

Peran Produser dalam Proses Produksi Karya *Feature* Televisi “Kurma(Kuliner Kaki Lima)”

Ibnu Januar Syahputra, Muhammad Darwinsyah

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi

Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160

ibnujanuarsyahputra@gmail.com, emdarwinsyah@gmail.com

Abstract— The diversity of Indonesian specialties cannot be separated from the many different cultural diversity in each region in Indonesia. Especially street food which is currently thriving in Indonesia, especially in Jakarta. The purpose of the creator of the work in creating this program is to provide information as well as entertainment about a variety of street food. The creator of the work chose this final project in the form of a feature program, which is a category of travel and tourism features, as an effort to introduce Indonesian street food. In this program, the creator of the work acts as a producer, which is responsible for pre-production, production and post-production activities, the producer also coordinates the crew so that the production runs according to the shooting script, cooperates with the host, and directs the cameramen as desired. In this work there are 3 segments for 15-20 minutes. This work creator hopes that this program can be well received by the public and, from the results of the closed questionnaire, the average public is interested in this program, and the audience chooses the broadcast time at 10:00 am on Sundays. What is obtained from the creators of the work is that almost all people like street food which is affordable and taste is not inferior to luxury restaurants.

Keywords— Culinary, Indonesian street food, affordable prices

Abstrak— Keanekaragaman makanan khas Indonesia tidak luput dari banyaknya keanekaragaman budaya yang berbeda disetiap daerah di Indonesia. Terutama makanan kaki lima yang saat ini tumbuh subur di Indonesia terutama di Jakarta. Tujuan pencipta karya membuat program ini adalah untuk memberikan informasi dan juga hiburan mengenai makanan kaki lima yang beranekaragam. Pencipta karya memilih tugas akhir berbentuk program feature ini, yang merupakan kategori dari feature perjalanan dan wisata, sebagai salah satu upaya untuk memperkenalkan makanan kaki lima Indonesia. Di program ini pencipta karya berperan sebagai produser yaitu yang bertanggung jawab atas kegiatan pra produksi, produksi sampai pasca produksi, produser juga melakukan koordinasi crew agar produksi berjalan sesuai dengan shooting script, bekerjasama dengan host, dan mengarahkan cameramen sesuai dengan yang diinginkan. Dalam karya ini terdapat 3 segmen selama 15-20 menit. ini pencipta karya berharap program ini dapat diterima dengan baik oleh khalayak dan, dari hasil kuisioner tertutup rata-rata masyarakat tertarik dengan program ini, dan khalayak memilih jam tayang pada pukul 10.00 pagi di hari minggu.yang didapat dari pencipta karya yaitu hampir semua masyarakat menyukai kuliner kaki lima yang dimana harga terjangkau dan juga rasa tidak kalah dengan restoran mewah.

Kata Kunci— Kuliner,kuliner kaki lima Indonesia,harga terjangkau

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keanekaragaman khas masakan Indonesia tidak terlepas dari beragamnya budaya yang berbeda disetiap daerahnya. Di kota – kota besar indonesia dan juga jumlah penduduk yang padat membuat jenis makanan street food Indonesia bervariasi yang menjadikan kepuasan tersendiri bagi penggemar kuliner kaki lima. Jenis makanan di pinggir jalan seperti Gado – Gado, Nasi Goreng, Nasi Uduk, dan berbagai masakan terkenal lainnya mampu membawa Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki masakan terbaik dan lezat.

Street food sangat disukai karena harga jualnya yang sangat terjangkau.Untuk menekan harga jual pedagang mencari bahan yang murah serta tempat dengan sewa yang bisa menutupi modal.Pecinta wisata kuliner akan lebih memilih harga yang terjangkau. Walaupun ada beberapa warung street food yang terkadang menaikkan harga jual kepada turis, minat masyarakat akan keberadaan dan eksistensi street food tidak pernah surut. Bahkan keberadaan street food semakin menjamur dan selalu bertambah dengan variasi makanan yang berbeda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan,maka pencipta karya menyimpulkan, bagaimana menyampaikan informasi mengenai kuliner kaki lima Indonesia yang yang efektif dalam suatu program acara kuliner di televisi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penciptaan karya dalam membuat feature tentang makanan kaki lima yang beraneka ragam sebagai objek yang dibahas dalam karya ini adalah:

Untuk memberikan informasi kepada khalayak dalam memilih makanan kaki lima Indonesia yang beraneka ragam Untuk meberikan suatu program acara kuliner dalam televisi yang berisikan unsur hiburan kepada masyarakat

D. Manfaat Karya

Akademis: dari penelitian ini adalah untuk memberikan

referensi dan menambah kajian ilmu komunikasi, dan menerapkan ilmu yang di dapat khususnya bidang penyiaran, serta menuangkannya dalam program tersebut untuk memperluas wawasan yang berkaitan dengan komunikasi massa.

Praktis: Dengan pembuatan program feature perjalanan wisata kuliner “KURMA” diharapkan para pelaksana yang ada dalam produksi ini mendapatkan pengalaman dan masukan tentang bagaimana menampilkan suatu program feature secara komunikatif dan menarik serta diharapkan mampu memberikan masukan positif para praktisi dibidang komunikasi khususnya bidang broadcasting.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Kajian Sumber Pencipta

Program feature merupakan hasil liputan atau repotase dengan gaya bertutur yang ringan. Tujuan program feature adalah memberi penjelasan latar belakang suatu peristiwa yang menghibur serta mendidik lalu diberikan sentuhan human interest agar terkesan dramatis. Pokok bahasan atau tema dalam feature diungkap melalui berbagai pandangan secara kritis dan kreatif. Kreasi dalam feature dapat berupa suatu narasi, wawancara maupun kumpulan opini pada hal tertentu (Fachruddin, 2017)

Berita yang membahas satu pokok tema yang disalurkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurangi, menyoroti secara kritis dan disajikan dengan berbagai format disebut Feature. (Wibowo, 1997:186)

Feature dibuat ringan informasi yang disajikan dalam arti langsung pada inti permasalahan. Dengan bahasa yang bertutur dan bersifat investigasi, maka features bisa juga disebut bagian dari liputan mendalam. (Fachruddin, 2012:224)

Ide membuat program feature televisi didapat dari berita, profil tokoh, hari besar, yang terpenting terdapat newspeg, karena features bukan fiksi. Ia fiksi yang ditulis dengan gaya mirip fiksi.

B. Jenis Program Fature

1. Feature Kepribadian (Biografi)

Mengungkap riwayat perjalanan hidup seorang tokoh yang menarik. Yang ditonjolkan adalah karakter dari tokoh tersebut. Untuk memperoleh informasi yang di butuhkan, penggambaran features tentang pribadi seperti ini sering kali harus mengamati subjek mereka ketika bekerja. Profil yang komplit sebaiknya disertai kutipan-kutipan subjek yang bisa menggambarkan dengan karakter yang tepat. Profil yang baik seharusnya bisa memberikan kesan kepada pemirsanya bahwa mereka telah bertemu dan berbicara dengan sang tokoh. Informasi dari sumber-sumber yang penting akan memberikan keseimbangan dalam penggambaran si tokoh. (Fachruddin, 2012 : 232-237)

Feature Sejarah

Feature Sejarah memperingati peristiwa penting, seperti proklamasi kemerdekaan, pemboman Hiroshima atau

pembunuhan jendral-jendral revolusi. Program feature sering kali menyiarkan peringatan 100 tahun lahir atau meninggalnya seorang tokoh pahlawan nasional.

Kisah feature sejarah juga berkaitan dengan peristiwa-peristiwa mutakhir yang membangkitkan minat pemirsa. Features sejarah juga melukiskan landmark terkenal (monument/gedung/bangunan) pionir, filsaf, fasilitas hiburan dan medis, perubahan dalam komposisi rasial, pola perumahan, makanan, industri, agama, kemakmuran, dan banyak lagi.

Feature Perjalanan

Feature petualangan melukiskan pengalaman-pengalaman yang mempunyai makna. Mungkin pengalaman seseorang yang selamat dari sebuah kecelakaan pesawat terbang, mendaki gunung, berlayang keliling dunia hingga pengalaman ikut dalam peperangan. Dalam features ini, kutipan dan dekripsi sangat penting. Setelah bencana, misalnya produser sering menggunakan saksi hidup untuk merekonstruksi peristiwa itu sendiri. Program features jenis ini biasanya memulai opening program dengan aksi moment yang paling menarik dan paling dramatis. (Fachruddin, 2012 : 232-237)

Feature Petunjuk Praktik

Features ini berkisah kepada pemirsa bagaimana menuntun, mengajarkan dan melakukan suatu hal (how to do it) bagaimana membeli rumah, menemukan pekerjaan, bercocok tanam, bertenak hewan peliharaan, cara memasak makanan sehat, mereparasi mobil atau mempererat tali silaturahmi. Kisah seperti ini sering kali lebih singkat ketimbang jenis features lain dan lebih sulit dalam penggarapannya. Jurnalis yang belum berpengalaman harus mewaspadaikan akan kecenderungan menceramahi atau mendikte pemirsa dengan memberikan opini mereka sendiri, bukannya mewawancarai sumber ahli dan memberikan solusi atau nasihat yang jitu dan faktual. Bagi pemirsa televisi dengan tekanan beban kerja yang tinggi, sangat membutuhkan feature petunjuk praktis, karena memiliki pola pikir yang praktis dan pragmatis. Adapun bagi mereka yang butuh pekerjaan atau mendambakan dunia usaha, feature kian dapat membantu mereka memberikan alternatif jalan keluar yang mungkin saja sesuai dengan kondisi mereka. (Fachruddin, 2012 : 232-237)

Feature Human Interest

Feature jenis ini terutama dimaksudkan untuk mengaduk-aduk perasaan, suasana hati, dan bahkan menguras air mata khalayak. Human interest feature termasuk yang paling efektif dalam menyentuh wilayah intuisi, emosi, dan psikologi khalayak yang anonym dan heterogen. Dalam human interest feature setiap orang atau setiap tokoh cerita yang diangkat, bukan karena orang itu sedang bergelimang dengan tahta kekuasaan, harta kekayaan, atau wanita pujaan. (Sumandiria, 2016:161)

Feature Ilmiah

Feature yang mengungkap sesuatu yang berkaitan dengan dunia ilmu pengetahuan, disebut feature ilmiah. Feature yang menceritakan kloning domba di Inggris, kisah penelitian tentang habitat simpanse di Kalimantan, kisah

penelitian alam bawah samudera oleh para ilmuwan LIPI dan Jepang, merupakan feature ilmiah yang amat mengasyikkan untuk dibaca, didengar, atau ditonton. Feature ilmiah, tentu saja hanya berhasil sebagai suatu cerita pendek faktual, apabila penulisannya adalah orang yang sangat mencintai dunia iptek. (Sumandiria, 2016 : 165)

C. Karya Sebelumnya

Sebelum memutuskan untuk membuat program feature tentang kuliner, pencipta karya telah terlebih dahulu mempelajari karya program feature kuliner berjudul "UNRWAP YOUR FOOD" kuliner yang membahas mengenai makanan yang disusun oleh Fidela Fairuz Risy Putri

D. Kerangka Teori Dan Konsep

Pra produksi di sini adalah pra kondisi mempersiapkan segala kebutuhan shooting baik bersifat administrasi atau Teknik. Persiapan produksi dimaksud agar kerja eksekusi / produksi di lapangan lebih efisien dalam hal waktu, tenaga dan biaya (on time on budget). Demikian juga supaya mekanisme kerja antar kru produksi menjadi lebih efektif (Anton, 2013).

Tahap produksi dilaksanakan apabila seluruh persiapan studio sudah selesai. Proses produksi dipimpin oleh pengarah acara, secara umum persiapan yang dilakukan antara lain: melakukan persiapan studio, camera blocking gladi resik video tapping (Fachruddin, 2017).

Tahap terakhir atau Pasca produksi / editing. Hal yang dilakukan bukanlah sekedar memilih gambar dan menggabungkannya saja tetapi lebih dari itu.

Pemberian sentuhan seni juga perlu dilakukan, seperti memberi visual effect atau sound effect yang mendukung jalan cerita (Anton, 2013).

Pencipta karya menggunakan teori produksi yang akan memudahkan pencipta karya pada saat Pra Produksi merencanakan mencari informasi mengenai karya dibuat oleh pencipta karya, pada saat Produksi bisa melakukan proses shooting berlangsung dan juga on time saat produksi berlangsung dan pencipta karya bisa melakukan pasca produksi yaitu mentransfer data dan memilih video dan melihat proses mengedit Bersama editor dan jangan lupa untuk review hasil akhir karya dan mengevaluasi Program feature "KURMA"

E. Kerangka Pemikiran Penciptaan karya

Karya ini menjadi pilihan Pencipta Karya untuk mengangkat kuliner kaki lima yang ada di Indonesia dalam program acara "KURMA" jajanan yang di kembangkan menjadi tem Program Acara Ini akan ditayangkan dengan total durasi 14 menit. Program ini akan ditayangkan setiap seminggu sekali dengan bentuk tapping, sehingga program ini akan melalui proses editing sebelumnya.

Dalam setiap segmentasi dibatasi oleh commercial break. Pencipta karya hanya akan membuat program "KURMA"

III. METODE PENCIPTAAN KARYA

A. Deskripsi Karya

Karya yang pencipta hasilkan adalah sebuah feature perjalanan kuliner yang tentunya berbeda dengan feature kuliner lainnya karena dikemas dengan konsep kekinian dan juga ditemani oleh host yang mempunyai karakter dan memiliki pengetahuan di bidang kuliner yang cukup. Feature perjalanan kuliner ini sengaja dibuat dengan konsep kekinian agar berbeda dan dapat menarik audiens dari berbagai umur dan kalangan dan tentunya juga dilengkapi dengan pengambilan gambar yang bervariasi juga terdapat informasi review makanan.

Dalam acara ini, host mengajak pemirsa untuk melihat beragam mulai dari makanan sampai minuman kaki lima. Host juga banyak bertanya dan kepada narasumber dan memberikan informasi seputar makanan kaki lima. Host membawakan acara dengan gaya bicara yang santai, ringan, dan mudah dipahami oleh penonton, sedangkan narasumber menjelaskan informasi tentang kuliner secara jelas dengan gaya bicara selayaknya berkomunikasi dengan masyarakat agar lebih mudah dipahami.

IV. METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Desain Karya

Dalam memenuhi kriteria pembuatan sebuah karya tugas akhir dalam bentuk program feature how to do it ini memiliki beberapa proses atau tahapan. Di mulai dari proses tahap praproduksi adalah tahapan dari perencanaan dan persiapan yang harus dilakukan sebelum masuk ke dalam tahapan produksi, produksi adalah dimana syuting pertama kali dilakukan sampai syuting diakhiri, kemudian pasca produksi adalah tahapan terakhir dalam proses sebuah pembuatan/penggarapan film, tahap pascaproduksi ini yang akan menentukan hasil akhir sebuah program feature how to do it. Sesuai dengan segmentasi audience yang dicapai, program feature "KURMA" ini diharapkan akan mampu menjangkau segmentasi pemirsa melalui informasi yang disampaikan.

Salah satu jenis program televisi yang bersifat informatif dan hiburan, sekaligus memberikan unsur persuasif kepada khalayak adalah program feature. Program feature how to do it "KURMA" ini dibuat untuk memberikan informasi mengenai kuliner kaki lima yang beraneka ragam. Pemirsa akan diajak berkeliling untuk mencari kuliner kaki lima yang tersebar diberbagai tempat. Dengan durasi 15 menit. Melalui program ini pemirsa akan mengetahui informasi yang selama ini tidak banyak diketahui masyarakat. Dalam program ini juga akan mewawancarai narasumber yang dipandu oleh seorang host.

B. Teknik Pengumpulan data dan pengembangan Instrumen

Teknik pengumpulan data pencipta karya adalah observasi terlebih dahulu dari masyarakat mengenai kuliner kaki lima. Pengembangan instrumen dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner guna untuk

mengetahui seberapa besar ketertarikan, keinginan, serta pengetahuan untuk membentuk sebuah program acara televisi yang akan ditujukan kepada pencinta kuliner kaki lima Indonesia.

C. Sasaran Karya

Pencipta karya meneliti dengan pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan yang biasanya dijawab dengan jawaban “Ya” atau “Tidak”, atau dijawab dengan satu atau dua kata. Pencipta karya akan mencari tahu seberapa besar ketertarikan, keinginan, serta pengetahuan penonton untuk pembuatan sebuah program kuliner kaki lima Indonesia.

Pencipta karya akan melakukan riset dengan teknik pengumpulan data dan sample probability sampling (tidak terencana atau acak), yaitu semua unsur yang ada di populasi mempunyai peluang yang sama untuk terambil sebagai sampel.

Pencipta karya berharap dengan adanya program tayangan feature perjalanan “KURMA” dapat memberikan pilihan kepada masyarakat untuk memilih program acara televisi yang sesuai dan dapat menikmati serta belajar dari informasi-informasi yang telah disampaikan.

Target pemirsa untuk program acara “KURMA” ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin: Pria – Wanita
2. Usia: Semua Umur
3. Pendidikan: Semua Pendidikan
4. Pekerjaan: Semua Pekerjaan
5. SES: A,B,C dan D

Dilihat dari aspek psikografis, target pemirsa yang sesuai untuk program feature acara “KURMA” adalah sebagai berikut :

1. Kebutuhan (need): Informasi, pendidikan, hiburan
2. Keinginan (want): Ingin mendapatkan informasi
3. Minat dan Opini: Mengetahui kuliner sehat dari segi kebersihannya
4. Sikap dan Perilaku: Aktif, berwawasan dan berfikir kreatif
5. Kebiasaan: Rasa ingin tahu
6. Gaya Hidup: Mendidik, memberikan informasi

Sesuai dengan segmentasi audience yang dicapai, program feature acara “KURMA” ini diharapkan akan mampu memberikan kebutuhan informasi tentang ragam kuliner kaki lima sesuai dengan segmentasinya.

A. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli. Data ini pencipta karya ambil dari 100 responden dan dicari langsung melalui narasumber, yaitu orang-orang yang pencipta karya jadikan objek penelitian sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

B. Kuisiener

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti. Tujuan penyebaran kuesioner

ini adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dan responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. (Ridwan, 2005 : 99) Macam-macam kuisiener :

C. Kuisiener tertutup

Setiap pertanyaan telah disertai sejumlah pilihan jawaban. Respon dengan memilih jawaban yang paling sesuai.

Dalam hal ini Pencipta karya meneliti dengan pertanyaan tertutup. merupakan pertanyaan yang biasanya dijawab dengan jawaban “Ya” atau “Tidak”, atau dijawab dengan satu atau dua kata. Pencipta karya akan mencari tahu seberapa besar ketertarikan, keinginan, serta pengetahuan penonton untuk sebuah program kuliner

Pencipta karya akan melakukan riset dengan teknik pengumpulan data dan sample probability sampling (tidak terencana atau acak), yaitu semua unsur yang ada di populasi mempunyai peluang yang sama untuk terambil sebagai sampel.

Ruang Lingkup Pengamatan

A. Aspek Geografis

Dari aspek geografis, pencipta karya menentukan bahwa ruang lingkup dari siaran program acara “KURMA” adalah se-Indonesia yang disesuaikan dengan kemampuan daya pancar televisi swasta nasional.

B. Aspek Demografis

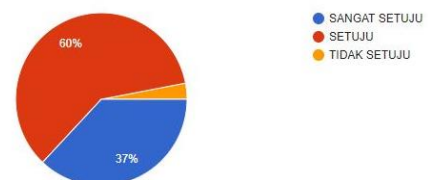
Target pemirsa untuk program acara “KURMA” ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin: Pria – Wanita
2. Usia: Semua Umur
3. Pendidikan: Semua Pendidikan
4. Pekerjaan: Semua Pekerjaan
5. SES: A,B,C dan D

(Kuesioner terdapat dalam lembar lampiran) dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Apakah anda tertarik dengan acara TV khusus Kuliner Kaki 5 ?
 - a) Sangat Tertarik
 - b) Biasa Saja
 - c) Tidak Tertarik

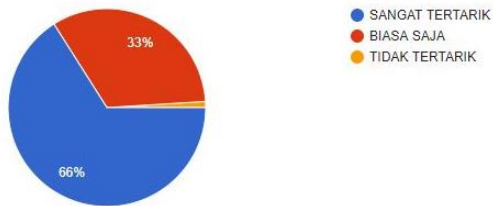
66 Responden menjawab tertarik, 33 Responden biasa saja, 1 Responden menjawab tidak tertarik



2. Menurut anda apakah program “KURMA” di televisi membuat anda untuk mencoba ragam makanan kaki lima yang ada disekitar anda?

- a) Sangat Setuju
- b) Setuju
- c) Tidak Setuju

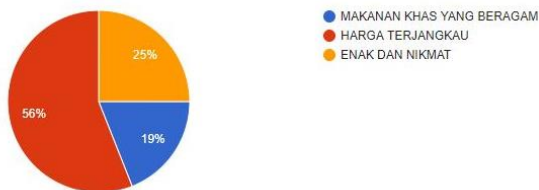
37 Responden sangat setuju, 60 Responden menjawab setuju, 3 Responden menjawab tidak setuju



3. Menurut anda makanan kaki lima seperti apa?

- a) Makanan khas yang beragam
- b) Harga Terjangkau
- c) Enak dan Nikmat

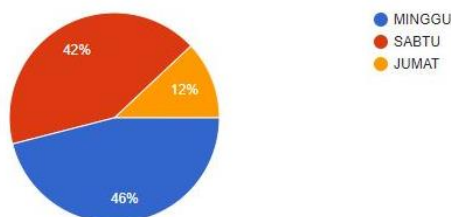
19 Responden menjawab Makanan khas yang beragam, 56 Responden menjawab Harga Terjangkau, 25 Responden menjawab Enak dan Nikmat



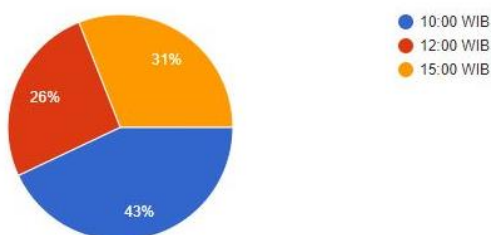
4. Kapan hari yang tepat untuk menayangkan acara tentang kuliner?

- a) Minggu
- b) Sabtu
- c) Jumat

46 Responden menjawab Minggu, 42 Responden menjawab Sabtu, 12 Responden menjawab Jumat



5. Menurut anda tayangan program kuliner lebih tepatnya tayang di jam berapa?



- a) 10:00
- b) 12:00
- c) 15:00

43 Responden menjawab jam 10:00, 26 Responden menjawab jam 12:00, 31 Responden menjawab jam 15:00

Aspek Psikografis

Dilihat dari aspek psikografis, target pemirsa yang sesuai untuk program feature acara “KURMA” adalah sebagai berikut :

1. Kebutuhan (need): Informasi, pendidikan, hiburan
2. Keinginan (want): Ingin mendapatkan informasi
3. Minat dan Opini: Mengetahui kuliner sehat dari segi kebersihannya
4. Sikap dan Perilaku: Aktif, berwawasan dan berfikir kreatif
5. Kebiasaan: Rasa ingin tahu
6. Gaya Hidup: Mendidik, memberikan informasi

Sesuai dengan segmentasi audience yang dicapai, program feature acara “KURMA” ini diharapkan akan mampu memberikan kebutuhan informasi tentang ragam kuliner kaki lima sesuai dengan segmentasinya.

C. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah menggunakan perhitungan melalui Computer dengan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) dan reduksi data yang merupakan proses pemilihan data, penyederhanaan data, pengabstrakan data, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan (Yulia, 2013).

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Ide

Sebagai produser, pencipta karya akan berperan besar terhadap proses sebuah desain program, walaupun demikian, seorang produser harus tetap berpedoman kepada rancangan program yang telah disusun. Produksi dalam hal ini adalah mengubah naskah menjadi bentuk audio visual untuk media televisi.

Ide dasar pembuatan program “KURMA” berawal dari kegemaran pencipta karya akan kuliner dan melihat Beragam dan keunikan makanan yang ada pada saat ini. Pencipta karya merasa hal ini menarik dan patut diangkat untuk menjadi sebuah program tayangan televisi karena menurut pencipta karya tema yang diangkat pun sangat edukatif, informatif, dan inspiratif. Selain itu tentu nya akan memberikan informasi lebih yang tentu nya belum banyak orang tahu bahwa kuliner kaki lima yang ada saat ini sangatlah bervariasi dan beragam.

Hal ini memotivasi pencipta karya untuk membuat program feature kuliner dengan membahas beragamnya kuliner kaki lima Indonesia terutama di Jakarta.

B. Judul

Judul “KURMA” pencipta karya dapatkan dari diri sendiri, Karena kepanjangan dari KURMA ialah kuliner

kaki lima yang dimana di Indonesia terutama di Jakarta adalah surganya kuliner kaki lima yang sangat beragam dan unik. Setiap daerah memiliki ciri khas kuliner kaki lima tersendiri, yang mampu berkembang sampai saat ini.

C. Format

Format program ini adalah Feature Kuliner di tampilkan dengan host atau pembawa acara, dan juga iringan narasi yang menjelaskan apa saja yang terjadi selama program berjalan. Dengan juga iringan musik sebagai latar belakang tetapi tidak menghilangkan suara asli sehingga dapat membuat interpretasi pesan dan makna tayangan menjadi lebih sempurna. Di ikuti juga dengan wawancara dari narasumber, Durasi untuk program ini kurang lebih 15- 20 menit dengan dibagi menjadi tiga segmen yaitu opening, isi acara, dan Closing. Program ini menggunakan gaya bercerita yang menggunakan bahasa non formal atau bahasa sehari-hari untuk memudahkan pemirsa agar mengerti dengan gaya bahasa tersebut.

D. Bentuk

Program ini bentuk rekaman (taping). Artinya program ini ditayangkan tidak secara langsung disaat proses shooting sedang berjalan, melainkan melalui hasil rekaman yang proses pengambilan gambarnya dilakukan sebelum program tersebut ditayangkan dan setelah melakukan proses editing terlebih dahulu untuk menyempurnakan materi acara mulai dari hasil stok gambar, interview, desain grafis dan ilustrasi musik agar siap ditayangkan di televisi.

E. Durasi

Program ini mengambil durasi kurang lebih 15- 20 menit. Dengan membagi satu episode menjadi tiga segmen, yang masing-masing segmen tidak lebih dari 5 menit. Satu episode menjadi ringkas tapi tidak melupakan detail yang harus diambil agar penonton tidak bingung ada bagian-bagian yang teringgal, karena pencipta karya amat sangat memerhatikan detail tanpa melupakan unsur artistik.

F. Jenis Acara

Jenis program ini adalah feature kuliner yang merupakan sebuah program yang menyajikan keragaman dan keunikan akan sebuah makanan kaki lima yang dilihat dari rasa dan penyajiannya disalah satu restoran maupun kedai makanan. Program jenis ini tidak dituntut selalu aktual dan juga melalui penyuntingan dalam pasca produksi agar semakin menarik untuk ditonton.

G. Tema

“KURMA” merupakan program acara yang bertema televisi kuliner, program ini membahas tema yang berbeda pada setiap episodenya tetapi dengan benang merah yang telah ditentukan juga setiap episodenya. Pada episode pertama akan membahas mengenai Makanan kaki lima Yang sedang Viral pada saat ini dari segi rasa dan keunikannya.

H. Sinopsis

“KURMA” merupakan program yang akan membagikan informasi mengenai kuliner kaki lima yang beraneka ragam dari segi rasa dan keunikannya. Setiap segmen berisi materi yang secara berkesinambungan menceritakan isi dari program feature ini. Secara garis besar, segmen pertama hingga ketiga disambut dengan host yang memperlihatkan adanya kedai atau warung disuatu daerah dengan keunikan dan rasa yang berbeda dari kuliner kaki lima lainnya, kemudian dilanjutkan dengan mereview makanan tersebut dengan gaya santai dan Bahasa keseharian sehingga mudah diterima oleh penonton.

I. Expose

- a) Color Bar
- b) Countig Leader
- c) OBB KURMA

Segmen 1

- a) Host membuka Program Acara di disebuah makanan kaki lima dimsum Arsyif
- b) Masuk ke tema segmen 1 yaitu viral kaki lima, Host menghampiri penjual dan menanyakan penjual mengenai dimsum arsyif
- c) Host memesan makanan dimsum arsyif
- d) Host mencicipi makanan dan meberi ulasan makanan tersebut
- e) Bumper out
- f) Iklan

Segmen 2

- a) Bumper In
- b) Host sampai ditempat ke-2 yaitu ngikanyuk
- c) Host mencicipi makanan ngikanyuk “saus acar kuning”
- d) Host memberikan ulasan makanan ngikanyuk
- e) Host Bridgeing untuk masuk ke segmen 3
- f) Bumper out
- g) Iklan

Segmen 3

- a) Bumper In
- b) Host sampai ditempat ke-3 yaitu sukiyaki steamboat barbeque
- c) Host Bridgeing untuk masuk kedalam tempat sukiyaki steamboat barbeque
- d) Host memesan makanan sukiyaki steamboat barbeque
- e) Host mencicipi makanan sambil memberikan ulasan mengenai makanan sukiyaki steamboat barbeque
- f) Episode 1 diakhiri dengan merangkuman dari semua makanan kaki 5 yang sudah dicicipi
- g) Credittittle

J. Treatment

Segmen 1

Setelah color bar dan counting leader dikeluarkan, langsung gambaran Host membuka program acara “KURMA”. Setelah itu host memesan makanan dan sedikit

berbincang dengan penjual dimsum arsyif kemudian dilanjutkan dengan mencicipi makanan dimsum arsyif

Segmen 2

Host melanjutkan makana kedua yaitu ngikanyuk, kemudian host memesan makanan untuk di review setelah itu host mencicipi makanan yang telah datang untuk diberikan ulasan terhadap makanan tersebut. selanjutnya host mengajak kemakanan yang terakhir

Segmen 3

Setelah sampai ditempat terakhir yaitu sukiyaki steamboat barbeque, host langsung mengajak kedalam tempat tersebut, kemudian memesan makanan yang ada untuk dicicipi. Setelah makanan datang host langsung mencicipi makanan tersebut kemudian mengulas makanan yang telah dipesan tadi. Kemudian setelah host selesai mencicipi host menutup acara dengan merangkum semua kuliner yang telah di review. Credit title

K. Produksi

Produksi adalah pelaksanaan sebuah naskah menjadi bentuk audio dan visual, tentunya dilakukan sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku bagi pertelevisian. Produksi akan mencapai hasil yang optimal apabila sudah melalui suatu proses prosedur yang benar sesuai dengan Standart Operational Prosedur (SOP).

Dalam program televisi Feature Kurma ini produksi dilakukan selama 1 hari. Pada saat proses produksi, pencipta karya selaku produser dan sutradara melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Mengkoordinasikan crew agar produksi berjalan sesuai dengan shooting script.
2. Bekerja sama dengan para cameramen dalam menentukan gambar dan angle shoot yang akan diambil.
3. Mengarahkan host, agar sesuai dengan yang diinginkan.
4. Menulis naskah narator.
5. Memenuhi segala kebutuhan produksi.'
6. Memenuhi segala kebutuhan produksi.

L. Evaluasi Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap akhir dari pembuatan sebuah karya. Setelah proses shooting, hasil pengambilan gambar tersebut dilanjutkan ke tahap pasca produksi, yaitu proses editing. Ada dua proses editing, diantaranya offline editing dan online editing. Pada offline editing, pencipta karya menyusun potongan-potongan gambar yang telah diambil. Ketika potongan gambar tersebut menjadi sebuah alur, dilanjutkan ke proses online editing dengan pencipta karya memutuskan beberapa ilustrasi musik yang mendukung serta efek sampai menjadi satu kesatuan program televisi yang siap tayang dan menarik untuk audiens.

Pembuatan titling dan bumper menggunakan software Adobe After Effect CC dan proses editing menggunakan

Final Cut Pro X. Software tersebut sudah standart professional sehingga gambar yang telah diekspor tidak mengalami penurunan kualitas.

Hambatan yang dialami pencipta karya pada saat pasca produksi adalah pada beberapa audio tidak terdengar jelas karena adanya noise, sehingga pencipta karya harus mengedit sedemikian rupa agar masih terdengar jelas, dan juga pada saat segmen 2 karena natrian sangat panjang sehingga proses shooting menjadi mundur ke jam 5 sore yang harusnya perkiraan shooting jam 3 sore.

M. Strategi Programming

Analisis SWOT

1. Strength (kekuatan)

Kekuatan dari program KURMA terletak pada host atau pembawa acara yang dimana host membawakan acara dengan Bahasa keseharian yang mudah dipahami dan dengan gaya yang santai selain itu program yang dikemas merupakan program khusus kuliner, dan juga tayangan ini memberikan edukasi dan hiburan juga pembelajaran kepada pemirsa bahwa banyak makanan kaki lima yang enak dan murah selain di restoran yang mewah.

2. Weakness (kelemahan)

Kelemahan program "KURM" adalah bukan merupakan jenis program baru, karena program ini dibuat dari hasil pengamatan beberapa program yang sudah ada. Berdasarkan hal tersebut, pencipta karya mencoba membuat program ini dengan tampilan yang lebih baru, berkualitas, dan harus jauh lebih baik, serta berbeda dari yang sebelumnya.

3. Opportunity (peluang)

Program feature ini akan disajikan dengan informasi yang jelas, lengkap, dan menarik, maka ini merupakan kesempatan bagi pencipta karya untuk merealisasikan program feature "KURMA. Pencipta karya menyesuaikan pula stasiun televisi yang bisa menjadi wadah atau media yang menopang program acara ini secara maksimal. Kemasan program dokumenter ini telah disesuaikan dengan kebutuhan dari minat target pemirsanya. Indosiar menjadi tujuan pencipta karya dalam memanfaatkan peluang tersebut dengan pemilihan jam tayang yaitu pada hari Minggu jam 10.00 Waktu Indonesia Barat (WIB). Hal ini telah disesuaikan dengan jam menonton target pemirsa acara ini. Kemasan dan tampilan acara yang dinamis dan menarik akan sangat mendukung untuk membuat penontonnya tertarik menonton tayangan acara ini dan berani bersaing dengan acara sejenis lainnya.

4. Threat (Ancaman)

Ancaman yang diperkirakan akan dihadapi dan dapat menghambat program ini sehingga dapat mengalihkan pemirsa adalah, apabila tidak di letakkan pada jam tayang yang benar maka acara ini akan kehilangan daya tarik nya dan akan di tinggalkan oleh penonton . Juga tayangan yang sudah memiliki loyal audience, tentu akan sulit ditandingi oleh sebuah program baru untuk menarik perhatian penonton tersebut. Selain itu, hadirnya kompetitor yang memiliki kesamaan tema program dengan kemasan yang

lebih menarik mudah sekali membuat audiens membandingkan mana yang lebih memikat dan bisa saja langsung beralih.

N. Penempatan jam tayang

Program acara “KURMA” ini di rencanakan akan di tayangkan pada hari minggu jam 10.00 di stasiun tv indosiar.

Pada waktu atau periode pemirsa dalam penonton televisi (TV Time Priode) menurut Morissan dibagi menjadi tiga, yaitu: (Morissan, 2005: 115)

1. Day Time Programing ini terbagi menjadi 3 yaitu early morning, morning, dan afternoon atau day time.
 - a) Early Morning (06.00 – 09.00). yaitu waktu yang pemirsanya banyak. Biasanya pemirsa itu adalah karyawan dan anak-anak, ibu rumah tangga, pria dan wanita dewasa yang bekerja di luar rumah, pensiunan. Program yang cocok ditayangkan diwaktu ini adalah talkshow, berita ringan dan film kartun.
 - b) Morning (09.00 – 12.00). yaitu waktu pemirsanya adalah anak-anak prasekolah, ibu rumah tangga, orang dewasa yang tidak bekerja, pekerja yang bertugas secara bergiliran shift, pensiunan. Program yang cocok ditayangkan pada waktu ini adalah talk programme, film dan program anak-anak.
 - c) Afternoon / Daytime (12.00 – 16.00). yaitu waktu saat pemirsa yang tersedia adalah pelajar yang pulang dari sekolah. Program yang bisa ditayangkan diwaktu ini adalah film, game show, dan program anak-anak.
2. Evening Time Programming terbagi menjadi 4, yaitu early fringe, early evening, prime time access, dan prime time.
 - a) Early Fringe (16.00 – 17.00), yaitu waktu saat pemirsa sudah mulai banyak. Pemirsa yang menonton adalah karyawan yang pulang dari tempat kerja, anak-anak dan remaja. Biasanya program yang ditayangkan diwaktu ini adalah talk programme sebagai program pendahulu berita loka pada pukul 17.00 WIB atau berita nasional pada pukul 18.00 WIB. Selain itu ada program kartun, business show, dan komedi.
 - b) Early Evening (18.00 – 19.00), yaitu waktu saat permisa semakin banyak. Biasanya pada waktu ini disiarkan siaran berita lokal. Selain itu ada juga program film.
 - c) Prime time access (19.00 – 20.00), yaitu waktu saat sebagian besar pemirsa tersedia pada waktu ini namun belum semuanya. Biasanya televisi publik mencuri waktu satu jam sebelum prime time.
 - d) Prime time (20.00 – 23.00), yaitu waktu yang paling penting bagi setiap stasiun televisi karena jumlah penonton diwaktu ini sangat

banyak. Terutama pada pukul 20.00 sampai 21.00. setelah itu , pemirsa mulai berkurang terutama anak-anak dan karyawan yang harus tidur lebih cepat, agar dapat bangun di pagi hari. Biasanya program yang ditayangkan diwaktu ini adalah program sinetron, olah raga, film, dan program unggulan yang mendapat rating tinggi.

3. Late Night Programming terbagi menjadi tiga yaitu Late Fringe (jelang tengah malam), Late Night (tengah malam) dan Over Night (dini hari).
 - a) Late Fringe (23.00 – 23.30), yaitu waktu dimana pemirsa mulai menurun drastis. Biasanya pemirsa yang menonton diwaktu ini adalah orang dewasa. Program yang cocok ditayangkan pada malam ini adalah berita lokal, komedi, film fantasi dan science fiction.
 - b) Late Night (23.30 – 02.00), yaitu waktu dimana sebagian besar pemirsa tertidur, namun bukan tidak ada sama sekali yang menonton televisi. Biasanya program yang ditayangkan di waktu ini yaitu hiburan tengah malam, film, reality program, nature program dan home shopping.
 - c) Over Night (02.00 – 06.00),
 - d) yaitu waktu dimana pemirsa yang menonton televisi pada waktu ini adalah karyawan yang bertugas secara bergiliran, pegawai pabrik, petugas keamanan, orang dewasa yang sengaja begadang dengan menonton televisi. Adapun program cocok ditayangkan diwaktu ini yaitu komedian dan berita dini hari. (Barry L Sharmen, 1995: 347)

Program feature “KURMA” ini diletakkan pada pola waktu Morning bagian pada pukul 10.00 pada jam ini di hari minggu adalah waktu yang pemirsanya paling banyak. Karena di sini adalah waktu-waktu dimana seluruh keluarga berkumpul. Jadi tidak hanya anak-anak dan remaja saja yang menonton, para orang tua juga ikut menikmati program ini.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Karya program ini berupa program televisi feature Kuliner berjudul “KURMA” berisi tentang kuliner kaki lima yang dimana banyak ragam kuliner kaki lima di Indonesia . Program ini mengajak pemirsa untuk mengetahui restoran atau kedai yang ada di Indonesia terutama di Jakarta bahwa makanan kaki lima itu tidak kalah enak dengan yang ada di restoran mewah. Pencipta karya memilih dimsum, arsyif, ngikanyuk, dan sukiyaki yaitu tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada pemirsa makanan yang sedang viral saat ini yang dimana harga kaki lima tetapi rasa bintang lima. Pembuatan tugas karya akhir ini, pencipta karya membuat contoh tayang yang berupa audio visual.

Pencipta karya membuat konsep acara yang berjudul “KURMA”, didalam program ini Pencipta karya berperan

sebagai produser,. Sebagai produser pencipta karya bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan keseluruhan kerja produksi dari program acara ini. Pencipta karya sebagai produser membuat perencanaan kerja produksi yang meliputi pemilihan lokasi, sebagai pencitraan acara, pemilihan narasumber sebagai struktur penting penguat acara dan estimasi biaya. Sebagai produser, pencipta karya memilih lokasi yang tepat menjalankan proses shooting. Lokasi Shooting diupayakan menarik dan mendukung dalam proses pengadeganan. Produser dituntut untuk mampu menentukan estimasi anggaran, penentuan anggaran dibuat berdasarkan kebutuhan teknis dan non-teknis dalam tahapan pra produksi, produksi, hingga pasca produksi dengan pertimbangan yang efektif dan efisien.

Proses produksi, pencipta karya juga berperan sebagai director atau sutradara, Pencipta karya mengarahkan narasumber dan crew. Crew dan narasumber diarahkan sutradara agar dapat membawakan acara ini sesuai dengan keinginan produser dan tidak melenceng dari konsep dan treatment yang telah dibuat. Narasumber pada proses produksi juga memberikan informasi dengan jelas.

Kelebihan dari acara ini adalah program kuliner yang berbeda karena hanya mengangkat makanan kaki lima yang dimana program tersebut cocok untuk masyarakat terutama kaum remaja yang dikemas dengan gaya Bahasa sehari – hari dan juga santai .Program “KURMA” tidak hanya bersifat informatif tetapi juga memberikan dampak positif kepada pemirsa agar lebih mengetahui makanan atau kuliner kaki lima yang sangat beragam.

Saran dari hasil karya ini adalah untuk para pedagang kaki lima lebih diberikan ruang atau tempat untuk berjualan agar lebih mudah dan rapih dan juga untuk para penonton lebih membudayakan makanan kaki lima yang hampir tertinggal khususnya di Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto. 2004. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [2] Ardianto, Komala, Karlina. 2007. Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] Alwi, Iskandar. 2003. Pasar Modal : Teori dan Aplikasi. Jakarta : Nasindo.
- [4] Baskin. 2006. Jurnalistik Televisi. Bandung: Simbiosis.
- [5] Cangara. 2002. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- [6] Effendy. 2004. Ilmu Komunikasi Teori. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- [7] Fachruddin. 2012. Dasar-dasar Produksi. Yogyakarta: Pinus Book.
- [8] Kuswandi. 1996. Komunikasi Massa Sebuah Analisa Media Televisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- [9] Morissan. 2004. Jurnalistik Televisi Mutakhir. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [10] Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: Pelangi Aksara
- [11] Ridwan, Muhammad. 2005. Manajemen Baitul Maal Watamwil. Yogyakarta: UII press.
- [12] Sujatniko. 2014. Kamus IPS. Surakarta: Aksara Sinergi Media.

- [13] Sumadiria. 2005. Jurnalistik Indonesia. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [14] Syamsul. 2009. Jurnalistik Praktis Untuk Pemula. Jakarta: Rosda.
- [15] Sumadiria. 2005. Jurnalistik Indonesia. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [16] & Sons, John Wiley. 1976. Interscience Publisher. New York: Cotton-Wilkinson.