

KREATIF BERSAMA TV KAMPUS

Oleh : Zuhdan Aziz, SIP, SSn, MSn

A. MEMAHAMI DUNIA PERTELEVISIAN KEKINIAN

Televisi berasal dari 2 kata, tele dan vision. *Tele* (Yunani) berarti jauh, dan *visi* (latin) berarti citra/gambar. Jadi secara utuh, Televisi diartikan sebagai suatu sistem penyajian gambar berikut suara dari suatu tempat yang berjarak jauh.

Karakteristik media TV, menurut PCS Sutrisno, (1993, Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video, PT Gramedia, Jakarta, halaman 3-4):

1. Memiliki Jangkauan yang Luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia (impact psikologis yang kuat)
2. Dapat menghadirkan obyek yang amat kecil, besar, berbahaya, atau yang langka
3. Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton (pseudo event)
4. Dapat dikatakan "meniadakan" perbedaan jarak, ruang dan waktu
5. Mampu menyajikan unsur warna, gerakan dan bunyi dan proses dengan baik
6. Dapat mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto dan gambar dengan baik
7. Dapat menyimpan berbagai data dan informasi dan serentak menyebarkan dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan
8. Mudah ditonton tanpa menggelapkan ruangan
9. Membangkitkan perasaan intim atau media personal.

Adapun Peranan dan Fungsi media penyiaran Televisi : Ada 3 fungsi yakni Hiburan, Penyebaran Informasi/penerangan dan Pendidikan. Ketiga fungsi tsb dalam peranannya di bidang komunikasi saling berlapis satu sama lain.

Televisi merupakan media yang paling umum untuk manusia memutarhkirkan informasi terbaru di seluruh dunia, Selama lebih dari 50 tahun. Sekarang perkembangan televisi sudah kian pesat untuk mempresentasikan sebuah gambar, bahkan dapat membawa kenikmatan menonton bioskop di rumah. Dengan teknologi HDTV, kini konsumen dapat lebih menikmati gambar yang sangat detail, untuk dinikmati bersama Keluarga.

Televisi menemui kita sebagai jendela informasi yg menyampaikan kabar di dunia ini. Yang menyampaikan banyak pengalaman di luar kehidupan kita sehari hari, selain televisi juga sebagai media hiburan serta media penyalur budaya.

UU no 111 tahun 1990 memperbolehkan Televisi Swasta berdiri (menyebabkan stasiun televisi swasta marak berdiri). Namun dalam perkembangannya, Media Televisi, khususnya stasiun televisi Swasta cenderung dikuasai Pemilik modal, isi programnya memanjakan selera pasar dgn *war, sex dan*

find crime. Berorientasi pada masyarakat perkotaan dgn menjual isi media dengan tema tema yang memanipulasi selera pasar. Acara acara ditentukan oleh korelasi pihak sponsor dan selera pasar. SDM berkualitas dan teknologi pendukung menjadi masalah ketika berhadapan dgn tuntutan produksi dari entitas komersil. Sekitar 11 Stasiun TV Swasta, Jakarta *Minded*. Jakarta *Centris*, kurang memberi ruang pada daerah-daerah.

Sedangkan UU no. 32 tahun 2002, mengenai pembatasan TV siaran TV Nasional, kecuali berjaringan dengan TV Lokal, dan TV local diperbolehkan siaran dengan daya jangkau siaran yang dibatasi hanya untuk daerah yang menjadi *homebasenya* (yang memungkinkan tumbuh berkembangnya televisi Lokal, Televisi Komunitas). UU no. 32 tahun 2002 tersebut menitikberakkan pada partisipasi dan control masyarakat serta pemberdayaan institusi lokal. Dari UU tersebut juga muncul istilah dan system yang dibangun sebagai Stasiun Siaran Berjaringan (SSB). Dalam system yang baru ini, siaran yang semula Sentralistik jadi desentralistik. Hal tersebut juga dimaksudkan agar bisa menikmati manfaat lebih baik di wilayah isi konten penyiaran (*Diversity of content*) dan wilayah Bisnis ekonomi Penyiaran (*Diversity of ownship*) dari industry penyiaran.

Sementara itu, sekitar 150an TV LOKAL, berusaha mengangkat identitas daerah dan sebagai medium komunikasi publik local yg berkontribusi bagi pembangunan daerah dan sekaligus menggali dan mengembangkan potensi seni dan budaya dengan semangat otonomi Daerah .

JENIS-JENIS TV, dalam perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini juga berkembang sangat pesat. Bermula dari Televisi analog, dilanjutkan Televisi Digital dan Televisi di Era Media Baru

TV ANALOG

Televisi yang mengkodekan informasi gambar dengan memvariasikan voltase dan frekwensi dari sinyal. Sinyal Video Analog yang ditampilkan pada televise ini ditransmisikan melalui kabel atau pancaran udara yang merupakan hasil dari berbagai bentuk gelombang continue. Nilai sinyal tersebut pada saat tertentu berada dinilai maksimum dan minimum.

Ada 3 standard TV Analog, yakni NTSC (National Television Standarts Committee), PAL (Phase Alternating by Line), SECAM (Sequential Couleur Avec Memoire)

TV DIGITAL

Televisi yang menggunakan modulasi digital dan system kompresi untuk menyebarluaskan video, audio dan signal data ke pesawat televise. Penyiaran dengan system digital saat ini sedang dikembangkan karena banyak keuntungan yg diperoleh, diantaranya :

1. Khususnya dalam penghematan penggunaan spectrum frekwensi atau bandwith, karena seperti diketahui, frekwensi merupakan merupakan sumberdaya yang terbatas, sehingga harus tepat dalam pengelolaan dan pemanfaatannya.

2. Sangat kompatibel atau dapat mengikuti perkembangan teknologi yang ada, karena berbasis digital komputerisasi atau data
3. Mempersempit kesalahan operasional (human error) karena lebih sederhana pengoperasionalannya. Selain itu memungkinkan penggunaan personel yg tidak terlalu banyak.
4. Lebih hemat dari segi maintenance karena sudah terkomputerisasi dalam database, sehingga meminimalisasi penggunaan hardware seperti mekanik roboting yang menggunakan pegas pegas dengan selasifitas terbatas.
5. Sistem software yang terintegrasi dalam satu bahasa (satu operating system) misalnya under windows sehingga memungkinkan updating system setiap saat.

Dengan komputer dan internet serta teknologi multi media, bisa menghasilkan sistem digital yang lebih mutakhir, yang disebut dengan televise-video interaktif, media ini sangat tepat terutama untuk keperluan mengajar, pelatihan serta penyiaran.

TV Di Era Media Baru

Sekarang adalah era-nya media baru. Media Baru berangkat dari logika konvergensi media, selain itu media baru juga mempunyai ciri khas yang pada dasarnya bertumpu pada pola komunikasi berjaringan masyarakat di seluruh dunia yang saling berhubungan. Hal ini bisa kita lihat melalui teknologi internet, telepon pintar, dan console games.

Media Baru berakar pada digitalisasi dan virtualisasi (Lister et al, 2003). Kunci dari konsep media baru adalah digitalisasi. Pemahaman tentang digitalisasi seringkali merujuk pada penggunaan teknologi computer, atau semacam pengertian atas kontra terhadap sesuatu yang bersifat "analog". Digitalisasi merupakan sebuah proses input data yang kemudian dirubah dalam bentuk data numeric. Pemahaman tentang digitalisasi seringkali dipermudah gambaran bentuk data analog, seperti foto, diagram, video, dan sebagainya yang dirubah dalam bentuk data digital seperti data online, cakram digital, atau drive memory (Lister et al, 2003).

Ciri Media Baru selanjutnya adalah interaktif. Interaktif dalam media baru merupakan ciri yang tidak terpisahkan dari media baru. Berbeda dengan media lama dimana pengguna bersifat pasif, dalam media baru yang bersifat interaktif, pengguna media lebih mempunyai kekuasaan untuk melakukan semacam ikatan dengan teks media, lebih mandiri dalam menjalin relasi dengan sumber pengetahuan, lebih individual dalam penggunaan media, dan pilihan pengguna yang lebih besar.

Hiperteks dalam media Baru merupakan sebuah system jaringan yang bisa membantu pengguna untuk mendapatkan informs dengan semakin mudah. Cara kerja jaringan yang terhubung, yang mana pengguna menggunakan bantuan navigasi desain antar muka. Setiap simpul yang berlainan dan berbeda di dalam jaringan mempunyai kode masukdan keluar serta tautan. Dengan logika simpul berjaringan yang diberi semacam navigasi mempermudah pengguna mengakses bagian satu dengan lainnya secara mudah dan cepat, yang secara logika analog saling berjauhan. Hal ini lain jika kita mmelihatnya dalam logika analog, yang mana membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan proses. Semisal jika kita

ingin memutar video dalam medium video analog, kita membutuhkan beberapa menit untuk mempersiapkan video tersebut diputar. Hal ini jelas berbeda dengan memutar film di medium digital yang hanya membutuhkan beberapa langkah saja secara singkat untuk memutarnya.

Lahirnya media baru juga mengubah tatanan dalam manajemen media massa, sekaligus merubah tatanan konsumsi masyarakat dalam mengolah informasi. Ciri lain dari media baru adalah dispersal, atau memencar. Dengan dispersal produk bergeser menjadi hubungan dengan keduanya, yakni konsumsi dan produksi teks media. Kita bisa menjadi produsen sekaligus sebagai konsumen. Pola Dispersal membuat kita bisa saling terhubung dengan yang lain secara sosial di dunia maya.

Terakhir, dalam ciri media baru adalah virtualitas. Virtual adalah sebuah kajian kontemporer media dan budaya. Virtual terkait dengan media dan teknologi citra yang simultan yang pada akhirnya nanti menjadi karakter teknologi pada masyarakat maju. Virtual yang dimaksud adalah teknologi internet World Wide Web, 3D, dan teknologi citra yang spektakuler seperti layar berbasis multimedia, dan transformasi serta konvergensi media lama sebagai film digital, video dan computer animasi. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa virtual bukan hanya teknologi semata, namun menjadi sebuah budaya. Virtual pada suatu saat menjadi acuan. Ada waktunya nanti banyak aspek hidup manusia di kehidupan sehari-hari menggunakan teknologi simulasi. Realita menjadi absurd, realita kemudian digantikan oleh bentuk realita virtual. Realita virtual pada dasarnya ada dua bentuk, yang pertama bahwa pengalaman interaksi tersedia dalam bentuk baru yakni citra dan simulasi teknologi, dan yang kedua bentuk metapora "tempat" dan "ruang" melalui jaringan komunikasi (Lister et al, 2003).

B. MEMAHAMI TELEVISI KAMPUS

Televisi Kampus yang akrab disebut TV Kampus, merupakan bagian dari televisi Komunitas, terutama komunitas dari entitas Kampus. TV Kampus merupakan wahana atau media komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan dalam bentuk materi siaran, yang ditujukan kepada khalayak untuk tujuan menghibur/mendidik/menginformasikan. Tepatnya wahana ekspresi, wahana aktualisasi diri, eksistensi diri serta informasi dan pencitraan kampus.

TV Kampus banyak memanfaatkan Teknologi streaming, menggunakan melalui website. Secara teknologi, menggunakan server dan berlangganan (berbayar) untuk menayangkan dan menyiarkan konten siarannya. Penayangan siaran TV Kampus juga sering menggunakan jalur Youtube. Dengan menggunakan teknologi internet untuk menayangkan isi siarannya, TV Kampus justru bisa diakses oleh manusia/penduduk di seluruh dunia (yang ada jaringan internetnya). Jauh melebihi ekspektasinya sebagai TV dengan Lokalitas dan Komunitas kampus. Jangkauan Siaran, tidak terbatas sektoral tapi bisa nasional bahkan internasional (nilai lebih). Kalau content dan judul menarik, bisa diakses oleh banyak orang di seluruh dunia.

Contoh-contoh TV Kampus : BINUS TV (Universitas Bina Nusantara), IKJ TV, UMY TV, ISI TV (SURAKARTA), UB TV (Universitas Brawijaya), UAD TV, ART TV (ISI YK), Widayatama TV dll.

Adapun Isi Siaran TV Kampus berupa Berita seputar aktifitas dalam Kampus (Wisuda, OSPEK dll), berita Aktifitas Kampus di Luar (pameran dll), Galeri karya-karya Kampus, berita-berita local, kesenian dan budaya. Kebanyakan masih Kampus Sentris. Kebanyakan berkuat dengan kampusnya dan Masih seperti mercusuar untuk kampusnya. Corong kampus.

Namun, jika diperhatikan isi Liputan dari beberapa TV Kampus tersebut, UB TV (Universitas Brawijaya TV), mencoba sedikit berBEDA, dengan mengetengahkan liputan berita JURNALISTIK. TV KU (milik UDINUS) yang bermerger dgn Harian Suara Merdeka, mencoba menjadi televise Edukasi sekaligus menyiarkan berita/informasi seputar Jawa Tengah.

Kemajuan teknologi informasi, kultur orang menonton TV juga berubah. Orang melihat Siaran content televisi, bisa dilihat dan disesuaikan dengan menyesuaikan situasi dan kondisi orang tersebut. Siaran bisa disimpan/direkam/ dilihat sewaktu waktu setelahnya (fleksibel). Looping, siaran bisa ditonton berulang-ulang. Uses and Gratifications. Berdasar pada pemanfaatan dan kepuasan penggunaan media. Kultur baru pemanfaatan media Baru (terutama Internet dan smartpone) menjadi peluang bagi tayangan siaran TV-tv Kampus.

C. KREATIF BERSAMA TV KAMPUS

Televisi komunitas atau TV kampus lahir menjadi tonggak baru dalam dunia penyiaran diIndonesia. Media TV Kampus (komunitas) ini hadir sebagai media alternatif yang mengusung keberagaman kepemilikan (diversity of ownership), yang juga mendorong adanya keberagaman isi (diversity of content) dalam program-program siaran karena melayani komunitasnya yang juga beragam. Karena keberagaman kepemilikan itulah, masyarakat bisa melakukan kontrol sendiri (self controlling) terhadap isi siaran. Pengelola televisi komunitas tidak bisa sewenang-wenang menayangkan program siaran yang tidak sesuai dengan nilai, aturan, maupun budaya lokal.(Budhi, 2008).

Quote STEVE JOBS :

“Orang Tua berfikir dan bertanya : benda apa ini (TV Kampus) ?

Anak Muda berfikir dan bertanya : Apa yang bisa saya perbuat dan lakukan dengan benda ini (TV Kampus)?”

Kreatifitas berkenaan dengan TV Kampus bisa dimulai dari pertanyaan tentang IDE KREATIF PROGRAM ACARA TV KAMPUS ?

Apakah program ini mempunyai kekuatan dalam menarik minat orang untuk menonton?

Terletak dimanakah kekuatan-kekuatan program ini?

Apakah ide ini mungkin bisa direalisasikan ? (artinya, apakah hambatan untuk merealisasikannya masih dalam batas untuk bisa ditanggulangi?)

Apakah ide ini didukung oleh sumber daya yang cukup banyak?

Apakah ide ini akan dekat dengan para penonton?

Apa yang membuat program ini berbeda dari program-program lain?

1. Kreatifitas Bukan ditentukan oleh bakat apalagi keturunan, tetapi ditentukan oleh kesadaran kita. Kesadaran bahwa tiap orang memiliki potensi untuk kreatif. Orang kreatif tidak bisa disegala bidang, orang kreatif hanya dalam bidang yang menjadi keahliannya.
2. Kreativitas tidak terjadi dengan sendirinya, kreativitas terbentuk melalui latihan dan teknik. Kreativitas datang kepada orang yang benar-benar siap.
3. Kreatifitas adalah AKSI dalam melakukan KONEKSI antar berbagai hal dengan cara cara yang tidak terbayangkan (DEVIASI) (Jason Theodore : "Creativity is the act of connecting things in unexpected ways")

A. AKSI :

1. Ide memang mahal. Tapi sebuah ide tidak hanya bisa berdiri sendiri sebagai ide. Sebuah ide harus dieksekusi, ditindaklanjuti dan direalisasikan. Jadi bukan ide itu sendiri yang mahal. Yang mahal = ide + realisasi
2. Orang pertama yang merealisasikan ide itulah, yang memiliki ide tersebut. Bukan siapa yang pertama kali mengeluarkan ide tersebut.
3. Elemen Aksi memunculkan Hak Cipta
4. Hambatan individual di Elemen Aksi untuk menjadi kreatif.
Tidak mungkin orang kreatif tanpa Aksi. Banyak orang tidak beranjak menjadi kreatif karena elemen AKSI-nya tidak berkembang.
Seperti kata Seth Godin (pakar pemasaran dunia) : "Bagian tersulit dari kreativitas itu bukan soal menemukan ide yang tak pernah terpikirkan oleh orang lain. Bagian tersulitnya adalah mengeksekusi ide yang Anda pikirkan itu".

Pertanyaan untuk evaluasi AKSI dalam diri kita :

- a. Apakah anda punya kesulitan memulai? (kenali hambatan individual Anda untuk ber-AKSI. Setidaknya ada tiga hal utama yang menjadi penyebab hambatan untuk memulai, yaitu Waktu, Rasa takut dan Distraksi.)
- b. Apakah anda sangat enggan berekperimen? (Otak harus terus distimulasi untuk menghasilkan ide-ide baru, salah satunya dengan eksperimen, untuk melatih menemukan pilihan-pilihan baru dalam melakukan sesuatu. Pilihan tersebut akhirnya yang akan membuat perubahan. Tanpa perubahan tak ada sesuatu yang lebih baik, dan tugasnya kreatifitas untuk membuat sesuatu menjadi lebih baik)
- c. Apakah Anda punya kesulitan sangat besar untuk menuntaskan sebuah proyek? (Penelitian menunjukkan bahwa kreativitas sangat dipengaruhi oleh produktivitas. Ketika kita kehabisan semangat di tengah perjalanan sehingga ide kita tidak pernah tuntas, maka kita perlu mengatasi elemen AKSI kita yang lemah)

- d. **Apakah Anda Suka Menunda?** (Anda punya banyak ide, tapi anda tak pernah focus pada satu ide untuk diselesaikan? Seringkali kita bosan shg berpindah-pindah terus dari satu ide ke ide lain. Orang kreatif itu orang yang punya passion pada bidang yang digelutinya sehingga kebosanan pada pekerjaan merupakan sesuatu yang mustahil dikeluhkannya.)

B. KONEKSI :

Kata Steve Jobs, " Creativity is connecting things". Orang kreatif Tidak pernah menganggap ide itu sebagai sesuatu yang tunggal. Orang kreatif menganggap ide baru itu hasil dari menggabungkan satu ide dengan ide lain (bahkan tak jarang antar ide yang tak saling berhubungan). Orang kreatif mampu memberi koneksi antar berbagai Ide.

1. Relasi antar satu ide dengan ide yang lain sehingga membentuk sebuah ide Baru
2. Relasi antara sebuah ide tentang produk kreatif dengan khalayak sasaran.
3. Koneksi Kesamaan Budaya.
Budaya adalah kendaraan untuk menjadi dekat dengan audiens. Tentu saja produk kreatif bebas menggunakan budaya apapun untuk bisa dekat dengan penonton. Tidak hanya budaya local tapi juga budaya populer bahkan budaya massa.
4. Koneksi dengan Kebutuhan.
Produk harus berangkat dari pemikiran mengenai kebutuhan konsumen untuk bisa ter KONEKSI. Bagaimana mendalami suatu kebutuhan, itu adalah seni tersendiri (steve Jobs). Seringkali pelanggan tidak mampu mengungkapkan apa yang dibutuhkan, karena itu memahami kebutuhan seringkali merupakan pemahaman yang Imajinatif (Henry Ford).
5. Koneksi dalam bentuk Empati/Emosional.
Menyaksikan Video, adalah pengalaman emosional. Mengikat kita dengan cara menarik perhatian lewat indera penglihatan dan pendengaran, namun dengan pengalaman bersama. Contoh Video Gangnam Style (ada tarian public yang menyertainya, sehingga mendunia bisa menggerakkan banyak orang ikut menari bersama-sama)
6. Hambatan Individual di elemen KONEKSI untuk menjadi Kreatif.
Kreativitas tanpa Koneksi, bukanlah kreativitas. Tidak disebut kreativitas jika tidak dirasakan manfaatnya oleh orang lain sebagai khalayak sasaran.

Pertanyaan untuk evaluasi KONEKSI dalam diri kita :

- a. **Apakah Anda sangat Tidak Tertarik dengan hasil Riset?** (Tanpa memahami hasil Riset, sulit membayangkan karya Anda mempunyai Koneksi dengan khalayak sasaran)
- b. **Apakah Anda tidak tertarik atau tidak punya rasa ingin tahu yang kuat terhadap cara kerja sebuah system?** (Rasa ingin tahu adalah modal yang utama dalam mengeksplorasi berbagai kemungkinan dan pada akhirnya berguna dalam membangun KONEKSI).

- c. Apakah Anda tidak punya cukup Kesabaran dalam mendengarkan ide ide orang lain? (Diperlukan kemampuan untuk mendengarkan berbagai pendapat dan komentar orang lain. Membangun dinding pembatas yang tinggi terhadap berbagai komentar dan pendapat dari sesama anggota Tim atau sesama pekerja Kreatif akan mencegah kita membangun KONEKSI dengan khalayak sasaran.
- d. Apakah Anda mempunyai ketidaknyamanan untuk memahami Budaya Orang lain? (dengan memaharni budaya orang lain, akan memunculkan ide-ide baru dalam menghasilkan ide kreatif)

C. DEVIASI :

1. Deviasi berkaitan dengan bagaimana kita "berbeda" dari kebanyakan atau rata-rata. Untuk "berbeda" itu tidak dengan cara mengenakan tampilan yang nyleneh dan aneh, melainkan dalam bentuk cara pandang.
2. Deviasi (tingkat Purple Cow) ini menggambarkan kondisi ketika kita harus menjadi sangat berbeda, menakjubkan, tidak terduga, luar biasa menarik dan luarbiasa unik diantara pesaing kita. Menjadi baik saja tidak cukup, harus menjadi luar biasa.
3. Ketika sebuah program Televisi sama-sama kuat elemen AKSI dan elemen KONEKSiNYa, maka disitulah diperlukan DEVIASI.
4. Dalam Deviasi, memang Harus Berbeda, tetapi tetap memiliki KONEKSI.
5. Hambatan Individual di Elemen DEVIASI untuk menjadi Kreatif.

Untuk menjadi kreatif,kita harus siap untuk dikatakan aneh karena ide-ide baru pada awalnya pasti dianggap tidak normal, aneh atau bahkan gila. Ketidakmampuan mengatasi ke-berbedaa-an ini bisa sangat menghalangi kita menjadi kreatif.

Pertanyaan-pertanyaan untuk Deviasi :

- a. Apakah Anda Punya Kesulitan mengekspresikan Diri Sendiri? (Orang yang cenderung merasa nyaman dalam kelompok tidak akan pernah berani mengungkapkan ide-ide gila disebuah pertemuan banyak orang. Jika itu tidak dilontarkan, bagaimana kita menjadi kreatif?)
- b. Apakah Anda selalu menghindari hal-hal baru? (Sesuatu yang baru adalah pertanda perubahan. Jika kita menyukai kepastian, kita sangat tidak menyukai perubahan)
- c. Anda sangat sulit menemukan ide-ide yang benar-benar baru? (Mungkin sebagian dari kita minder karena merasa tidak kreatif. Sulit membuat ide yang benar-benar unik. Itu sbg pertanda elemen Deviasi harus dikuatkan)
- d. Apakah Anda punya kesulitan dalam mengimajinasikan perspektif baru? (Imajinasi-imajinasi yang ekstrem sekalipun diperlukan untuk memancing ide-ide baru).

D. PROSPEK/PELUANG TV KAMPUS : ART TV

Secara Umum, Prospek TV Kampus akan tetap terjaga jika payung hukum UU (Undang-undang) selalu dijaga dan disempurnakan dalam penenrapannya. Adanya Advokasi terhadap eksistensi TV Komunitas dan TV Kampus penting untuk menjaga keberlangsungan demokratisasi penyiaran, terkait diversity of Ownership dan Diversity of content.

Secara khusus, untuk mempertahankan eksistensi dan memperbaiki kondisinya, supaya prospek TV Kampus tetap terjaga dengan baik, maka harus memiliki Strategi kreatif :

1. Bersinergi dengan Stake holdernya
2. Memperkuat Positioning
3. Meningkatkan kualitas Program Acara
4. Meningkatkan Kualitas Teknik
5. Meningkatkan Sumber Daya Manusia
6. Memperbanyak Blocking Time
7. Melakukan Diversifikasi usaha
8. Memperbanyak Kegiatan Off air.

Khusus untuk pengembangan SDM pengelola TV Kampus ART TV, perlu ditingkatkan pada level Kreator, supaya program acara bisa bagus dan berkesinambungan.

8 TIPE MAHASISWA KREATIF CREW TV KAMPUS :

1. KONSUMEN

Tipe ini adalah titik Nol. Tidak memiliki Deviasi, koneksi dan Aksi. Pada dasarnya kreativitas itu mengarah pada upaya menghasilkan sesuatu atau berposisi sebagai produsen. Titik Nol adalah taraf hanya menjadi Konsumen, kebalikan dari produsen. Tipe ini hanya menggunakan/memakai/menggunakan sesuatu yang telah dipikirkan dan dihasilkan orang lain.

Sebagian dari kita tenggelam dalam mitos bahwa kreatif itu adalah bakat. Akibatnya kita merasa tidak mungkin menjadi kreatif. Dan Konsekwensinya kita menjadi tidak berfikir mengenai ide-ide baru (DEVIASI) atau tidak mau memahami situasi kerjanya yang mungkin perlu ide-ide perbaikan (KONEKSI) dan tentu saja tidak ada AKSI.

Dalam tahap ini, Yang terpenting adalah kemauan untuk menjadi lebih kreatif.

2. EMPATI

Tipe ini adalah orang yang hanya memiliki satu elemen yaitu KONEKSI. Dia mempunyai kemampuan memahami/mendalami keadaan/fenomena bidang tertentu. Tetapi orang tersebut tidak ada ide melakukan DEVIASI, maka tidak ada AKSI untuk merealisasikannya.

3. MIMIC

Tipe ini adalah orang yang hanya memiliki elemen AKSI. Orang ini bertindak dan terbiasa melakukan sesuatu tanpa berlama-lama berfikir. Sesuai dengan namanya MIMIC maka orang ini cenderung meniru. Elemen KONEKSI tidak dikuasainya, dan arena sekedar Meniru tentu tidak ada DEVIASI.

4. GILA

Tipe ini adalah orang yang hanya memiliki elemen DEVIASI. Orang ini mempunyai ide-ide yang menurut sebagian besar orang sebagai ide yang aneh dan tidak masuk akal. Namun karena tidak memiliki elemen KONEKSI, ide-ide itu tidak mampu diterima orang lain karena dirinya sendiri kurang memahami idenya. Elemen KONEKSI dan AKSI juga terabaikan, sehingga orang tipe ini adalah tipe GILA, yang hanya bisa menyajikan ide gila.

5. PEMIMPI

Tipe ini adalah orang yang memiliki 2 elemen : KONEKSI dan DEVIASI. Tapi tidak ada elemen AKSI. Maka orang tipe ini hanya menghasilkan ide-ide. Ide-ide Unik dan Kuat karena dia memahami persoalan dan punya pembeda dibandingkan orang kebanyakan. Ada 2 kesadaran dalam tipe ini. Pertama, kesadaran bahwa ide ini mesti direalisasikan (sehingga harus memiliki elemen AKSI). Kedua, merasa sangat percaya diri untuk tidak direalisasikan karena merasa sudah kreatif dengan hanya ide itu.

6. ORANG LUAR

Tipe ini adalah orang yang menguasai dua elemen : AKSI dan DEVIASI. Ini kelanjutan dari tipe Gila yang punya ide Aneh. Hanya bedanya, tipe orang Luar merealisasikan ide Gila tersebut. Namun, ide tersebut direalisasikan tanpa memikirkan suatu KONEKSI dengan khalayak sasaran, sehingga ide ini tidak mudah diterima. Bahkan dalam banyak kasus ditolak!

Jadi yang utama dari tipe ini adalah Ekspresi Seni. Setiap Seniman punya DEVIASInya sendiri. Kadang-kadang DEVIASInya begitu kuat dan tetap direalisasikan, tanpa memperhitungkan KONEKSIInya dengan khalayak. Dia tidak Peduli apakah karya seninya disukai khalayak atau tidak.

7. PRODUSER

Tipe ini adalah orang yang menguasai 2 elemen : KONEKSI dan AKSI. Orang tipe ini melihat sudah ada karya yang berhasil, dan dia mengambil elemen KONEKSI dari Karya tersebut, lalu diproduks (AKSI). Dia bukan penjiplak, dia hanya menempuh jalan gampang, atau biasa disebut FOLLOWER. Sehingga tidak mau repot dengan berfikir ide baru (DEVIASI). Dalam Ranah kreativitas Individual, penguasaan elemen KONEKSI dan AKSI merupakan sebuah kekuatan tapi belum cukup tanpa elemen DEVIASI. Dia akan tetap dianggap sebagai Penerus dari ide yang sudah ada. Dia bukan pencipta.

8. KREATOR

Tipe ini adalah orang yang menguasai 3 elemen lengkap, yaitu AKSI, KONEKSI dan DEVIASI dengan Optimal. Orang dengan tipe ini memang layak disebut sebagai KREATOR. Dia ada diujung perjalanan sebuah pencapaian Kreativitas. Tentu saja ini bukan perjalanan yang mulus. Dia terus menerus melatih keahliannya di 3 elemen tersebut. Adakalanya pemahamannya (KONEKSI) lemah tapi dia terus mengasah. Adakalanya dia diserang rasa

putus asa karena banyak kegagalan tapi terus ber AKSI. Adakalanya dia lelah untuk mencoba-coba DEVIASInya sampai akhirnya orang-orang meerima itu.

Penguasaan 3 elemen, DEVIASI, KONEKSI dan AKSI adalah proses dan bukan sesuatu yang berujung. Ini adalah keahlian yang harus terus menerus diasah.

E. PENUTUP

Televisi Komunitas yang berbasis sekolah/kampus atau TV Kampus sudah seharusnya memiliki cara pandang pada satu kesamaan visi, dimana televisi komunitas /TV Kampus sebagai media alternatif harus berperan dalam memberdayakan komunitasnya. Baik itu berbasis sekolah/kampus atau warga,kesemuanya memiliki tanggungjawab sosial pada komunitasnya atau kampusnya. Dimana, khalayak atau warga tidak hanya menjadi "penonton" tayangan televisi, namun juga berperan sebagai subyek atau pelaku TV komunitas itu sendiri sebagai bentuk ekpresi *Diversity of ownershipnya*.

Masyarakat umum dan kampus memiliki "mimpi" bersama menjadikan televisi komunitas/TV Kampus sebagai media yang menyajikan alternatif program siaran yang berbeda dengan televisi swasta. Kreatifitas menjadi kunci keberhasilan TV Kampus dalam menjalankan isi siarannya menuju *diversity of content*. Dengan mempertemukan antara Deviasi, Koneksi dan Aksi , maka akan ditemukan hasil kreativitas isi siaran yang bagus bahkan booming serta berkesinambungan.