

Cipta Cita

Rizky Alfisyahri

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi

Jl. Wijaya II No.62 Jakarta 12160

alfirzks@gmail.com

Abstract—In this modern era, there are many aspects of life that grow along with the times. One of the aspects that grow along with the times is how the young generation perceives it today. We need to realize that the development of life in the future has an effect on the hands of the nation's successors, namely the younger generation. Entrepreneurship has developed within the current generation of young people, so they can create many fields of work for society. However, they as business actors also need assistance with continuous encouragement so that their businesses can be more successful, develop and progress. Seeing this fact makes the creator of the work try to dig deeper and want to give a new presentation to the audience, one of which is by creating a new program on television. For this reason, the Cipta Cita television program is present, in this program viewers will be invited to hear and see the activities of the young character's life. For more details, the Cipta Cita program will be broadcast once a week at 09:00 WIB, Sundays on Kompas TV. With the Cipta Cita program, hope that this program can provide information as well as motivation for doing business for the Indonesian people.

Keywords—TV Programs, Feature Profiles, Young Entrepreneurs, Entrepreneur

Abstrak—Di era sekarang yang sudah modern ini, sangat banyak aspek-aspek dalam kehidupan yang tumbuh bersamaan dengan berkembangnya zaman. Aspek yang ikut berkembang bersamaan dengan kemajuan zaman ini salah satunya adalah bagaimana cara melihat generasi muda di masa kini. Perlu kita sadari bahwa perkembangan kehidupan di masa mendatang berpengaruh di tangan para penerus bangsa yaitu generasi muda. Kewirausahaan telah berkembang dilingkup generasi anak muda saat ini, maka mereka bisa mewujudkan sebuah bidang pekerjaan yang banyak untuk orang banyak. Akan tetapi, mereka sebagai pelaku usaha pun butuh pendampingan dengan terus dorongan supaya usaha mereka dapat lebih sukses, berkembang dan maju. Dengan kenyataan tersebut membuat pencipta karya mencoba untuk mengulik lebih dalam dan ingin membagikan sebuah sajian baru ke pemirsa salah satunya dengan menciptakan program baru di televisi. Untuk itu hadir program acara televisi Cipta Cita, dalam acara ini pemirsa akan diajak mendengar dan melihat aktivitas kehidupan si Tokoh Muda. Untuk lebih detailnya program acara Cipta Cita akan disiarkan seminggu sekali jam 09:00 WIB, hari Minggu di Kompas TV. Dengan adanya program Cipta Cita, pencipta karya berharap program ini dapat memberikan informasi sekaligus motivasi dalam berbisnis bagi masyarakat Indonesia.

Kata Kunci—Program TV, Feature Profil, Pengusaha Muda, Wirausaha

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kemitraan di Indonesia dalam dua dekade ini terlalu banyak merambah para pemuda dengan *product*, *citra*, *idea*, serta pikiran usaha yang berbeda dan mengikuti kemajuan zaman (*trend*). Kejadian ini menunjukkan kalau perbisnisan telah berkembang pada penerus bangsa generasi muda Tanah Air, sehingga Ia sanggup dan dapat membuat bidang pekerjaan yang luas dan banyak untuk masyarakat. Akan tetapi, pelaku usaha anak-anak muda tersebut pun butuh didampingi dan selalu diberi dorongan supaya bisnis mereka dapat sukses dengan maju dan berkembang.

Dari realitas tersebut dengan itu pencipta karya berupaya mengkaji lebih mendalam lagi dan menyuguhkan sebuah program baru untuk pemirsa dengan membuat sebuah tayangan program televisi. Peran televisi sama dengan peran media massa lainnya (surat kabar & radio siaran), adalah menghibur, memberikan informasi, mendidik, dan membujuk. Tetapi pada peran menghibur lebih berpengaruh ke media televisi bahwa pada biasanya tujuan umum masyarakat untuk menyaksikan televisi yaitu memperoleh hiburan, kemudian untuk memperoleh suatu informasi (Ardianto, 2004).

Namun untuk masa ini bagi para angkatan milenial yang tinggal di tengah metropolitan besar bakal lebih banyak memakai media elektronik seperti internet. Akan tetapi, akibat sirkulasi jaringan yang tidak menyeluruh di semua wilayah, dengan demikian diperlukan suatu siaran

dengan seharusnya menayangkan porsi lebih banyak lagi untuk memberikan inspirasi tentang bisnis dalam segala bidang yang dilakukan oleh anak muda yang akan dibahas secara detail. Siapa saja mereka? Dapat kita simak kisah sukses pengusaha berikut di program televisi *feature* profil yaitu Cipta Cita.

Cipta Cita merupakan sebuah sajian program televisi yang bisa menyampaikan pengetahuan yang mendidik dan pengertian tentang hobi yang menghasilkan uang. Program acara ini menayangkan cerita tentang seseorang yang berani mengambil keputusan besar untuk keluar dari pekerjaannya sebelumnya dan menjalankan bisnis dari sebuah hobi, serta berisikan aktifitas atau kegiatannya saat menjalankan bisnis.

Oleh karena itu, akan ada perbedaan pembahasan dalam setiap aktifitasnya. Program ini juga akan ditayangkan dengan penggunaan gaya bahasa sehari-hari sehingga pesannya dapat dipahami dengan mudah dan

menambah minat pemirsa khususnya generasi muda untuk menonton program ini.

A. Target Audience

Target *audience* nya jika dilihat dari beberapa aspek di bawah ini:

1. Aspek Geografis

Dilihat dari aspek geografis, ruang lingkup siaran program ini adalah seluruh negara kesatuan republik Indonesia, hal ini sesuai dengan kemampuan jangkauan daya pancar stasiun televisi swasta nasional.

2. Aspek Demografis

Dilihat dari aspek geografis, target pemirsa untuk program televisi *feature* Cipta Cita ini, adalah sebagai berikut:

- Jenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- Usia: Semua Umur
- Pendidikan: SD, SMP, SMA, S1
- Status: Pelajar, Mahasiswa, dan Karyawan
- S.E.S: B, C, dan D
- 3. Aspek Psikologis
- Kebutuhan (*need*) : Informasi, Motivasi, Hiburan
- Keinginan (*want*) : Lebih mengetahui tentang kehidupan atlet Indonesia
- Sikap dan Perilaku: Aktif, kreatif, sosial, nasionalis
- Kebiasaan: Menyukai tantangan dan hal baru
- Gaya Hidup: Mandiri, semangat tinggi

B. Tujuan Karya

Dalam upaya untuk memberitahukan dan memperkenalkan kembali kepada masyarakat, tentang suatu hal yang perlu diketahui dan diekspos oleh media kepada masyarakat, maka sebaiknya media televisi mempunyai acara-acara yang menyuguhkan suatu program yang informatif, kreatif, inspiratif, dan edukatif.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka pencipta karya merasa perlu untuk membuat sebuah program baru yang memberikan informasi yang menginspirasi masyarakat. Program yang akan pencipta karya buat yaitu Cipta Cita. Pembuatan program *feature*

Cipta Cita karena acara ini menjadi pilihan pencipta karya yang ingin mengangkat sebuah profil seseorang yang berhasil menjalankan pekerjaannya yang berawal dari hobi. Dengan memulai dan menjalankan pekerjaannya tersebut seseorang harus berhenti dari pekerjaan kantor. Dari program Cipta Cita akan mengambil *setting* langsung di tempat usaha narasumber.

Alasan pencipta karya memberikan judul Cipta Cita yaitu: Kata "cipta" berarti kemampuan pikiran untuk mengadakan sesuatu yang baru; angan-angan yang kreatif, Kata "cita" yaitu dari "cita-cita" yang artinya merupakan keinginan atau harapan yang senantiasa ada di dalam pikiran, dan suatu tujuan yang lengkap (yang akan diperoleh atau yang ingin didapatkan).

Oleh karenanya, dari pembahasan di atas pencipta karya ingin mempelajarinya dengan mengemas dalam

sebuah program tv *feature* profil untuk mengetahui lebih dalam mengenai kehidupan; merelakan, bertahan, hobi, tantangan, sumber mata pencaharian. Dengan demikian program ini diharapkan akan memberikan pengetahuan bagi masyarakat sehingga dapat menimbulkan rasa percaya diri, menghargai, dan menerima perubahan.

Berdasarkan pada perumusan dan identifikasi masalah yang ada, maka karya ini bertujuan untuk :

1. Memberikan informasi tentang sosok anak muda Indonesia yang sukses dalam mengembangkan Usaha Mandiri.
2. Memberikan inspirasi dan atau edukasi kepada penonton.
3. Menumbuhkan rasa percaya diri masyarakat Indonesia untuk berbisnis.

II. LANDASAN TEORI

A. Karya Sebelumnya

Beberapa tayangan *feature* sudah ada di televisi, diantaranya: yang pertama "Closer Look" di CNN Indonesia. Yang kedua, "Satu Indonesia" di Net TV merupakan acara program *feature* tokoh / profil dengan menghadirkan sosok yang menginspirasi sambil berbincang-bincang. Seperti salah satu karya yang berjudul "Kenapa Indonesia?" yang diciptakan oleh Mahasiswa STIKOM Interstudi tahun 2018. Karya tersebut memiliki konsep program *feature* profil seorang warga negara asing yang sudah lama menetap di Indonesia yang menginspirasi banyak orang dengan segala hal baik yang Ia lakukan.

Serta karya lainnya yang diciptakan oleh mahasiswa STIKOM Interstudi Karya ini berupa program yang berformat *feature* berjudul "Cerita Negeri" yang berisi informasi tentang keseharian suatu suku dan kebudayaan yang ditampilkan berbeda - beda setiap episode yang di tayangkan. Di dalamnya terdapat informasi yang diharapkan bisa menambah wawasan pemirsa dan dapat menginspirasi penonton agar lebih menghargai dan mengetahui tentang suku dan kebudayaan yang terdapat di seluruh bagian Indonesia.

Melihat hal tersebut, pencipta karya ingin memberikan sajian tayangan *feature* yang sedikit berbeda dari karya sebelumnya, menekankan pada sudut

pandang yang berbeda, dan dapat menginspirasi banyak orang. Menghadirkan sosok inspiratif di bidang bisnis yang sukses di bawah umur 30 tahun. Pencipta karya mengangkat tema ini ke dalam bentuk *feature* agar memberikan motivasi dan menonjolkan sisi semangat hidup yang dimiliki seseorang pebisnis dengan umur di bawah 30 tahun.

B. Media Televisi

Saat ini televisi adalah barang elektronik yang sudah banyak dimiliki masyarakat. TV di sini ialah TV siaran melalui alat dari jaringan komunikasi yang mempunyai ciri komunikasi massa, yakni langsung terjadi searah, pesan

yang bersifat global, komunikator yang berlembaga, targetnya menghasilkan kekompakan, dan komunikasi yang bersifat beragam (Effendy, 2011).

TV merupakan sebuah alat penangkap siaran yang bergambar. Televisi memiliki pengertian masing-masing yang asalnya atas sebutan *tele* dan *vision*, yakni *tele* yang memiliki arti jauh, lalu *arti vision* ialah terlihat. Maka TV adalah terlihat atau bisa melihat melalui ruang yang jauh. TV juga menciptakan dari panduan radio (*broadcast*) dan *film (moving picture)*. TV memiliki fungsi sebagai alat informasidan edukasi seperti pendidikan, penerangan, dan hiburan.

Melainkan itu, karakter negatif TV ialah hanya sesaat, maksudnya adalah tidak betul-betul bisa diterima dengan sempurna, dan menjumpai publik yang heterogen (Wimmer & Dominick, 2011).

Televisi mempunyai 3 ciri, yaitu:

1. Pandang dengar (audio-visual)

TV bisa didengarkan sekaligus bisa ditonton. Semisal pendengar radio pancaran cuma mendengarkan kata-kata, music & *effect* suara, lalu pemirsa tv bisa menyaksikan gambar gerak-gerak. Sehingga arti tv dibidang seperti media massa elektronik pandang dengar / audio-visual. Akan tetapi, bukan hanya kata-kata tidak kian spesial dari gambar, dua-duanya harus memiliki kesamaan secara keharmonisan.

2. Berpikir dalam Gambar

Cera kerja berpikir memiliki dua tahap pada *image*. Yang kesatu merupakan sebuah penggambaran yaitu mengartikan kalimat yang berisikan buah pikiran menjadikan *image* secara perseorangan. Ke-2, gambaran yaitu aktivitas menghubungkan *image-image* perseorangan sedemikian rupa sehingga kelanjutannya berisi arti spesifik.

3. Operasionalisasi Lebih Kompleks Pengoperasian penyiaran

televisi sangat rumit, dibandingkan dengan penyiaran radio, dan menyertakan banyak orang. Menggunakan peralatannya juga sangat banyak dan cara mengoprasikannya sangat sulit serta mesti dikerjakan dengan orang yang ahli dan berpengalaman (Ardianto, 2011).

C. Program Acara Tv

Dampak penyiaran tv pada bentuk komunikasi tak mungkin terhindar oleh dampak pada beberapa bagian kehidupan masyarakat Indonesia. Prof. Dr. R, Mar'at menyampaikan bahwa

program tv biasanya memengaruhi perilaku, langkah, persepsi, prinsip, perasaan dan tingkah laku kepada para pemirsanya. Perihal tersebut difaktorkan karena efek psikis dari tv itu sendiri, seolah-olah tv telah membius pemirsa, lalu penonton terbawa dan terlibat oleh cerita atau peristiwa adegan yang diberikan oleh tv (Effendy, 2000).

Terbagi menjadi dua sebuah prinsip penyelenggaraan penyiaran di tv station pada umumnya, yaitu *broadcast* artistic works dan *broadcast journalism works*. *Broadcast*

journalism works adalah pembuatan program tv yang mementingkan kesegeraan dalam menyampaikan information, fakta atau peristiwa/kejadian yang terjadi. Sebaliknya pada *broadcast artistic works*, pas seperti namanya, yakni memproduksi program tv yang menitikberatkan ke bagian artistic dan aesthetic, dengan ini faktor keindahan jadi primadona dan pesona program semacam ini.

kebiasaannya karya artistic lebih dominan dilakukan oleh rekan television station, yaitu agensi dan rumah produksi. Sebelumnya untuk *production house* menawarkan suatu tayangan, lebih dulu PH tersebut mesti mempresentasikan serta menunjukkan contoh program acara yang nanti dijual. Selanjutnya jika pihak departemen akuatinsi staisun televisi yang berkaitan setuju baru setelah itu diadakannya *contract* (Zakiah et al., 2020).

Pada hakekatnya, acara artistik berbeda dengan program acara jurnalistik, program acara artistik menunjukkan penegasan yang dominan terhadap realitas yang unik, realitas- realitas yang tampaknya menarik perasaan (menimbulkan tenggang rasa, menghibur, dengan tak melupakan bagian informatifnya). Dengan begitu, karya artistic sebenarnya informasi mendalam atau berita yang diperluas. Selain penggabungan unsur berita, pernyataan, dokumentasi, dan analisis latar belakang peristiwa.

Penilaian yang diungkapkan dalam program artistik harus berdasarkan fakta-fakta yang objektif yang mengutamakan pada aspek keindahan dan seni mengolah imajinasi ke dalam sebuah program (Bustomi et al., 2018). Yang terkandung suatu program *artistic* ialah acara music, drama, quiz, *variety show*, sponsor, *fairy tales/legend*, acara *infotainment*, *reviewer* dan lain-lainnya. Sementara itu pada karya *journalism* ialah acara *news*, *feature*, acara *air magazine*/radio, acara *documenter*, acara *talkshow*, program berita terkini dan acara *reportage* (Triartanto, 2015). Cipta Cita termasuk program dalam kategori format acara jurnalistik dan artistik karena dibuat berdasarkan rasa keartistikan yang menekankan pada aspek keindahan, lahir dari ide serta fakta yang terjadi di lapangan, dan lebih memainkan imajinasi senimannya seperti sutradara sampai pembawa acaranya, serta dalam pengemasannya yang berkaitan dengan sisi jurnalistik yaitu memberikan informasi yang faktual, berdasarkan rasa keingintahuan si pencipta karya, serta mewawancarai narasumber.

D. Program Acara Features

Program *features* ialah termasuk wujud naskah nonfiksi, dengan karakter *human interest* yang kuat. *Features* merupakan suatu karya *journalism* yang bersifat menghibur (Handoyo, 2013).

(Sebuah *features* biasanya mengutamakan factor kenapa dan bagaimana sebuah peristiwa. *Features* sifatnya dominan khusus, *human interest*, dominan spesifik dan pada *news* sudah biasa makanya menunjukkan dengan detail suatu peristiwa, sekaligus memakai pendekatan literatur.

Fred Wibowo mendefinisikan bahwa *feature* merupakan sebuah program yang mengulas sebuah inti diskusi, suatu tema, disampaikan melalui visi yang saling melengkapi, menjabarkan, menilik secara kritis, dan disuguhkan bermacam format dalam suatu program juga, misalnya wawancara, *talkshow*, *vox pop*, puisi, musik, dan sandiwara pendek. (I. S. W. Wibowo, 2013).

Salah satu kelebihan program acara *feature* adalah dalam penyajiannya, nilai penjelasannya ringkas yang dimaksud tak berlangsung terhadap ini masalah. Narasi bahasanya berbicara dan sifat informasinya penelitian, jadi *feature* dapat pula dikatakan babak dari laporan mendetail, Sehingga *features* sangat tepat sebagai dasar bagi penulis untuk mulai berkarya. Untuk lebih mengetahui tentang program acara *feature* ini, berikut karakteristiknya:

1. Kreativitas (creative). Berbeda dari berita, *features* memungkinkan penulis menciptakan sebuah cerita. Cerita *features* dicitrakan sebagai cerminan karya kreatif individual seorang penulis. Meskipun masih diikat etika bahwa *feature* haruslah akurat, karangan fiktif dan khayalan tidak diperbolehkan.
2. Informative. *Feature* dapat menunjukkan information ke khalayak terkait keadaan atau segi kehidupan nan sepertinya tidak dihiraukan dalam mengemas laporan news.
3. Menghibur (entertainment). Cerita *features* biasanya eksklusif, seorang penulis dapat menggarap “cerita berwarna-warni” guna menawan pandangan dan kondisi dari suatu kejadian. Pada setiap masalah, tujuan pertamanya ialah dengan cara menghibur penonton dan membagikan ke mereka sesuatu hal yang terbaru dan menyegarkan.
4. Tidak dibatasi waktu (unperishable). *Features* bisa disiarkan sewaktu-waktu sampai berkali-kali ditayangkan juga akan merebut hati pemirsa.
5. Subjectivity. Sebagian *feature* dicatat dalam bentuk “aku”, demikian mengharuskan pada program *features* penulis memasukan emosi dan pikirannya sendiri (Fachruddin, 2017).

E. Jenis-Jenis *Feature*

Terdapat banyak jenis acara *feature*. Jenis-jenis acara *feature* diantaranya, yaitu:

1. *Feature* Human Interest

Features berlangsung menjamah perasaan pembaca, empati, simpati, kebahagiaan, menyebalkan, atau ketidaksukaan. Contohnya, kisah perias wajah jenazah, lika-liku kisah hidup guru terletak pada daerah

terpencil, atau kisah hidup jasa porter pria paruh baya di stasiun kereta api.

2. *Feature* Perjalanan dan Wisata

Feature wisata dan perjalanan merupakan kunjungan ke lokais- lokasi historis diluar dan didalam negeri / datang ke lokasi yang sedikit didatangi orang-orang. Pada *features* yang ini, kebanyakan faktor subyektivitas mencolok sebab penulisannya tertulis kategoris pada kejadian, pengalaman

atau kunjungan yang menerapkan kata “aku”, “saya”, / “kami” (sudut pandang orang pertama).

3. *Features* Bersejarah

Features bersejarah merayakan sebuah agenda - agenda penting dan kejadian - kejadian istimewa. Contohnya proklamasi

kemerdekaan, pemboman Hiroshima, penjajahan, dan lain - lain. Asal-usul *feature* sejarah ini bisa terkait pada peristiwa - peristiwa aktual yang menimbulkan minat topik penonton.

4. *Feature* Petualangan

Feature petualangan menggambarkan pengalaman-pengalaman yang mengagumkan dan eksklusif, mungkin pengalaman seseorang yang mendaki gunung tertinggi di dunia, selamat dari sebuah kecelakaan pesawat terbang, bekerja di luar negeri, pengalaman berlayar keliling dunia, dan berpengalaman ikut dalam berperang. Dalam *feature* ini kutipan dan deskripsi sangat penting.

5. *Feature* Petunjuk Praktis/Tips

Feature ini menuntun dan mengajarkan tentang bagaimana melakukan atau mengerjakan sesuatu, disebut *feature* petunjuk praktis/tips atau *how to do it*. Contohnya tentang memasak, *make up*, membangun rumah, merangkai sesuatu dan sebagainya.

6. *Feature* Biografi/Profil

Profil mengungkapkan sisi manusia yang menarik biar berhasil, profil di sini mesti lebih dari sekadar urutan pencapaian dan tanggal- tanggal penting dari kehidupan si individu. Profil dapat mengungkapkan karakteristik individu itu sendiri. Seperti ini kerap kali patut memonitor subyek mereka ketika bekerja, mendatangi rumah mereka dan wawancara kerabat, sahabat, tetangga, dan rekan berbisnis mereka. Informasi sumber- sumber itu sangat penting untuk menyampaikan keseimbangan dalam penggambaran tokoh.

Dari jenis-jenis *feature* yang diutarakan di atas, maka pencipta karya memilih jenis *feature* biografi/profil. Program Cipta Cita merupakan jenis acara *feature* profil yang menayangkan sebuah profil seseorang yang berhasil menjalankan pekerjaannya yang berawal dari hobi. Dengan memulai dan menjalankan pekerjaannya tersebut seseorang harus berhenti dari pekerjaan kantor. Dari program Cipta Cita seperti contoh pada episode pertama yaitu “Secangkir Kopi dan Sebait Syukur” yang mengangkat cerita tentang kehidupan seseorang pemuda, bernama Derra Wahyu Setiaji yang membulatkan tekad membuat kedai kopi bernama “Ngopes” dan memutuskan *resign* saat sudah beberapa tahun bekerja kantoran demi

fokus usahanya yang baru. Pengambilan gambar dan *setting*, nanti akan mengambil *setting* di tempat usaha narasumber langsung yang terletak di daerah Kemang, Jakarta Selatan.

III. METODE PENELITIAN

A. Referensi

Ada beberapa program *feature* yang sejenis dengan

memberikan informasi, edukasi, serta referensi bagi para pemirsa lewat tayangan *features*. Program *features* dengan biografi atau profil seseorang dengan menayangkan berbagai macam tokoh yang sukses di dunia bisnis / usaha mandiri saat umur di bawah 30 tahun di seluruh wilayah Indonesia sudah banyak dari berbagai stasiun televisi. Jika program tersebut terus ditayangkan diberbagai stasiun televisi, maka pemirsa akan ter *brain wash* dengan informasi yang disajikan. Sebagai referensi, pencipta karya memilih program “Satu Indonesia” yang tayang di NET TV, dikarenakan program tersebut memiliki konsep yang hampir sama dengan program “Cipta Cita”. Dengan *treatment* yang sama yaitu menampilkan para tokoh inspiratif, *syuting* di tempat para tokoh tersebut serta meliputi kegiatan- kegiatannya, dan komentar dari orang-orang terdekatnya. Namun, yang membedakan program “Satu Indonesia” dengan program “Cipta Cita” adalah, jika program “Satu Indonesia” cenderung menayangkan serta menampilkan tentang tokoh- tokoh dari latar belakang yang beragam. Berbeda dengan program “Cipta Cita” yang menayangkan suatu kesuksesan seseorang di dunia bisnis atau usaha mandiri dengan rela keluar kerja kantoran demi menjalankan pekerjaan apa yang disukai serta sukses di usia muda sebelum umur 30 tahun. Pencipta Karya berharap, bahwa program yang dibuat memiliki dampak yang baik untuk pemirsa yang menontonnya. Selain menambah wawasan dan informasi, diharapkan pemirsa yang menonton program “Cipta Cita” mampu lebih semangat lagi menjalankan sesuatu apa yang disukai.

B. Perencanaan Proyek

Ditengah banyaknya program- program tayangan *feature* di berbagai stasiun televisi tanah air yang mengangkat jenis *feature* untuk segmentasi masing-masing seperti program *feature* perjalanan dan wisata. Pencipta karya ingin membuat program *feature* yang lain yaitu program berjudul Cipta Cita yang mengadopsi salah satu jenis program *feature* profil. Alasan lain pencipta karya membuat acara Cipta Cita yaitu sebagai wujud keinginan pencipta karya untuk membuat masyarakat Indonesia menjadi tahu bahwa ada sosok inspiratif di negeri ini, Tokoh Muda dalam bidang Usaha/Wiraswasta yang sukses.

Dalam acara ini pemirsa akan diajak mendengar dan melihat aktivitas kehidupan si Tokoh Muda dalam episode pertama merupakan seorang pria yang biasa dipanggil Derra, merupakan sosok inspiratif dalam membuka Usahanya dari nol yaitu kedai kopi “Ngopes” yang terletak di daerah Kemang, Jakarta Selatan. Demi fokus menjalankan kedai kopi nya, Ia rela untuk mengundurkan diri dari pekerjaan tetap sebagai Supervisor Interior Kontraktor. Untuk lebih jelasnya akan ditayangkan di program Cipta Cita.

Program acara Cipta Cita akan ditayangkan dengan total durasi 15 menit. Gaya pemaparan pada program acara ini sederhana, ringan, dan gampang dimengerti. Program ini akan disiarkan tiap seminggu sekali dalam bentuk

rekaman, sehingga acara ini akan melewati proses penyuntingan sebelumnya. Waktu segmen dibatasi oleh *commercial break* (iklan). Namun, dalam pembuatan *dummy* program, pencipta karya akan membuat program Cipta Cita hanya berdurasi 15 menit.

C. Tahap-Tahap Perencanaan

Sebuah program yang hendak diberikan berasal dari sebuah ide atau pandangan, baik ide yang keluar dari produser sendiri atau dari orang sekitarnya, maupun dari orang luar, yakni masyarakat yang memvisualkan dan memaparkan sampai menjadi satu kesatuan yang lengkap dan sinkron dalam struktur program acara yang menghibur pemirsa, sehingga ide dan pandangan tersebut mesti diikat secara tepat. Tahap-tahap untuk mengolaborasi ide dan pandangan asli tadi susunan unsur-unsur audiovisual tersebut di dalamnya yang disebut kaidah produksi atau *production* (Effendy, 2011).

Menurut Tommy Suprpto ada beberapa indikator tugas pokok seorang produser di dalam struktur organisasi pertelevisian antara lain yaitu:

1. Menciptakan dan mengembangkan ide untuk produksi acara televisi
2. Membuat desain kreatif
3. Menentukan tim kreatif
4. Menentukan satuan kerja produksi
5. Bekerjasama dengan pengarah acara memilih dan menentukan pengisi acara
6. Menyusun anggaran biaya produksi
7. Melakukan koordinasi promosi dan publikasi
8. Melakukan evaluasi terhadap acara yang ditangani. (Suprpto, Tommy : 2013)

Salah satu alasan mengapa seorang produser mempunyai wewenang dan pertanggung jawaban yang penuh, semata - mata hanya karna alasan bisnis. Karena bagaimanapun TV memerlukan suatu sumber yang terus menerus atau tetap bagi bahan acaranya dan banyak orang yang terlibat kedalam produksi acara, hampir setiap anggota ikut kedalam kegiatan apabila mereka mempunyai bakat yang diperlukan, kemudian meninggalkan kegiatannya apabila telah selesai. Setelah itu hanya seorang produser dan kemungkinan masih ada juga beberapa anggota pelaksana masih mendampingi sampai selesai penyiaran dari acara yang telah dikerjakan.

Materi produksi meliputi apa saja yang dapat menyentuh gagasan seperti kasus, perihal, pengalaman, peristiwa, karya cipta, hewan, hutan dan lain sebagainya.

Seorang produser akan terangsang pikirannya dan akan tersentuh untuk berinisiatif untuk membuatkan sebuah program televisi. Ide atau gagasan tersebut diganti menjadi tema program *feature* atau dokumenter, sinetron atau program acara lainnya.

Beranggapan mengenai produksi program acara televisi, berarti mengembangkan dan menguraikan gagasan dan ide bagaimana materi produksi itu. Selain menghibur, bisa menjadi sebuah sajian yang bermakna,

dan memiliki nilai. Apa yang disebut nilai itu akan

terlihat jika sebuah produksi acara berpangkal dari suatu visi. Istilah lainnya, produksi yang bernilai atau berkualitas akan dapat diciptakan oleh seorang produser yang mempunyai visi.

Proses produksi terdiri atas tiga bagian utama, yaitu :

1. Pra Produksi

Tahapan - tahapan pra produksi atau perancangan, tahapan ini merupakan seluruh kegiatan mulai dari membicarakan gagasan (ide) awal sampai dengan pelaksanaan pengambilan gambar (*shooting*). Saat perencanaan ini berlangsung proses interaksi antara kreativitas manusia dengan peralatan penunjang yang tersaji. Perihal yang tergolong dalam aktivitas praproduksi antara lain penumpahan gagasan (ide) ke dalam *outline*, penulisan skrip, *storyboard*, program pertemuan, survei tempat pengambilan gambar, rapat produksi, pembuatan dekor, dan perancangan lainnya yang membantu proses produksi dan pascaproduksi (Morrisan, 2016).

2. Produksi

Tahap produksi adalah seluruh kegiatan pengambilan gambar (*shooting*) baik di studio maupun di luar studio. *Assistant Production* bekerja sama dengan para *host* dan *crew* mencoba mewujudkan apa yang direncanakan (Morrisan).

3. Pasca-Produksi

Tahap pasca-produksi adalah semua kegiatan setelah pengambilan gambar sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap untuk disiarkan atau diputar kembali. Kegiatan yang termasuk dalam pasca-produksi antara lain penyuntingan gambar (*editing*), memberi ilustrasi, musik, efek, dan lain-lain.

D. Pendanaan/Budgeting

Dalam menjalankan suatu proyek pembuatan karya faktor utama seperti pendanaan sangatlah penting untuk kelancaran pelaksanaan sebuah program. Oleh sebab itu, pencipta karya ingin merancang estimasi anggaran yang diawali dari tahapan praproduksi, sampai tahap pasca produksi.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam pengerjaan proyek Tugas Karya Akhir ini, Pencipta Karya akan menjelaskan tentang bagaimana langkah-langkah dari pelaksanaan proyek. Pada sub bab ini, Pencipta Karya mengacu pada jadwal pelaksanaan proyek. Adapun langkah- langkah pelaksanaan proyek dari Tugas Karya Akhir ini sebagai berikut :

A. Pra produksi

Tahapan pra produksi adalah aneka pekerjaan yang dilakukan sebelum tahap pengambilan gambar dalam suatu produksi film ataupun televisi, misalnya penulisan skenario, penganggaran dan penjadwalan (Proferes, 2017). Sebelum produksi adalah langkah awal sebelum dilakukannya produksi video atau pengambilan gambar. Langkah awal ini adalah tahapan yang paling penting. Dikarenakan pada langkah ini semua tahapan- tahapan

penyusunan untuk produksi video dilakukan. Di pra produksi ini semua perencanaan harus direncanakan dengan rapih dan mendetail untuk mencegah

kekeliruan kecil ataupun besar saat dilaksanakannya pengambilan gambar atau tahap produksi video. Nyaris semua jenis-jenis video melewati langkah praproduksi ini. Beberapa tahapan yang harus dilaksanakan ditahap praproduksi ini yaitu:

1. Ide

Ide awal dari pembuatan program *feature* Cipta Cita ini bermula dari keinginan pencipta karya untuk membuat dirinya dan semua orang bisa menjadi lebih semangat dan pantang menyerah saat usia muda. Ide lainnya juga bahwa bekerja tidak harus kantoran tetapi dengan berbisnis mandiri juga bisa sukses.

Program akan dikemas dengan semenarik mungkin agar khalayak dapat belajar, termotivasi, dan juga terhibur dengan menonton program Cipta Cita ini.

2. Judul

Judul program ini “Cipta Cita” yang dipilih dan disesuaikan dengan konsep program yang akan dibuat. Isi dari program acara ini adalah adanya tokoh utama dengan kisah hidupnya yang rela *resign* dari kantor demi meneruskan usahanya yang disukai dan tokoh yang ditampilkan rata-rata berumur di bawah 30 tahun. Selain itu, akan menunjukkan kegiatan sehari-hari si tokoh utama dan pendapat tentang dirinya dari orang-orang terdekat

Sesuai dengan isi tayangan dari program ini diharapkan mampu membantu memberikan pengetahuan dan motivasi kepada para penonton, sehingga dapat semangat lagi, tidak mudah menyerah dalam menghadapi masalah yang ada walaupun memiliki keterbatasan dalam diri.

3. Durasi

Program ini akan berdurasi selama 15 menit dan terbagi menjadi 3 segmen acara. Dari tiap-tiap segmen akan diisi iklan yang akan muncul tetapi karena ini hanya *dummy* program, maka *commercial break* atau iklan yang akan muncul hanya keterangan saja untuk menandakan letak slot iklan itu sendiri.

4. Riset

Sebelum melakukan produksi dalam program yang akan dibuat yaitu, Cipta Cita, Pencipta karya sudah melakukan riset atau observasi terlebih dahulu baik melalui internet maupun lapangan.

Riset pertama, pencipta karya melakukan riset perdana mencari informasi berhubungan dengan tugas akhir seperti, mencari narasumber yang relevan dengan ide dan tema tugas akhir ini, survey lokasi untuk melakukan produksi. Riset kedua, yaitu mengurus perizinan untuk proses *shooting*. Dan riset yang ketiga dilakukan yaitu bertemu dan menetapkan narasumber untuk memastikan narasumber dapat memberikan informasi yang *valid*.

5. Sinopsis

Cipta Cita adalah program yang disetiap episodenya akan membahas tentang sosok inspiratif masih berumur di bawah 30 tahun yang memulai bisnis dari hobi dan berani meninggalkan pekerjaan tetap di kantoran sebagai

supervisor demi melanjutkan bisnis tersebut. Dan diharapkan untuk penonton agar termotivasi sebagai anak muda umur di bawah 30 tahun untuk berani memulai segala usaha dari nol dan menjadikan hobi sebagai pekerjaan utama. Lalu program ini akan memiliki 3 segmen disetiap episode.

Dalam acara ini pemirsa akan diajak mendengar dan melihat aktivitas kehidupan si Tokoh Muda dalam episode pertama merupakan seorang pria yang bernama Derra Wahyu Setiaji. Biasa dipanggil Derra, merupakan sosok inspiratif dalam membuka Usahanya dari nol yaitu kedai kopi “Ngopes” yang terletak di daerah Kemang, Jakarta Selatan. Demi fokus menjalankan kedai kopi nya, Ia rela untuk mengundurkan diri dari pekerjaan tetap sebagai Supervisor Interior Kontraktor. Untuk lebih jelasnya akan ditayangkan di program Cipta Cita.

B. Produksi

Menurut Andi Fachruddin dalam bukunya dasar-dasar produksi televisi yaitu, tahap produksi dilaksanakan apabila seluruh persiapan studio sudah selesai. Proses produksi dipimpin oleh seorang pengarah acara, secara umum persiapan yang dilakukan antara lain: melakukan persiapan studio, *camera blocking*, gladi resik, *video tapping* (Morrison, 2017).

Dalam program *feature profile* dengan judul “Cipta Cita” melakukan produksi kurang lebih 3 hari. Pada saat produksi, Pencipta Karya melewati proses yang sangat panjang. Dimulai dari tahap pra produksi, Pencipta Karya mencari ide, judul program, format program, membuat estimasi anggaran, serta menentukan *crew*, dan *jobdesk*.

Kemudian, pencipta karya melakukan riset dengan menemui narasumber sekaligus ke tempat yang akan dijadikan lokasi *shooting* dan dilanjutkan dengan membuat naskah dan *shot list* perencanaan, serta membuat kesepakatan jadwal *shooting* dengan *crew*.

Tahapan selanjutnya adalah produksi. Pada tahap ini *crew* melaksanakan *shooting* sesuai dengan *jobdesk* masing-masing. Proses produksi membutuhkan waktu kurang lebih 3 hari.

Pada saat proses produksi, Pencipta Karya selaku produser melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Mengkoordinasi dan bekerjasama dengan tim agar produksi berjalan sesuai dengan jadwal produksi dan *treatment* yang sudah dibuat.
2. Bekerja sama dengan DOP (*Director of Photography*) dan *camera person* dalam menentukan gambar dan *angle shoot* yang akan diambil.
3. Mengarahkan pembawa acara dan tokoh utama agar sesuai dengan yang diinginkan.
4. Memenuhi segala kebutuhan produksi.
5. Melaksanakan pembayaran biaya produksi.
6. Selain pencipta karya sebagai produser, pencipta karya juga melakukan peranan sebagai sutradara.

C. Pasca Produksi

Langkah terakhir adalah sesudah produksi yang merupakan hasil seluruh tindakan yang dilakukan sesudah penangkapan gambar sampai materi tersebut diputuskan rampung dan siap untuk ditayangkan.

Pasca produksi lebih mengarah bagi program-program yang berkarakter tak langsung (*recording*), sebab untuk siaran secara langsung rata-rata di *direct* pada panel *switcher* oleh pengarah program (PD) untuk kemudian ditransmisikan secara langsung (*Live*) ke penonton (Anton Mabruki Kn, 2018).

Pada tahap ini, pencipta karya melakukan *preview* video hasil produksi yang telah dilakukan selama kurang lebih 3 hari. Kemudian pencipta karya menyusun *treatment* untuk memudahkan editor melakukan proses *editing*. Dalam tahap *editing* ini editor menyusun dan merangkai satu per satu video menjadi satu kesatuan video, agar apa yang sudah direncanakan dari awal dapat ter-realisasikan dengan baik dan berharap cerita yang disajikan dapat diterima dengan baik. Pada tahap pasca produksi biasanya dilakukan pengeditan gambar. Tahap pengeditan tersebut dikerjakan oleh grafis desainer dan didampingi oleh Pencipta Karya.

D. Strategi-Strategi Untuk Memenuhi Pelaksanaan Proyek

Dalam industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan audien. Stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsanya (Djamil, 2011: 135). Salah satunya dengan cara membuat program yang dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari dan sesuai dengan keinginan mereka.

Program Cipta Cita merupakan jenis acara *feature profile*. Pembuatan program *feature* Cipta Cita karena acara ini menjadi pilihan pencipta karya yang ingin mengangkat sebuah profil seseorang yang berhasil menjalankan pekerjaannya yang berawal dari hobi. Dengan memulai dan menjalankan pekerjaannya tersebut seseorang harus berhenti dari pekerjaan kantor. Dari program Cipta Cita akan mengambil *setting* di tempat usaha narasumber langsung.

E. Analisis SWOT

Dalam hal tersebut diatas dapat dijelaskan dengan analisis SWOT, yaitu suatu cara menganalisa suatu jenis program baru berdasarkan *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*. Analisis SWOT dari *prototype* program *feature* biografi/*profile* dengan judul Cipta Cita ialah sebagai berikut :

1. Strength (Kekuatan)

Program ini diangkat dari tema yang lebih spesifik dan mendetail, dengan cara membangun media berupa video. Kekuatan dalam program *feature* Cipta Cita adalah menjunjung tinggi alur cerita yang sebenar-benarnya terjadi di lapangan. Selain gambar, audio maupun narasi yang disajikan secara jelas, lugas dan sederhana agar

pemirsa bisa menikmati dan informasi yang disajikan dapat diterima dengan baik.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan dari program ini terletak pada proses pembuatan yang memakan waktu cukup lama, dibutuhkan riset dan survey yang mendalam agar dapat dikaji dan bisa ditampilkan secara mudah. Cuaca yang tidak menentu membuat pencahayaan kurang bagus. Dan durasi yang terbatas sehingga banyak yang belum tersampaikan ke penonton, tapi jika dicermati isi dari narasi yang akan disampaikan dalam program ini dikemas dengan sederhana.

3. *Opportunity* (Kesempatan) Program features profile Cipta

Cipta akan membahas anak muda yang sukses dengan merintis usaha mandiri dengan dikemas tidak membosankan agar penonton bisa menikmati program ini.

4. *Threat* (Ancaman)

Ancaman dari program “Cipta Cita” adalah bersaing dengan program pendahulu dan program yang ada sekarang. Adanya beberapa tayangan *feature* yang menayangkan tayangan serupa, namun memiliki ciri khas dan pengemasan yang berbeda pula. Tayangan yang sudah memiliki loyal audiens tentu akan sulit ditandingi oleh sebuah program baru untuk menarik perhatian penonton tersebut.

F. *Penempatan Jam Tayang*

Terdapat berbagai ragam program siaran televisi yang didasarkan pada jam tayangnya, siang hari, malam hari, bahkan larut malam. Terdapat juga yang didasarkan pada ragam isi tayang, misalnya program drama, non drama, musik, kuis, dll termasuk juga didasarkan pada jam tayang utama atau pada hari-hari tertentu dalam seminggunya.

Berdasarkan pola waktu siaran program yang ada, maka program *feature* televisi “Cipta Cita” akan ditempatkan pada pola program siaran pagi hari atau *evening time programming* (20.00-23.00) yang disiarkan pada program siaran *weekend* hari Sabtu pukul 10.00 WIB (Waktu Indonesia Barat).

G. *Strategis Penayangan*

Strategi penyiaran yang digunakan pada penayangan sebuah program diantaranya adalah:

1. Block Programming
2. Counter Programming (Program Tandingan)
3. Hammock
4. Tent Polling
5. Stunting

Strategi yang digunakan dalam program *feature* televisi “Cipta Cita” adalah *hammock*. Strategi ini dianggap sesuai dengan program *feature* televisi yang pencipta karya buat karena merupakan program perdana jadi

pemirsa seakan tidak sengaja menonton acara perdana tersebut yang akan disiarkan setelah suatu acara favorit habis sembari menunggu acara favorit berikutnya.

Diharapkan dengan strategi tersebut bisa membuat pemirsa/khalayak setelah menonton acara sebelumnya untuk tidak berpindah channel dan menarik sebagian pemirsa untuk beralih menonton program yang Pencipta Karya buat.

H. *Monitor Dan Evaluasi Proyek*

1. Monitor Proyek

Pra Produksi									
No.	Kegiatan	Juni 2020				Juli 2020			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Membuat konsep program				X				
2.	Menentukan crew					X			
3.	Riset					X	X		
4.	Membuat Shooting script							X	X
5.	Membuat jadwal produksi							X	
Produksi									
No.	Kegiatan	Oktober 2020							
		1	2	3	4				
6.	Produksi / Shooting di lokasi	X							
Pasca Produksi									
No.	Kegiatan	Okt 2020				Nov 2020			
		1	2	3	4	1	2	3	4
7.	Review video	X							
8.	Offline Editing + revisi dari dospem		X	X					
9.	Online Editing + revisi dari dospem					X	X		

I. Evaluasi Proyek

Program *feature* profil berjudul “Cipta Cita” ini memiliki banyak kekurangan dan kelebihan yang layak untuk ditayangkan kembali dikemudian hari. Program “Cipta Cita” merupakan jenis acara *feature* profil yang menayangkan sebuah profil seseorang yang berhasil menjalankan pekerjaannya yang berawal dari hobi. Dengan memulai dan menjalankan pekerjaannya tersebut seseorang harus berhenti dari pekerjaan kantor. Nanti akan mengambil *setting* di tempat usaha narasumber langsung.

Program televisi dokumenter Cipta Cita telah melewati tiga tahap untuk pencapaian hasil karya. Adapun tiga tahap yaitu, pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tahapan-tahapan tersebut tidak selalu berjalan baik dan lancar, namun hal tersebut tidak menjadi penghalang bagi Pencipta Karya untuk tetap menyelesaikan karya ini. Sebagai sutradara, penulis membuat naskah *shooting* dan melakukan pengarahan kepada narasumber, kameramen maupun *soundman* dan *lighting* pada proses produksi agar tiap segmen menjadi satu tayangan yang berkesinambungan dan layak ditonton.

Sebelum melakukan *shooting* yang dilakukan pencipta karya adalah masuk ke tahapan pra produksi. Tahapan ini dilakukan mulai dari ide, riset hingga menulis naskah. Pencipta Karya mencatat beberapa poin evaluasi pada tahap ini, yaitu pertama adalah riset. Riset dengan keterbatasan waktu dan biaya

membuat pencipta karya kurang maksimal dalam menentukan narasumber. Kedua, dengan adanya pandemic ini narasumber yang pertama tidak bisa diliput dan pencipta karya harus mencari ide baru lagi serta narasumber yang baru juga. Banyak yang ketunda untuk proses *shooting* karena adanya PSBB. Ketiga, dalam proses *editing* penulis dibantu oleh beberapa editor termasuk editor bagian grafis adanya proses pembuatan OBB dan grafis yang sesuai kebutuhan program. Di bagian *editing* penulis dan beberapa editor mengalami beberapa kendala dan bisa teratasi.

V. KESIMPULAN

Cipta Cita adalah sebuah program acara *feature profile* televisi yang dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang edukatif tentang hobi yang menghasilkan uang dan sukses saat usia muda. Program acara ini menayangkan cerita tentang seseorang yang berani mengambil keputusan besar untuk keluar dari pekerjaan sebelumnya dan menjalankan bisnis dari sebuah hobi, serta berisikan aktifitas atau kegiatannya saat menjalankan bisnis.

Dalam pembuatan tugas karya akhir ini, pencipta karya membuat contoh tayangan berupa *audio visual*. Di dalam program ini, Pencipta Karya berperan sebagai produser yang membuat konsep dan juga sebagai sutradara. Sebagai produser, pencipta karya bertanggung jawab penuh akan pelaksanaan keseluruhan kerja produksi program acara ini dan pencipta karya membuat perencanaan kerja produksi yang meliputi pemilihan

narasumber, riset, serta perizinan dan estimasi biaya.

Sebagai sutradara, Pencipta Karya membuat *shooting script* dan melakukan pengarahan kepada narasumber, kameramen, maupun *soundman* dan *lighting* pada proses produksi agar tiap segmen menjadi satu tayangan yang berkesinambungan dan layak ditonton. Program “Cipta Cita” ini berbentuk *taping*. Maksudnya, tidak ditayangkan secara langsung, melainkan melalui proses produksi, lalu dilakukan juga proses *editing* di pasca produksi.

Alasan pencipta karya membuat karya ini ingin memberikan inspirasi tentang bisnis dalam segala bidang yang dilakukan oleh anak muda nantinya akan dibahas secara detil. Siapa saja mereka? Dapat kita simak kisah sukses pengusaha berikut di program televisi *feature* profil yaitu Cipta Cita.

VI. SARAN

Kekurangan dari hasil karya ini masih kurang maksimal dikarenakan kondisi produksi masih di masa pandemic berlangsung, semuanya serba terbatas. Menyesuaikan jadwal kru, narasumber. Sulit juga menyesuaikan jadwal sang editor.

Terdapat pesan dari Pencipta Karya dalam membuat sebuah program TV yaitu banyak-banyak mencari referensi, memperluas jaringan sehingga memudahkan dalam melakukan *brainstorming*, bertukar ide, selain itu juga harus memiliki tubuh yang fit.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anton Mabruri Kn. (2018). Panduan Produksi Acara TV Non-Drama.
- [2] In Manajemen Produksi dan Penulisan Naskah.
- [3] Bustomi, T., H. Kridalaksana, A., & Fachrudin, F. (2018). Aplikasi Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Berbasis Multimedia. Sebatik. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v10i1.58>
- [4] Cahya, B. T., Nuruddin, A., & Ikhsan,
- [5] (2017). Islamic Social Reporting: From the Perspectives of Corporate Governance Strength, Media Exposure and the Characteristics of Sharia Based Companies in Indonesia and its Impact On Firm Value. IOSR Journal of Humanities and Social Science. <https://doi.org/10.9790/0837-2205107178>
- [6] Cangara, H. (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. In Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [7] Cangara H. (2011). Komunikasi Politik; Konsep, teori dan strategi. In Communication Science.
- [8] Christians, C. G., Glasser, T. L., McQuail, D., Nordenstreng, K., & White, R. A. (2009).
- [9] Normative theories of the media: Journalism in democratic societies. In Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies. <https://doi.org/10.5860/choice.47-1837>
- [10] Drs. Tommy Suprpto, M.S. Berkarir Di Bidang Broadcasting, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hlm 61-62.
- [11] Effendy, O. U. (2011). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*.
- [12] Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. In

Citra Aditya.

- [13] Fachruddin, F. (2017). Pengembangan Daya Kreatif (Creative Power) Melalui Dunia Sekolah: Identifikasi Isu. *Sukma: Jurnal Pendidikan*. <https://doi.org/10.32533/01105.2017>
- [14] Handoyo, A. B. (2013). Sistem Pengamanan Data Pemilihan Umum e-Voting dengan Menggunakan Algoritma SHA-1. Makalah IF3058 Kriptografi -Sem. II.
- [15] Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- [16] Jaafar, M., & Nuruddin, A. R. (2012). The development of public and private construction procurement systems in the Malaysian construction industry. *Journal of Design and the Built Environment*.
- [17] Morrison. (2016). Tingkat Partisipasi Politik dan Sosial Generasi Muda. *Visi Komunikasi*.
- [18] Morrison, H. (2017). Directory of Open Access Journals (DOAJ). *The Charleston Advisor*. <https://doi.org/10.5260/chara.18.3.25>
- [19] Mulyana, D., & Rakhmat, J. (2010). Komunikasi antarbudaya. In Penantar Komunikasi antarbudaya.
- [20] Prof. Sendjaja, S. D. (2014). Memahami Teori Komunikasi: Pendekatan, Pengertian, Kerangka Analisis, dan Perspektif. *Teori Komunikasi*.
- [21] Proferes, N. T. (2017). Film Directing Fundamentals: see your film before shooting. *Ekp*.
- [22] Sendjaja, S. D. P. . (2014). Komunikasi: Signifikansi, Konsep, dan Sejarah. *Komunikasi: Signifikansi, Konsep, Dan Sejarah*.
- [23] Suryana. (2019). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- [24] Suryana, Ms. (2012). Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- [25] Triartanto, Y. (2015). KREDIBILITAS TEKS HOAX DI MEDIA SIBER Triartanto *Jurnal Komunikasi. Ilmiah*.
- [26] Tsunoda, T., & Hoshino, M. (2008). Automatic metadata expansion and indirect collaborative filtering for TV program recommendation system. *Multimedia Tools and Applications*. <https://doi.org/10.1007/s11042-006-0077-4>
- [27] Wibowo, I. S. W. (2013). Semiotika komunikasi. In **ウイルス**
ス.
- [28] Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). Mass media research: an introduction. In *Wadsworth Series*.
- [29] Zakiah, K., Baksin, A., & Putri, D. W. (2020). *Development of Media Literation on Group of Vocational School Students*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200225.085>