi yang dikenal sebagai "media baru" adalah digital, seringkali dengan fungsi yang dapat dimanipulasi, berjejaring, kompak, tidak dapat dimampatkan, interaktif, dan netral. Menurut Phillip Meyer

seorang penulis buku yang berjudul “The Vanishing Newspaper” meramalkan koran terakhir yang terbit adalah pada April 2040. Hal ini bisa dilihat dari mulai berjamurnya berita yang disajikan dalam bentuk Digital serta peminatnya banyak.

2. Digitalisasi Surat Kabar

Koran elektronik atau **koran digital** (bahasa Inggris: *e-paper*) adalah surat kabar dalam format elektronik yang dapat diakses dengan komputer atau ponsel cerdas. Karena perkembangan teknologi, koran yang hanya berbentuk cetak, kini tersedia versi digital atau elektronik dari versi cetak tersebut. Koran versi cetak secara digitalisasi dibuat persis atau menyerupai sumbernya yang biasanya menggunakan metode pemindaian.

Kelebihan surat kabar tradisional (percetakan)

1. Harganya gratis untuk semua orang.
2. Bawa lebih banyak berita dan penjelasan lengkap.
3. Dengan menghafalnya, bisa dibaca berkali-kali.
4. Mudah dibawa kemana-mana.

Kekurangan surat kabar tradisional (cetak)

1. Berita yang ditampilkan bukan berita terbaru (berita kemarin).
2. Biaya produksi untuk media cetak lebih tinggi daripada media digital.

3. Pendistribusian media cetak biasanya memakan waktu lebih lama.

Kelebihan Koran Digital (E-paper)

1. Mudah memilih berita untuk dibaca dan artikel lain untuk dibaca karena dapat dibuka sekali dalam periode waktu yang sama.
2. Cepat dan dapat disimpan, kita tidak perlu khawatir tentang browsing karena kita dapat memilih artikel yang ingin Anda baca dan memiliki waktu membaca yang lebih singkat karena Anda memiliki akses ke artikel sekali dalam jangka waktu yang sama. Selain itu, artikel penting dapat disimpan dalam format PDF dengan mengunduhnya.
3. Karena masalah pemanasan global saat ini, surat kabar elektronik digunakan di atas kertas dan di media cetak. Konten koran dapat dimuat secara instan, sehingga mengurangi konsumsi kertas dalam proses pencetakan, yang biasa digunakan di media cetak.
4. Mengurangi biaya produksi dan pengiriman hingga 75% dari total biaya produksi.

Kekurangan Koran Digital (E-paper)

1. Hanya bisa dibaca di tempat tertentu, misalnya membutuhkan koneksi internet.
2. Tidak semua orang memahami penggunaan media komputer.

SOLOPOS
MENDUKUNG DINAMIS MAHABAKAT

Dana Kampanye Lebih Irit

Penelitian menunjukkan bahwa dana kampanye pemilu yang lebih irit akan meningkatkan peluang kandidat untuk menang. Hal ini karena dana yang lebih sedikit menunjukkan bahwa kandidat tersebut lebih efisien dalam menggunakan sumber daya mereka.

Menanti Kejutan Berikutnya Garuda Asia

Sementara itu, Garuda Asia juga akan menghadapi tantangan berat dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat. Menanti kejutan berikutnya Garuda Asia.

Klimaks Sang Pembunuh Raksasa

Klimaks sang pembunuh raksasa, yang telah berlangsung selama beberapa minggu, kini memasuki babak final. Para peserta akan memperebutkan gelar juara di babak ini.

Tempa Mupakat

Tempa mupakat, yang merupakan salah satu tradisi budaya Indonesia, kini semakin populer di kalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya Indonesia semakin dihargai dan dilestarikan.

SUARA MERDEKA
Perkuat Komunitas Jawa Tengah

DPR Ngotot Revisi UU KUP

DPR ngotot revisi UU KUP. Komisi I DPR telah mengajukan revisi terhadap Undang-Undang KUP. Revisi ini bertujuan untuk memperkuat perlindungan hak-hak pekerja dan meningkatkan kesejahteraan mereka.

KIAN MEMUDAR

Kian memudar, yang merupakan salah satu tradisi budaya Indonesia, kini semakin populer di kalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya Indonesia semakin dihargai dan dilestarikan.

Pelaku Bisa Dijerat UU KIP

Pelaku bisa dijerat UU KIP. Undang-Undang KIP akan memberikan sanksi yang lebih berat bagi pelaku kejahatan yang melanggar hukum.

Jarak Aman Raca

Jarak aman Raca, yang merupakan salah satu tradisi budaya Indonesia, kini semakin populer di kalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya Indonesia semakin dihargai dan dilestarikan.

Pengawal Konstitusi Rawan Kontaminasi

Pengawal konstitusi rawan kontaminasi. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) harus lebih ketat dalam mengawasi persaingan usaha yang sehat.

KORAN TEMPO

BABAK BARU KASUS CENTURY

KPK DIDESAK USUT PERAN BUDI MULYA

Dengan 3 dan 6 edisi koran

PORTAL

Portal berita dan informasi yang menyajikan berita-berita terkini dan mendalam.

KOMPAS
SINERGI BERSINERJIS

Langkah Lagi untuk Anthony Ginting

Langkah lagi untuk Anthony Ginting, atlet bulu tangkis Indonesia yang sedang naik daun. Langkah ini menunjukkan komitmen pemerintah untuk mendukung prestasi atlet nasional.

Identitas Nusantara Ditonjolkan

Identitas Nusantara ditonjolkan, yang merupakan salah satu tradisi budaya Indonesia, kini semakin populer di kalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya Indonesia semakin dihargai dan dilestarikan.

Jangan Jatuh di Kampung Saga

Jangan jatuh di Kampung Saga, yang merupakan salah satu tradisi budaya Indonesia, kini semakin populer di kalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya Indonesia semakin dihargai dan dilestarikan.

3. Surat Kabar Daring/ Online

Surat kabar online adalah salah satu bentuk surat kabar online. Menjamurnya dunia online, yang juga dikenal dengan konten online, memberikan banyak peluang bagi surat kabar untuk bersaing dengan jurnalisme penyiaran dalam menyediakan layanan berita yang fleksibel dari waktu ke waktu. Hal ini dapat dilakukan dengan kemudahan yang ditawarkan Internet, khususnya dalam memproses dan mendistribusikan pesan.

Detik.com, misalnya, hanya membutuhkan waktu sepuluh menit untuk memuat pesan. Kali ini meliputi reportase reporter, penulisan pesan, konfirmasi, dan upload. Surat kabar elektronik dibagi menjadi dua jenis utama. Ini hanya surat kabar elektronik dan surat kabar campuran. Edisi pertama menunjukkan bahwa ada surat kabar online yang terpisah dari surat kabar cetak. Secara terpisah, ini berarti bahwa isi dan keberadaan online surat kabar ini tidak terkait dengan edisi cetak seperti detik.com, okezone.com, dan vivanews.com.

Surat kabar campuran berarti bahwa surat kabar online ini menawarkan edisi cetak selain surat kabar jaringan. Misalnya Kompas.com, kombinasi Kompas cetak, Tempo versi cetak, dan Harian Warta Nasional.

Keunggulan Surat Kabar Daring/ Online

1. Keuntungan utama surat kabar online adalah kecepatan dan ketepatan waktu berita, yang disediakan sepanjang waktu. Berita tidak pernah berhenti.
2. Formulir online juga berperan penting dalam menghemat biaya produksi. Surat kabar online menjamin bahwa tidak diperlukan anggaran khusus untuk tinta, percetakan, dan kertas.
3. Administrasinya relatif sederhana dan hemat energi. Selain efisiensi, surat kabar online juga unggul dalam hal efektivitas pesan komunikasinya. Pesan yang diunggah dibagi ke dalam kategori berbeda yang dapat diakses pembaca secara gratis.

Kelemahan Surat Kabar Elektronik

1. Kecepatan di satu sisi adalah manfaat besar dari pesan online. Kecepatan, di sisi lain, seringkali melebihi keakuratan laporan.
2. Pelaporan online sering kali mengorbankan persetujuan, yang merupakan poin penting dalam jurnalisme



Pengakuan Elite Hanura Digeodor Pengawal Prabowo Dibalas Gerindra

DETAKNEWS

Ketua DPP Hanura Inas Nasrullah Zubir mengaku digeodor oleh pengawal Prabowo saat dirinya berada di dalam toilet. Pengakuan Inas itu pun dibalas oleh Gerindra.

Berita Terkait

- > Saat Sandiaga Nyanyi 2019 Ganti Presiden dan Prabowo Berjoget
- > Gerindra Laporkan Rp 76,5 Miliar Sebagai Dana Awal Kampanye

TOYOTA LET'S GO TOGETHER

TOYOTA 18TH ASIAN GAMES SPECIAL DEALS
(JULY - SEPTEMBER 2018 PERIOD)

detikPEMILU

PEMILU SERENTAK 2019

Ini Daftar Dana Awal Kampanye

KALAM Health Corner
Bun, Perlu Nggak Sih Membran?

News Feed

Anti Mainstream, Warga Lamongan Ini Bikin Songkok dari Rumpuk Otok
detikNews.com - 26 Sep 2018 09:01 WIB

4. Perbedaan teknis Media Cetak dengan Media Online

Unsur	Media Cetak	Media Online
Pembatasan panjang naskah	Biasanya panjang naskah telah dibatasi	Tidak ada pembatasan panjang naskah, karena halaman web bisa menampung naskah yang sepanjang apapun. Namun demi alasan kecepatan akses, keindahan desain dan alasan-alasan teknis lainnya, perlu dihindarkan penulisan naskah yang terlalu panjang.
Prosedur naskah	Naskah biasanya harus di-ACC oleh redaksi sebelum dimuat.	Sama saja. Namun ada sejumlah media yang memperbolehkan wartawan di lapangan yang telah dipercaya untuk meng-upload sendiri tulisan-tulisan mereka.

Editing	Kalau sudah naik cetak (atau sudah di-filmkan pada proses percetakan), tak bisa diedit lagi.	Walaupun sudah online, masih bisa diedit dengan leluasa. Tapi biasanya, editing hanya mencakup masalah-masalah teknis, seperti merevisi salah ketik, dan seterusnya.
----------------	--	--

Unsur	Media Cetak	Media Online
Pembatasan panjang naskah	Biasanya panjang naskah telah dibatasi	Tidak ada pembatasan panjang naskah, karena halaman web bisa menampung naskah yang sepanjang apapun. Namun demi alasan kecepatan akses, keindahan desain dan alasan-alasan teknis lainnya, perlu dihindarkan penulisan naskah yang terlalu panjang.
Prosedur naskah	Naskah biasanya harus di-ACC oleh redaksi sebelum dimuat.	Sama saja. Namun ada sejumlah media yang memperbolehkan wartawan di lapangan yang telah dipercaya untuk mengupload sendiri tulisan-tulisan

		mereka.
Editing	Kalau sudah naik cetak (atau sudah di-film-kan pada proses percetakan), tak bisa diedit lagi.	Walaupun sudah online, masih bisa diedit dengan leluasa. Tapi biasanya, editing hanya mencakup masalah-masalah teknis, seperti merevisi salah ketik, dan seterusnya.

DIGITALISASI MAJALAH

1. Mengetahui Digitalisasi Majalah

Ada banyak istilah yang perlu dipahami ketika kita hendak mempelajari digitalisasi majalah. Berikut adalah beberapa istilah **Menurut KBBI**, yang perlu kita pahami:

- **majalah**/*ma·ja·lah*/ *n* terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan tentang topik aktual yang patut diketahui pembaca, dan menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan, dan sebagainya dan menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olahraga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu, dan sebagainya;

- **anak-anak** majalah yang isinya khusus mengenai dunia kanak-kanak;
- **bergambar** majalah yang memuat reportase berdasarkan gambar suatu peristiwa atau suatu karangan khusus yang berisi foto;
- **berita** majalah berkala (mingguan) yang menyajikan berita dengan suatu gaya tulisan yang khas dilengkapi dengan foto dan gambar;
- **budaya** terbitan secara berkala yang isinya khusus mengenai masalah kebudayaan;
- **hiburan** terbitan berkala yang memuat karangan ringan, cerita pendek, cerita bergambar, dan sebagainya;
- **ilmiah** terbitan berkala mengenai ilmu pengetahuan dan isinya khusus tentang suatu bidang ilmu (teknik, kedokteran, dan sebagainya);
- **keagamaan** terbitan yang khususnya berisi masalah keagamaan, pendidikan budi pekerti, dan sebagainya;
- **keluarga** terbitan yang memuat karangan untuk seluruh keluarga, dari yang ringan (bacaan anak-anak) sampai ke soal-soal rumah tangga (resep, mebel, dan sebagainya);

- **khas** terbitan berkala yang isinya khusus mengenai bidang profesi tertentu, misalnya ilmu hukum, ilmu sosial, fotografi, filateli;
- **perusahaan** terbitan yang dikeluarkan secara teratur oleh suatu perusahaan, berisi berita kepegawaian, karyawan, kebijakan, dan produksi perusahaan;
- **remaja** terbitan yang khusus mengenai masalah remaja;
- **wanita** terbitan khusus mengenai dunia wanita, dari masalah mode, resep makanan, kekeluargaan, dan sebagainya, biasanya dilengkapi dengan foto
- **Digitalisasi:** proses pemberian atau pemakaian sistem digital: *implementasi -- di negara kita baru pd saluran transmisi*

Majalah Digital (*Digital Magazine*) merupakan produk perkembangan teknologi di bidang komunikasi dan informasi. Kalau dulu kita biasanya bisa membaca majalah dengan menggunakan kertas sebagai bahan bakunya, sekarang ini majalah sedang dalam proses mendigitalkan majalah cetak menjadi majalah digital.

Dengan digitalisasi majalah cetak menjadi majalah digital, atau yang lebih dikenal masyarakat sebagai majalah elektronik, para peminat berita, termasuk kita, kini dapat

membaca berbagai majalah sebagai media informasi yang lebih nyaman dan praktis.

Tentunya dengan munculnya majalah digital di dunia penerbitan majalah online, penerbit majalah menjadi mandiri bukan majalah cetak. Hal ini karena penerbitan majalah digital dapat menekan biaya produksi karena proses pencetakan tidak diperlukan sama sekali. Selain itu, masyarakat lebih menyukai akses informasi dan berita melalui majalah digital, karena lebih cepat muncul dibandingkan majalah cetak yang tidak memerlukan proses pencetakan sama sekali.

2. Kelebihan Majalah Digital

- Dengan e-magazine, kita tidak perlu membeli majalah khusus yang ingin kita baca. Hanya melalui akses online kami dapat membaca majalah yang kami minati untuk mendapatkan informasi dan berita terbaru dalam edisi khusus majalah dari edisi terbaru hingga edisi sebelumnya.
- Kami sekarang dapat mengakses dan membaca e-journal melalui alat dan ponsel cerdas kami. Artinya kita dapat membaca beberapa majalah yang penting bagi kita dengan mudah dan praktis dimana saja dan kapan saja untuk mendapatkan informasi, berita dan tips terbaru. Banyak manfaat yang bisa kita dapatkan dari template majalah yang melalui proses digitalisasi

ini, dan salah satu manfaatnya adalah kita bisa membacanya sebelum versi cetaknya ditayangkan.

- Jika kita bertanya-tanya mengapa ini bisa terjadi, tentu saja kita bisa. Memang benar jurnal online umumnya terbit lebih cepat daripada jurnal cetak karena jurnal online yang biasa disebut jurnal elektronik tidak memerlukan proses pencetakan sama sekali seperti jurnal cetak lainnya, sehingga proses penerbitan lebih cepat.
- Hal ini juga yang menjadi salah satu alasan penerbit majalah mengandalkan majalah online, karena majalah online dapat menjadi solusi untuk menekan biaya produksi karena tidak memerlukan proses pencetakan sama sekali.

3. Kelemahan Digital Magazine

- Tidak dapat disangkal bahwa Tablet Magazine memiliki kekurangan. Beberapa pembaca majalah versi tablet tidak puas dengan format, sistem periklanan, dan minat bisnis online.
- Survei GfK-MRT menemukan bahwa 72% responden menginginkan semua majalah digital diformat dengan cara yang sama. Dalam hal periklanan, 70% pemilik produk membeli dengan mengklik area iklan dan 70% lebih memilih iklan online yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

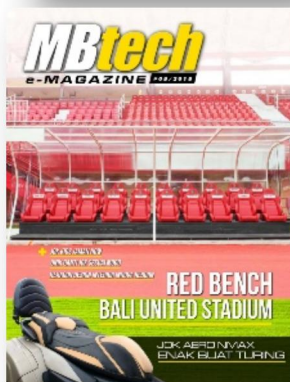
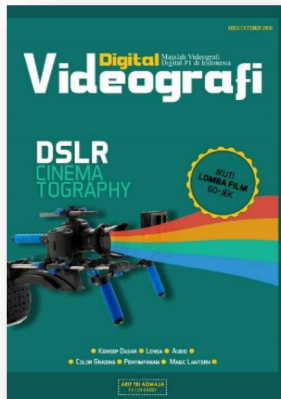
4. Dampak Positif Majalah Elektronik

1. Dapat dihubungkan kapan saja, di mana saja dengan media elektronik yang mudah dibawa kemana saja, seperti: smartphone yang akan diakses.
2. Iklan majalah dibuat lebih menarik dengan animasi teks pop-up, gambar dan iklan.
3. Versi digital majalah dapat dilihat sebelum edisi cetak muncul
4. Pembaca dapat dengan mudah mengirim artikel ke teman mereka, memesan barang promosi di situs web, dan mencari topik terkini dari versi artikel sebelumnya.
5. Penerbit dapat mengurangi biaya produksi dan distribusi majalah.
6. Tidak memakan banyak ruang atau ruang penyimpanan karena file menggunakan format file digital
7. Membantu mengurangi pemanasan global dengan menggunakan kertas mahal dan mengurangi sumber daya.

5. Dampak Negatif Majalah Elektronik

1. Media elektronik untuk mengakses majalah elektronik mahal
2. Hanya orang-orang yang memahami teknologi yang dapat mempengaruhi pasar sasaran terbatas yang dapat menikmatinya

3. Teknologi berbasis ketenagalistrikan suatu saat akan kadaluarsa karena teknologi ini sudah tidak dapat digunakan lagi.
4. Penglihatan Anda menjadi lebih cepat karena teknologi elektronik bersinar. Dalam jangka panjang, radiasi juga akan berdampak pada kesehatan manusia.



DIGITALISASI RADIO

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital kini secara bertahap menggantikan beberapa perangkat di industri penyiaran analog dengan perangkat digital seperti perekam, camcorder, dan peralatan editing. Hal ini dilakukan karena alasan teknis karena keuntungan menggunakan teknologi digital, seperti misalnya, tidak mengurangi kualitas sinyal meskipun berbagai manipulasi sinyal.

Manfaat yang sangat penting dari penggunaan teknologi digital adalah penghematan penggunaan bandwidth dari spektrum frekuensi radio sebagai hasil dari teknologi kompresi sinyal. Teknologi digital kini telah diterapkan pada sistem siaran TV Digital. Setelah diterapkan di dalam sistem penyiaran TV, Teknologi digital akan diterapkan pada sistem penyiaran audio.

Saat ini terdapat sejumlah standard penyiaran radio siaran digital yang berkembang di dunia, seperti Digital Audio Broadcasting (DAB), Digital Radio Mondiale (DRM), dan In-Band On-Channel (IBOC). Radio digital adalah teknologi radio yang mengirimkan informasi menggunakan sinyal digital.

Awalnya ditransmisikan melalui gelombang melalui data yang kontinu baik melalui modulasi amplitude (AM)

dan modulasi frekuensi (FM). Disini perkembangan teknologi mengubah cara transmisi sinyal radio (digital). Perbedaan antara digital dan analog adalah pada bentuk gelombangnya. Radio satelit disiarkan hanya untuk penggunaan di dalam ruangan, mis. B. untuk radio mobil.

2. Frekuensi Radio Digital

Saat ini rentang frekuensi antar stasiun radio FM yang disepakati adalah 350 KHz. Sedangkan siaran radio digital hanya memerlukan kurang lebih 60 KHz. Sehingga ruang kosong yang dapat diisi oleh penyelenggara stasiun radio FM akan semakin lebar. Satu frekuensi dapat diisi oleh lima-enam program radio.

3. Alasan Digitalisasi

Ada beberapa alasan mengapa sistem digital dibutuhkan dalam industri penyiaran, yaitu kinerja spektrum, kualitas dan kehandalan. Dengan memutar siaran radio digital, satu saluran frekuensi dapat digunakan untuk beberapa program radio. Oleh karena itu, sistem siaran digital lebih efisien daripada sistem siaran analog yang hanya membutuhkan satu saluran untuk program siaran.

Kualitas pemutaran digital jauh lebih baik daripada pemutaran analog. Menurut penelitian, siaran digital bebas noise, sehingga kualitas suara dan keandalan siaran digital

jauh lebih baik. Saat ini, pemutar FM tidak lagi berguna. Siaran FM mahal untuk dijalankan, tetapi kualitas suaranya buruk.

Pendengar dapat mengakses berbagai konten radio dengan kualitas suara yang jauh lebih baik dan fitur baru. Radio digital juga memiliki beragam fungsi. Selain audio, pengguna dapat mendengar fitur lain seperti informasi trek, lalu lintas atau kondisi cuaca dan informasi visual lainnya yang dapat disiarkan melalui bagian Dynamic Label (DLS).

4. Standard Radio Siaran Digital

1. Digital Audio Broadcasting (DAB)

DAB merupakan sistem penyiaran radio digital dengan melalui aplikasi multiplexing dan teknik kompresi, menggabungkan sejumlah audio/data stream ke dalam satu kanal broadcast yang selanjutnya disebut sebagai DAB MUX (multiplexer). Setiap stasiun menempati slot di multiplexer dengan bit rate yang sama atau berbeda sesuai kebutuhan

Keuntungan DAB termasuk ketahanan yang lebih besar terhadap interferensi radio analog, kualitas suara setara CD, penggunaan spektrum frekuensi yang lebih efisien, daya transmisi yang lebih rendah, dan area jangkauan yang lebih luas.

2. Digital Radio Mondiale Plus (DRM+)

DRM adalah sistem radio digital dengan frekuensi 74-130 MHz dalam mode E. DRM+ adalah sistem DRM 30 yang bekerja dengan frekuensi di bawah 30 MHz. DRM adalah alternatif yang memungkinkan layanan audio diputar ulang secara bersamaan. Teknologi DRM+ dikembangkan untuk mencakup frekuensi di atas 30 MHz, termasuk pita I/II (FM).

Keunggulan DRM antara lain cakupan yang lebih luas, layanan terdiversifikasi (VAS), kompatibilitas dengan teknologi audio digital lainnya, latency/delay yang rendah dan pertukaran yang fleksibel antara kualitas transmisi dan bit rate.

3. Digital Multimedia Broadcasting (DMB)

Layanan yang dapat didukung antara lain konten web HTML, layanan informasi lalu lintas untuk sistem navigasi internal, layanan data interaktif BIFS (binary display format), layanan TV seluler, audio DAB dengan tayangan slide dan DLS, serta pemutaran darurat. Platform teknologi untuk DMB ada dua jenis yakni S-DMB (Satellite DMB) dan T-DMB (Terrestrial DMB)

4. In-band on-channel (IBOC)

IBOC merupakan teknologi yang memungkinkan transmisi sinyal digital dan analog secara bersamaan pada frekuensi yang sama sehingga tidak memerlukan alokasi frekuensi tambahan untuk dapat mengirimkan sinyal digital.

Modulasi untuk sinyal digital menggunakan OFDM (Orthogonal Frequency Division Multiplexing). Selain untuk transmisi audio/suara, teknologi IBOC juga dapat digunakan untuk layanan seperti laporan cuaca, info lalu-lintas, info olahraga, info saham dan sebagainya

Regulasi Penyiaran Digital

- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI. Nomor 21 tahun 2009
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.21 Tahun 2009 tentang Standar Penyiaran Digital Untuk Penyiaran Radio pada Pita VHF di Indonesia menetapkan standard penyiaran digital untuk radio pada pita VHF di Indonesia adalah DAB Family.

Pengaturan lebih lanjut diperlukan untuk menetapkan standar penyiaran digital, antara lain

- 1) Rencana Induk frekuensi Penyiaran Radio Digital;
- 2) Standardisasi perangkat penyiaran radio DAB Family;

- 3) Jadwal proses pelaksanaan sistem penyiaran radio digital; dan
- 4) Model bisnis pelaksanaan sistem penyiaran radio digital. Persyaratan teknis perangkat penyiaran radio digital dengan standar DAB belum ditetapkan oleh Standard Nasional Indonesia.

5. Kelebihan radio digital

- Radio digital memiliki kualitas yang lebih baik daripada radio tradisional. Resistansi produk kebisingan untuk gangguan yang tepat dari sinyal radio lainnya, sehingga tidak dapat mengganggu antara saluran dengan saluran lain.
- Kualitas suara diproduksi dengan baik dan jelas, seperti CD.
- Digital Radio juga dilengkapi dengan layanan interaktif dan gaya, yang berarti setiap saat, di mana-mana dan alat. Pendengar akan lebih mudah untuk berpartisipasi dalam mood dan turnamen yang diselenggarakan oleh stasiun radio.
- Termasuk aktivitas berbasis layar dan diskusi tentang frekuensi radio digital modern memiliki jaringan frekuensi sehingga dapat diisi dengan satu saluran (saluran) dengan lima hingga enam program radio.

- Spektrum radio digital juga lebih berkelanjutan daripada radio tradisional.
- Radio digital juga memiliki efisiensi energi dan infrastruktur yang efisien, sehingga biaya produksi dapat dikurangi.
- Penelitian di Jepang menyatakan bahwa sistem siaran digital ini dapat dimaksimalkan sebagai sarana untuk mengimplementasikan potensi bencana atau sistem peringatan EWS. Dengan menggunakan sistem ini, semua perangkat digital seperti radio digital, TV digital, indikator DVD pribadi, perangkat online, dan pesan perpesanan digital dan pemain digital digital terkait dengan publikasi informasi bencana masyarakat.

Bab 4

MEDIA SOSIAL DAN YOUTUBE

A. JENIS DAN MACAM MEDIA SOSIAL

1. Pengertian Media Sosial

Pengertian media sosial telah disampaikan oleh banyak ahli atau pakar. Beberapa di antaranya dapat kita jadikan sebagai rujukan. Misalnya, McGraw Hill Dictionary menjelaskan bahwa pengertian media sosial adalah “sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual”.

Pakar lainnya, Varinder Taprial dan Priya Kanwar (2012) menyampaikan pengertian media sosial sebagai “media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial,

atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.”

Sementara itu, B.K. Lewis (2010), memiliki pendapat bahwa media sosial adalah “label bagi teknologi digital yang memungkinkan orang untuk berhubungan, berinteraksi, memproduksi, dan berbagi isi”.

Di sisi lain, pendapat mengenai pengertian media sosial juga disampaikan oleh Russo, J. Watkins, L. Kelly, dan S. Chan (2008), yang menyampaikan bahwa media sosial adalah “instrumen yang memfasilitasi komunikasi, jaringan, dan/atau kolaborasi secara daring. Pesan”.

2. Perkembangan Media Sosial

Media sosial berkembang dengan cukup pesat dari masa ke masa. Kita dapat melihat bagaimana perkembangan media sosial secara jelas melalui timeline berikut ini:

- **1978** ~ Peluncuran sistem buletin yang memungkinkan Anda berkomunikasi dengan orang lain melalui email atau mengunduh dan mengunggah perangkat lunak dilakukan dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung ke modem.
- **1995** ~ Kelahiran dari situs GeoCities, situs ini melayani Web Hosting yaitu layanan penyewaan penyimpanan data situs web agar halaman situs web

tersebut bisa di akses dari mana saja, dan kemunculan GeoCities ini menjadi tonggak dari berdirinya situs-situs web lain.

- **1997** ~ Muncul situs jejaring sosial pertama yaitu Sixdegree.com walaupun sebenarnya pada tahun 1995 terdapat situs Classmates.com yang juga merupakan situs jejaring sosial namun, Sixdegree.com di anggap lebih menawarkan sebuah situs jejaring sosial di banding Classmates.com
- **1999** ~ Lahirnya situs untuk membuat blog pribadi, yaitu Blogger. situs ini menawarkan untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun, termasuk hal pribadi ataupun untuk mengkritisi pemerintah, sehingga bisa di katakan blogger ini menjadi tonggak berkembangnya sebuah Media sosial.
- **2002** ~ Berdirinya Friendster, situs jejaring sosial yang pada saat itu menjadi booming, dan keberadaan sebuah media sosial menjadi fenomenal.
- **2003** ~ Berdirinya LinkedIn, tak hanya berguna untuk bersosial, LinkedIn juga berguna untuk mencari pekerjaan, sehingga fungsi dari sebuah Media Sosial makin berkembang.
- **2003** ~ Berdirinya MySpace, MySpace menawarkan kemudahan dalam menggunakannya, sehingga

myspace di katakan situs jejaring sosial yang user friendly.

- **2004** ~ Lahirnya Facebook, situs jejaring sosial yang terkenal hingga sampai saat ini, merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memiliki anggota terbanyak.
- **2006** ~ Kelahiran Twitter, sebuah situs jejaring sosial yang berbeda dari yang lain karena pengguna Twitter hanya dapat memperbarui status atau yang dikenal dengan tweet, yang dibatasi hingga 140 karakter.
- **2010** ~ Lahirnya Instagram, situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto-fotonya dengan mudah, awalnya hanya untuk pengguna iOS, tetapi sejak 2012 juga hadir untuk pengguna Android.
- **2011** ~ Lahirnya LINE, situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video maupun melakukan percakapan dengan pengguna lain.
- **2011** ~ Lahirnya Google+, yang diluncurkan oleh Google. Tetapi pada awal peluncuran, Google+ hanya sebatas pada orang yang telah diundang oleh Google. Setelah itu Google+ diluncurkan secara umum.

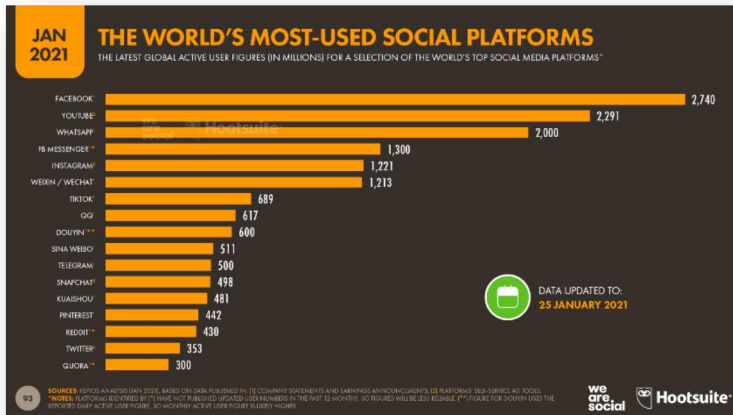
3. Jenis-Jenis Media Sosial

Kemunculan media sosial juga menghadirkan aneka jenis media sosial yang dikenal di masyarakat. Jenis-jenis media sosial, meliputi:

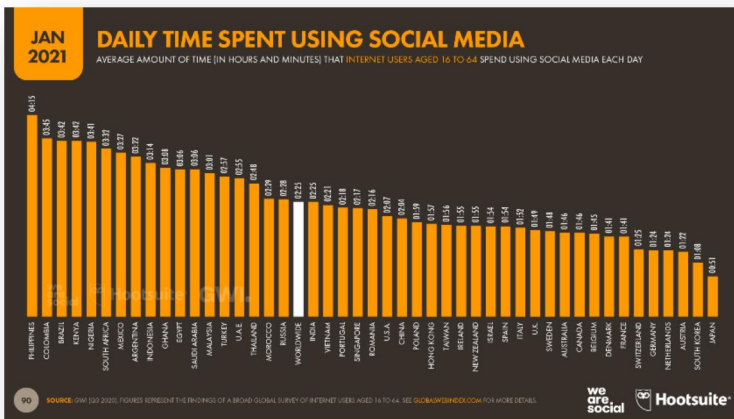
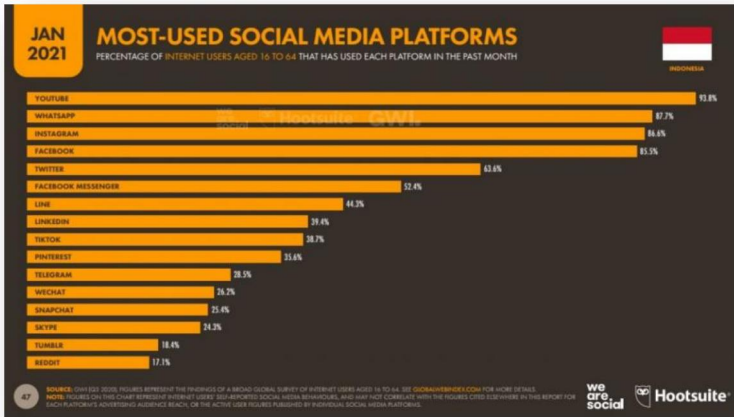
- a) **Collaborative projects** merupakan jenis media sosial yang memungkinkan banyak pengguna untuk berkolaborasi dalam pembuatan konten secara bersamaan, misalnya di Wikipedia. Beberapa situs web ini memungkinkan pengguna untuk menambah, menghapus, atau mengubah konten.
- b) **Blogs/ microblog** merupakan salah satu bentuk media sosial yang paling awal yang tumbuh sebagai web pribadi dan umumnya ditampilkan dalam bentuk kronologis. Jenis blog yang sangat populer adalah blog berbasis teks.
- c) **Content communities** memiliki tujuan utama untuk berbagi konten media di antara para pengguna, termasuk di dalamnya adalah teks, foto, video, dan powerpoint presentation. Para pengguna tidak perlu membuat halaman profil pribadi. Contoh: Youtube
- d) **Social networking sites** memungkinkan para pengguna untuk terhubung dengan menciptakan informasi profil pribadi dan mengundang teman serta kolega untuk mengakses profil dan untuk mengirim surat elektronik serta pesan instan. Profil

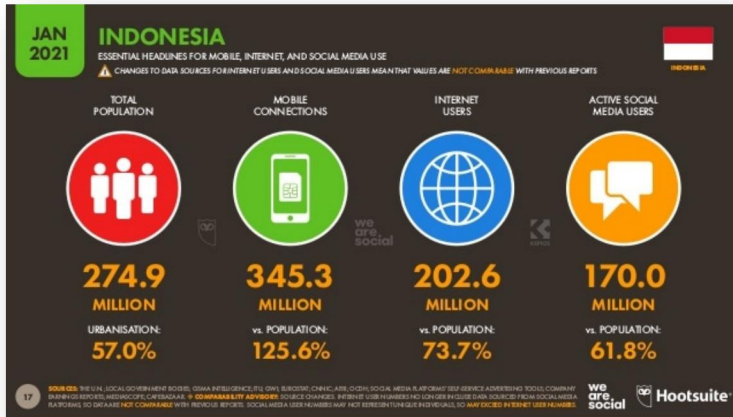
pada umumnya meliputi foto, video, berkas audio, blogs dan lain sebagainya. Contoh dari *social networking sites* adalah Facebook, MySpace, dan Google+.

- e) **Virtual games worlds** Ini adalah platform yang mereplikasi lingkungan dalam tiga dimensi, di mana pengguna muncul dalam bentuk avatar dan berinteraksi satu sama lain sesuai dengan aturan permainan. Contoh: game online.
- f) **Virtual sosial worlds** memungkinkan para inhabitan untuk memilih perilaku secara bebas dan untuk hidup dalam bentuk avatar dalam sebuah dunia virtual yang sama dengan kehidupan nyata. Contohnya adalah Second Life.



Produksi Konten Televisi dan Konten Media Digital- Haryo Kusumo Aji





4. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik, yaitu :

- ▶ Kualitas pesan media sosial sangat bervariasi, dari kualitas sangat rendah hingga sangat tinggi, tergantung pada kontennya.
- ▶ Frekuensi menggambarkan waktu yang dihabiskan pengguna untuk mengakses media sosial setiap hari.
- ▶ Accessibility menggambarkan kemudahan dimana pengguna dapat mengakses media sosial. Manfaat ini menunjukkan bahwa siapa pun yang memiliki akses internet dapat menggunakan media sosial untuk melakukan berbagai hal, seperti: Unggah foto digital, tulis online, dan lainnya.

- ▶ Secara instan menggambarkan kapan pengguna media sosial membutuhkan komunikasi instan dengan orang lain.
- ▶ Tidak permanen artinya postingan dapat diedit di media sosial jika diperlukan.

***J*. MENGENAL YOUTUBE**

Media YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Tidak banyak orang menyadari bahwa sebenarnya YouTube memiliki kemampuan mesin pencari yang sangat hebat, karena itu Anda dapat menemukan video dengan berbagai cara dengan mudah. YouTube diluncurkan secara resmi pada Desember 2005, dan segera menjadi populer dalam waktu singkat. Akhirnya Google membelinya pada 2006 dengan nilai mencapai 1,6 juta dolar, meski saat itu YouTube belum mampu memberi keuntungan. Di sini lah hebatnya visi Google.

Google sendiri menyatakan bahwa akan tetap mengembangkan YouTube sebagai brand terpisah dari Google, hal sama yang dilakukan dalam menangani Blogger. Mencari video berdasarkan kata kunci (keyword), berdasarkan topik, saluran dan sebagainya. Begitu Anda

temukan saluran atau pembuat konten yang Anda senangi, Anda lalu bisa berlangganan saluran mereka.

Media YouTube menggunakan format Adobe Flash untuk memutar video. Ini merupakan satu format standar yang didukung banyak peramban (browser), termasuk Internet Explore, Opera, Safari, Firefox dan Chrome. Video media YouTube juga bisa diputar dari berbagai perangkat mobile menggunakan format ini. Media YouTube menerima video yang diunggah dengan sebagian besar format kontainer, termasuk .AVI, .MKV, .MOV, .MP4, DivX, .FLV, dan .ogg dan .ogv. Format video seperti MPEG-4, MPEG, VOB, dan .WMV juga dapat diunggah. Media YouTube mendukung 3GP, sehingga video bisa diunggah dari telepon genggam. Video dengan pindai progresif atau terikat bisa diunggah, tetapi untuk kualitas video terbaik, media YouTube menyarankan agar video pindai terikat di-deinterlace sebelum diunggah. Semua format video di YouTube memakai pemindaian progresif.

Adapun kekuatan atau istilah-istilah dalam media YouTube yaitu:

- a. *Subscribe*: membantu kita untuk dengan mudah mengikuti informasi terbaru dari chanel favorit
- b. *Streaming*: proses mengalirkan atau mentransfer data dari server kepadahost dimana data tersebut merepresentasikan informasi yang harus disampaikan secara langsung (real time)

- c. *Buffering*: jeda waktu yang kita rasakan pada saat kita ingin mengakses sesuatu di internet, terutama file video semisal di YouTube, dimana kita melihat tanda seperti jam pasir, melingkar lingkar beberapa saat sampai akhirnya file yang ingin kita akses pun berhasil keluar.
- d. *VLOG (Video Blog)*: Sebuah konten kreatif yang dibuat oleh seseorang atau YouTubers untung membagikan diary kehidupannya dalam bentuk video yang sengaja di tayangkan kepada banyak orang secara gratis.
- e. *YouTubers*: Adalah Sebuah istilah yang ditujukan bagi mereka yang sering berbagi video melalui kanal YouTube. Profesi ini memang bisa mendatangkan keuntungan. YouTubers biasanya membuat sebuah video lucu, menarik, unik, kreatif, ataupun video tentang kesehariannya (*VLOG*). Dan merupakan hobinya di waktu luang. Kalau videonya cukup ramai subscribarnya pun akan bertambah setiap harinya tapi itu tergantung dengan video yang dibuatnya.
Jutaan video diupload ke YouTube setiap harinya, jutaan penonton pun datang silih berganti mengunjungi halaman YouTube, tak bisa dipungkiri bahwa YouTube adalah tempat berbagi file video terbesar di dunia. Banyak sekali jenis video yang bisa kita dapatkan di YouTube, website ini sangat cocok untuk anda yang sedang mencari informasi, berita dan hiburan dalam bentuk video.

PRODUKSI KONTEN YOUTUBE

1. Jenis Konten Youtube

Adapun jenis konten video di YouTube:

a. Video Music

Jenis video ini menduduki peringkat pertama jumlah rating penonton di YouTube, jenis video hiburan ini tak lekang oleh waktu. Setiap saat pasti ada yang baru, tak jarang juga banyak artis dan penyanyi berbondong-bondong mendaftarkan royalti dan mengklaim hak cipta.

b. Video Movie / Film

YouTube telah menggiring para penonton untuk menikmati movie atau film cukup di rumah saja.

c. Video lucu atau Funny Video

Hiburan yang di sajikan terkadang sederhana, tetapi konsep untuk menghibur orang itulah yang paling penting. Orang bisa melepas kelelahan dengan melihat video yang lucu, tak jarang juga bisa menyembuhkan stres walaupun hanya sesaat. Jenis video ini mempunyai jumlah rating penonton yang cukup tinggi, sebagai contoh YouTuber Indonesia muda yang sukses adalah Bayu Skak.

d. Video Olahraga atau Sport

Jumlah penonton jenis video ini juga termasuk lumayan tinggi, banyak orang tidak sempat melihat siaran

- langsung olahraga karena urusan waktunya sendiri. Di wilayah Eropa dan Amerika jenis video olahraga yang menantang banyak di gemari, banyak juga para YouTuber dari sana yang berlomba-lomba membuat video semacam ini.
- e. Video tentang Game
- Bukan lagi menjadi pembicaran umum kalau game disukai semua kalangan, baik yang muda maupun usia menengah. Game video tentang dan strategi banyak di upload para gamers. Video ini menjadi populer dikalangan gamers lainnya.
- f. Video Berita
- Seperti yang sudah saya jelaskan di atas, tidak sedikit banyak orang yang mempunyai banyak waktu untuk mengikuti perkembangan berita, sebagian dari mereka hanya bisa melihat rekaman video saja.
- Biasanya video yang disajikan adalah video yang paling hangat, tentang politik serta kejadian kriminal. Saat ini banyak video yang melambung jumlah penontonnya tentang gejolak Timur Tengah.
- g. Video Tutorial
- Jenis video ini banyak digemari oleh orang-orang yang ingin belajar secara langsung, biasanya orang akan lebih jelas jika langsung melihat medianya dan langsung mempraktekan. Video jenis tutorial ini sangat banyak membantu bagi orang yang awam sekalipun. Contoh video yang membahas cara mengedit video dan efek,

photoshop, belajar gitar, tutorial membuat blog, serta banyak lagi.

h. Video Pengajaran dan Ilmu Pengetahuan

Konten yang satu ini merupakan menyajikan materi pelajaran atau yang lainnya secara berbeda, bias mulai dari video orang menerangkan materi, berupa animasi, berupa slide, kartun, dan lain sebagainya untuk menarik minat yang menoton video tersebut.

i. Video Unik, Aneh, dan Menarik

Video ini juga mendapat banyak perhatian dari banyak penonton, banyak sekali yang tertarik untuk melihat jenis video ini. Banyak hal yang unik dan aneh yang terjadi di belahan dunia, tidak sedikit pula yang merekamnya secara langsung dan mengupload videonya ke YouTube.

j. Video Tentang Alam dan Wisata

Video yang mengekspos alam bagi yang menyukai berpetualang atau menjelajah, cukup banyak wisatawan asing mengenal Indonesia hanya dari melihat video saja.

2. Konten Kreator

Konten kreator adalah sebuah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti Youtube, Snapchat, Instagram,

WordPress, Blogger, dll. Sedangkan konten kreator youtube adalah seseorang yang berperan di depan atau di balik layar. Membuat ide-ide kreatif, sehingga menarik *subscriber* untuk menonton di *channel* akun Youtubenya.

Tugas konten kreator *youtube* adalah:

- a. Kumpulkan ide, data, serta melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten yang menarik. Mulai dari Thubmnail, judul video, jangka waktu setiap kali posting.
- b. Menghasilkan konten yang benar-benar sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan.
- c. Terus Berusaha untuk memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah konten. Contohnya, *subscriber* yang meminta request. Seorang konten kreator harus mempertimbangkannya.
- d. Evaluasi konten yang telah ditayangkan. Memperhatikan setiap hasil posting, apakah view-nya naik – stabil – turun.

Jadi jika ada orang yang masih menganggap bahwa kontent kreator itu adalah youtuber saja, maka itu salah, youtuber adalah seorang *content creator* yang membuat content dengan hasil dari perpaduan Suara, dan Gambar, bahkan ada juga yang menggunakan Tulisan. Semenjak nama Youtuber sudah tersebar, sebenarnya banyak sekali

content creator yang sudah ada semenjak lama, contohnya Komikus, Musisi, dan Lainnya.

3. Motif Penggunaan Youtube

Motif penggunaan *Youtube* baik sebagai *youtuber* dan *subscriber* terbagi menjadi 3 indikator, yaitu:

1. Hiburan dan relaksasi. Karena isi konten (sangat menarik, merasa senang/enjoy, menghindari waktu ketika bosan, mengetahui apa yang terjadi di luar lingkungan, dapat melihat video tanpa harus membayar)
2. Hubungan antar pribadi. Karena isi konten (memberikan semangat kepada orang lain, mengekspresikan diri secara bebas, bertemu dengan orang baru, mendapat sudut pandang baru memberikan masukan dan komentar).
3. Persahabatan. Karena isi konten (mengurangi rasa kesepian, tidak merasa sendirian).

4. Monetisasi

Monetisasi merupakan cara untuk menghasilkan uang dari *Youtube*, dapat dengan menampilkan iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, dan lain sebagainya. Sebagai seorang *Youtuber*, agar dapat *me-monetise* video harus bergabung dengan *YouTube Partner Program* (YPP).

Untuk dapat bergabung dengan *YouTube Partner Program* harus memenuhi syarat-syarat berikut:

- 1) *Channel Youtube* harus mempunyai setidaknya 10.000 Penayangan Artinya jika ingin me-monetise *Channel Youtube*, video-video di *Channel Youtube* tersebut harus ditonton setidaknya 10.000 kali.
- 2) Video-Video di *Channel Youtube* sudah ditonton 4.000 jam dalam jangka 1 Tahun dan memiliki minimal 1.000 Pelanggan (*Subscribers*).
Pada tahun 2018 *YouTube* merubah persyaratan kelayakan untuk monetisasi menjadi 4.000 jam tayangan dalam 12 bulan terakhir dan 1.000 pelanggan (*Subscribers*). Perubahan persyaratan monetisasi *Youtube* ini dilakukan untuk memperbaiki pedoman dan kebijakan *Youtube*.
- 3) Menaati Pedoman Komunitas *YouTube* Menurut pedoman komunitas *YouTube*, berikut hal-hal yang tidak boleh ditampilkan di video *YouTube* :
 - a. Konten yang berisi muatan seksual atau ketelanjangan.
 - b. Konten yang merugikan atau berbahaya, misalkan konten yang mendorong orang-orang untuk melakukan hal berbahaya, hal-hal yang menyebabkan terluka, atau tindakan lainnya yang merugikan.
 - c. Konten kekerasan atau vulgar.
 - d. Konten yang melanggar hak cipta, artinya *Youtuber* tidak diperbolehkan mengunggah

video milik orang lain tanpa izin penggunaan dari pemilik video asli.

- e. Konten yang mengandung kebencian, seperti ujaran kebencian, mempromosikan kekerasan terhadap individu atau kelompok berdasarkan ras atau etnis, agama, disabilitas, jenis kelamin, usia, kebangsaan, status veteran, atau orientasi seksual ataupun identitas gender.

Youtuber dapat menghasilkan uang dari iklan yang ditayangkan di videonya, serta dari subscriber YouTube premium yang menonton kontennya. Ada dua macam Youtube Partner Program, yaitu Google AdSense dan MCN (Multi Channel Network).

Daftar Pustaka

- Ardianto, E., Karlinah, S & Komala, L. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Burton, Graeme. 2011. *Membincangkan Televisi Sebuah Pengantar Kajian Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Darwanto. 2007. *Televisi sebagai Media Pendidikan. Pustaka Pelajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Djamil, Hidajanto & Fachruddin Andi. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana
- Fred, Wibowo. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Surabaya: PT Remaja Rosdakarya
- Hamid, Usman. *Dynamo : Digital Nation Movement*. Yogyakarta : Bentang Pustaka
- Handayanto, Andika. 2014. *Berani Sukses Karena Andal Memakai Youtube*. Yogyakarta: Mediakom
- Helianthusonfri, Jefferly. 2014. *YouTube Marketing*. Jakarta : PT. Gramedia
- Helianthusonfri, Jefferly. 2019. *Passive Income dari Youtube*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kindarto, Asdani. 2018. *Belajar Sendiri YouTube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

- Mabruri, Anton, 2011. *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Nondrama, News & Sport*. Depok: Mind 8 Publishing House
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika
- Morrison. 2011. *Managemen Media Penyiaran Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Morrison. 2013. *Managemen Media Penyiaran Strategy Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Soenarto, RM. 2007. *Program Televisi: Dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran*. Jakarta: FFTV-IKJ Press
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widasarana Indonesia
- <https://billionairecoach.co.id/bisnis-online/pengertian-content-creator>
- https://id.wikipedia.org/wiki/Radio_digital
- https://id.wikipedia.org/wiki/Surat_kabar_daring
- <https://jalantikus.com/tips/cara-membuat-channel-youtube>
- <https://kbbi.web.id/majalah>
- <https://tekno.kompas.com/read/2018/09/26/13120047/siapa-yang-lebih-percaya-youtube-ketimbang-buku-ternyata-bukan-milenial>
- <https://www.klikmania.net/10-jenis-video-yang-banyak-menghasilkanuang-di-YouTube>

Profil Penulis

 Haryo Kusumo Aji, S.I.Kom., M.I.Kom



adalah Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada tahun 2012 dari program Studi Ilmu Komunikasi dan dilanjutkan pada Program Pascasarjana dengan mengambil Magister Ilmu Komunikasi tahun 2016 pada Kampus yang sama yaitu Universitas Sebelas Maret Surakarta. Pada saat ini juga

menjabat sebagai Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi dimana sebelumnya pernah menjabat sebagai Kepala Bagian Humas Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Sebelum menjadi Dosen, penulis juga pernah bekerja sebagai Guru di SMK Kristen 1 Surakarta dan juga Dosen tamu di Program Sarjana Universitas Kristen Satya Wacana dan Universitas Sebelas Maret dan pada Program Diploma Advertising dan Broadcasting. Penulis juga menjadi *content creator* di *youtube channel* *lector tech*, *amatir men* dan *par&kid*, serta *website* dan pernah terlibat dalam tim yang mendapatkan penghargaan *best documentary movie* dalam *eagle award* Metro TV.

Produksi Konten Televisi dan Konten Media Digital

Buku Produksi Konten Televisi dan Konten Media Digital adalah buku yang dirancang untuk menjawab tantangan jaman yang memasuki era digital. Dengan banyak munculnya konten-konten digital di media sosial, membuat kita sebagai user akan memiliki banyak pilihan untuk menonton. Ini membuat banyak orang meninggalkan televisi dan berpindah ke konten digital. Namun, tidak semua konten video digital memenuhi standar dalam pembuatan produksi siaran yang baik. Buku ini memaparkan seperti apa standar dalam pembuatan konten televisi yang memenuhi unsur produksi siaran yang baik, serta tentang media sosial berbasis video yang sedang banyak digunakan seperti youtube. Oleh karena itu, bagaimana menyesuaikan standar penyiaran ke dalam konten youtube menjadi hal yang penting untuk dimiliki oleh setiap content creator, supaya masyarakat disuguhkan tayangan yang baik dan berkualitas.



UNISRI Press ©2021

Redaksi:
Jalan Sumpah Pemuda No 18. Joglo,
Banjarsari, Kota Surakarta
Press.unisri.ac.id
unisripress@gmail.com
Anggota APPTI

ISBN 978-623-96670-3-0



9 786239 667030