

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Tema

Segmen berita *feature* ini merupakan bagian dari program berita Jawa Tengah Hari Ini yang menyajikan berita *feature* bertema wisata, kuliner, dan hobi (komunitas) di sekitar Jawa Tengah.

1.2 Latar Belakang

Kebutuhan akan informasi membuat media massa menjadi tempat atau media khalayak dalam memperoleh kabar terkini. Walaupun perkembangan teknologi komunikasi memunculkan berbagai macam bentuk media yang dapat diakses dengan mudah dan cepat, keberadaan televisi sebagai salah satu media konvensional saat ini masih memiliki kekuatan dalam menjangkau masyarakat luas. Berdasarkan survei Nielsen Consumer Media View yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, televisi masih memimpin dengan perolehan 96% sebagai media massa yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia, disusul Media Luar Ruang dengan 53%, Internet 44%, Radio 37%, Koran 7%, lalu Tabloid dan Majalah sebanyak 3%. Dari data tersebut terlihat televisi masih memiliki peluang (Nielsen, 2017, p. 1).

Kemampuan televisi untuk menjangkau masyarakat secara luas merupakan dampak dari ditetapkannya PP No. 11 Tahun 2005 yang salah satu isinya mengharuskan televisi nasional memiliki jaringan televisi lokal. Televisi lokal menurut Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI) adalah stasiun televisi yang berdaya jangkau siar lokal (daya jangkau siaran maksimum dalam satu provinsi/kota). Target dari televisi lokal adalah masyarakat yang bertempat tinggal di daerah dimana televisi lokal tersebut disiarkan. Peran ideal televisi lokal yaitu untuk melestarikan budaya dan nilai-nilai kearifan lokal. Di mana target yang sangat terbatas dibandingkan dengan televisi nasional, membuat televisi lokal harus

mampu menarik garis pembeda dengan televisi nasional yang ada selama ini, baik dalam isi maupun orientasi siaran (Ardiyanti, 2011: 323).

TVRI merupakan lembaga penyiaran publik yang mengudara di Indonesia dan memiliki pengaruh besar dalam memberikan informasi sejak 24 Agustus 1962. Siaran percobaan TVRI dilakukan di hari kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1962. TVRI terus melakukan pembangunan hingga mampu menyebar di luar pulau Jawa. Pada tahun 1963 TVRI berbentuk Yayasan Televisi Republik Indonesia. Kemudian, tahun 1976 TVRI berubah menjadi UPT (Unit Pelaksana Teknis) dibawah Departemen Penerangan. Tahun 2000 status TVRI berubah menjadi PERJAN (Perusahaan Jawatan) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2000 tentang Pendirian Perusahaan Jawatan Televisi Republik Indonesia tanggal 7 Juni 2000. Sampai akhirnya, pada 2005 Status TVRI berubah menjadi Lembaga Penyiaran Publik. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia. Sebagai televisi publik, LPP TVRI mempunyai tugas untuk memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Bukan hanya perubahan status, TVRI juga sudah melakukan delapan kali perubahan logo, mulai dari tahun 1962-2019. Logo pertama pada tahun 1964 dan logo kedua tahun 1974 mencerminkan fungsi dasar TVRI yang mengacu pada tri fungsi media (disimbolkan kotak TV) yakni informasi, edukasi dan hiburan. Pada logo ketiga, tahun 1982-1999 nuansa Indonesia semakin terasa. Perubahan logo segi empat menjadi segi lima cermin simbolisasi Pancasila. Tidak heran jika pada tahun 1962 sampai 1990 TVRI dikenal sebagai televisi pemerintah. Hal itu tidak terlepas dari TVRI yang merupakan televisi satu-satunya di Indonesia. Program-program yang dihadirkan pada era monopoli saat itu sangat diminati oleh masyarakat Indonesia karena mencerminkan pembangunan bangsa. Namun, mulai tahun 1990 era kompetisi dimulai dengan munculnya televisi swasta di Indonesia. TVRI mulai kalah bersaing dengan televisi swasta yang menghadirkan berbagai

program menarik, inovatif, dan kreatif. Di era kompetisi ini, dalam kurun waktu kurang dari dua dekade TVRI sudah lima kali mengganti logo. Walau bentuk visual logo tetap sama, yaitu huruf TVRI pembentuk segi empat horizontal. Sedikit pembeda pada nuansa pemakaian warna, dari arsir warna horizontal pada logo keempat dan kelima, yang kemudian berubah menjap di latar berwarna senada, putih pudar pada logo keenam. Pada logo ke enam dan ke tujuh warna biru masih tetap ada, bahkan mendominasi seakan telah menjadi konvensi, sebagai warna budaya korporasi TVRI. Namun, perubahan logo ini tidak diimbangi dengan pengembangan programnya sehingga membuat televisi nasional ini kalah bersaing dengan televisi swasta yang ada. Program yang dihadirkan kurang kreatif, inovatif, dan belum ada terobosan baru untuk mengimbangi keinginan masyarakat. Sumber Daya Manusia yang banyak didominasi oleh usia 40 sampai 50 tahun membuat TVRI kesulitan membangun program baru yang disukai oleh masyarakat. Keterbatasan dan sering bermasalahnya alat, seperti kamera yang belum memadai juga menjadi faktor TVRI tidak mampu bersaing dengan televisi swasta. Namun, di bulan Maret 2019 TVRI melakukan terobosan baru semenjak dipimpin oleh Helmy Yahya. Terobosan baru tersebut berupa *rebranding* dari segi penyiaran melalui multiplatform, regenerasi peralatan, peningkatan kualitas program, desain grafis dan *rebranding* logo. *Rebranding* adalah menciptakan nama baru, istilah, simbol, desain, atau suatu kombinasi dengan tujuan mengembangkan suatu pembaharuan dalam pikiran masyarakat (Muzellec dan Lambkin, 2006: 805). TVRI melakukan *rebranding* untuk ke delapan kalinya, logo yang dihadirkan kali ini terkesan elegan dan simple dengan perpaduan dua warna biru dan putih. Selain itu, bentuk logo yang masih menggunakan Logotype dengan huruf sans serif atau huruf tak berkait seperti ini menimbulkan kesan sederhana dan modern. Lingkaran yang mengitari tulisan RI memiliki makna bahwa TVRI sebagai media penyiaran publik memiliki peran sebagai pemersatu bangsa. Ini mempertegas bahwa TVRI sebagai televisi nasional harus mampu menyatukan masyarakat Indonesia melalui informasi-informasi yang disajikan. Selain itu, warna biru yang digunakan pada lingkaran bermakna bahwa TVRI akan selalu menyiarkan konten positif dan relevan dengan kondisi terkini. Bukan hanya logo Melalui *rebranding* inilah TVRI

berusaha mempertahankan ciri khasnya sebagai televisi yang memberikan pendidikan dan kebudayaan bagi masyarakat Indonesia dengan konsep yang lebih baru dan mengikuti perkembangan zaman. (Yusufsangdes, 2019, p. 1). Penambahan alat seperti kamera 4K dan juga studio siaran yang lebih modern dihadirkan dalam *rebranding* kali ini. Fasilitas lainnya yang juga dihadirkan adalah penambahan pemancar digital, yang dulu berjumlah 73 pemancar sekarang menjadi 117 unit. Ini menjadikan TVRI memiliki sebagai stasiun televisi dengan pemancar digital terbanyak mengalahkan televisi swasta, sehingga mampu menjangkau lebih banyak lagi masyarakat di Indonesia. Selain itu, media sosial tidak luput dari kata *rebranding*. Desain grafis dibuat kekinian dengan menonjolkan lingkaran-lingkaran yang menjadikan ciri khas dari TVRI kini, ditambah penggunaan warna cerah. Adanya penambahan siaran olahraga seperti sepak bola Liga Inggris dan kejuaraan bulu tangkis baik tingkat Nasional dan Internasional tentu bertujuan untuk menggaet pemirsa lebih luas lagi, terlebih generasi milenial. Tentu sasaran *rebranding* TVRI merupakan generasi milenial yang lahir dari tahun 1981-2000 dikutip dari data Badan Pusat Statistika (BPS) generasi milenial menempati jumlah terbanyak di Indonesia yaitu 33,25 %. Hal ini menjadi peluang sekaligus ancaman bagi industri tak terkecuali pertelevisian karena generasi ini merupakan generasi yang dinamis dan menyukai inovasi. (Deloitte, 2019, p.25)

TVRI yang merupakan televisi nasional, memiliki jaringan yang luas dan mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan didukung adanya saluran televisi lokal di setiap wilayah Indonesia. TVRI Stasiun Jawa Tengah merupakan stasiun televisi daerah yang didirikan oleh Televisi Republik Indonesia untuk wilayah Provinsi Jawa Tengah. TVRI Stasiun Jawa Tengah didirikan pada tanggal 29 Mei 1996 dengan nama TVRI Semarang. Saat ini, TVRI Jawa Tengah memiliki 14 pemancar yang tersebar di seluruh wilayah Jawa Tengah. Program Siaran TVRI Stasiun Jawa Tengah me-*relay* 92% acara pada TVRI Nasional dan sisanya menayangkan program khusus Provinsi Jawa Tengah dengan format acara berita, dialog, dan *variety show* yang disiarkan secara langsung (*live*) maupun tidak langsung (*tapping*). TVRI Stasiun Jawa Tengah saat ini mencoba menghadirkan program-program untuk menjangkau generasi milenial sebagai

langkah setelah adanya *rebranding*. Usaha tersebut terlihat dari munculnya acara dengan konsep baru seperti Tongsis. Pembawa acara di TVRI Stasiun Jawa Tengah saat ini juga didominasi oleh presenter muda usia 20-40 tahun.

Sebagai televisi tertua di Indonesia, penelitian yang dilakukan pada Juni hingga Agustus 2019 oleh PR2media (Pemantau Regulasi dan Regulator Media) Fisipol UGM menunjukkan warga milenial masih menonton TVRI. Ini dibuktikan dengan 91,45% dari total responden penelitian sebanyak 1.357 milenial menjawab mereka menonton TVRI dan 13% dari responden mengatakan mereka menonton TVRI setiap hari. Hal tersebut menunjukkan adanya peluang TVRI untuk menyasar dan menyajikan konten yang digemari milenial melalui *rebranding* (Rahayu, 2019, p. 7). Pembaharuan TVRI Nasional membawa perubahan pada saluran lokal. Pada 1 April 2019, TVRI Stasiun Jawa Tengah mengalami perubahan dari segi jam tayang dan juga konsep program acara mengikuti konsep *rebranding* yang diusung TVRI Nasional. Perubahan paling dasar terletak pada perubahan logo sesuai logo baru TVRI Nasional dan slot tayangan. Jam Tayang stasiun lokal yang awalnya pukul 14.00-18.00 WIB menjadi siaran slot pagi pukul 08.00-10.00 WIB dan siaran slot sore pukul 16.00-18.00 WIB.

Dampak *rebranding* juga terjadi pada migrasi televisi analog menjadi digital. Dari segi program acara, perubahan terjadi pada desain grafis dan animasi yang digunakan sepanjang siaran. Program acara di TVRI Jawa Tengah mengalami perubahan mulai dari pembaharuan konsep tayangan dan penambahan program baru yang dapat menyasar seluruh lapisan masyarakat khususnya generasi milenial. Program acara di TVRI Stasiun Jawa Tengah setelah adanya *rebranding* adalah sebagai berikut:

1. Sugeng Enjang Sedulur

Acara ini merupakan *talk show* yang ditayangkan secara langsung pada hari Senin-Rabu pukul 08.00-09.00 WIB.

2. Kabar Enjang

Merupakan program acara berita yang ditayangkan secara langsung disertai dengan *talk show* mengenai informasi terkini.

Acara ini ditayangkan setiap hari Senin-Rabu pukul 09.00-10.00 WIB.

3. Dialog Publik

Program acara ini adalah sebuah *talk show* yang informatif serta edukatif mengenai hal-hal yang sedang terjadi di Jawa Tengah dengan menghadirkan narasumber-narasumber yang relevan. Program acara ini ditayangkan setiap hari Selasa pada pukul 17.00 WIB.

4. Jawa Tengah Hari Ini

Merupakan program acara berita yang menayangkan informasi terkini seputar Jawa Tengah dan ditayangkan setiap hari pukul 16.00-17.00 WIB.

5. Arena Anak

Program acara ini merupakan sebuah *talk show* mengenai anak yang tentunya edukatif dan inspiratif. Sebagai salah satu acara yang juga ditayangkan secara langsung, acara ini tayang setiap hari Kamis pukul 09.00 WIB.

6. Ngaji Bareng Kyai

Program acara ini merupakan tausiyah yang menghadirkan kyai dan seorang *host*. Selain tausiyah, program acara ini juga dipadukan dengan sesi tanya jawab interaktif untuk pemirsa yang hadir di studio. Acara ini ditayangkan secara live setiap hari Jumat pukul 09.00 WIB.

7. Tongsis

Salah satu acara yang dihadirkan untuk menysasar generasi milenial ini merupakan acara yang berisikan tayangan *vlog* yang dikirimkan oleh pemirsa TVRI Stasiun Jawa Tengah. Acara ini ditayangkan setiap akhir pekan, yaitu pada hari Minggu pukul 16.30 WIB.

8. Campursari

Program acara ini merupakan *variety show* yang menayangkan *live music* campursari yang ditayangkan setiap hari Kamis pukul 17.00 WIB.

9. *Jateng Sport*

Merupakan program acara yang membawakan informasi terkini seputar olahraga baik di dalam maupun di luar negeri. Program acara ini ditayangkan selama 30 menit setiap hari Kamis pukul 08.30 WIB.

10. *Ketoprak*

Merupakan program acara yang memberikan hiburan berupa pentas drama tradisional. Selain disajikan dengan Bahasa Jawa, acara pentas ini juga menghadirkan tarian dan musik khas Jawa Tengah. Acara ini ditayangkan secara langsung pada hari Sabtu pukul 09.00 WIB.

11. *Kabar Panginyongan*

Merupakan program acara berita berisikan informasi seputar Karesidenan Banyumas yang disajikan dengan Bahasa Ngapak. Acara ini ditayangkan setiap hari Sabtu pukul 16.00-17.00 WIB.

Konsep program acara yang diusung TVRI Jawa Tengah setelah adanya *rebranding* mencoba menjangkau seluruh lapisan masyarakat melalui program yang sesuai dengan kategori penonton. Usaha menjangkau generasi milenial terlihat pada pembaharuan konsep tayangan dengan menghadirkan pembawa acara usia 20-40 tahun serta penambahan program baru seperti *Tongsis*. Berdasarkan survei yang telah tim lakukan kepada 70 orang masyarakat milenial di Jawa Tengah dengan rentan usia 19-35 tahun, sebanyak 93% menjawab mengetahui adanya TVRI Stasiun Jawa Tengah sebagai televisi lokal yang menayangkan informasi berupa berita terkini dan budaya seputar Jawa Tengah. Berdasarkan hasil survei ini lah TVRI Stasiun Jawa Tengah menjadi stasiun televisi yang dipilih dalam menayangkan konten yang dibuat pada karya bidang ini. Selain itu, pemilihan TVRI Stasiun Jawa Tengah juga diperkuat dari pengetahuan masyarakat milenial

mengenai televisi lokal yang paling banyak memilih TVRI Stasiun Jawa Tengah, yaitu sebanyak 75,7%.

Peluang yang dimiliki TVRI Jawa Tengah untuk menyasar milenial perlu diiringi dengan program dengan konsep yang segar dan inovatif. Program berita yang ditawarkan oleh TVRI Jawa Tengah belum maksimal dalam mengelola program dengan konsep yang menghibur namun tetap edukatif dan informatif. Terbukti dengan belum terpenuhinya slot berita *feature* pada program berita Jawa Tengah Hari Ini. Acara berita ini memiliki konsep puncak dan lembah atau “*Peaks and Valleys*” dalam penyusunan *rundown*-nya. Susunan berita yang disiarkan dimulai dari berita yang paling penting atau kuat, disusul dengan berita yang kurang kuat (Morissan, 2010: 23). Program berita di TVRI Stasiun Jawa Tengah idealnya menayangkan berita berat (*hard news*) kemudian diakhiri dengan berita ringan (*soft news*) berbentuk *feature* di akhir segmen. Sayangnya, keterbatasan sumber daya manusia membuat TVRI Stasiun Jawa Tengah belum mampu memenuhi format tersebut, sebagian besar berita yang ditayangkan di program berita TVRI Stasiun Jawa Tengah adalah berita terkini yang berbentuk *hard news*. Padahal, berdasarkan hasil survei, sebanyak 27,1% masyarakat milenial Jawa Tengah menyukai tayangan *feature*. *Feature* sendiri merupakan jenis berita ringan yang biasanya isinya menghibur, walaupun begitu berita jenis ini tetap berisi informasi yang dapat mengedukasi masyarakat. Berbeda dari *Hard news* atau berita hangat yang aktual dan terkesan serius, *feature* berisikan *human interest* yang tidak selalu baru dan tidak memiliki aturan baku sehingga dikemas lebih kreatif agar menarik (Rolnicki, 2008: 3). Berdasarkan hasil riset mengenai ketertarikan responden mengenai program *feature* di TVRI kepada masyarakat usia milenial di Jawa Tengah, 93% menjawab tertarik jika ada program *feature* di TVRI Stasiun Jawa Tengah. Oleh karena itu, melalui semangat pembaharuan TVRI Stasiun Jawa Tengah dalam menjangkau kalangan milenial, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro yang tergabung dalam kelompok karya bidang ini mengusung tayangan berupa *feature* yang akan tayang pada segmen terakhir program Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Stasiun Jawa Tengah.

Berdasarkan survei kepada 70 orang generasi milenial di Jawa Tengah, 32,9% lebih suka menyaksikan acara *feature* pada sore hari, 27,1% suka menonton *feature* di pagi hari, 20% suka menonton *feature* di malam hari, sementara 20% suka menonton *feature* pada siang hari. Segmen *feature* yang diusung pada karya bidang ini akan ditayangkan pada segmen terakhir acara-acara program berita di TVRI Stasiun Jawa Tengah, yaitu Jawa Tengah Hari Ini yang tayang setiap hari Senin-Jumat pada slot sore pukul 16.00-17.00 WIB. Sementara itu untuk tema tayangan, pariwisata menduduki peringkat tertinggi karena dipilih 47 kali, sementara itu tema kuliner dipilih sebanyak 36 kali, tema hobi dan kreatifitas dipilih sebanyak 42 kali, tema profil/tokoh dipilih sebanyak 14 kali, dan lingkungan hidup dipilih sebanyak 10 kali. Tayangan di segmen ini akan ditujukan pada generasi milenial yang dikenal gemar melakukan eksplorasi untuk memenuhi rasa penasaran mereka seputar pariwisata, kuliner, dan hobi khususnya dengan topik yang saat ini sedang tren di masyarakat.

TVRI sebagai televisi nasional sekaligus televisi pertama di Indonesia erat dengan kesan kuno karena menayangkan acara-acara yang dikemas dengan konsep sederhana jika dibandingkan dengan acara televisi swasta. TVRI Stasiun Jawa Tengah juga belum mampu menjangkau masyarakat milenial karena acara yang sebagian besar berupa berita hanya menyampaikan berita terkini (*hard news*) dan belum memuat *feature* yang ringan serta menarik. (Andreas Yulianto, komunikasi pribadi, 18 September 2019.). Berangkat dari semangat *rebranding* TVRI Stasiun Jawa Tengah untuk menjangkau masyarakat milenial dan hasil survei ketertarikan masyarakat usia milenial terhadap segmen *feature* dalam acara berita, tim karya bidang ini menghadirkan segmen dalam acara berita TVRI Stasiun Jawa Tengah yakni Jawa Tengah Hari Ini sebagai tayangan *feature* dengan topik seputar kuliner, pariwisata dan hobi yang tengah menjadi tren di kalangan masyarakat dengan dikemas secara menarik serta mengedukasi. Kemunculan *feature* yang berisi konten terkini merupakan angin segar untuk menjangkau kalangan masyarakat yang lebih luas, khususnya pada usia milenial yang dinamis dan gemar mengikuti tren.

Dalam artikel yang dibuat Ryan Bayu Nugroho (2018), anak muda cenderung lebih memilih menonton video atau tayangan dengan durasi yang singkat

pada media. Pola perilaku milenial menunjukkan bahwa masyarakat usia muda membutuhkan tayangan dengan konten yang berkualitas dengan durasi pendek dan dikemas secara kreatif agar tidak terkesan membosankan. (Nugroho, 2018, p. 3). Sebesar 62,9% dari 70 responden usia milenial di Jawa Tengah menyatakan lebih suka menonton tayangan *feature* di televisi berdurasi singkat antara 3-7 menit daripada *feature* yang diulas dengan durasi panjang (lebih dari 15 menit). Berdasarkan survei tersebut segmen *feature* pada karya bidang ini akan dikemas dengan durasi singkat antara 3- menit dengan konten yang ringan dan mengangkat sudut pandang (*angle*) yang menarik serta berkaitan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat milenial saat ini.

Semakin meningkatnya penggunaan media digital menciptakan asumsi kalau media digital mendominasi media konvensional. Namun, di tahun 2018 Hasil riset *Nielsen Consumer Media View* mengungkapkan 96% Generasi Milenial menonton televisi dan 58% mengakses internet. Hal tersebut menunjukkan bahwa walaupun sekarang masyarakat Indonesia sedang berada dalam perkembangan era digital, namun televisi masih menjadi salah satu media yang banyak penggemarnya (Bachdar, 2018, p. 3). Perkembangan teknologi yang memunculkan pola konsumsi media melalui internet, di sisi lain juga mendorong perkembangan televisi konvensional untuk bersiaran secara *streaming*. Berdasarkan survei dengan 70 masyarakat usia milenial sebanyak 67,1% dapat mengakses TVRI Stasiun Jawa Tengah secara online melalui *streaming*, sedangkan 32,9% lainnya hanya dapat mengakses TVRI Stasiun Jawa Tengah melalui televisi konvensional. Perkembangan televisi sebagai media konvensional yang semakin meluas ke ranah digital, secara tidak langsung juga memerlukan pembaharuan serta inovasi untuk bertahan di tengah persaingan media yang semakin ketat. Oleh karena itu, tersedianya konten yang berkualitas, menarik, serta edukatif dibutuhkan untuk memunculkan minat masyarakat untuk mengakses televisi baik secara konvensional maupun secara *online* melalui siaran *streaming*.

Berdasarkan latar belakang pada karya bidang ini, dibutuhkan analisis SWOT untuk menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki

program *feature* pada acara Jawa Tengah Hari Ini, serta analisis mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi program *feature* pada acara Jawa Tengah Hari Ini.

Tabel 1. 1 Analisis SWOT segmen berita *feature* Jawa Tengah Hari Ini

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat usia milenial menyukai hal-hal yang sedang tren di masyarakat • Menayangkan <i>feature</i> yang membahas seputar pariwisata, kuliner, dan hobi di Jawa Tengah sehingga menimbulkan kedekatan pada penonton • Tayangan dikemas dengan kreatif dan berdurasi singkat sehingga tidak membosankan 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki jam tayang di luar jam tayang <i>prime time</i>.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Sejalan dengan tujuan <i>rebranding</i> TVRI untuk menjangkau generasi milenial • Tayang pada segmen terakhir acara berita TVRI Jawa Tengah yang telah diketahui masyarakat • Kehadiran media sosial untuk mempromosikan program 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat program acara lain yang lebih menarik dan sudah memiliki penonton setia

1.3 Rumusan Masalah

TVRI Stasiun Jawa Tengah merupakan salah satu televisi lokal milik TVRI yang berperan menyiarkan informasi, hiburan, serta edukasi kepada masyarakat di wilayah Jawa Tengah. Munculnya rebranding pada TVRI menuntut setiap stasiun lokal mampu melakukan pembaharuan dalam konsep serta kualitas tayangan sesuai dengan perkembangan zaman untuk menjangkau masyarakat lebih luas khususnya generasi milenial usia (19-35 tahun). Jalannya *rebranding* harus diikuti dengan inovasi tayangan sesuai dengan selera masyarakat saat ini. Misalnya saja pada program berita, masyarakat usia milenial menggemari tayangan berita *feature* dengan durasi pendek dan disertai dengan reporter yang ikut turun ke lapangan. Sayangnya, TVRI Stasiun Jawa Tengah belum mampu mengolah segmen berita *feature* secara maksimal karena keterbatasan sumber daya manusia.

Berkaitan dengan hal tersebut, tim karya bidang ini mengakomodasi tujuan *rebranding* TVRI Jawa Tengah dengan menghadirkan segmen *feature* dengan mengangkat topik seputar wisata, kuliner, dan hobi yang tengah digemari masyarakat milenial di Jawa Tengah. Segmen *feature* tersebut tayang pada program Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Stasiun Jawa Tengah. Adanya program *feature* yang menyajikan kualitas tayangan informatif, menarik, dan edukatif diharapkan dapat meningkatkan mutu tayangan TVRI Stasiun Jawa Tengah sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga memunculkan ketertarikan generasi milenial di Jawa Tengah untuk menyaksikan program di TVRI Stasiun Jawa Tengah.

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka telah ditentukan bahwa program ini memiliki tujuan untuk menjangkau generasi milenial sesuai dengan jalannya *rebranding* TVRI Jawa Tengah dan bertujuan untuk memberikan informasi serta pengetahuan kepada masyarakat melalui *feature* yang membahas topik yang sedang populer khususnya seputar pariwisata, kuliner, dan hobi.

1.5 Signifikansi

a. Signifikansi Akademik

Program televisi ini sebagai hasil penerapan dari materi dan ilmu jurnalistik, khususnya pada mata kuliah Pemrograman Penyiaran, Produksi Video, Produksi Berita Televisi, dan Teknik Penulisan Berita Televisi sehingga menghasilkan karya jurnalistik yang layak untuk ditayangkan di televisi.

b. Signifikansi Praktis

Karya bidang ini hadir sebagai tayangan dengan format *feature* yang disajikan informatif, menarik, serta mengedukasi bagi pemirsa. Program ini dapat menjadi rujukan bagi televisi lokal maupun nasional dalam menyajikan tayangan yang lebih menarik namun berkualitas bagi masyarakat khususnya generasi milenial.

c. Signifikansi Sosial

Karya bidang ini diharapkan dapat menghibur dan menambah pengetahuan pemirsa khususnya masyarakat Jawa Tengah mengenai informasi seputar wisata, kuliner, dan hobi melalui berita *feature* yang ditayangkan di TVRI Stasiun Jawa Tengah.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Paradigma Positivisme

Guba & Lincoln (dalam Mc Quail, 1994: 107) menjelaskan bahwa paradigma dipandang sebagai sekumpulan kepercayaan dasar yang berkaitan dengan prinsip – prinsip utama. Paradigma memberikan pandangan dunia yang menentukan bagi pengikutnya, sifat dari “dunia” bagi para peneliti, serta memberikan penjelasan tentang apa yang hendak mereka lakukan dan apa saja yang masuk dan di luar batas – batas penelitian yang sah. Paradigma merupakan representasi yang menggambarkan alam semesta. Paradigma juga dapat dikatakan sebagai perspektif seseorang atau kelompok masyarakat dalam mengamati sesuatu yang terjadi.

Paradigma adalah sistem keyakinan dasar yang menuntun peneliti. Dedy N. Hidayat (dalam Sulistyaningtyas dkk, 2015: 13-14) menjelaskan bahwa paradigma dapat menjadi landasan berpikir untuk menentukan:

- Epistemologis: menyangkut asumsi mengenai hubungan antara peneliti dengan yang diteliti.
- Ontologis: menyangkut dengan objek atau realitas sosial yang diteliti.
- Metodologis: asumsi bagaimana peneliti memperoleh pengetahuan.
- Aksiologis: berkaitan dengan value judgments, etika dan pilihan moral peneliti dalam melakukan penelitian.

Paradigma yang digunakan dalam Karya Bidang ini adalah paradigma positivisme. Dasar dari paradigma ini dikenalkan oleh Aguste Comte pada abad ke 17. Kata “positif” mengacu pada kata faktual atau berdasarkan fakta-fakta yang empirik. Pada dasarnya positivisme dapat dikategorikan sebagai realism dan fondasionalisme epistemologis dimana meyakini ilmu pengetahuan merupakan penggambaran kenyataan secara apa adanya berdasarkan nalar rasional manusia (Nurhadi, 2017: 33).

Paradigma positivisme mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses linear atau proses sebab akibat, yang mencerminkan pengirim pesan (komunikator/encoder) untuk mengubah pengetahuan (sikap/perilaku) penerima pesan (komunikand/decoder) yang pasif. Paradigma positivisme cenderung menilai efek responden (komunikand) terhadap pesan yang dikirim oleh komunikator dengan cara menilai proses decoding seseorang berdasarkan perhitungan sesuai dengan fakta yang ada. Paradigma positivisme mengacu pada fakta, sehingga berlaku aturan verifikasi atau menguji teori yang telah ada.

1.6.2 Teori Agenda Setting

Media massa merupakan suatu saluran yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi publik karena jangkauannya yang luas. Penelitian De Dleure dan Ball-Rokeach (1989) menunjukkan bahwa publisitas di media massa memiliki dampak yang efektif dalam membentuk opini dan memengaruhi perilaku

seseorang secara individu maupun kelompok masyarakat. (Mc Quail, 2011: 57). Ciri utama media massa adalah dirancang untuk menjangkau banyak orang. Pengirim pesan biasanya adalah media itu sendiri dan penerima pesan adalah khalayak umum yang bersifat anonim. Hal ini membuat hubungan antara pengirim dan penerima pesan bersifat satu arah. Konten simbolis atau pesan yang disajikan kepada khayalak adalah hasil dari standardisasi yang dilakukan oleh media. Dalam teori agenda setting, media memiliki kemampuan untuk memilih dan menonjolkan isu-isu tertentu karena topik itu dipandang penting.

Agenda Setting adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku sebagai pusat penentu kebenaran dengan kemampuan media massa mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Maxwell E. McComb dan Donald L. Shaw menjelaskan ada hubungan positif antara penonjolan topik-topik penting pada komunikasi massa dengan isu yang ada di tengah masyarakat pada waktu tertentu, konsep ini dinyatakan dalam istilah kausal atau sebab akibat. Fungsi agenda setting terdiri dari tiga bagian sebagai sebuah proses yang linier:

- Media agenda: memastikan prioritas atas isu-isu yang muncul di media.
- Public agenda: agenda media lewat proses tertentu memengaruhi apa yang dipikirkan oleh publik
- Policy agenda: agenda publik tersebut lewat proses tertentu memengaruhi atau berinteraksi dengan apa yang dipikirkan oleh para pembuat kebijakan sebagai hal yang penting. (Littlejohn, 2000: 320 dikutip dalam Simarmata, 2014: 129)

Agar fungsi diatas dapat tercapai, agenda setting melalui dua tingkatan, tingkat pertama adalah menyaring dan membentuk isu, pengiriman objek yang ditekankan di media ke tempat utama dalam pikiran khalayak. Sementara itu tingkat kedua adalah pengiriman pesan dengan penonjolan suatu isu dominan yang diasosiasikan oleh media dengan objek tertentu dan

karakteristik khusus sehingga menjadi penting disbanding isu yang lain (Griffin, 2006:40 dikutip dalam Simarmata, 2014:129). Proses agenda setting level dua ini kemudia dikembangkan menjadi framing.

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagaian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa ke mana berita tersebut (Sobur, 2009: 162).

1.7 Kerangka Berpikir

Berdasarkan pada penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media berperan sebagai pusat penentu kebenaran dengan kemampuannya dalam mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik, serta perhatian masyarakat kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Topik-topik penting yang mencoba ditonjolkan pada komunikasi massa berhubungan dengan dengan isu yang tengah berkembang di masyarakat pada waktu tertentu.

Dalam karya bidang ini, mahasiswa berperan aktif sebagai jurnalis sekaligus komunikator yang bertugas mengirim pesan kepada masyarakat melalui media massa. Isu-isu yang diangkat adalah topik mengenai kuliner, pariwisata, dan hobi yang ada di Jawa Tengah. Penonjolan topik-topik yang tengah tren dan dikemas menjadi berita feature merupakan agenda media dalam hal *rebranding* TVRI Stasiun Jawa Tengah untuk menjangkau semua lapisan masyarakat khususnya generasi milenial. Pada praktiknya, penentuan topik dan juga format acara dipengaruhi fakta lapangan dari hasil survei, hal ini digunakan untuk mengerahui isu apa saja yang dianggap penting oleh khalayak. Penentuan topik

dalam karya bidang ini merupakan tahap pertama dalam agenda setting. Tahap selanjutnya isu-isu tersebut diolah menjadi berita feature dengan kemasan yang kreatif dan edukatif yang tayang pada acara berita TVRI Stasiun Jawa Tengah sebagai salah satu usaha *rebranding*.

1.8 Tinjauan Pustaka

1.8.1 Pemrograman Penyiaran

Secara umum program siaran televisi terbagi menjadi dua bagian, yaitu program hiburan populer disebut dengan *entertainment* dan informasi disebut juga program *news*. (Latief & Utud, 2015:6).

Latief & Utud (2015) menjelaskan bahwa program informasi adalah program yang bertujuan memberikan tambahan pengetahuan kepada penonton melalui informasi yang dibagi menjadi dua format yaitu *hard news* dan *soft news*. Selanjutnya, Latief dan Utud (2015: 40-41) menjelaskan bahwa *feature* adalah berita ringan namun menarik, tidak terikat dengan waktu (*timeless*). *Feature* berita yang mengangkat *human interest* atau hal-hal yang dianggap menarik, bermanfaat, atau mendatangkan rasa simpati dan perlu diketahui masyarakat luas.

Program yang diusung dalam karya bidang mahasiswa ini menampilkan tayangan berkategori *feature* yang mengangkat berita-berita seputar pariwisata, kuliner, dan hobi pada acara berita TVRI Jawa Tengah. Jika ditelaah, pada segmen ini merupakan program kategori informasi atau *news* karena berisi *feature* yang menayangkan tayangan seputar pariwisata, kuliner dan hobi untuk menambah informasi dan pengetahuan masyarakat.

1.8.2 Produksi Berita Televisi

Produksi berita televisi merupakan kegiatan jurnalistik yang mengemas informasi menjadi berita dalam format audio visual agar dapat ditonton oleh masyarakat luas. Dalam prosesnya, produksi berita televisi merupakan suatu praktik dalam kegiatan jurnalistik yang mencakup proses *news gathering*, *news processing*, dan *news presenting* (Hasfi dan Bayu, 2013: 20).

a. *News Gathering*

Tahapan pengumpulan berita (*news gathering*) merupakan tahap awal untuk menentukan berita apa yang diliput, tentu saja hal ini sangat berkaitan erat dengan peristiwa apa yang sedang terjadi dan memiliki nilai jurnalistik untuk diliput pada saat itu (Oramahi, 2015: 38). Konten yang ditayangkan adalah seputar pariwisata, kuliner, dan hobi, sejumlah 48 segmen.

b. *News Processing*

News processing merupakan serangkaian proses yang dilakukan untuk mengolah informasi menjadi sebuah paket berita sebelum dapat disiarkan pada publik. Proses tersebut meliputi pembuatan naskah berita, mengisi suara (*voice over*), dan penyuntingan video. Pada peliputan kali ini menggunakan produksi *low cost budget*, dimana informasi dari liputan diproduksi secara mandiri oleh mahasiswa menggunakan alat pribadi sehingga menjadi sebuah paket berita sesuai dengan konsep jurnalistik yang layak ditayangkan di televisi.

c. *News Presenting*

News presenting merupakan tahap akhir dalam produksi berita televisi, pada tahap ini karya bidang mahasiswa yang merupakan berita *feature* telah disiarkan pada segmen terakhir program acara berita TVRI Stasiun Jawa Tengah yaitu Jawa Tengah Hari Ini.

1.8.3 Produksi Video

Prinsip pengambilan gambar pada kamera televisi adalah mewakili mata penonton untuk melihat peristiwa seolah-olah secara langsung di lokasi peristiwa menurut Hasfi dan Bayu (2013: 57). Untuk itu merupakan hal utama yang perlu diperhatikan oleh perekam gambar yaitu:

- a. *Focus* (ketajaman gambar adalah hal utama, tidak boleh blur)
- b. *Irish* (terang natural/alamiah)
- c. *Type of Shot* (tipe pengambilan gambar, ukuran dan kepadatan gambar)

- *Long Shot/Full Shot*

Long shot adalah pengambilan gambar dengan subjek/objek secara utuh terekam oleh kamera. Untuk mendapatkan gambar ini, juru kamera perlu berdiri jauh dari subjek/objek agar gambar yang diambil dapat menjelaskan suatu peristiwa secara keseluruhan.

- *Medium Shot*

Pengambilan gambar dengan jarak menengah, atau tidak terlalu jauh dari subjek/objek. Apabila merekam subjek manusia, *medium shot* adalah pengambilan gambar dengan komposisi *framing* batas atas *headroom* subjek dan batas bawah sejajar perut atau sampai dengan lutut.

- *Close Up*

Close up merupakan cara pengambilan gambar dengan posisi kamera dekat dengan objek. Teknik ini digunakan untuk memperlihatkan detail suatu objek kepada penonton. Apabila merekam manusia, *close up* merekam bagian badan tertentu subjek secara padat atau penuh dalam satu *frame*.

d. *Composition*

e. Stabil tidak banyak guncangan

f. *Camera Movement* (pergerakan kamera)

Ada banyak teknik pengambilan gambar dalam materi jurnalistik, namun untuk kebutuhan program berita, TVRI Jawa Tengah hanya menggunakan teknik kamera berikut ini:

- *Still*

Still adalah merekam dengan teknik diam dan stabil. Gambar yang dihasilkan berguna untuk memberikan gambaran sebenarnya sehingga penonton seakan-akan melihatnya secara langsung kejadian yang diberitakan.

- *Panning*

Gerakan kamera secara mendatar/horizontal ke arah kiri maupun kanan. Disebut *pan right* apabila pergerakannya menyamping ke

arah kanan, dan *pan left* jika bergerak searah menyamping ke kiri. Gerakan ini menghasilkan kesan seperti orang dengan posisi tubuh diam namun menoleh ke arah kiri atau kanan.

- *Tilting*

Gerakan kamera video secara vertikal ke arah atas atau bawah. Disebut *tilt up* jika gerakan kamera vertikal ke atas. Dan disebut *tilt down* jika gerakan kamera ke arah bawah. Gerakan ini memberikan kesan seperti pandangan orang yang menggerakkan kepala dari atas ke bawah atau sebaliknya.

- *Zooming*

Zooming adalah efek dari pergerakan lensa objektif di dalam kamera sehingga menghasilkan komposisi gambar yang padat/dekat (*zoom in*) hingga longgar/jauh (*zoom out*). Dengan fitur ini kamera dapat mengambil objek walaupun letak kamera relatif jauh.

g. *Continuity* (kesinambungan gambar)

h. *Motivation* (alasan setiap shot yang diambil)

Merujuk penjelasan di atas, pada segmen ini terdiri dari format program *feature*. Walaupun sebagai tayangan berita, format ini memerlukan pengambilan gambar serta editing yang menarik dan variatif agar penonton tertarik dan tidak bosan. Hal ini juga berguna untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan cara “bercerita” suatu topik yang menarik dalam durasi 3-5 menit agar pemirsa dapat menyerap informasi dengan maksimal.

1.8.3 Teknik Penulisan Berita Penyiaran

Jurnalistik televisi memiliki karakteristik tersendiri dalam menggunakan bahasa untuk didengar oleh khalayaknya. Hal ini dikarenakan televisi (dan radio) memiliki sifat *intimacy* atau kedekatan dengan pendengarnya. Bahasa yang digunakan bukanlah bahasa tulisan, tetapi bahasa lisan. Alasan utama kenapa menggunakan bahasa lisan yaitu berita televisi adalah berita untuk didengar, bukan untuk dibaca, sehingga menulis berita

televisi dapat disebut dengan menulis untuk telinga (*writing for the ear*) (Oramahi, 2015: 49).

Pada dasarnya menulis naskah berita di semua media memiliki prinsip dasar yang sama. Namun secara teknis, naskah televisi menggunakan bahasa yang lebih sederhana dan lugas. Prinsip ekonomi kata (*word economy*) harus menjadi patokan utama saat membuat berita televisi. Secara teknis syaratnya adalah sebagai berikut (Hasfi dan Bayu, 2013: 90):

- Satu kalimat maksimal terdiri dari 20 kata, atau jika dibaca berdurasi maksimal 3 detik.
- Satu kalimat satu gagasan.
- Gunakan bahasa percakapan (menceritakan bukan menulis).
- Hindari kata sifat karena gambar sudah bisa mewakili.
- Hindari bahasa dari dokumen atau laporan yang tidak bisa diterjemahkan untuk televisi.
- Hindari pengulangan kata dan penggunaan kata klise.

Dalam perkembangannya, bahasa tutur dalam hal ini juga disebut sebagai bahasa visual juga mengalami berbagai perubahan dan semakin bervariasi, termasuk dalam gaya bertutur visual *feature* yang menjadi lebih kreatif dibanding dengan penulisan berita pada umumnya. Gaya bertutur visual *feature* disini, diadopsi dari gaya bertutur sebuah karya film dokumenter, yang secara pendekatan emosi psikologi antara *feature* dan dokumenter memiliki kesamaan, yakni mengungkap dramatik kehidupan fakta umat manusia yang divisualisasikan. Namun, dalam penyajiannya, *feature* mengungkap fakta yang dibumbui dengan apa yang disebut dengan human interest (Mabruri, 2013: 99).

Segmen ini merupakan *feature* atau berita kisah. Penulisan naskah berita pada setiap tayangan menggunakan narasi yang menceritakan suatu peristiwa yang berhubungan dengan pariwisata, kuliner, dan hobi kepada masyarakat secara lengkap pada satu sudut pandang tertentu yang ingin diangkat. *Feature* telah dikemas secara menarik namun tidak meninggalkan

prinsip 5W+1H agar masyarakat mendapatkan informasi, pengetahuan dan edukasi dengan maksimal melalui tayangan ini.

1.8.4 Feature

Program berita yang menampilkan berita-berita ringan misalnya informasi mengenai tempat makan yang enak atau tempat liburan yang menarik, berita semacam ini disebut *feature*. Dengan demikian, *feature* adalah berita ringan namun menarik dalam artian lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Pada dasarnya berita-berita semacam ini dapat dikatakan sebagai *soft news* karena tidak terlalu terikat waktu penayangan, namun karena durasinya singkat (kurang dari lima menit) dan ia menjadi bagian dari program berita maka *feature* masuk dalam kategori *hard news* (Morissan, 2008: 25).

Pada dasarnya *feature* adalah cerita atau kerangka khas yang berpijak pada fakta dan data diperoleh melalui proses jurnalistik. Disebut cerita atau kerangka khas, karena *feature* bukanlah penuturan atau laporan tentang fakta secara lurus atau lampang pada berita langsung (*straight news*). Wolsey dan Campbell dalam *Exploring Journalism* (1957) memasukkan *feature* dalam segi hiburan (*entertainment*). *Feature* bagaikan asinan dalam sajian makanan, bukan merupakan kalori utama tetapi menimbulkan selera makan dan penyedap sehingga menjadi bagian yang cukup penting. *Feature* jelas bukan merupakan menu utama di media massa. Menu utama media adalah berita (*hard news*) yang berpacu pada kaidah piramida terbalik dan 5W+1H serta disajikan sebagai laporan yang sifatnya formal. Penulisan *feature* tidak tunduk pada kaidah piramida terbalik dan 5W+1H. Namun, walaupun demikian karya *feature* harus mengandung semua unsur 5W+1H. Perbedaan *feature* dan berita langsung terletak pada cara penyampaiannya dimana *feature* disajikan dalam bahasa pengisahan yang sifatnya kreatif dan informal (Sumadiria, 2008: 150-151).

1.9 Kerangka Konsep

1.9.1 Kerangka Segmen

- a. Sebagai bagian dari program berita, segmen ini menggunakan latar di luar studio sesuai dengan lokasi liputan lapangan yang berbeda setiap segmennya.
- b. Segmen ini dibawakan oleh reporter yang terjun langsung ke lapangan untuk mengeksplorasi suatu tempat demi mendapatkan informasi.
- c. Segmen ini juga berisi *soundbite* dari narasumber terkait dan juga untuk menguatkan informasi dalam berita. Selain itu juga ada video pendapat atau perspektif masyarakat (*voxpopuli*).
- d. Menggunakan bahasa sesuai dengan KBBI yang dibawakan dengan santai namun tetap formal.
- e. Video yang telah ditayangkan berupa gambar dengan tipe pengambilan *still* (diam) untuk memberikan gambaran situasi sebenarnya kepada masyarakat. Namun, pada beberapa objek dan situasi, pergerakan kamera seperti *tilt*, *panning*, dan *zoom* dilakukan.

1.9.2 Format dan Sajian Durasi

Karya bidang mahasiswa ini berkontribusi dalam penyedia konten berformat *feature* pada program acara yang dibawah Bidang Berita di TVRI Stasiun Jawa Tengah yaitu Jawa Tengah Hari Ini yang tayang hari Senin-Jumat pukul 16.00-17.00 WIB. *Feature* tersebut berdurasi 3-5 menit dengan total 48 segmen yang tayang dari tanggal 26 Juli – 2 November 2020. Segmen program ini memberikan informasi dengan jenis *feature*. Adanya konten *feature* merupakan upaya *rebranding* TVRI Stasiun Jawa Tengah untuk menjangkau semua kalangan di masyarakat khususnya generasi milenial. Segmen pada program ini dikemas secara ringan, menarik dan informatif dengan pembahasan mengenai pariwisata, kuliner, dan juga hobi (komunitas).

1.9.3 Segmentasi

a. Segmentasi Demografis

Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Umur	: 19-35 tahun
Status Ekonomi Sosial	: B-C
Pendidikan	: SMA sampai Sarjana

b. Segmentasi Geografis

Khalayak yang berada di wilayah Jawa Tengah dan terjangkau oleh jaringan TVRI Jawa Tengah.

1.9.4 Goals dan Objective

Mahasiswa telah memproduksi segmen tayangan televisi sebanyak 48 segmen dan telah ditayangkan di program berita TVRI Stasiun Jawa Tengah. Selain itu, segmen ini juga memanfaatkan platform Youtube, mengingat tayangan ini ditujukan untuk menasar generasi milenial yang saat ini cenderung menggunakan media internet untuk memperoleh informasi.

1.9.5 Pembagian Kerja

a. Produser

Produser berasal dari kata produce, artinya yang memproduksi. Bila dikaitkan dengan dunia pertelevisian berarti orang yang memproduksi program acara. Jadi, produser adalah awak redaksi yang merancang, mengolah, dan memproduksi program acara (Harahap, 2018: 17).

Produser bertanggung jawab terhadap suatu program berita. Produser bertugas memutuskan berita-berita apa saja yang disiarkan dalam program beritanya, berapa lama durasi suatu berita dapat disiarkan, format berita apa yang digunakan. Produser juga harus menyusun bagaimana urutan beritanya (Morissan, 2008: 44).

b. Juru Kamera (*Camera Person*)

Juru kamera (*camera person*) bertanggung jawab atas semua aspek teknis pengambilan dan perekaman gambar. Seorang juru kamera harus memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan ketika mengambil

gambar. Juru kamera harus memastikan bahwa gambar yang diambilnya sudah tajam (fokus), komposisi gambar (*framing*) yang sudah tepat, pengaturan level atau tingkat suara sudah sesuai, warna gambar yang sesuai dengan aslinya (natural) dan juru kamera mendapatkan gambar (*shot*) yang terbaik (Morissan, 2008: 93).

Juru kamera adalah awak redaksi yang bertugas mengambil gambar sesuai yang tengah dicari dan dikumpulkan reporter juru kamera harus mengambil gambar sesuai keinginan dan kebutuhan reporter dengan inisiatif dan berbagai kreatifitas lainnya yang tidak melenceng dengan kebutuhan reporter. Juru kamera harus memiliki pengetahuan jurnalistik sebab gambar yang diambilnya mesti memiliki nilai berita (Harahap, 2018: 15&16).

c. Penyunting Video (*Video Editor*)

Informasi yang diperoleh dari lapangan perlu diolah kembali oleh *video editor*. Teknologi mengedit gambar dan suara telah berkembang dengan sangat pesat belakangan ini. *Video editing* adalah pekerjaan memotong-motong dan merangkai (menyambung) potongan-potongan gambar sehingga menjadi film berita yang utuh dan dapat dimengerti (Morissan, 2008: 217).

Editing adalah pekerjaan memilih gambar (*shot*) dan menyesuaikan gambar itu dengan gambar berikutnya sehingga menjadi suatu sekuen yang memiliki cerita yang logis dan saling berkaitan. Rangkaian gambar harus disusun sedemikian rupa sehingga penonton dapat menyaksikan perjalanan gambar (*visual journey*) yang menarik dan tidak membosankan (Morissan, 2008: 221 & 222).

d. Penulis Naskah (*Scriptwriter*)

Menulis naskah berita pada dasarnya adalah proses merangkum dan memilih sejumlah fakta terpenting yang nantinya membantu reporter atau penulis naskah (*writer*) untuk mengungkapkan atau menceritakan suatu peristiwa.

e. Pengisi Suara (*Dubber*)

Naskah berita hanya sebagian dari berita televisi sedangkan lainnya adalah gambar. Berita di televisi berbentuk *audio visual* dengan format video. Sebelum masuk ke tahap *editing* hal yang harus dilakukan adalah merekam *voice over* reporter atau merekam suara saat membaca naskah berita, istilah ini dikenal dengan pengisi suara (*dubbing*) (Morissan 2008: 208).

f. Reporter

Reporter adalah awak redaksi yang bertugas mencari, mengumpulkan dan melaporkan berita. Profesionalisme reporter diukur dari keterampilan (*skill*), pengetahuan, dan etikanya. Keterampilan yang harus dimiliki reporter antara lain menyangkut keterampilan meliput, wawancara, dan menulis berita. Pengetahuan reporter adalah menyangkut penguasaan objek liputan (*beat*). Dalam menjalankan tugas, reporter harus memegang teguh Kode Etik Jurnalistik serta harus kreatif dalam mengolah peristiwa-peristiwa yang memiliki nilai jurnalistik (Harahap, 2018: 13&14).

1.9.6 Mekanisme Produksi

a. Pra Produksi

- Menentukan ide, konsep, dan isi program
- Melakukan survei dan riset
- Mengurus izin
- Pembuatan proposal

b. Produksi

- Menyiapkan peralatan liputan untuk memulai produksi. Peralatan yang digunakan pada karya bidang ini meliputi:

- Kamera

Kamera berfungsi untuk mengambil gambar. Kamera yang digunakan dalam produksi karya bidang ini adalah kamera DSLR merek Canon dengan tipe 700D, 750D, dan 1200D. Kamera DSLR biasanya digunakan untuk mengambil foto,

namun kamera jenis ini juga memiliki fitur video dengan resolusi full HD, sehingga mampu digunakan untuk memproduksi video untuk konten televisi. Keuntungan menggunakan kamera DSLR adalah *setting*-nya yang lengkap setara dengan kamera profesional yang dapat disesuaikan kebutuhan agar kualitas gambarnya maksimal. Selain itu keuntungan lain dari menggunakan kamera jenis ini adalah ukurannya yang kecil sehingga mudah dibawa liputan lapangan.

- Tripod

Kaki tiga atau tripod dalam fotografi merupakan alat yang digunakan untuk menopang badan kamera agak tegak. Dalam proses pengambilan video tripod berguna untuk membantu juru kamera dalam mengambil video agar hasilnya stabil dan tidak berguncang (*shaking*). Tripod yang digunakan dalam memproduksi konten karya bidang ini adalah tripod untuk kamera DSLR

- Microphone Eksternal

Microphone eksternal atau biasa disebut dengan mic ini berguna untuk menangkap suara agar hasilnya lebih jernih dibandingkan dengan mic internal yang ada di kamera. Mic yang digunakan dalam produksi karya bidang ini adalah jenis Lavalier alias Lavs. Mic ini berbentuk kecil dan memiliki jepitan untuk ditempel di baju untuk merekam wawancara. Lavs juga sangat cocok digunakan reporter untuk melakukan liputan lapangan karena bentuknya yang kecil sehingga tidak mengganggu aktivitas.

- Lighting

Lighting berfungsi untuk memberikan cahaya pada objek yang akan diambil menggunakan kamera, selain itu lighting juga dapat digunakan untuk menyempurnakan warna

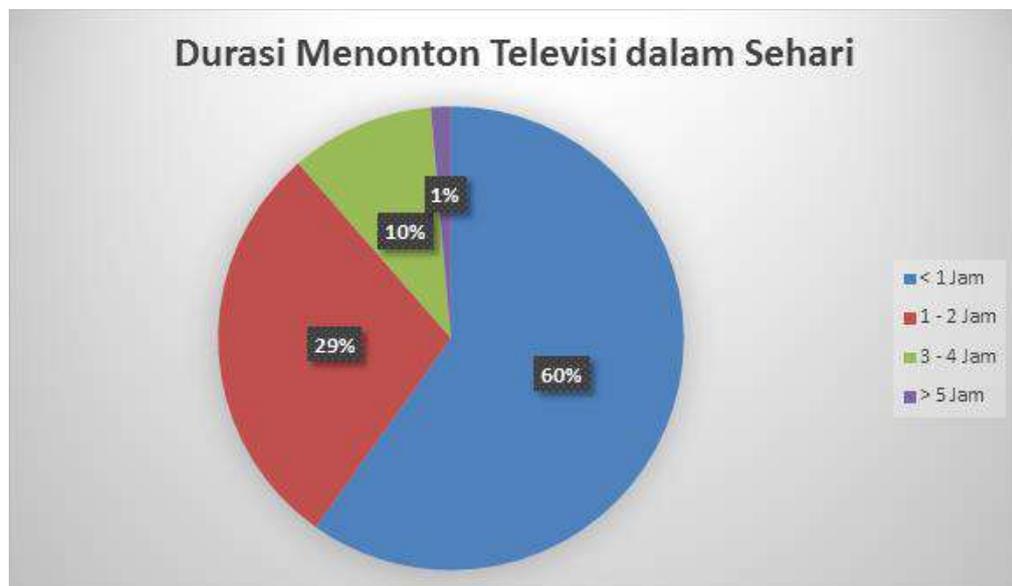
gambar yang ditangkap oleh kamera apabila cahaya alami tidak mendukung. Lighting yang digunakan pada karya bidang ini adalah portable lighting berukuran kecil karena sebagian besar kegiatan peliputan adalah liputan lapangan (*outdoor*). Selain mudah dibawa, tingkat keterangan cahaya pada lighting ini juga dapat disesuaikan sesuai dengan kebutuhan.

- Memastikan proses produksi terlaksana sesuai jadwal
- Menghubungi pihak-pihak terkait untuk kelancaran produksi

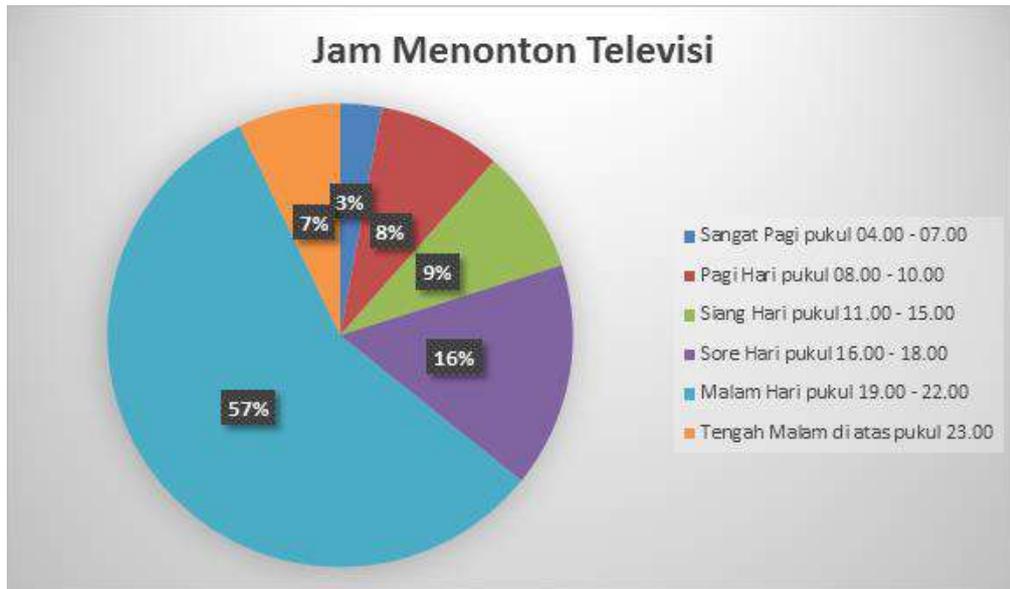
c. Pasca Produksi

- Memantau hasil kerja tim agar kualitas program tetap terjaga
- Melakukan editing video

1.10 Hasil Survei Responden



Dari survei yang dilakukan kepada 70 responden dengan rentan usia 19-35 Tahun yang berdomisili di Jawa Tengah mengenai durasi menonton televisi dalam sehari, terdapat 42 orang yang menonton televisi kurang dari satu jam. Sebanyak 20 orang menonton televisi antara satu sampai dua jam. Sedangkan yang menonton televisi dengan durasi tiga sampai empat jam ada 7 orang dan hanya 1 orang yang menonton televisi lebih dari empat jam.

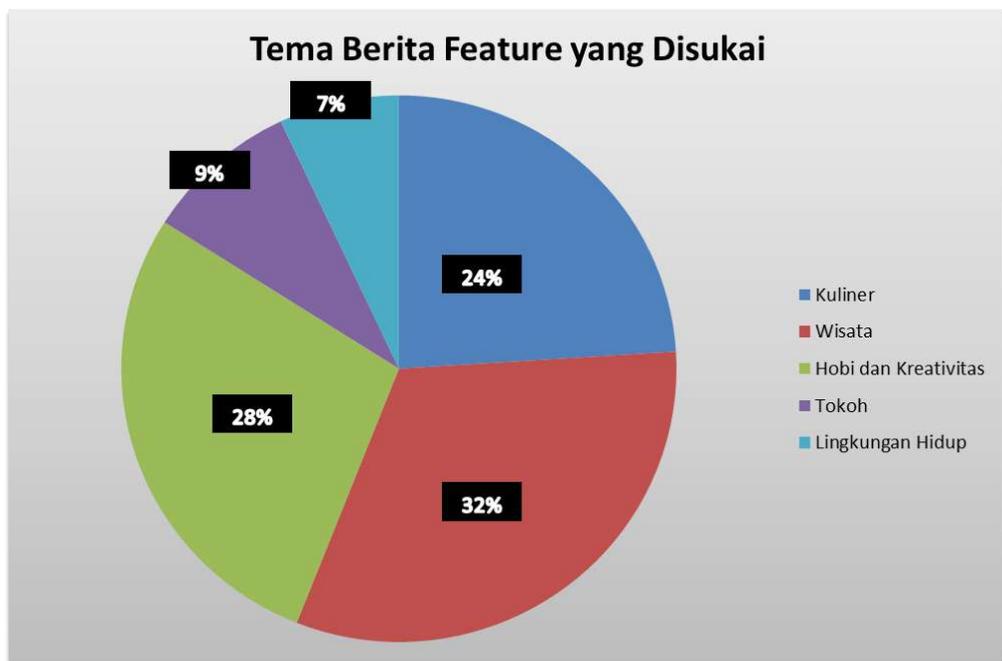


Sedangkan jam menonton televisi responden yang kami survei menunjukkan hasil yang beragam. Di mana ada yang menonton televisi di jam 04.00-07.00 sebanyak 2 orang. Di jam 08.00-10.00 ada 6 orang yang menonton televisi. Kemudian, 6 orang menonton televisi di jam 11.00-15.00. Pada jam 16.00-18.00 ada 11 orang yang menonton televisi. Sedangkan malam hari sebanyak 40 orang suka menonton televisi pada jam 19.00-22.00 dan di atas jam 23.00 sebanyak 5 orang.



Acara televisi yang disukai oleh responden ada *hardnews* dengan 12 orang, program *feature* ada 19 orang begitu juga talkshow yang disukai oleh 18 orang.

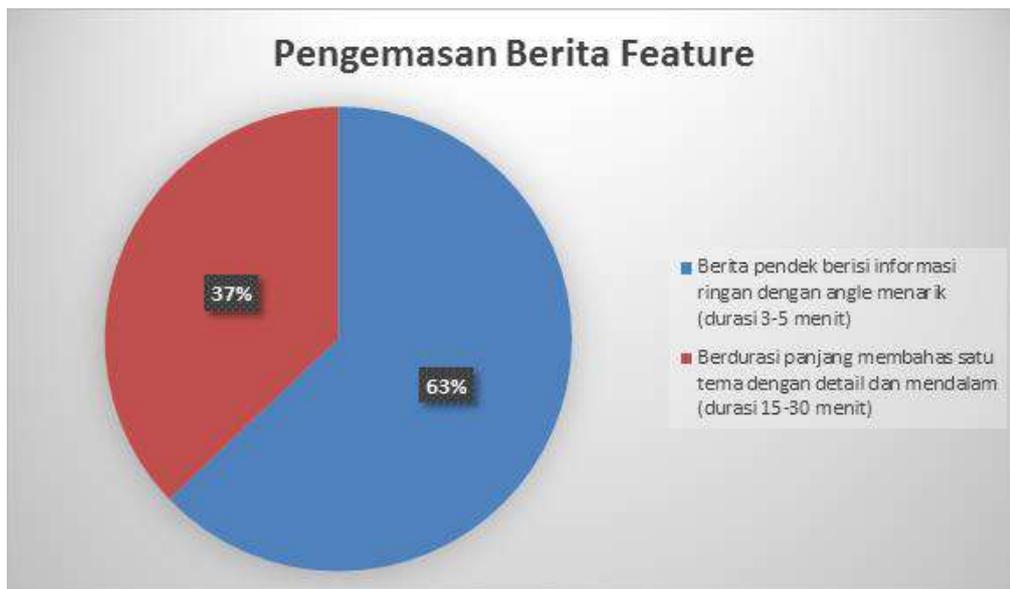
Sedangkan *entertainment* disukai oleh 15 orang karena program tersebut berisi hiburan layaknya *variety show*, sinetron dan kartun. Olahraga menjadi acara yang sedikit disukai oleh responden, yakni 6 orang.



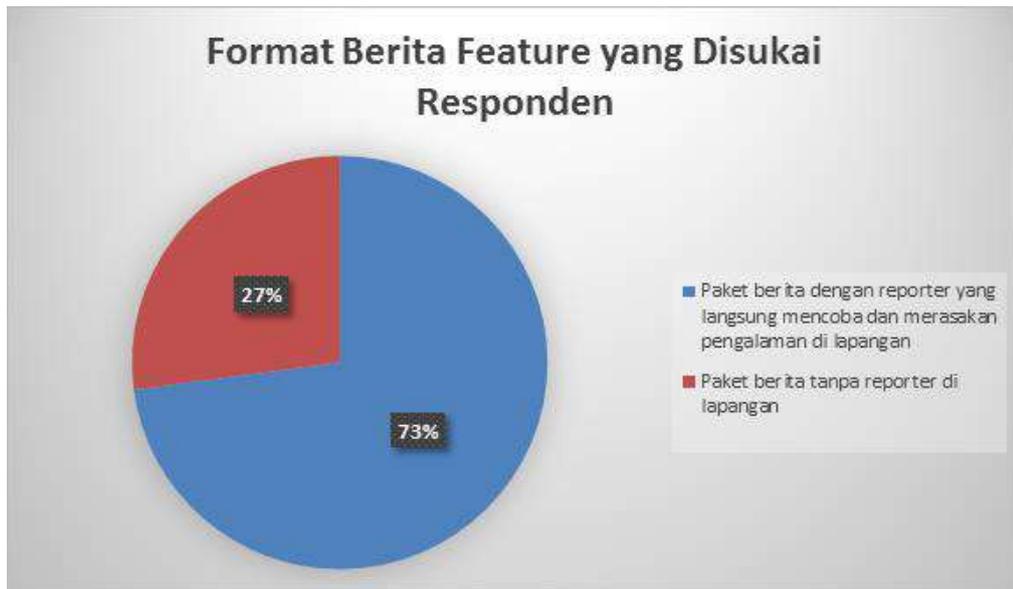
Dari survei mengenai *feature* yang disukai responden didapatkan hasil bahwa sejumlah 36 orang menyukai tema kuliner. Kemudian, tema wisata disukai oleh 47 orang dan tema hobi dan kreatifitas disukai oleh 42 orang. Tema lainnya, antara lain profile disukai oleh sejumlah 14 orang dan ingkungan hidup yang menjadi tema yang paling sedikit diminati oleh responden, yakni hanya sejumlah 10 orang.



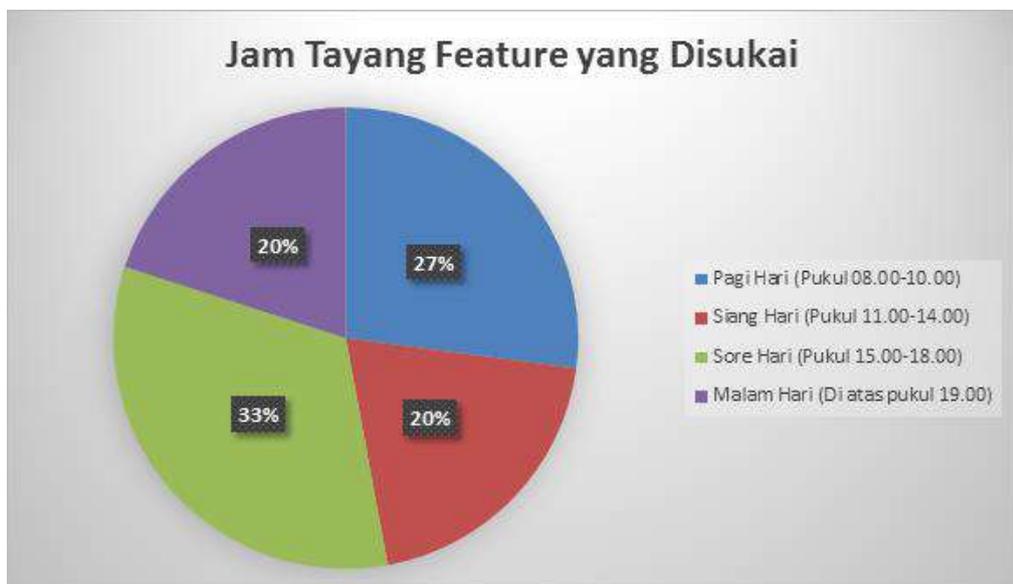
Dari Sejumlah 70 responden, 65 orang menjawab ya yang menunjukkan bahwa mereka memiliki ketertarikan terhadap *feature*.



Sedangkan untuk pengemasan *feature* sebanyak 44 orang memilih *feature* yang berdurasi pendek daripada memilih program *feature* yang berdurasi panjang.

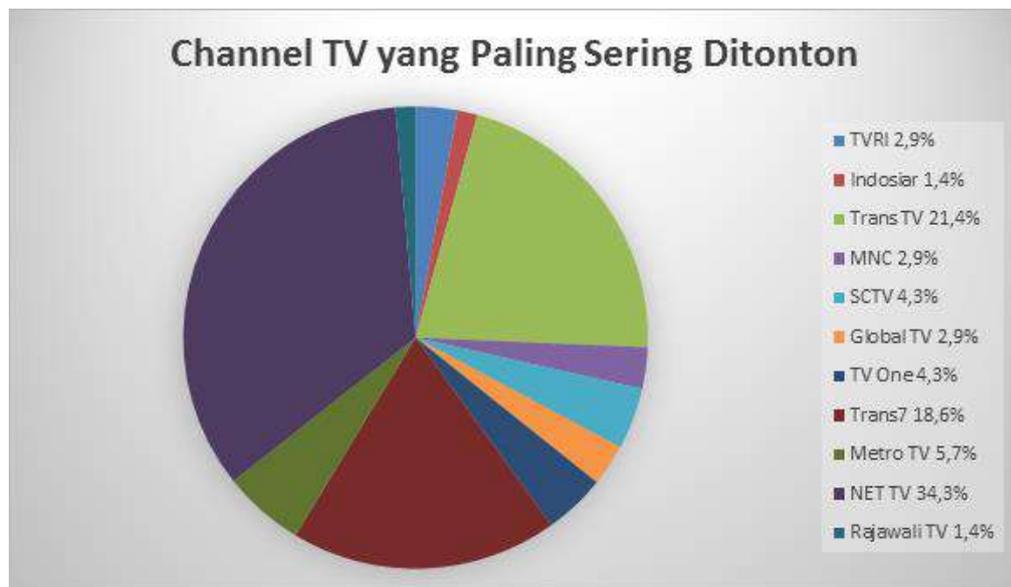


Sejumlah 51 orang lebih memilih menonton acara *feature* dengan format reporter yang ikut dalam merasakan pengalaman secara langsung di lapangan. Sedangkan sejumlah 19 orang lainnya lebih memilih menonton acara *feature* dengan format tanpa reporter.

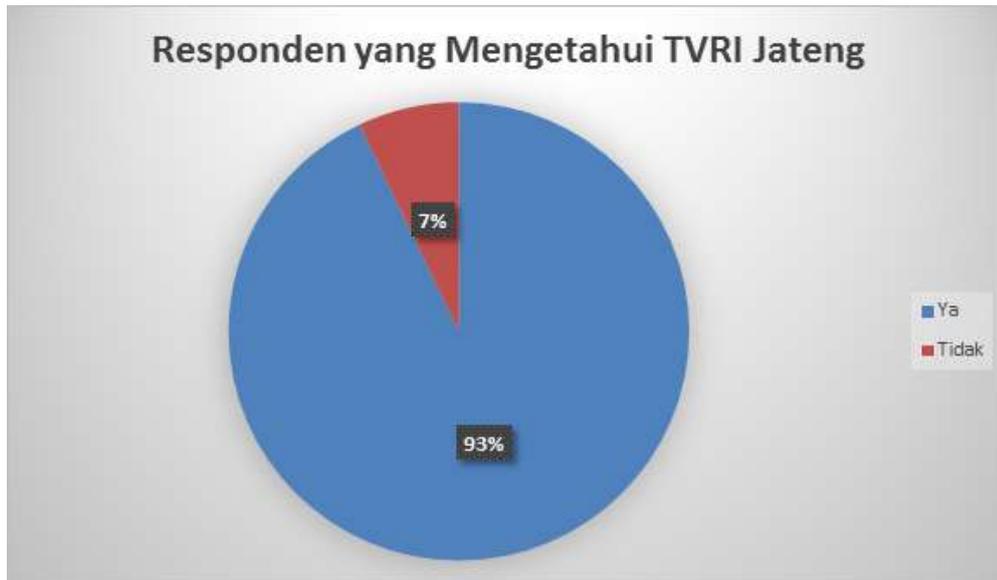


Dari 70 responden yang mengisi mengenai jam tayang *feature*, sebanyak 19 orang memilih jam 08.00-10.00. Kemudian 14 orang memilih jam 11.00-14.00

untuk menonton *feature*. Pada jam 15.00-18.00 ada 23 orang yang memilih dan ada 14 orang yang memilih akan menonton *feature* di atas jam 19.00 WIB.



Untuk channel televisi yang sering ditonton, 70 responden menjawab dengan beragam pilihan jawaban. Sebanyak 24 orang memilih Net TV, 15 orang memilih Trans TV, 13 orang memilih Trans 7. Sedangkan Metro TV hanya dipilih oleh 4 orang. Kemudian 3 orang memilih TV One, dan 2 orang masing-masing memilih MNC, SCTV dan TVRI untuk ditonton. RTV dan Indosiar masing-masing dipilih 1 orang.



Dari 70 responden, 65 orang menjawab mengetahui TVRI Jateng dan sisanya tidak mengetahui adanya TVRI Jateng.



Sedangkan survei mengenai pernah atau tidak menonton TVRI Jateng, sebanyak 51 orang menjawab pernah dan 19 orang lainnya menjawab tidak pernah.



Dari sejumlah 70 responden, 23 orang memiliki kebiasaan dalam menonton khususnya TVRI Jateng secara konvensional. Sedangkan 47 orang lainnya lebih suka menonton secara *online/streaming*.



Acara TVRI Jateng yang paling diketahui oleh responden adalah acara Jawa Tengah Hari Ini dengan jumlah 40 orang, kemudian disusul acara Wayang Kulit dengan jumlah 20 orang. Kabar Enjang dan Sugeng Enjang Sedulur sama-sama 12 orang yang mengetahui acara tersebut.

1.11 Daftar Liputan

Tabel 1. 2 Susunan liputan 48 segmen

No.	Judul Segmen	Angle	Narasumber	Pertanyaan	Tim Produksi
1.	Mengenal Kudus Sebagai Kota Industri di Masa Lampau	Wisata sekaligus edukasi ke Museum Jenang Kudus, melihat perkembangan industri kuliner dan rokok.	Supervisor Museum Jenang: Adit Raditya	<p>Pertanyaan untuk Pengelola:</p> <p>a. Apa ide awal yang melandasi berdirinya museum ini?</p> <p>b. Di dalam museum ini apa konsep yang diusung?</p> <p>c. Apa saja edukasi yang dapat diperoleh masyarakat disini?</p> <p>d. Ada berapa ruangan dan tema?</p> <p>Pertanyaan untuk Pengunjung:</p>	<p>Produser: Anis Kamila</p> <p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p>

				<p>a. Jenang kan jajanan orang tua, Anda selaku anak muda masih menyukainya kenapa begitu?</p> <p>b. Jenang seperti apa yang Anda sukai?</p> <p>c. Bagaimana pendapat Anda terkait inovasi jenang sekarang apakah termasuk berhasil dari segi rasa yang Anda sukai?</p>	<p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
2.	Sehat Bareng Komunitas <i>Freeletics</i>	Olahraga yang hanya mengandalkan berat badan, efektif untuk dilakukan, tidak perlu biaya atau peralatan.	Founder Komunitas <i>Freeletics</i> : Alan Reynaldi	<p>a. Bisa dijelaskan apa itu Komunitas <i>Freeletics</i> Semarang dan bagaimana latar belakang berdirinya komunitas ini?</p> <p>b. Apa berapa gerakan yang dapat dilakukan dan apa kegunaannya?</p> <p>c. <i>Freeletics</i> bisa dikatakan sebagai salah satu solusi olahraga untuk milenial yang praktis dan tidak memerlukan banyak alat. Nah</p>	<p>Produser: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p>

				<p>untuk keefektifannya sendiri sebenarnya apa sih manfaat dari melakukan olahraga ini?</p> <p>d. Untuk komunitas ini sendiri, memiliki kegiatan rutin apa saja? Apakah kegiatannya dapat dilombakan atau dipentaskan?</p> <p>e. Apa sebenarnya tujuan berdirinya komunitas ini?</p> <p>f. Bagaimana mendapatkn tubuh ideal melalui <i>freeletics</i> ini? Adakah tahapan-tahapannya?</p> <p>g. Apakah pola makan juga berpengaruh untuk mendapatkan tubuh yg sehat dan ideal?</p> <p>h. Selain olahraga apa yang perlu diperhatikan untuk menjaga kesehatan kaum milenial mengingat jadwal yang padat dan juga pola makan yang kurang ideal?</p>	<p>Juru Kamera: Ana Ahyana dan Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
--	--	--	--	---	---

3.	Cocoknya Lidah Indonesia dengan Masakan Korea	Mengulik dan juga memberikan review mengenai kuliner Korea yang di jajakan di Indonesia.	Pengelola Bingsoo Story and Kim's K-Food dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk Pengelola Kim's K-Food</p> <ol style="list-style-type: none"> Apa yang memotivasi Anda untuk mendirikan restoran dengan konsep kekorea-koreaan? Dibandingkan tempat lain apa unggulan dari Kim's K-Food sendiri? Disini varian masakan dan dessert apa saja yang disajikan? Pemilihan menu yang dijual disini berdasarkan apa? Selain es serut dari Korea adakah menu lain yang unggul dan disukai pelanggan? Untuk dekorasi sendiri, tempat ini memakai konsep apa? 	<p>Produser: Ana Ahyana</p> <p>Penulis Naskah: Ana Ahyana</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satrityo W., Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p>
----	---	--	---	--	--

				<p>g. Apa ada ciri khas tersendiri dari restoran ini yang sama dengan restoran-restoran yang ada di Korea?</p> <p>h. Untuk cita rasa makanan yang ditawarkan di Kim's K-Food, apakah memang autentik dengan makanan Korea asli atau sudah diadaptasi dengan lidah masyarakat Indonesia?</p> <p>i. Bagaimana dengan tingkat kesusahan untuk membuat makanan ala Korea ini? Untuk bahan-bahannya sendiri apakah langsung didatangkan dari Korea juga?</p> <p>j. Apa yang menjadi ciri khas masakan korea daripada yang lain?</p> <p>k. Lalu bagaimana respon masyarakat terhadap masakan Korea yang ada di sini?</p>	<p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	--	--	--	---

				<p>l. Semakin berkembangnya kuliner korea di Indonesia, apa inovasi kedepan yang akan dilakukan untuk menarik pengunjung khususnya anak muda?</p> <p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <p>a. Dari mana Anda mengetahui tempat ini?</p> <p>b. Sudah berapa kali Anda mengunjungi Kim's K-Food ini?</p> <p>c. Apa ada menu yang menjadi kesukaan Anda?</p> <p>d. Menurut Anda apakah masakan Korea disini cocok dengan lidah Anda?</p> <p>e. Alasan Anda kemari karena penasaran atau memang suka dengan masakan Korea?</p>	
--	--	--	--	--	--

4.	Belajar dan Melestarikan Batik Khas Semarang Lewat Kampung Tematik	Melalui Kampung Batik tidak hanya sekedar berbelanja namun juga dapat belajar batik semarangan dan melakukan rekreasi.	Pengelola Kampung Batik Semarang: Christina Tutik	<p>Pertanyaan untuk pengelola Kampung Batik:</p> <ol style="list-style-type: none"> Dulunya tempat ini seperti apa, sebelum menjadi Kampung Tematik? Bagaimana awal dari terbentuknya Kampung Tematik ini? Apakah dulu ketika memulai ide untuk menjadikan kampung tematik ini mendapat dukungan penuh dari masyarakat sekitar atau malah sebaliknya? Apakah pemerintah juga ikut andil dalam pembangunan Kampung Tematik ini? Mengenai gambar yang ada di Kampung Tematik ini apakah murni karya dari masyarakat sekitar? 	<p>Produser: Rizky Alisha R.</p> <p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p> <p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Anis Kamila</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p>
----	--	--	---	---	--

				<p>f. Sesuai dengan namanya yaitu Kampung batik apakah ada cerita tersendiri dari mural di dinding kampung ini?</p> <p>g. Dari mana mendapatkan ide untuk membuat gambar-gambar, spot foto ataupun hiasan untuk menambah keindahan kampung ini?</p> <p>h. Pengerjaan gambar untuk yang sederhana sampai yang rumit biasanya membutuhkan waktu berapa lama? Siapa yang mengerjakannya?</p> <p>i. Upaya apa yang sudah disiapkan pengelola dalam jangka waktu dekat ini untuk meningkatkan daya tarik pengunjung?</p> <p>j. Ada berapa pengrajin batik Semarangan di kampung ini?</p>	<p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satrityo W.</p>
--	--	--	--	---	--

				<p>k. Apa yang membedakan batik Semarang dan batik lainnya?</p> <p>l. Bagaimana pengrajin batik Semarang menghadapi perkembangan zaman yang semakin pesat, apa saja kreasi dan inovasi sebagai upaya pelestarian batik Semarang oleh generasi milenial?</p> <p>m. Apabila masyarakat ingin belajar membuat batik apakah disini disediakan pemandu?</p>	
5.	Tren Salad Kekinian, Sehatkah?	Tren salad buah kekinian banyak diikuti oleh masyarakat umum dengan komposisi yang cukup menarik, hal ini akankah memiliki	<p>Ahli Gizi:</p> <p>Dr. Diana Nur Afifah, S.Tp.,M.Si. dan <i>Voxpop</i> Masyarakat</p>	<p>Pertanyaan untuk ahli gizi:</p> <p>a. Salad buah sekarang kan terdapat banyak variasi dari segi rasa maupun hidangannya, nah apakah salad buah yang kekinian itu sudah memenuhi standar sehat?</p> <p>b. Apakah ada bahaya jika mengonsumsi secara berkepanjangan?</p>	<p>Produser: Rizky Alisha R.</p> <p>Penulis Naskah: Ana Ahyana</p> <p>Juru Kamera:</p>

		manfaat bagi tubuh atau tidak?		<p>c. Bagaimana salad buah yang baik dan benar?</p> <p>Pertanyaan <i>voxpop</i>:</p> <p>a. Bagaimana pendapat Anda mengenai inovasi salad buah kekinian?</p> <p>b. Apakah Anda memiliki alasan tertentu untuk mengonsumsi inovasi salad buah tersebut?</p>	<p>Ana Ahyana, Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Reporter dan Dubber: Ana Ahyana</p>
6.	Wajah Baru Kota Lama	Fasilitas baru seperti apa yang bisa didapatkan dan dinikmati pengunjung setelah	<i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>a. Fasilitas apa saja yang Anda ketahui di Kota Lama Semarang sebelum dan setelah dilakukan pembaharuan?</p> <p>b. Bagaimana menurut Anda fasilitas yang sudah tersedia saat ini?</p>	<p>Produser: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p>

		adanya revitalisasi di Kota Lama.		<p>c. Fasilitas mana yang menurut Anda sangat penting dan membutuhkan perawatan yang maksimal? Dan apa alasannya?</p> <p>d. Apakah ada masukan atau tambahan mengenai fasilitas yang sudah tersedia saat ini?</p>	<p>Juru Kamera: Rizky Alisha R., Ana Ahyana</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
7.	Siasat Kafe di Tengah Pandemi	Melihat siasat usaha kafe untuk bertahan di tengah pandemi corona dengan menerapkan	Pengusaha Kuliner: Doni	<p>a. Apa perbedaan yang dirasakan sebelum dan sesudah adanya pandemi corona pada bisnis Anda?</p> <p>b. Bagaimana Anda mengatasinya agar tetap bertahan?</p>	Produser: Anis Kamila

		protokol kesehatan dan inovasi berupa juga layanan pesan antar dan packaging berlapis.		<p>c. Mengapa langkah itu diambil?</p> <p>d. Sejak kapan Anda menerapkan protokol khusus untuk menanggulangi covid-19 di kafe ini?</p> <p>e. Bagaimana respon masyarakat?</p>	<p>Juru Kamera dan Editor Video: Anis Kamila</p> <p>Reporter dan dubber: Anis Kamila</p>
8.	Ajak Generasi Muda Bernostalgia Sambil Lestarikan Permainan Tradisional	Komunitas Kampoeng Hompimpa ajak masyarakat khususnya generasi muda untuk ikut melestarikan permainan tradisional dengan cara memainkannya bersama-sama.	Koordinator Komunitas Kampoeng Hompimpa	<p>a. Apa yang melatarbelakangi berdirinya komunitas ini?</p> <p>b. Menurut Anda mengapa permainan tradisional ini harus dilestarikan oleh generasi muda saat ini?</p> <p>c. Bagaimana cara komunitas ini mengedukasi masyarakat modern mengenai permainan tradisional?</p> <p>d. Lalu, untuk volunteer sendiri, komunitas ini kan sebagian besar terdiri dari anak-anak</p>	<p>Produser: Ana Ahyana</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Ana Ahyana</p>

				<p>muda/generasi milenial. Bagaimana cara komunitas ini menciptakan generasi yang peduli terhadap eksistensi permainan tradisional?</p> <p>e. Permainan tradisional ini kan cenderung untuk anak-anak kecil, nak menurut Anda apa yang dapat dilakukan generasi milenial untuk ikut melestarikan permainan tradisional</p> <p>f. Permainan tradisional apa saja yang diperkenalkan?</p> <p>g. Apakah ada tujuan lain dari pengenalan permainan tradisional ini apa selain untuk melestarikan dan bernostalgia?</p> <p>h. Apakah Anda memiliki tanggapan tersendiri terhadap memudarnya permainan</p>	<p>Editor: Ana Ahyana</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	--	--	--	---

				<p>tradisional yang sudah tergantikan dengan permainan digital di gadget?</p> <p>i. Apa kegiatan rutin komunitas ini?</p> <p>j. Melestarikan permainan tradisional merupakan salah satu usaha dalam melestarikan budaya adakah bantuan dari pemerintah dalam kegiatan tersebut?</p>	
9.	<i>Beauty vlogger</i> Jadi Kiblat Kecantikan	Tren kreator konten kecantikan (<i>beauty vlogger</i>) sebagai profesi baru.	Komunitas <i>Blogger Vlogger</i> Semarang: Kania Arda dan <i>Voxpop</i>	<p>Pertanyaan <i>voxpath</i>:</p> <p>a. Apa yang biasanya mendasari Anda mengikuti konten <i>beauty vlogger</i> tertentu?</p> <p>b. Menurut Anda apakah review tersebut cukup membantu?</p> <p>c. Konten seperti apa yang Anda sukai dari <i>beauty vlogger</i>?</p>	<p>Produser: Anis Kamila</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W.</p>

				<p>Pertanyaan untuk <i>beauty vlogger</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> Sejak kapan Anda menekuni dunia <i>beauty vlogger</i>? Apa yang mendasari Anda dan bagaimana perjalanan Anda saat ini? Konsep video Anda apakah mencakup semua perawatan tubuh atau fokus pada make up atau skin care tertentu? Produk yang Anda gunakan untuk konten berasal dari <i>endorsement</i> atau memang karena Anda menyukainya? Dari produk-produk dan make up yang digunakan, apakah sebenarnya <i>beauty vlogger</i> itu ada segmentasinya tersendiri? Kalau konten Anda lebih ditujukan untuk siapa? 	<p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	--	--	--	--

				<p>e. Menurut Anda apa yang harus diperhatikan masyarakat sebelum mereka mengikuti rekomendasi dari <i>beauty vlogger</i>?</p> <p>f. Untuk masyarakat awam, bagaimana sebenarnya memilih make up yang tepat untuk dirinya?</p> <p>g. Berkembangnya <i>beauty vlogger</i> juga seiring dengan banyaknya produk make up di masyarakat baik asli maupun palsu, bagaimana caranya Anda sebagai <i>beauty vlogger</i> mengedukasi masyarakat untuk waspada terhadap hal tersebut?</p> <p>h. Anda menjadikan rutinitas sebagai <i>beauty vlogger</i> ini sebagai hobi atau juga pekerjaan?</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>i. Selain membuat konten di sosial media, apa saja pengalaman yang Anda dapatkan selama berkulat di bidang ini?</p> <p>j. Saat ini semua orang bisa membuat konten di sosial media, menurut Anda apa bekal yang harus dipersiapkan apabila seseorang ingin menjadi <i>beauty vlogger</i>?</p>	
10.	Jajanan Legendaris dengan Berbagai Isian Hits	Menyoroti inovasi rasa, bentuk, penyajian dari lekker di era sekarang ini.	Manager Cabang Lekker Story dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk manager:</p> <p>a. Bagaimana awalnya Lekker Story dapat berdiri?</p> <p>b. Lekker merupakan jajanan jadul yang kini telah mengalami inovasi dari segi rasa, bagaimana perjalanan kuliner lekker dari dulu hingga sekarang?</p> <p>c. Apa yang membedakan Lekker Story dengan lekker di tempat lain?</p>	<p>Produser: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p> <p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Abimanyu Satriyo W.</p>

				<p>d. Apa saja pilihan menu di Lekker Story yang unik?</p> <p>e. Bagaimana respon masyarakat pada inovasi kuliner lekker disini?</p> <p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <p>a. Bagaimana tanggapan Anda mengenai inovasi lekker jaman sekarang?</p> <p>b. Apa yang membedakan lekker jaman sekarang dengan lekker jaman dulu?</p> <p>c. Lebih suka lekker yang sekarang atau yang dulu? Alasannya apa?</p> <p>d. Menurut Anda apa yang membuat lekker lebih diminati oleh anak muda jaman sekarang di samping inovasi isian dari lekker itu sendiri?</p>	<p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	--	--	--	--

11.	Menyantap Es Krim Sambil Berfoto Ria	Wisata kuliner dengan menyantap es krim sembari menyambangi spot- spot foto menarik.	Manager Store Ice Cream World Semarang: Yuda	<p>a. Ide awal terciptanya ice cream world sebagai kedai es krim sekaligus arena selfie spot itu bagaimana? Kenapa Anda memilih ice cream untuk dijadikan ikon dari tempat ini?</p> <p>b. Es krim merupakan salah satu makanan penutup yang menjadi kesukaan banyak masyarakat Indonesia, namun apakah ada variasi tersendiri dari Ice Cream World ada yang unik dibanding tempat lain?</p> <p>c. Properti yang ada di ice cream world ini di datangkan dari mana?</p> <p>d. Melihat tempat ini yang sangat <i>instagramable</i>, apakah ada perawatan tersendiri?</p> <p>e. Selain es krim, apakah kedepannya akan ada menu makanan lain yang ditawarkan</p>	<p>Produser: Rizky Alisha R.</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
-----	---	--	--	---	--

				<p>agar Ice Cream World ini terus mengikuti perkembangan jejak kuliner?</p> <p>f. Untuk spot foto yang ada di Ice Cream World sendiri apakah mengusung tema tertentu? Lalu terinspirasi dari mana tema tersebut?</p> <p>g. Ada berapa dan apa saja spot foto yang ada di ice cream world?</p> <p>h. Selain menawarkan kedai es krim dan spot selfie, apa inovasi lain yang ditawarkan ice cream world?</p>	
12.	Serunya Nongkrong di Kafe Berkonsep Board Game	Konsep <i>board game</i> yang disajikan membuat pengunjung betah bermain dan belajar	<i>Creative Director:</i> Bagus Harisa	<p>a. Sejak kapan Dhadhu <i>Board game</i> Cafe ini berdiri?</p> <p>b. Motivasi untuk membuat kafe berkonsep <i>board game</i> itu apa?</p>	<p>Produser: Ana Ahyana</p> <p>Penulis Naskah: Ana Ahyana</p>

		berbagai macam permainan papan.		<p>c. Apa tujuan khusus dalam mengangkat <i>board game</i> sebagai konsep utama dari kafe ini?</p> <p>d. Jenis permainan <i>board game</i> apa saja yang ditawarkan di kafe ini?</p> <p>e. Apa ada permainan <i>board game</i> yang paling disukai oleh pengunjung?</p> <p>f. Sejauh ini bagaimana dengan respon pengunjung terhadap kafe ini khususnya <i>board game</i>?</p> <p>g. Selain <i>board game</i>, fasilitas apa saja yang ditawarkan di kafe ini?</p>	<p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Abimanyu Satriyo</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p> <p>Reporter & Dubber: Anis Kamila</p>
13.	Menikmati Aneka Street Food di Pasar Semawis	Mencoba berbagai kuliner <i>street food</i> yang ada di Pasar Semawis baik makanan legendaris,	<i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <p>a. Apa yang membuat Anda tertarik datang kesini?</p>	Produser: Abimanyu Satriyo W.

		tradisional maupun makanan kekinian.		<p>b. Apakah Anda tau di sini menjual makanan apa saja?</p> <p>c. Apa yang membedakan makanan di sini dengan di tempat yang lain?</p> <p>d. Apa makanan legendaris yang Anda beli dan bagaimana kesannya?</p> <p>e. Apa makanan tradisional yang Anda beli dan bagaimana tanggapannya?</p> <p>f. Apa makanan kekinian yang sudah Anda coba dan bagaimana tanggapannya?</p> <p>g. Apa tanggapan Anda mengenai Pasar Semawis yang menjual berbagai jenis makanan mulai dari yang legendaris, tradisional, dan kekinian?</p>	<p>Penulis Naskah: Ana Ahyana</p> <p>Juru Kamera: Anis Kamila, Ana Ahyana</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
14.	Gudang Estetik Bagi Penikmat Seni	Galeri seni tertua di Semarang yang	<i>Project Manager</i> Contemporary Art	Pertanyaan untuk project manager Semarang Contemporary Art Semarang:	Produser: Ana Ahyana

		menampilkan karya seni anak muda secara temporer.	Gallery: Wisnu Bharata dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>a. Apa itu museum kontemporer? Lalu apa yang membedakan dengan museum lain di Semarang?</p> <p>b. Awal berdirinya Semarang Contemporary Art Gallery?</p> <p>c. Disini kan sebagai museum sekaligus wadah bagi seniman-seniman untuk memamerkan karya kontemporer, saat ini koleksi yang ada di museum ini adalah karya dari siapa saja dan jenisnya ada apa saja?</p> <p>d. Apakah koleksi di museum ini mengalami pergantian? Jika iya bagaimana regulasinya?</p> <p>e. Apa konsep yang museum ini gunakan sekarang apakah konsep tersebut akan</p>	<p>Penulis Naskah: Ana Ahyana</p> <p>Juru Kamera: Ana Ahyana</p> <p>Editor: Ana Ahyana</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
--	--	---	---	---	--

				<p>berubah menyesuaikan karya-karya yang ada di dalamnya?</p> <p>f. Disini bangunan ini ada berapa bagian? Dan apa makna dari setiap ruangan?</p> <p>g. Apakah koleksi di museum ini diperjual belikan?</p> <p>h. Apakah ada alasan khusus Semarang Contemporary Art Gallery berdiri di kawasan Kota Lama Semarang?</p> <p>i. Saat ini masyarakat cenderung menganggap museum sebagai tempat yang kuno dan membosankan, bagaimana upaya museum kontemporer mengedukasi masyarakat bahwa hal tersebut tidak benar adanya?</p> <p>j. Berbeda dengan museum-museum lain yang cenderung menyimpan barang-barang bersejarah, museum kontemporer cenderung</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>berisi seni seni kontemporer yang estetik, sebenarnya melalui karya karya disini apa yang ingin disampaikan kepada masyarakat umum yang tidak terlalu paham tentang seni?</p> <p>Pertanyaan <i>voxpop</i>:</p> <ol style="list-style-type: none">Mengapa tertarik untuk mengunjungi Semarang Contemporary Art Gallery?Tujuan Anda mengunjungi museum ini?Apakah ada karya seni yang paling menarik menurut Anda?Apa kesan dan pesan yang Anda dapatkan setelah mengunjungi museum ini?	
--	--	--	--	--	--

15.	Kedai Kopi Nyaman Digemari Masyarakat Urban	Tren kedai kopi berkonsep minimalis.	Pengusaha Kedai Kopi: Albert	<p>a. Saat ini tren kopi bergeser menjadi gaya hidup, dimana ditandai dengan kegemaran mengonsumsi kopi yang juga menjadikan kopi sebagai seni, apakah alasan Anda membuat coffee shop seperti ini dengan segala macam konsep interior dan juga menu yang ada berdasarkan pada tren tersebut?</p> <p>b. Menurut Anda sebagai pemilik kedai kopi, konsep dan fasilitas apa yang dicari anak muda ketika mengunjungi kedai kopi?</p> <p>c. Nuansa apa yang disukai anak muda dan mencoba Anda hadirkan disini?</p> <p>d. Menurut Anda dengan banyaknya kedai kopi dengan berbagai konsep, yang seharusnya diperhatikan utama oleh pemilik</p>	<p>Produser: Anis Kamila</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p>
-----	---	--	---------------------------------	---	--

				<p>maupun masyarakat apakah tempatnya atau kualitas kopinya?</p> <p>e. Kopi yang sesuai dengan kepribadian serta kantong anak muda itu seperti apa?</p>	<p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
16.	Wadah Menimba Ilmu dalam Memelihara Hewan Peliharaan	Komunitas Dog Lovers Ajak masyarakat untuk berhenti menyakiti hewan khususnya anjing.	Koordinator Komunitas Dog Lovers Semarang: Lilik	<p>a. Bisa dijelaskan sebenarnya apa latar belakang berdirinya Komunitas Dog Lovers Semarang ini? Bagaimana ide awalnya?</p> <p>b. Apa kegiatan rutin yang dilakukan komunitas ini?</p> <p>c. Sebenarnya dengan mengikuti komunitas ini apa saja manfaat yang dapat didapatkan oleh owner dari anjing itu sendiri?</p> <p>d. Bagaimana pendapat Anda terkait <i>dogs are not food</i>?</p> <p>e. Jenis anjing apa saja yang ada di komunitas ini?</p>	<p>Produser: Rizky Alisha R.</p> <p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p> <p>Juru Kamera: Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p>

				<p>f. Lalu untuk anjingnya, apa saja treatment yang di dapat dari komunitas ini dan apa manfaatnya bagi mereka?</p> <p>g. Bagaimana cara merawat anjing yang optimal dari segi kesehatan dan juga kecantikan sesuai dengan usia dan jenis anjingnya?</p> <p>h. Untuk ownernya sendiri apa yang perlu diperhatikan untuk menjaga kesehatan dan kebersihan apabila memilih anjing di rumah?</p> <p>i. Apakah sebenarnya ada latihan khusus yang membuat anjing terlatih dan dapat berkomunikasi dengan ownernya?</p> <p>j. Apakah ada event khusus yang diselenggarakan oleh Komunitas Dog Lovers?</p>	<p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
--	--	--	--	--	---

				<p>k. Menurut beberapa orang anjing kan dianggap sebagai binatang yang menyheramkan, apalagi kalau itu adalah jenis anjing besar, nah untuk masyarakat awam, sebaiknya apa sih yang harus dilakukan apabila bertemu dengan anjing agar mereka merasa aman dan anjing tidak menyerang?</p>	
17.	Sensasi Kuliner Ala Amerika Diner	Restoran unik dengan menu dan dekorasi bergaya Amerika klasik: Halo Diner.	Pemilik restoran Halo Diner: Susana Santoso dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk Pengelola Halo Diner:</p> <p>a. Bagaimana awalnya Anda mendirikan Hello Diner? Apa konsep tempat dan makanan yang disajikan disini?</p> <p>b. Restoran ini mengadopsi bentuk restoran di Amerika, untuk furniturnya apakah ada ciri khas tersendiri?</p> <p>c. Apa saja inovasi menu makanan yang ada di restoran ini? Apakah lidah orang Semarang cocok dengan cita rasa masakan barat?</p>	<p>Produser: Anis Kamila</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W., Rizky Alisha R.</p>

				<p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <ol style="list-style-type: none"> Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengunjungi restoran ini? Apa favorit Anda disini? Bagaimana kesan Anda saat mengunjungi restoran ini? 	<p>Editor: Ana Ahyana</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
18.	Berburu Spot Foto 3D di Old City 3D & Trick Art Museum	Mengeksplor beragam spot foto bergambar 3D di Old City 3D & Trick Art Museum.	Pengelola Old City 3D & Trick Art Museum: Nickolas Jemmy dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pengelola Old City 3D & Trick Art Museum:</p> <ol style="list-style-type: none"> Bagaimana awalnya 3D di Old City 3D & Trick Art Museum ini berdiri? Ada berapa koleksi karya yang ada di dalam museum ini berasal dari mana saja? Apakah museum ini memiliki konsep tersendiri? Apa saja? 	<p>Produser: Ana Ahyana</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p>

				<p>d. Mengapa memilih konsep tersebut pada setiap ruangan?</p> <p>e. Bagaimana perawatan gambar-gambar yang ada di museum ini agar tetap prima dalam waktu lama?</p> <p>f. Apa yang membedakan 3D di Old City 3D & Trick Art Museum dengan museum lainnya?</p> <p>g. Apakah ada tujuan khusus membangun museum ini di kawasan Semarang?</p> <p>h. Selain untuk selfie apa sebenarnya edukasi yang ingin disampaikan melalui karya-karya di museum ini?</p> <p>i. Seiring berkembangnya waktu apa inovasi yang akan dilakukan agar museum ini tetap eksis?</p>	<p>Juru Kamera: Rizky Alisha R., Ana Ahyana</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	--	--	---	--

				<p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengapa tertarik untuk mengunjungi 3D Art Museum? Sudah berapa kali mengunjungi tempat ini? Apa tujuan Anda ke museum ini? Apa pengalaman dan pengetahuan yang Anda dapatkan dari museum ini? Dimana spot favorit Anda? Apa kesan Anda terhadap tempat ini? 	
19.	Berwisata Alam dengan PemAndangan Dua Gunung	Menikmati keindahan gunung dan eksplorasi spot foto dengan konsep	Pengelola Wisata dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pengelola:</p> <ol style="list-style-type: none"> Sejak kapan objek wisata ini dibuka? Berapa harga tiket masuknya? 	Produser: Abimanyu Satriyo W.

		<p>tempat <i>ecovillage</i> di daerah pegunungan.</p>		<p>c. Apa daya tarik wisata ini dibandingkan wisata alam lainnya?</p> <p>d. Mengapa wisata ini disebut sebagai wisata <i>ecovillage</i>?</p> <p>e. Apa saja yang dapat wisatawan nikmati disini?</p> <p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <p>a. Kenapa Anda tertarik untuk mengunjungi tempat wisata ini?</p> <p>b. Kesan pertama yang Anda dapatkan mengenai tempat wisata ini?</p> <p>c. Apa Anda mengetahui tempat wisata Brown Canyon yang ada di Semarang? Menurut Anda apa yang menjadi pembeda antara Green Canyon dan Brown Canyon?</p>	<p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo, Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Anis Kamila</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	---	--	--	---

				d. Apa ada spot foto yang menjadi favorit Anda?	
20.	Rasakan Pengalaman Haji di Little Arabia	Menawarkan pengalaman naik haji dan umroh tanpa perlu jauh-jauh ke Negara Arab Saudi.	Pengelola Firdaus Fatimah Zahra dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pengelola:</p> <p>a. Bagaimana cerita awal berdirinya tempat ini?</p> <p>b. Firdaus Fatimah Zahra merupakan tempat manasik haji dan umroh, sejak kapan tempat ini dibuka menjadi tempat wisata untuk umum?</p> <p>c. Apa saja keunikan tempat ini dibanding tempat manasik haji yang lain?</p> <p>d. Ada berapa jumlah miniatur bangunan di khas Timur Tengah yang ada di tempat ini?</p> <p>e. Bagaimana respon masyarakat umum terhadap wisata religi di Firdaus Fatimah Zahra?</p>	<p>Produser: Rizky Alisha R.</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p>

				<p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengapa tertarik berkunjung ke tempat wisata ini? Apa tujuan Anda kesini? Bagaimana fasilitas di tempat ini? Apa saja pengalaman dan pengetahuan yang berkesan Anda dapatkan disini? 	<p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
21.	Jaga Kesehatan Jiwa Bersama Peliharaan Selama Pandemi	Angle yang diambil tentang bagaimana hewan peliharaan mampu menjaga kesehatan mental bagi sang pemilik/orang yang berinteraksi.	Psikolog dan Praktisi <i>Mindfulness</i> : Putra Wira Muda	<p>Pertanyaan untuk Psikolog:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menurut Anda bagaimana sih dampak psikologis dari interaksi bersama hewan peliharaan? Apakah hal tersebut dapat meningkatkan kesehatan mental seseorang? Jika dilihat 	<p>Produser: Ana Ahyana</p> <p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p>

		Tentunya dari sudut pandang psikolog		<p>dari kaca mata psikologis, mengapa hal itu dapat terjadi?</p> <p>c. Bentuk kesehatan mental seperti apakah yang bisa didapatkan dari interaksi bersama hewan peliharaan?</p> <p>d. Lalu bila dikaitkan dengan situasi saat ini, sebenarnya apakah keadaan isolasi diri di rumah dapat memengaruhi kesehatan mental dan pikiran seseorang?</p> <p>e. Bagaimana tips untuk memelihara kesehatan jiwa yang dapat dilakukan masyarakat apabila tidak memiliki hewan peliharaan?</p>	<p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W., Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Ana Ahyana</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
22.	Rekreasi di Era Adaptasi Kebiasaan Baru	Angle yang diambil yaitu melihat persiapan pengelola wisata dalam	Pengelola Wisata dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pengelola:</p> <p>a. Apa yang dilakukan pengelola selama tempat wisata ini ditutup?</p>	Produser: Rizky Alisha R.

		menghadapi Normal Baru.		<p>b. Menghadapi Normal Baru apa yang udah disiapkan dari pihak pengelola?</p> <p>c. Apakah ada aturan khusus yang diberlakukan di tempat ini?</p> <p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <p>a. Bagaimana tanggapan Anda tentang dibukanya tempat wisata dengan penerapan protokol kesehatan seperti ini?</p> <p>b. Apa saran atau masukan kepada pengelola untuk menghadapi Normal Baru ini?</p>	<p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W., Ana Ahyana</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	-------------------------	--	--	---

23.	Menikmati Suasana dan Spot Foto Ala Korea	Mengeksplor berbagai macam spot foto yang ada di Mini Word Celosia.	Pengelola Taman Celosia dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk Pengelola Taman Celosia:</p> <ol style="list-style-type: none"> Bagaimana ide awal membangun <i>landmark</i> terkenal dari asia dan eropa di taman bunga ini? Mengapa memilih konsep tersebut? Bangunan di spot ini sebenarnya terinspirasi dari mana? Ada berapa spot di taman ini dan dari Negara mana saja? Spot foto mana yang paling digemari pengunjung? Selain tempat-tempat ikonik di Korea adakah fasilitas atau pengalaman lain yang dapat dicoba pengunjung? Apakah untuk tiket masuk dari masing-masing spot foto berbeda? 	<p>Produser: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Penulis Naskah: Ana Ahyana</p> <p>Juru Kamera: Rizky Alisha R., Ana Ahyana</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p>
-----	---	---	--	---	---

				<p>h. Inovasi apa yang dilakukan supaya tetap menarik banyak pengunjung?</p> <p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <p>a. Apakah Anda pernah berkunjung ke tempat ini atau baru pertama kali?</p> <p>b. Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengunjungi Mini Korea yang ada di Celosia ini?</p> <p>c. Bagaimana pendapat Anda mengenai wisata Mini World ini?</p> <p>d. Di mana spot foto yang menarik menurut Anda?</p> <p>e. Selain berfoto apa kegiatan lain yang dapat Anda lakukan disini?</p>	<p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	--	--	---	---

24.	Menikmati Kuliner Pedas Murah Meriah	Angkringan unik dengan menu serba pedas.	Pemilik Angkringan Pedas: Hermanto dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pemilik angkringan pedas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Sudah berapa lama angkringan pedas ini berdiri? Apakah angkringan ini memang sudah lama menjual nasi angkringan pedas? Apa alasan Anda untuk menjual nasi angkringan pedas ini? Menu nasi angkringan pedas apa saja yang tersedia di sini? Menu nasi apa yang paling disukai oleh pengunjung? Selain menjual menu nasi angkringan pedas, di angkringan ini menjual makanan dan minuman apa saja? Jam berapa dan hari apa saja angkringan ini buka? 	<p>Produser: Anis Kamila</p> <p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Anis Kamila</p>
-----	--------------------------------------	--	---	--	--

				<p>h. Harga menu yang dijual di angkringan ini berapa saja?</p> <p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <p>a. Alasan Anda mengunjungi angkringan ini?</p> <p>b. Apa Anda memiliki menu makanan favorit dari angkringan ini?</p> <p>c. Bagaimana kesannya mengunjungi angkringan ini?</p>	<p>Reporter & Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
25.	Ancaman Kesehatan di Balik Minuman Kekinian	Ulasan mengenai tren minuman manis kekinian yang dapat menyebabkan masalah kesehatan yang serius.	Ahli Gizi: Nuryanto, S.Gz., M.Gizi dan <i>Voxpop</i>	<p>Pertanyaan untuk ahli gizi:</p> <p>a. Apakah baik jika kita mengonsumsi minuman manis yang saat ini banyak digemari masyarakat seperti olahan susu, boba, dll terus-menerus dalam kurun waktu yang lama?</p>	<p>Produser: Rizky Alisha R.</p> <p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p>

			<p>b. Apa kandungan dalam segelas minuman manis?</p> <p>c. Mengapa minuman manis dapat menimbulkan masalah bagi tubuh?</p> <p>d. Apakah ada jangka waktu tertentu untuk meminum minuman manis seperti ini agar aman?</p> <p>Pertanyaan untuk <i>voxpop</i>:</p> <p>a. Apakah Anda suka dengan minuman manis yang saat ini banyak beredar?</p> <p>b. Apa jenis minuman yang Anda sukai?</p> <p>c. Mengapa Anda menyukai minuman ini?</p> <p>d. Biasanya berapa kali dalam seminggu atau sebulan Anda meminum minuman ini?</p>	<p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W., Anis Kamila</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p> <p>Reporter: Rizky Alisha R.</p> <p>Dubber: Ana Ahyana</p>
--	--	--	--	--

				e. Apakah Anda tau bahwa terlalu banyak mengonsumsi manis tidak baik untuk kesehatan, bagaimana respon Anda sebagai penggemar minuman manis?	
26.	Tren Makanan Pedas di Kalangan Anak Muda	Mengulik tren serta inovasi makanan pedas berlevel di Indonesia yang tidak ada hentinya.	Ahli Gizi: Nuryanto, S.Gz M.Gizi dan <i>Voxpop</i> Masyarakat	Pertanyaan untuk narasumber: a. Bagaimana menurut sudut pandang ahli gizi, mengenai munculnya makanan pedas berlevel yang sedang tren di masyarakat? b. Adakah gizi yang terdapat di makanan pedas? c. Apa dampak yang ditimbulkan jika menjadikan makanan pedas berlevel ini sebagai menu makanan utama? d. Adakah anjuran untuk mengonsumsi makanan pedas berlevel?	Produser: Abimanyu Satriyo W. Juru Kamera: Rizky Alisha R., Anis Kamila Editor: Ana Ahyana Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.

				<p>Pertanyaan untuk masyarakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Apakah Anda suka dengan makanan pedas berlevel? Bagaimana tanggapan Anda mengenai makanan pedas berlevel yang saat ini sedang tren? Menurut Anda berapa kali mengonsumsi makan pedas yang tepat 	<p>Reporter: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Dubber: Ana Ahya</p>
27.	Konsep Industrial Warnai Cafe Susu Tertua di Kudus	Menikmati berbagai macam hasil olahan susu sekaligus belajar memerah susu sapi langsung di peternakannya.	Pengelola Cafe Susu Moeria: Felicia Natali Yuwono	<p>Pertanyaan untuk pengelola:</p> <ol style="list-style-type: none"> Bagaimana perjalanan kafe ini dari mulai awal berdiri hingga bisa seperti ini? Mengapa mengusung konsep industrial pada dekorasi dan interior kafe ini? Menurut Anda walaupun sekarang Susu Moeria ini telah menjadi kafe seperti ini apa 	<p>Produser: Ana Ahyana</p> <p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p>

				<p>yang senantiasa dipertahankan dari awal hingga sekarang agar kualitas tetap terjaga?</p> <p>d. Apa saja inovasi menu yang telah lahir dari kafe ini sampai sekarang?</p> <p>e. Apakah perubahan konsep dari pemerahan susu hingga menjadi kafe seperti ini berdasarkan pada <i>life style</i> anak muda saat ini yang suka kulineran dan nonkrong bersama teman?</p> <p>f. Apakah pembaharuan konsep Susu Moeria sendiri mendapat respon positif dari masyarakat generasi tua maupun muda?</p> <p>g. Apa saja fasilitas yang ada disini yang selain kedai susu?</p>	<p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Anis Kamila</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
--	--	--	--	--	--

				<p>h. Apa inovasi yang telah dan akan dilakukan Susu Moeria kedepannya sebagai salah satu destinasi kuliner milenial di Kota Kudus?</p> <p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <p>a. Mengapa tertarik mengunjungi Susu Moeria?</p> <p>b. Apa favorit Anda di sini?</p> <p>c. Apa kesan selama mengunjungi tempat ini?</p>	
28.	Sulap Lumpia Jadi Kuliner Milenial	Inovasi lumpia dengan penambahan rasa baru yang kekinian.	Asisten Pemilik: Febriansyah dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pengelola Lumpia Mbak Lies:</p> <p>a. Lumpia Mbak Lien ini merupakan salah satu lumpia yang tertua di Semarang, sebenarnya bagaimana perjalanan dari awal berdirinya hingga saat ini?</p>	<p>Produser: Anis Kamila</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p>

				<p>b. Untuk bertahan dari dulu hingga kini apa yang Lumpia Mbak Lien ini pertahankan?</p> <p>c. Inovasi-inovasi apa yang selama ini pernah di kembangkan oleh Lumpia Mbak Lien?</p> <p>d. Apa yang melatarbelakangi ditambahkan varian baru seperti isi kepinging dan <i>mozarella</i>?</p> <p>e. Bagaimana respon masyarakat terhadap adanya inovasi baru tersebut?</p> <p>f. Biasanya apa favorit anak-anak muda ketika membeli lumpia disini disini</p> <p>g. Apa upaya yang dilakukan Lumpia Mbak Lien untuk tetap eksis sebagai kuliner legenda di tengah perkembangan kuliner yang semakin beragam saat ini?</p>	<p>Juru Kamera: Rizky Alisha R., Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Editor: Ana Ahyana</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	--	--	--	--

				<p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <ol style="list-style-type: none"> Apa yang membuat Anda suka dengan Lumpia Mbak Lien? Apa menu favorit Anda? Bagaimana menurut Anda inovasi lumpia-lumpia yang dengan isian baru seperti <i>mozarella</i> dan kepiting? 	
29.	Pasar Klitikan, Tempatnya Pecinta Barang Antik	Ingin memperlihatkan adanya eksistensi pasar barang antik di Semarang yang menjual berbagai macam koleksi jaman dulu “jadu” yang nyatanya	Pedagang dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pedagang:</p> <ol style="list-style-type: none"> Sudah berapa lama Anda berjualan barang antik disini? Selama Anda berjualan barang antik disini pengalaman apa saja yang Anda rasakan dari segi fasilitas dan juga pengunjung? Barang-barang antik disini asalnya dari mana? 	<p>Produser: Ana Ahyana</p> <p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p>

		masih memiliki nilai jual.		<p>d. Bagaimana awalnya pasar barang antik ini bisa berdiri di kawasan Kota Lama?</p> <p>e. Ada berapa penjual disini dan apa saja barang yang di jual belikan?</p> <p>f. Kisaran harga barang antik yang ada disini?</p> <p>g. Apa yang mempengaruhi murah atau mahal nya barang antik?</p> <p>h. Untuk perawatannya sendiri, apa yang harus diperhatikan agar barang antik bisa tetap bagus dan berfungsi dimakan waktu?</p> <p>i. Bagaimana respon masyarakat khususnya anak muda tentang tempat ini? Apakah mereka terkadang juga membeli koleksi barang antik disini? Apa barang yang sering mereka cari?</p>	<p>Juru Kamera: Anis Kamila, Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
--	--	----------------------------	--	--	--

				<p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <ol style="list-style-type: none"> Apakah Anda suka mengoleksi barang-barang antik? Barang yang seperti apa yang Anda sukai? Sudah berapa kali berbelanja barang antik tempat ini? Apa yang membuat Anda suka berbelanja barang antik di tempat ini? 	
30.	Minuman Tradisional Penambah Daya Tahan	Angle yang diambil mengenai pembahasan kandungan yang terdapat dalam minuman tradisional yang memiliki manfaat	Dokter Umum: Dr. Bambang	<ol style="list-style-type: none"> Kategori minuman yang baik untuk menambah daya tahan tubuh seperti apa? Apa saja kandungan yang terdapat pada bahan untuk membuat minuman penambah daya tahan tubuh? Seberapa besar pengaruh kandungan tersebut untuk menambah daya tahan tubuh? 	<p>Produser: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p>

		untuk menambah daya tahan tubuh.		<p>d. Anjuran yang baik untuk mengonsumsinya?</p> <p>e. Apakah bahan bahan yang digunakan harus berupa rempah rempah semua?</p> <p>f. Mengapa bahan rempah dapat dimanfaatkan untuk minuman kesehatan?</p> <p>g. Apa saja khasiatnya bagi tubuh?</p>	<p>Juru Kamera: Anis Kamila, Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Ana Ahyana</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
31.	Wisata Kuliner Tempo Dulu di Pasar Papringan	Wisata unik dengan konsep pasar tradisional yang menerapkan budaya Jawa.	Pengelola Pasar Papringan dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pengelola:</p> <p>a. Bagaimana ide awal berdirinya Pasar Papringan?</p> <p>b. Mengapa memilih konsep pasar tradisional seperti ini?</p>	<p>Produser: Anis Kamila</p> <p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p>

				<p>c. Siapa saja yang berpartisipasi sebagai pengelola dan penjual di Pasar Papringan?</p> <p>d. Setiap hari apa saja Pasar Papringan buka? Mengapa demikian?</p> <p>e. Apa tujuan dari berdirinya pasar ini?</p> <p>f. Sebagian besar makanan yang dijual adalah makanan jaman dulu (jadul) bagaimana respon anak muda?</p> <p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <p>a. Anda kan anak muda mengapa memilih pergi ke wisata seperti ini?</p> <p>b. Mengapa Anda memilih pasar papringan dari pada wisata kekinian yang lain?</p> <p>c. Anda membeli apa saja disini?</p>	<p>Juru Kamera: Rizky Alisha R., Ana Ahyana</p> <p>Editor: Anis Kamila</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
--	--	--	--	--	--

32.	Tren TikTok di Kalangan Anak Muda Selama Pandemi Covid-19	Mengulas tentang tren tiktok yang ada di kalangan anak muda saat tagar #DiRumahAja dicanangkan, hal ini dapatkah menjadi masalah yang perlu disikapi secara serius atau tidak?	Psikolog dan Praktisi <i>Mindfulness</i> : Putra Wira Muda	<ul style="list-style-type: none"> a. Bagaimana Anda menanggapi tren TikTok yang kini tengah digemari oleh anak muda? b. Apakah ini perlu kita waspadai atau tidak? c. Tren TikTok ini dapatkah menjadi sebuah perilaku yang menyimpang? d. Apakah ada dampak dari tren TikTok ini jika seseorang berubah menjadi kecanduan dengan TikTok? 	<p>Produser: Rizky Alisha R.</p> <p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p> <p>Juru Kamera: Anis Kamila, Ana Ahyana</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p> <p>Reporter: Rizky Alisha R.</p>
-----	---	--	---	--	---

					Dubber: Ana Ahyana
33.	Dampak WFH dan Cara Menyikapi dari Segi Kesehatan	Angle yang diambil seputar tindakan apa yang dilakukan supaya ketika melakukan WFH kondisi kesehatan tubuh atau mental masih tetap terjaga.	Psikolog dan Praktisi <i>Mindfulness</i> : Putra Wira Muda	<p>a. Apakah penerapan WFH dalam jangka yang cukup panjang dapat mempengaruhi kesehatan?</p> <p>b. Kegiatan apa yang harus dilakukan untuk menjaga kesehatan fisik/mental selama WFH masih diberlakukan?</p> <p>c. Apa yang harus di hindari sehingga tidak mengganggu kesehatan selama WFH?</p> <p>d. Waktu yang tepat untuk melakukan pekerjaan WFH agar tidak mengganggu kesehatan?</p> <p>e. Hambatan yang sering muncul ketika ingin menjaga kesehatan selama WFH?</p>	<p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p>

					Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.
34.	Sehat dan Nikmatnya Ragam Inovasi Salad	Mengulas inovasi salad.	Ahli Gizi: Nuryanto, S.Gz M.Gizi	<p>a. Apa saja saja nutrisi yang didapatkan tubuh dari mengonsumsi salad?</p> <p>b. Salad merupakan makanan sehat yang biasanya digunakan untuk diet, adakah yang perlu diperhatikan saat hendak mengonsumsi salad?</p> <p>c. Komposisi salad yang baik itu seperti apa?</p> <p>d. <i>Dressing</i> atau saus salad yang baik itu seperti apa?</p> <p>e. Apakah salad dapat digunakan sebagai pengganti makanan pokok saat diet?</p> <p>f. Saat ini terdapat salad wrap atau yang dibungkus dengan tortilla, dari segi</p>	<p>Produser: Rizky Alisha</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W., Ana Ahyana</p> <p>Editor: Rizky Alisha Rahma</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p>

				<p>kandungan gizi apakah salad warp baik dikonsumsi?</p> <p>g. Bagaimana cara yang baik dalam mengonsumsi salad?</p>	<p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
35.	Layanan Belanja Sayur Daring Jadi Pilihan di Tengah Corona	Mengenal aplikasi belanja sayur Tumbas.in dan layanan apa saja yang ditawarkan.	<i>Developer:</i> Bayu Mahendra	<p>a. Bagaimana awal mula Tumbas.in ini didirikan?</p> <p>b. Bagaimana proses kerja aplikasi ini dari mulai pemesanan hingga sampai ke pembeli?</p> <p>c. Tumbas.in bermitra dengan pedagang sayur di pasar tradisional, mengapa demikian?</p> <p>d. Apa dampak yang dirasakan Tumbas.in selama adanya pandemi corona?</p>	<p>Produser: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Anis Kamila, Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p>

				<p>e. Selama adanya pandemi corona apa saja yang sudah dilakukan tumbas.in agar dapat melayani masyarakat secara maksimal</p> <p>f. Bagaimana respon masyarakat dengan adanya aplikasi ini khususnya selama pandemi?</p>	<p>Editor: Ana Ahyana</p> <p>Reporter: Rizky Alisha R.</p> <p>Dubber: Ana Ahyana</p>
36.	Rice Box, Kuliner Praktis Favorit Milenial	Mengulik tren <i>rice box</i> di kalangan milenial.	Ahli Gizi: Dr. Diana Nur Afifah, S.Tp., M.Si.	<p>a. Apakah kandungan gizi yang terkandung pada satu <i>rice box</i> sudah memenuhi gizi yang dibutuhkan oleh manusia?</p> <p>b. <i>Rice box</i> yang ditawarkan oleh swalayan yang mana harus dipanaskan terlebih dahulu yang mana itukan tidak terlalu segar apakah kandungan gizinya berkurang?</p>	<p>Produser: Ana Ahyana</p> <p>Juru Kamera: Anis Kamila, Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Ana Ahyana</p>

				<p>c. Dapatkan kandungan yang ada di dalam <i>rice box</i> yang dipanaskan tersebut berbahaya bagi tubuh jika dikonsumsi?</p> <p>d. <i>Rice box</i> yang baik itu komposisinya seperti apa ya?</p>	<p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p> <p>Reporter: Rizky Alisha R.</p> <p>Dubber: Ana Ahyana</p>
37.	Bersepeda Jadi Hobi Favorit Selama Pandemi	Mengulik mengenai bersepeda yang menjadi hobi selama pandemi Covid-19 berlangsung.	Ketua Komunitas Sepeda “Japit”: Bagus	<p>a. Bagaimana menyikapi tren olahraga bersepeda yang sedang ramai selama pandemi?</p> <p>b. Apakah protokol kesehatan tetap diberlakukan? Protokol kesehatan seperti apa yang dilakukan selama olahraga bersepeda?</p>	<p>Produser: Rizky Alisha</p> <p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p>

				<p>c. Kegiatan apa saja yang dilakukan oleh komunitas sepeda ini selama pandemi?</p> <p>d. Apa saja tips olahraga bersepeda selama pandemi?</p>	<p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W., Anis Kamila</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
38.	Maksimalkan Gawai Dengan <i>Virtual photoshoot</i>	Tren <i>virtual photoshoot</i> yang tengah berkembang di masyarakat saat pandemi Covid-19.	Fotografer: Nabila Rahmawati	h. Sejak adanya pandemi Covid-19, banyak anak muda yang melakukan pemotretan dari rumah untuk eksis di sosial media. Bagaimana awal munculnya tren ini?	Produser: Ana Ahyana

				<p>i. Selain memotret secara langsung, juga muncul tren <i>virtual photoshoot</i>, bisa dijelaskan apa itu <i>virtual photoshoot</i> dan bedanya dengan pemotretan pada umumnya?</p> <p>j. Sebagai fotografer, bagaimana awal mula Anda menekuni <i>virtual photoshoot</i>?</p> <p>k. Apa yang perlu disiapkan oleh fotografer maupun client untuk melakukan <i>virtual photoshoot</i>?</p> <p>l. Apa yang menjadi ciri khas dari <i>virtual photoshoot</i>?</p> <p>m. Apa yang perlu disiapkan pemirsa di rumah apabila ingin melakukan pemotretan sendiri di rumah?</p>	<p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p> <p>Reporter: Anis Kamila</p> <p>Dubber: Ana Ahyana</p>
--	--	--	--	---	--

39.	Petis Khas Pati dan Menengok Awal Kemunculannya	Angle yang diambil dalam liputan ini mengenai sejarah dari Petis Runting. Bagaimana Petis Runting bisa menjadi makanan khas kota Pati dan apakah Petis Runting dikenal luas oleh masyarakat Pati sendiri sebagai makanan khas?	Dinas UMKM dan Perdagangan Pati dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk dinas terkait</p> <ol style="list-style-type: none"> Bagaimana sejarah Petis Runting ini tercipta? Apa yang membedakan petis ini dengan petis yang lain? Apa ciri khas yang ditonjolkan oleh Petis Runting ini? <p>Pertanyaan untuk masyarakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Apa yang Anda ketahui tentang Petis Runting? Apakah Anda mengetahui Petis Runting sebagai makanan khas Pati? Bagaimana pendapat Anda tentang makanan ini? 	<p>Produser: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Editor: Abimanyu Satriyo W</p>
-----	---	--	--	--	---

					Reporter dan Dubber: Abimanyu
40	Wisata Alam di Desa Rahtawu Masih Jadi Destinasi Saat Pandemi	Berkunjung ke wisata alam di Desa Rahtawu Kudus dan melihat persiapan pengelola dalam menghadapi Normal Baru.	Pengelola Desa Wisata Rahtawu dan <i>Voxpop</i> Pengunjung	<p>Pertanyaan untuk pengelola:</p> <ol style="list-style-type: none"> Selama adanya pandemi corona ini apa saja perubahan yang terjadi pada wisata ini? Apa saja yang telah dipersiapkan untuk Normal Baru? Bagaimana respon masyarakat? <p>Pertanyaan untuk pengunjung:</p> <ol style="list-style-type: none"> Apa yang membuat Anda mendatangi tempat wisata saat adanya corona seperti ini? Apa saja yang Anda siapkan selama berwisata agar tetap aman? 	<p>Produser: Anis Kamila</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W., Rizky Alisha R.</p> <p>Editor: Ana Ahyana</p> <p>Penulis Naskah: Anis Kamila</p>

				c. Apa yang menarik dari wisata ini?	Reporter dan Dubber: Anis Kamila
41.	Inovasi Roti Panggang dengan Rasa Nusantara	Inovasi roti panggang yang populer di kalangan milenial.	Pengusaha roti panggang: Ivan	<p>a. Apa yang menjadi keunikan roti panggang di Bejoku dan di tempat lainnya?</p> <p>b. Apa saja varian roti panggang yang dijual di Bejoku?</p> <p>c. Bagaimana awal mulanya muncul ide untuk mengkreasikan roti panggang dengan beragam isian dan topping?</p> <p>d. Mengapa memilih membuat inovasi roti panggang dengan dipadukan bersama sambel matah?</p> <p>e. Bagaimana respon masyarakat dengan munculnya inovasi tersebut?</p>	<p>Produser: Rizky Alisha R.</p> <p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Editor: Ana Ahyana</p> <p>Penulis Naskah: Rizky Alisha R.</p>

					Reporter dan Dubber: Anis Kamila
42.	Uniknya Olahan Kopi Khas Muria	Inovasi kopi lokal Kota Kudus yang unik.	Pemilik Kedai Kopi Tjolo dan Ketua Komunitas Kopi Muria Kudus: Puji Harto	<ul style="list-style-type: none"> a. Bisa dijelaskan apa itu kopi Muria? b. Apa saja ciri khas rasa dari Kopi Muria ini? c. Apakah ada cara tersendiri untuk mengolah Kopi Muria ini? d. Kopi Muria biasanya diolah menjadi apa saja? e. Di ketinggian berapakah Kopi Muria bisa ditanam dan apakah ketinggian, cuaca juga berpengaruh pada hasil? f. Di mana saja pemasaran Kopi Muria ini? g. Hambatan apa yang masih ditemukan dalam mengenalkan Kopi Muria ini? 	Produser: Ana Ahyana Juru Kamera: Ana Ahyana, Rizky Alisha R. Editor: Rizky Alisha R. Penulis Naskah: Anis Kamila

					Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.
43.	Kenikmatan Berlapis <i>Dessert box</i> Kekinian	Melihat tren <i>dessert box</i> yang ramai di perbincangkan di sosial media dan tips membuat deessert box di rumah.	Ahli Gizi: Dr. Diana Nur Affah, S.Tp., M.Si.	Pertanyaan untuk narasumber: b. <i>Dessert box</i> atau cake berlapis dalam wadah saat ini sedang digemari oleh masyarakat, dari kandungan gizi dalam <i>dessert box</i> itu bagaimana ya bu? c. <i>Dessert box</i> kan cenderung manis apakah <i>dessert box</i> dapat mengakibatkan masalah kesehatan? d. Dalam mengonsumsi makanan manis seperti <i>dessert box</i> apa yang perlu diperhatikan? Tips membuat <i>dessert box</i> :	Produser: Anis Kamila Juru Kamera: Ana Ahyana, Abimanyu Satriyo W. Editor: Anis Kamila

				<p>a. Apa bahan yang diperlukan untuk membuat <i>Dessert box</i>?</p> <p>b. <i>Dessert box</i> seperti apa yang akan dibuat?</p> <p>c. Bagaimana langkah-langkah membuatnya?</p> <p>d. Apa yang perlu diperhatikan dalam pembuatan, penyimpanan, dan penyajian <i>dessert box</i></p>	<p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
44.	Menerapkan Porsi Olahraga Ideal Saat Pandemi	Pada saat pandemi Covid-19 seperti ini olahraga seringkali dianggap sepele, namun ada beberapa aturan yang harus diperhatikan agar olahraga bisa memberikan efek yang tepat bagi	Dosen Olahraga FKM Undip: Dr. drs. Suroto, MPD	<p>a. Bagaimana porsi olahraga yang ideal saat pandemi?</p> <p>b. Olahraga seperti apa yang harus dihindari saat pandemi seperti ini?</p> <p>c. Apakah dalam situasi seperti ini, pola makan harus ikut diperhatikan?</p> <p>d. Jika ingin melakukan olahraga di luar rumah apa saja yang harus dipersiapkan?</p>	<p>Produser: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Juru Kamera: Abimanyu Satriyo W.</p>

		tubuh sehingga bisa meningkatkan imun.		<p>e. Berkaitan dengan tempat, apakah ada anjuran di mana sebaiknya melakukan olahraga di saat pandemi?</p> <p>f. Apakah ada anjuran waktu yang tepat untuk berolahraga saat pandemi?</p> <p>g. Apakah ada ino</p>	<p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Penulis Naskah: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
45.	Hilangkan Penat dan Isi Waktu Luang dengan Berkebun Saat Pandemi	Memperlihatkan adanya tren berkebun saat pandemi Covid-19 berlangsung.	Sekretaris Kelompok Tani Dahlia: Sri Mulyana	<p>a. Apa yang melatarbelakangi awal mula terbentuknya kelompok tani ini?</p> <p>b. Tanaman jenis apa saja yang ditanam?</p> <p>c. Apa saja kegiatan kelompok tani selama pandemi?</p>	<p>Produser: Ana Ahyana</p> <p>Juru Kamera: Rizky Alisha R., Anis Kamila</p>

				<p>d. Langkah apa yang dilakukan saat panen hasil kebun?</p> <p>e. Bagaimana cara kelompok Tani Dahlia dalam membuat pupuk sendiri dengan memanfaatkan barang yang ada di sekitar?</p> <p>f. Bagaimana memanfaatkan lahan sempit supaya bisa digunakan untuk berkebun?</p>	<p>Editor: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Penulis Naskah: Ana Ahyana</p> <p>Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.</p>
46.	Jadikan Aci Teman Nyemil Selama di Rumah Saja	Munculnya beragam makanan berbahan dasar aci yang digemari masyarakat dan tips membuat cireng.	Ahli Gizi: Dr. Diana Nur Afifah, S.Tp., M.Si. dan	<p>Pertanyaan untuk narasumber:</p> <p>a. Aci dibuat dari tepung tapioka yang memiliki tekstur kenyal, apa zat pembentuk aci dan apakah aci aman dikonsumsi dalam jangka waktu berkala?</p>	Produser: Anis Kamila

			<p><i>Voxpop</i> Masyarakat</p>	<p>b. Bagaimana kandungan gizi dalam aci? c. Apakah makan aci terlalu sering dapat menyebabkan masalah kesehatan? d. Apa yang perlu diperhatikan ketika mengonsumsi makanan berbahan dasar aci?</p> <p>Pertanyaan <i>voxpath</i>:</p> <p>a. Apa saja hidangan aci yang tren akhir-akhir ini? b. Bagaimana hidangan aci menjadi tren? c. Apa kandungan aci? d. Apakah aci sehat dikonsumsi secara sering?</p> <p>Tips membuat cireng:</p> <p>a. Apa saja bahan yang dibutuhkan?</p>	<p>Juru Kamera: Ana Ahyana, Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Editor: Anis Kamila</p> <p>Reporter dan Dubber: Anis Kamila</p>
--	--	--	-------------------------------------	--	--

				<p>b. Bagaimana langkah-langkah dalam membuat cireng?</p> <p>c. Cireng yang sudah dibuat tahan berapa lama?</p> <p>d. Apa yang perlu diperhatikan dalam membuat cireng agar tidak meledak saat di goreng?</p>	
47.	Nikmati Suasana Malam dengan Inovasi Kopi	Mengulik kafe dengan konsep yang unik dan menarik serta menyuguhkan minuman kopi yang kekinian.	Pendiri Black Coffee: Teguh Yulianto	<p>a. Sejak kapan Black Coffee didirikan?</p> <p>b. Apa alasan Anda mendirikan Black Coffee?</p> <p>c. Konsep apa yang diusung Black Coffee?</p> <p>d. Jenis kopi apa yang digunakan di Black Coffee?</p> <p>e. Mengapa memilih jenis kopi tersebut untuk dijadikan bahan utamanya?</p>	<p>Produser: Abimanyu Satriyo W.</p> <p>Juru Kamera: Rizky Alisha R., Ana Ahyana</p> <p>Editor: Rizky Alisha R.</p>

				f. Varian kopi apa yang paling populer di kalangan pengunjung?	Penulis Naskah: Anis Kamila Reporter dan Dubber: Abimanyu Satriyo W.
48.	Olahan Smoothies, Alternatif Diet yang Enak	Minuman menyehatkan yang terbuat dari buah- buahan yang dicampur dengan olahan lainnya.	Ahli Gizi: Dr. Diana Nur Afifah, S.Tp., M.Si.	Pertanyaan untuk narasumber: a. Bagaimana pengolahan yang tepat dalam mengolah buah atau sayur untuk dijadikan smoothies yang memenuhi kebutuhan asupan tubuh? b. Bagaimana panduan untuk berkreasi membuat sebuah smoothies buah dan sayur yang enak namun tetap memenuhi asupan tubuh?	Produser: Rizky Alisha R. Juru Kamera: Rizky Alisha R., Anis Kamila

				<p>c. Apakah baik jika sayur atau gua itu digabungkan untuk menjadi sebuah smoothies Apakah ada beberapa buah yang jika digabungkan malah akan mengakibatkan dampak negatif pada tubuh?</p> <p>Tips membuat smoothies:</p> <p>a. Apa bahan yang diperlukan untuk membuat smooties yang mudah namun menyehatkan?</p> <p>b. Smooties seperti apa dan berapa olahan smooties dari buah yang akan dibuat?</p> <p>c. Bagaimana langkah-langkah membuatnya?</p> <p>d. Apa yang perlu diperhatikan dalam pembuatan, penyimpanan, dan penyajiannya?</p>	<p>Editor: Rizky Alisha R.</p> <p>Reporter: Rizky Alisha R.</p> <p>Dubber: Ana Ahyana</p>
--	--	--	--	---	---

1.13 Budgeting

Berikut adalah biaya yang dikeluarkan selama pembuatan 48 segmen berita *feature*.

Table 1. 3 Budgeting

No.	Keterangan Biaya	Produser			
		Abimanyu Satriyo W.	Ana Ahyana	Anis Kamila	Rizky Alisha R.
1.	Transportasi	Rp 570.000	Rp 440.000	Rp 460.000	Rp 420.000
2.	Perizinan			Rp 15.000	
3.	Tiket Masuk Wisata	Rp 200.000	Rp 120.000	Rp 40.000	Rp 270.000
4.	Konsumsi	Rp 375.000	Rp 440.000	Rp 650.000	Rp 825.000
5.	Properti Operasional /	Rp 360.000	Rp 20.000		Rp 55.000
Total		Rp 1.505.000	Rp 1.020.000	Rp 1.165.000	Rp 1.570.000
Total Keseluruhan		Rp. 5.260.000			