

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Tema**

Segmen berita *feature* ini merupakan bagian dari program berita Jawa Tengah Hari Ini yang mengangkat *feature* bertemakan pariwisata, kuliner, dan hobi (komunitas) di seputar daerah Jawa Tengah.

### **1.2 Judul**

Segmen Berita *Feature* dalam Program Berita Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah.

### **1.3 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. Dengan 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 menjadi 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 (Muzllec 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 (Delloite, 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.

Di bulan Maret 2019, TVRI melakukan terobosan baru semenjak dipimpin oleh Helmy Yahya. Terobosan baru tersebut berupa *rebranding* dari segi teknis dan juga segi konten siaran. *Rebranding* terdiri dari dua kata yaitu “re” dan “branding”. Kata “re” mengacu pada kata pengulangan dimana dalam hal ini menjelaskan proses pembaharuan suatu brand yang telah diketahui masyarakat sebelumnya. *Rebranding* adalah menciptakan nama baru, istilah, simbol, desain, atau suatu kombinasi dengan tujuan mengembangkan suatu pembaharuan dalam pikiran masyarakat (Muzllec dan Lambkin, 2006: 805). Melalui *rebranding* TVRI berusaha mempertahankan ciri khasnya sebagai televisi yang memberikan pendidikan dan kebudayaan seluruh lapisan masyarakat Indonesia dengan konsep yang lebih baru dan mengikuti perkembangan zaman (Yusufsangdes, 2019, p. 1). 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 (Delloite, 2019, p.25).

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 3-7 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 *feature* di Jawa Tengah Hari Ini**

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

#### **1.4 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. Dengan 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.

#### **1.5 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.

## **1.6 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 mengedukasi pemirsa khususnya masyarakat Jawa Tengah agar dapat terinspirasi atas *feature* yang ditayangkan di TVRI Stasiun Jawa Tengah.

## **1.7 Landasan Teori**

### **1.7.1 Paradigma Positivisme**

Guba & Lincoln (dalam Mc Quail, 1994: 107) menjelaskan bahwa paradigma dipandang sebagai sekumpulan kepercayaan dasar yang berkaitan dengan prinsip – prinsip utama. Paradigma merupakan hal yang memberikan pandangan dunia dalam menentukan suatu hal tertentu bagi pengikutnya dan memberikan penjelasan tentang apa yang hendak mereka lakukan. 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 Sulistyanyingtyas dkk, 2015: 13-14) menjelaskan bahwa paradigma dapat menjadi landasan berpikir untuk menentukan:

- Epistemologis yang mana menyangkut asumsi mengenai hubungan antara peneliti dengan yang diteliti.
- Ontologis merupakan hal yang menyangkut dengan objek atau realitas sosial yang diteliti.
- Metodologis yakni asumsi mengenai 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” ini mengacu pada kata faktual atau berdasarkan fakta-fakta yang empirik. Positivisme berarti sesuatu yang berdasarkan fakta objektif yang secara tegas menyebutkan dirinya positif yang berarti nyata dan tidak percaya pada hal irasional (Nurhadi, 2017: 32-33).

Paradigma positivisme ini mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses yang linear atau proses yang terdapat sebab dan akibatnya, yang mencerminkan pengirim pesan (komunikator/encoder) untuk mengubah pengetahuan (sikap/perilaku) penerima pesan (komunikasikan/decoder) yang pasif. Paradigma positivisme akan cenderung menilai efek responden (komunikasikan) terhadap pesan yang telah dikirimkan komunikator dengan cara menilai proses *decoding* seseorang berdasarkan perhitungan sesuai dengan fakta yang ada (Nurhadi, 2007: 54-55). Pada karya bidang jurnalistik ini, paradigma positivisme akan digunakan sebagai evaluasi penonton dengan menggunakan perhitungan skala perhitungan perbedaan semantik. Paradigma positivisme ini dapat digunakan dalam mengkaji karya bidang segmen *feature* yang mana memiliki bertujuan memberikan informasi serta pengetahuan

kepada masyarakat melalui *feature* yang membahas topik yang sedang populer khususnya seputar pariwisata, kuliner, dan hobi. Dalam mengukur tercapainya tujuan karya bidang jurnalistik ini dengan menggunakan paradigma positivisme dengan menggunakan hasil dari *decoding* dan isi pesan yang telah diterima oleh penonton.

### **1.7.2 Teori Agenda Setting**

Media massa merupakan suatu saluran yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi publik karena jangkauannya yang luas. Penelitian De Dleur dan Ball-Rokeah (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 khalayak adalah hasil dari standarisasi 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).

### **1.8 Kerangka Pemikiran**

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 mengetahui 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*.

## **1.9 Tinjauan Pustaka**

### **1.9.1 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 akan 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.

### **1.9.2 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). Karya bidang ini mengumpulkan berita melalui tahap pra produksi hingga produksi yang berkaitan dengan perencanaan dan liputan lapangan. Konten yang akan ditayangkan adalah seputar pariwisata, kuliner, dan hobi, sehingga mahasiswa mencari dan mengumpulkan berita mengenai topik-topik tersebut dalam 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 akan menggunakan produksi *low cost budget*, dimana informasi dari liputan

diproses secara mandiri oleh mahasiswa menjadi sebuah paket berita sesuai dengan konsep jurnalistik sehingga 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* akan disiarkan pada segmen terakhir program acara berita TVRI Stasiun Jawa Tengah yaitu Jawa Tengah Hari Ini.

### 1.9.3 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 3-7 menit agar pemirsa dapat menyerap informasi dengan maksimal.

#### **1.9.4 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* yang dikemas secara menarik namun tidak meninggalkan prinsip 5W+1H agar masyarakat mendapatkan informasi, pengetahuan dan edukasi dengan maksimal melalui tayangan ini.

### 1.9.5 *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).

## **1.10 Kerangka Konsep**

### **1.10.1 Kerangka Segmen**

- b. Sebagai bagian dari program berita, segmen ini menggunakan latar di luar studio sesuai dengan lokasi liputan lapangan yang berbeda setiap segmennya.
- c. Segmen ini dibawakan oleh reporter yang terjun langsung ke lapangan untuk mengeksplorasi suatu tempat demi mendapatkan informasi dan pengalaman yang diolah menjadi berita.
- d. Segmen ini juga berisi *soundbite* dari narasumber terkait dan juga untuk menguatkan informasi dalam berita. Selain itu juga terdapat video pendapat atau perspektif masyarakat (*vox populi*).
- e. Menggunakan bahasa sesuai dengan KBBI yang dibawakan dengan santai namun tetap formal.
- f. Video yang ditayangkan umumnya 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* dapat digunakan apabila dibutuhkan.

### **1.10.2 Format dan Sajian Durasi**

Karya bidang mahasiswa ini berkontribusi dalam penyedia konten berformat *feature* pada program acara yang dibawahi 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 3-7 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).

### **1.10.3 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.

### **1.10.4 Goals dan Objective**

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

### **1.10.5 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 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 ia mengambil gambar. Ia 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 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).

### 1.10.6 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:

### 1. 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.

### 2. 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

### 3. *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 aktifitas.

#### 4. *Lighting*

*Lighting* berfungsi untuk memberikan cahaya pada objek yang 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 ini juga dapat disesuaikan sesuai dengan kebutuhan.

#### 5. *Memory Card* Eksternal dan *Hard Disk*

Kedua alat tersebut digunakan untuk menunjang penyimpanan dari *footage-footage* yang dihasilkan selama proses peliputan berlangsung.

- 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

### 1.11 *Budgeting*

Berikut adalah biaya yang dikeluarkan setiap segmennya:

**Tabel 1.2 *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
	<b>Total Keseluruhan</b>	<b>Rp. 5.260.000</b>			

### 1.12 Standar Sequence Guide

Tabel 1.3 Standar Sequence Guide Segmen *Feature* Edisi Cocosnya Lidah Indonesia dengan Masakan Korea

Segmen	T.O.S	Deskripsi	Narasi	Duration
Kim's K- Food: Kuliner Korea Yang Cocok Dengan Lidah Indonesia	- Medium <i>Shot</i> - Medium Long <i>Shot</i> -Close up	Menampilkan Reporter masuk kedalam restoran dan memesan makanan.	BERBICARA MENGENAI KULINER KOREA TENTU TIDAK AKAN ADA HABISNYA // KULINER YANG MASUK KARENA PENGARUH KOREAN WAVE INI SEMAKIN MENJAMUR DI INDONESIA DAN MENGHADIRKAN TREN BARU KHUSUSNYA DI BIDANG KULINER // TERBUKTI DENGAN BERDIRINYA BANYAK RESTORAN YANG MENYAJIKAN MAKANAN KHAS KOREA / KULINER KOREA PUN SEMAKIN MENJADI TIDAK ASING LAGI BAGI LIDAH INDONESIA // BERBAGAI JENIS MAKANAN HADIR MULAI DARI JAJANAN KAKI LIMA / HIDANGAN POKOK SEHARI HARI / HINGGA MAKANAN	34'

			PENUTUP BERCITA RASA MANIS // KARENA SAYA CUKUP PENASARAN DENGAN PERKEMBANGAN KULINER KOREA INI / SAYA MEMUTUSKAN UNTUK MENGUNJUNGI SALAH SATU RESTORAN KOREA YANG TERLETAK DI PUSAT KOTA SEMARANG //	
-Medium <i>Shot</i> -close up <i>shot</i> -Medium Long <i>Shot</i>	Memperlihatkan secara jelas menu makanan kimchi jjigae dan reporter menyantap hidangan kimchi jjigae	Dubbing:  KIMCHI JJIGAE MENJADI MAKANAN YANG PERTAMA SAYA COBA / SUP DENGAN KUAH MERAH INI BERISI TOFU DAN JAMUR ENOKI / TENTUNYA TIDAK LUPA DENGAN BAHAN UTAMANYA YAITU KIMCHI ATAU ASINAN DARI SAWI KHAS KOREA YANG SUDAH DIFERMENTASI // SAYA PIKIR RASANYA AKAN ASAM KARENA MENGGUNAKAN KIMCHI/ NAMUN TERNYATA / SUP INI TERASA SANGAT MENYEGARKAN DAN	21'	

		HANGAT BEGITU SAYA TELAN // MENU INI JUGA BIASANYA DISANTAP DENGAN SEMANGKUK NASI //	
-Medium <i>Shot</i> -close up <i>shot</i> -Medium Long <i>Shot</i>	Menampilkan reporter menyantap makanan bulgogi dengan pengambilan close up sajian bulgogi.	TANPA MENUNGGU LAMA / SAYA LANGSUNG MEMESAN BEBERAPA KULINER KOREA YANG PALING DIREKOMENDASIKAN DISINI // MAKANAN PERTAMA YANG SAYA COBA ADALAH KIMCHI JIGAE // SUP DENGAN KUAH MERAH INI BERISI TOFU DAN JAMUR ENOKI / TENTUNYA TIDAK LUPA DENGAN BAHAN UTAMANYA YAITU KIMCHI ATAU ASINAN DARI SAWI KHAS KOREA YANG SUDAH DIFERMENTASI // SUP INI TERASA SANGAT MENYEGARKAN DAN HANGAT BEGITU SAYA TELAN / APALAGI KIMCHI INI TERNYATA MEMILIKI SEGUDANG KHASIAT BAGI KESEHATAN // MULAI DARI KHASIAT UNTUK	24'

		MEMPERLANCAR PENCERNAAN / MENURUNKAN KADAR KOLESTEROL / SAMPAI MEMPERLAMBAT PROSES PENUAAN // BAHKAN DI TENGAH PANDEMI VIRUS CORONA INI / DENGAN MENGONSUMSI KIMCHI DAPAT MENINGKATKAN KEKEBALAN TUBUH //	
-Medium Long Shot	On cam Reporter	Anis Kamila (Reporter): “Ya Permirsanya ternyata salah satu restoran korea di Semarang menggunakan resep autentik dari Korea untuk makanan yang mereka hidangkan. Saya telah mencoba tiga makanan Korea yang pertama ada kimchi jjigae atau sup kimchi, kemudian tteokbokki, dan juga bulgogi. Nah dari yang saya rasakan dua makanan yang berwarna merah ini menggunakan pasta cabai atau biasa disebut gochujang. Rasanya cenderung pedas namun juga ada asamnya yaitu dari campuran fermentasi kedelai. Lalu untuk bulgogi sendiri rasanya	59’

		<p>cenderung asin tapi juga ada manisnya karena merupakan campuran dari kecap asin dan juga gula. Menurut saya makanan korea masih masuk dengan lidah saya sebagai orang Indonesia walaupun beberapa makanan cenderung pada rasa asam Tapi ketika sudah diolah menjadi masakan seperti ini dan dicampur dengan rempah-rempah lainnya rasanya tetep oke dan juga lezat”</p>	
<p>-Medium <i>Shot</i> -close up <i>shot</i> -Medium Long <i>Shot</i></p>	<p>Memperlihatkan pengunjung yang menikmati sajian makanan korea dan menampilkan makanan korea secara jelas.</p>	<p>Dubbing:  ADA BERBAGAI PILIHAN MENU DI RESTORAN KOREA YANG TERLETAK DI BILANGAN JALAN MUHAMMAD SUYUDI SEMARANG INI // HARGANYA PUN BERKISAR MULAI DARI 25 HINGGA 100 RIBU RUPIAH //</p>	<p>17’</p>

<p>-Extreme Close Up -Medium <i>Shot</i> -close up <i>shot</i> -Medium Long <i>Shot</i></p>	<p>Menampilkan reporter menikmati makanan bingsoo dan menampilkan sajian tersebut secara detail.</p>	<p>Dubbing:</p> <p>TIDAK HANYA MENYAJIKAN MAKANAN BERAT / RESTORAN YANG TERLETAK DI BILANGAN JALAN MOHAMMAD SUYUDI INI JUGA MENYAJIKAN BERBAGAI MACAM JAJANAN KOREA SEPERTI DESSERT YANG AKAN SAYA COBA INI // NAMANYA BINGSOO ATAU ES SERUT TRADISIONAL KOREA YANG SUDAH DIPERKENALKAN SEJAK ERA DINASTI JOSEON // ES SERUT TRADISIONAL KOREA INI TERBUAT DARI SORBET SUSU DENGAN BERBAGAI PILIHAN TOPPING // SEDANGKAN YANG SAYA PESAN INI ADALAH INJEOLMI BINGSOO / INJEOLMI DALAM BAHASA KOREA ARTINYA MOCHI / JADI INJEOLMI BINGSOO ADALAH ES SERUT YANG DIPADUKAN DENGAN MOCHI // RASANYA TIDAK BERBEDA JAUH DENGAN</p>	<p>34'</p>
---	--	---	------------

		ES SERUT INDONESIA / HANYA SAJA TEKSTURNYA LEBIH LEMBUT DAN JUGA CREAMY //	
-Medium <i>Shot</i>	Voxpop Pengunjung	“Kan suka korea terus dan kebetulan disini lidahnya sesuai aja sama makanannya gitu”	7’
-Medium <i>Shot</i> -close up <i>shot</i> -Medium Long <i>Shot</i>	Memperlihatkan pengunjung restoran yang menyantap makanan korea.	Dubbing:  MASUKNYA KULINER KOREA TIDAK HANYA SEBUAH PENGARUH DARI KOREAN WAVE / NAMUN KEHADIRANNYA DAPAT MENJADI REFERENSI SEKALIGUS PENNGALAMAN BARU DALAM MENIKMATI KEKAYAAN KULINER DUNIA //  TIM LIPUTAN TVRI JAWA TENGAH //	21’

**Tabel 1.4 Standar Sequence Guide Segmen *Feature* Edisi Sehat Bareng Komunitas Freeletics**

Segmen	T.O.S	Deskripsi	Narasi	Duration
Komunitas Freeletics Semarang: Menyehatkan tubuh ketika era rebahan naik daun	-Long Shot	Memperlihatkan beberapa gerakan olahraga yang dilakukan oleh Komunitas Freeletics.	Tidak ada narasi	7'
	-Medium Shot	On cam reporter di Lapangan Tri Lomba Juang, Semarang.	Abimanyu Satriyo (Reporter): "Halo pemirsa saat ini saya berada di lapangan tri lomba juang, nah kali ini saya akan mengajak pemirsa untuk olahraga bersama komunitas free letics semaran. penasaran seperti apa olahraganya? Kalau begitu mari kita langsung gabung bersama mereka."	13'
	- Extreme	Menampilkan reporter berjalan menuju tempat	Dubbing:	47'

Long <i>Shot</i>	diadakannya kegiatan komunitas freeletic.	BEROLAHRAGA TENTUNYA MERUPAKAN KEGIATAN YANG WAJIB DILAKUKAN UNTUK MENJAGA KESEHATAN TUBUH // OLAHRAGA DAPAT DILAKUKAN DENGAN BERBAGAI CARA / SALAH SATUNYA ADALAH FREE LETICS // JENIS OLAH RAGA INI MERUPAKAN AKTIFITAS FISIK TANPA MENGUNAKAN ALAT BANTU APAPUN // LATIHAN YANG DILAKUKAN MENGUNAKAN BEBAN DARI BARAT BADAN SENDIRI / SEHINGGA OLAH RAGA INI DAPAT DILAKUKAN OLEH SIAPA SAJA DAN DIMANA SAJA // JIKA ANDA YANG INGIN MELAKUKAN OLAH RAGA FREELATIK SECARA INTENSIF BERSAMA AHLINYA / BERGABUNG DENGAN KOMUNITAS FREELATIK SEMARANG MERUPAKAN SALAH SATU	
-Long <i>Shot</i>	Diperlihatkan pula orang-orang yang sedang berolahraga di Lapangan Tri Lomba Juang, Semarang serta sebagian kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Freeletic Semarang.		
Medium <i>Shot</i>			

		ALTERNATIF YANG DAPAT ANDA LAKUKAN //	
-Extreme Long Shot -Long Shot -Medium Long Shot -Medium Shot	Memperlihatkan kegiatan dan anggota komunitas freeletics yang terdiri dari anak-anak hingga orang dewasa pada Lapangan Tri Lomba Juang.	Dubbing:  KOMUNITAS YANG BERDIRI SEJAK TAHUN 2018 INI SUDAH MEMILIKI KURANG LEBIH SERATUS ANGGOTA AKTIF / YANG TERDIRI DARI ANAK-ANAK / REMAJA HINGGA ORANG DEWASA // TAK PERLU BIAYA UNTUK BERGABUNG DI SINI / ANDA BISA DATANG DAN LANGSUNG IKUT BEROLAHRAGA BERSAMA SETIAP HARI SABTU JAM EMPAT SORE DI LAPANGAN TRI LOMBA JUANG SEMARANG // KOMUNITAS INI MERUPAKAN PENGGAGAS MUNCULNYA KEMBALI OLAHRAGA FREELETIC YANG	30'

		SEBELUMNYA SEMPAT FAKUM PADA TAHUN 2016 //	
-Medium Long Shot	Voxpop anggota freeletics testimoni Komuitas	Tamrin: “Saya awalnya punya kebiasaan olahraga lari cuman masa otot saya kurang ternyata dengan bergabung dengan latihan freeletics jauh membangun kekuatan otot dan endurancenya sehingga bagus. Alhamndulillah pada tahun 2018-2019 saya dapat menyelesaikan beberapa full race marathon”	21’
Extreme Long Shot -Long Shot -Medium Long Shot -Medium Shot	Menampilkan anggota Komunitas yang sedang melakukan olahraga freeletic. Ditampilkan pula reporter yang mengikuti kegiatan komunitas freeletic.	Dubbing:  KOMUNITAS FREELETICS RUTIN MELAKUKAN DELAPAN KALI LATIHAN DALAM WAKTU SEBULAN / SEHINGGA DAPAT MENJADI WADAH BAGI MASYARAKAT UNTUK BEROLAHRAGA DENGAN BERBAGAI MACAM GERAKAN	42’

		<p>YANG EFEKTIF MEMBAKAR LEMAK // MULAI DARI GERAKAN PUSH UP UNTUK TUBUH BAGIAN ATAS / SIT UP UNTUK BAGIAN PERUT / SQUAT UNTUK BAGIAN KAKI / DAN GERAKAN-GERAKAN VARIASI LAINNYA // SELAIN ITU ADA JUGA KARDIO FUN YANG COCOK BAGI PEMIRSA YANG INGIN MENURUNKAN BERAT BADAN / DAN POWER STRENGTH UNTUK MENAMBAH MASSA OTOT //</p>	
<p>-Medium <i>Shot</i></p>	<p>On cam wawancara dengan Pendiri Komunitas Freeletic Semarang</p>	<p>Alan Reynaldi: “Jadi kalo misalnya untuk menurunkan berat badan itu bukan cuman latihan aja ya, kalo misalnya di kota itu lebih diutamakan untuk latihan kardio. Jadi kita menggunakan semua tubuh, jadi semacam running dan gerakan-gerakan kardio yang ada di freeletic, jumping jack, mountain climb, jadi semua menggunakan stamina dan juga cepat</p>	<p>39’</p>

		<p>menaikkan high rate. Jadi lemak-lemak yang di tubuh cepat terkuras untuk dijadikan energi oleh tubuh. Tapi juga harus diingat kalo misalkan kita mau menurunkan berat badan pola makan kita harus diatur, ga cuman latihan aja disini tapi juga pola makan kita di luar ga teratur ya itu sam aja”.</p>	
<p>Extreme Long Shot -Long Shot -Medium Long Shot -Medium Shot</p>	<p>Menampilkan kerumunan yang sedang melakukan freeletic. Diperlihatkan pula kegiatan foto bersama yang dilakukan oleh komunitas freeletic semarang.</p>	<p>Dubbing: NAH BAGI PEMULA TAK PERLU KHAWATIR / KARENA ADA GERAKAN ALTERNATIF YANG AKAN DIBERIKAN INSTRUKTUR DARI KOMUNITAS FREELETIK UNTUK MEMPERMUDAH JIKA TIDAK BISA MENGIKUTI GERAKAN YANG INTENSIF // MISALNYA GERAKAN BURPEES BISA DIGANTI DENGAN GERAKAN SPRAWL TANPA PUSH U P/</p>	70'

		<p>SEHINGGA TETAP AKAN MENDAPATKAN MANFAAT YANG SAMA PADA BAGIAN PERUT KAKI DAN TANGAN // SEIRING BERKEMBANGNYA WAKTU FREELETIK MENJADI OLAH RAGA YANG DIGEMARI OLEH MASYARAKAT URBAN KHUSUSNYA ANAK MUDA // SELAIN GERAKANNYA YANG MUDAH DAN TIDAK MEMBUTUHKAN ALAT BANTU / FREELETIK JUGA EFEKTIF DIGUNAKAN UNTUK MENJAGA KEBUGARAN DITENGAH KESIBUKAN SEHARI SEHARI // ANDA DAPAT MELAKUKAN AKTIFITAS FISIK SEPERTI INI DI RUMAH ATAUPUN BERGABUNG DENGAN KOMUNITAS AGAR MENDAPATKAN HASIL YANG OPTIMAL // SELAIN ITU MENJAGA POLA MAKAN JUGA DIPERLUKAN BAGI ANDA</p>	
--	--	---	--

		YANG INGIN MENDAPATKAN TUBUH IDEAL // TIM LIPUTAN TVRI JAWA TENGAH //	
--	--	---	--

**Tabel 1.5 Standar Sequence Guide Segmen *Feature* Edisi Mengenal Kudus Sebagai Kota Industri Di Masa Lampau**

Segmen	T.O.S	Deskripsi	Narasi	Duration
Museum Jenang: Mengenal Budaya Dan Sejarah	Medium shoot	Presenter membacakan lead berita	KOTA KUDUS TERKENAL DENGAN JULUKAN KOTA KRETEK / TAK HERAN SEGMENT INDUSTRI TUMBUH SUBUR DI KOTA INI // NAMUN BAGAIMANA KIRA KIRA RASANYA BELAJAR SEJARAH INDUSTRI YANG ADA DI KUDUS MELALUI MUSEUM? BERIKUT LIPUTANNYA //	15''
Kota Kudus Melalui Museum	-Medium <i>Shot</i>  -Medium Long <i>Shot</i>	Menampilkan Reporter berjalan memasuki museum. Ditampilkan pula pajangan replika mulai dari bahan hingga alat pembuatan jenang serta sejarah dan pembuat salah	Dubbing:  MEMPELAJARI SEJARAH MELALUI BUKU MUNGKIN TERDENGAR MEMBOSANKAN / NAMUN BAGAIMANA JIKA ANDA DAPAT MELIHAT SERTA MERASAKAN LANGSUNG SEJARAH SUATU KOTA MELALUI MUSEUM?	60''

<p>-Long Shot</p>	<p>ssatu produk jenang di Kota Kudus. Serta menampilkan miniatur pasar Bubar Kudus.</p>	<p>// DI KUDUS ADA MUSEUM YANG SIAP MEMANJAKAN ANDA DENGAN PENGETAHUAN MENGENAI INDUSRTI DI KOTA INI // YA MUSEUM JENANG</p> <p>TEMPAT YANG DIBUKA DARI TAHUN 2017 SILAM INI MENGHADIRKAN SEJARAH DI SEKTOR INDUSTRI / MULAI DARI KRETEK / HINGGA PERJALANAN KULINER LEGENDARIS JENANG DARI KOTA INI // TAK HERAN INDUSTRI MERUPAKAN FAKTOR PENYANGGA UTAMA PEREKONOMIAN KABUPATEN KUDUS // TERBUKTI DENGAN SUMBANGAN KONTRIBUSI PDRB TERBESAR DIBANDINGKAN SEKTOR YANG LAIN //</p> <p>SESUAI DENGAN NAMANYA / MUSEUM JENANG MENGHADIRKAN EDUKASI MENGENAI JENANG SEBAGAI WARISAN</p>	
-----------------------	---	---	--

		KULINER LEGENDARIS YANG SUDAH ADA SEJAK TAHUN 1910 SILAM // PENGUNJUNG DAPAT MENGETAHUI INFORMASI TERKAIT SEJARAH DARI KUDAPAN MANIS INI // MULAI DARI BAHAN BAKU JENANG / PROSES PEMBUATAN / DAN ALAT YANG DIGUNAKAN DARI TRADISIONAL HINGGA MODERN //	
-Medium Shot -Medium Long Shot -Extreme Long Shot -Long Shot	Memperlihatkan reporter berkeliling melihat miniatur sejarah Kota Kudus dari Menara Kudu berjalan menuju koridor berisi foto kudu masa lampau. Di ditampilkan juga reporter memasuki rumah joglo yang ada di tengah museum.	Dubbing:  MASUK LEBIH DALAM / MUSEUM INI MENYAJIKAN POTRET SEJARAH KUDUS PADA MASA KE MASA // YANG MENARIK ADA RUMAH JOGLO ASLI KUDUS YANG DAPAT DIMASUKI WISATAWAN UNTUK MENIKMATI KEINDAHAN UKIRANNYA MAUPUN BERFOTO //	32''

	Menampilkan reporter berjalan memasuki area Gusjigang X Building.	<p>Dubbing:</p> <p>SEBAGAI SALAH SATU PUSAT PERKEMBANGAN ISLAM DI PULAU JAWA / KUDUS JUGA DIJULUKI SEBAGAI KOTA SANTRI // BUDAYA BAHKAN KULINER DARI KOTA INI TAK TERLEPAS DARI PERJALANAN WALI // HINGGA KINI MASYARAKAT MEMEGANG TEGUH GUSJIGANG SEBAGAI SEMBOYAN HIDUP //</p>	15''
-Medium Long Shot	On cam wawancara Wakil Supervisor Museum Jenang	Adit Raditya: "Oh ya Gusjigang itu mempunyai filosofi ya dari Sunan Kudus, kepanjangan dari bagus akhlaknya, bagus mengaji dan bagus dalam berdagang. Itu literasi tentang masyarakat Kudus yang mempunyai karakter yang seperti itu."	25''

<p>-Medium Shot</p> <p>-Medium Long Shot</p> <p>-Extreme Long Shot</p> <p>-Long Shot</p>	<p><i>Footage</i> Transisi memperlihatkan papan informasi terkait literasi dari berbagai tokoh penting yang berhubungan dengan makna Gusjigang.</p>		<p>5''</p>
<p>-Medium Shot</p> <p>-Medium Long Shot</p> <p>-Extreme Long Shot</p> <p>-Long Shot</p>	<p>Memperlihatkan reporter masuk kedalam kawasan yang mana terdapat replika omah kapal, miniatur rumah kembar, replika pesawat fokker, dan patung dari Nitisemito serta menampilkan pengunjung yang berfoto pada kawasan ini.</p>	<p>Dubbing:</p> <p>KUDUS SEBAGAI KOTA INDUSTRI TAK TERLAPS DARI PERAN NITISEMITO YANG MENJADI ORANG TERKAYA DI INDONESIA TAHUN 1909 / IA MERUPAKAN PENGUSAHA PERTAMA YANG MELAKUKAN PROMOSI DENGAN MENYEWA PESAWAT FOKKER // JEJAK KESUKSESAN DAN KEKAYAAN NITI SEMITO DAPAT DILIHAT MELALUI MINIATUR RUMAH KEMBAR DAN RUMAH</p>	<p>38'</p>

		KAPAL MILIKNYA //	
<p>-Medium Shot</p> <p>-Medium Long Shot</p> <p>-Extreme Long Shot</p> <p>-Long Shot</p>	<p>Menampilkan pengunjung berfoto pada spot foto yang disediakan. Menampilkan pula reporter yang menjajakan setiap spot foto.</p>	<p>Dubbing:</p> <p>MENJELAJAHI MUSEUM JENANG INI / SAYA BAGAIKAN MASUK KE LORONG WAKTU // SELAIN DAPAT MELIHAT SEJARAH DAN PERKEMBANGAN KOTA KUDUS // TERDAPAT SPOT FOTO TIGA DIMENSI BERTEMA KEBUDAYAAN ASLI KOTA INI // DIANTARANYA / PEMBUATAN JENANG TEMPO DULU / BATIK KUDUS / SENI UKIR / SERTA KESENIAN TERBANG PAPAT // DISINI ADA JUGA SPOT FOTO PAKAIAN ADAT KHAS KUDUS YANG DAPAT ANDA COBA LHO //</p>	20''

<p>-Medium <i>Shot</i></p> <p>-Medium Long <i>Shot</i></p> <p>-Extreme Long <i>Shot</i></p> <p>-Long <i>Shot</i></p>	<p>Memperlihatkan reporter berkeliling melihat koleksi al-quran yang ada di Museum Jenang Kudus.</p>	<p>Dubbing:</p> <p>HADIRNYA MUSEUM JENANG SEBAGAI DESTINASI WISATA DI KOTA KUDUS / MENDAPATKAN APRESIASI DARI BERBAGAI KALANGAN // MUSEUM YANG TERLETAK DI JALAN SUNAN MURIA INI /BUKA SETIAP HARI DARI PUKUL SETENGAH DELAPAN PAGI HINGGA SEMBILAN MALAM // DISINI TIDAK HANYA MEMBERIKAN EDUKASI SEJARAH SECARA GRATIS / NAMUN JUGA MENGENALKAN PADA WISATAWAN TENTANG BUDAYA MASYARAKAT KUDUS YANG RELIGIUS //</p>	<p>24''</p>

<p>-Long <i>Shot</i></p> <p>-Medium Long <i>Shot</i></p>	<p>On cam Reporter</p>	<p>Anis Kamila (Reporter): “Meskipun merupakan kota kecil Kudus memiliki beragam warisan yang masih dilestarikan hingga saat ini. Selain kuliner jenangnya yang legendaris masyarakat juga masih berpegang teguh pada ajaran Sunan Kudus yaitu Gusjigang sebagai pegangan hidup. Tim Liputan TVRI Jawa Tengah.”</p>	<p>22”</p>
--	------------------------	---	------------



