

**Segmen Berita *Feature* Pada Program Berita Jawa Tengah Hari Ini
di TVRI Stasiun Jawa Tengah**

Abimanyu Satriyo Wicaksono, Lintang Ratri Rahmiaji

abimanyusatriyow98@gmail.com

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407
Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email : fisip@undip.ac.id**

ABSTRACT

Television is still one of the media with the highest number of access currently in Indonesia. The presentation of shows that are increasingly diverse and entertaining has made many television stations now compete with each other. No exception in presenting news broadcasts. One of the television stations, namely TVRI Stasiun Jawa Tengah, tries to present a broadcast in the form of a feature news segment as one of the steps to support the rebranding that is being carried out. The implementation of rebranding targeting the millennial generation certainly makes TVRI Central Java Station have to provide interesting news shows. One of them is the feature news segment which was produced by the Communication Science Team of Diponegoro University. The feature news segment is produced according to the interests of the millennial generation, which provides information, entertainment, and education about tourism, culinary, and communities, especially in areas around Central Java. During the production process the roles of producer, reporter, scriptwriter, cameraman, voice-over, and editor are very important, in order to present complete information supported by delivery and attractive visuals. Of course it is not easy to do each of these roles. Idea selection, crew distribution, news angle determination, shooting techniques, and editing in accordance with the script and standard operating procedures must be done maximally in order to produce news worthy of broadcast on television. The feature news segment airs on the Central Java program Today on TVRI Central Java Station at 16.00-17.00 WIB every Monday to Thursday with a total of 48 news segments. Aired from 26 July 2020 to 2 November 2020.

Keywords: Featured news, Cameraman, Producer, Reporter, TVRI Central Java.

ABSTRAK

Televisi masih menjadi salah satu media dengan jumlah akses paling banyak saat ini di Indonesia. Penyajian tayangan yang semakin beragam serta menghibur membuat banyak stasiun televisi kini saling bersaing. Tidak terkecuali dalam menghadirkan tayangan berita. Salah satu stasiun televisi yakni TVRI Stasiun Jawa Tengah mencoba menghadirkan suatu tayangan berupa segmen berita *feature* sebagai salah satu langkah untuk mendukung

rebranding yang dilakukan. Pelaksanaan *rebranding* dengan menasar penonton dari generasi milenial tentu membuat TVRI Stasiun Jawa Tengah harus memberikan tayangan berita yang menarik. Salah satunya tayangan segmen berita *feature* yang diproduksi oleh Tim Karya Bidang Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Segmen berita *feature* yang diproduksi sesuai dengan minat generasi milenial yang menyajikan informasi, hiburan, serta edukasi seputar wisata, kuliner, dan komunitas khususnya di daerah sekitar Jawa Tengah. Selama proses produksi peran produser, reporter, penulis naskah, juru kamera, *voice-over*, dan editor sangat penting, guna menyajikan informasi yang lengkap didukung dengan penyampaian dan visual yang menarik. Tentu tidak mudah dalam melakukan masing-masing peran tersebut. Pemilihan ide, pembagaian kru, penentuan *angle* berita, teknik pengambilan gambar, serta *editing* yang sesuai dengan naskah dan standar operasional prosedur harus dilakukan dengan maksimal demi menghasilkan suatu berita yang layak untuk tayang di televisi. Segmen berita *feature* tayang di program Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Stasiun Jawa Tengah pukul 16.00-17.00 WIB setiap hari Senin sampai Kamis dengan jumlah 48 segmen berita. Tayang mulai dari bulan 26 Juli 2020 hingga 2 November 2020.

Kata Kunci: Berita Feature, Juru Kamera, Produser, Reporter, TVRI Jawa Tengah.

PENDAHULUAN

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).

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. (Yusufsangedes, 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 *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.

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. 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.

Rumusan Masalah

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.

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.

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.

Landasan Teori

Paradigma Positivisme

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 positivism dapat dikategorikan sebagai realisme 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 (komunikasi/decoder) yang pasif. Paradigma positivisme cenderung menilai efek responden (komunikasi) 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.

Teori Agenda Setting

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).

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*.

Tinjauan Pustaka

Pemrograman Penyiaran

Program yang diusung dalam karya bidang mahasiswa ini menampilkan tayangan berkategori *feature* yang mengangkut 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.

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).

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)
- d. *Continuity* (kesinambungan gambar)
- e. *Motivation* (alasan setiap shot yang diambil)

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. 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.

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). 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 penyampaianya dimana *feature* disajikan dalam bahasa pengisahan yang sifatnya kreatif dan informal (Sumadiria, 2008: 150-151).

Kerangka Konsep

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).

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.

PEMBAHASAN

Produser

Peran produser dalam memproduksi suatu tayangan di televisi sangat penting. Produser merupakan seseorang yang memimpin produksi dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan pelaksanaan sejak pra produksi, produksi, dan pasca produksi dari suatu acara. Tidak heran jika produser memegang peran tertinggi dan penting dalam produksi suatu acara. Produser menjadi salah satu kunci keberhasilan dari suatu tayangan, apakah acara tersebut layak untuk ditayangkan atau tidak. Pada proses pembuatan tayangan berita, produser memiliki tanggung jawab untuk memastikan suatu berita dapat diproduksi dengan baik.

Reporter

Reporter merupakan salah satu bagian terpenting dalam pembuatan berita. Reporter memiliki tugas untuk menyampaikan suatu informasi yang didapatkan ketika berada di lapangan. Keterampilan reporter dilihat dari bagaimana ia berhasil meliput, melakukan wawancara, dan menulis berita. Seorang reporter televisi dituntut mampu untuk melaporkan peristiwa yang tengah diliputnya di depan kamera.

Penulis Naskah

Naskah berita televisi biasa juga disebut dengan istilah narasi berita atau skrip berita. Naskah berita pada umumnya dilakukan oleh reporter atau penulis naskah dengan menyusun informasi yang telah didapatkan dari liputan dan wawancara. 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.

Juru Kamera

Sama dengan reporter, juru kamera merupakan awak redaksi yang memegang peranan penting dalam proses produksi berita televisi. Juru kamera (*camera person*) bertanggung jawab atas semua aspek teknis pengambilan dan perekaman gambar. Seorang juru kamera harus

memastikan bahwa gambar yang diambilnya sudah tajam, pengaturan level atau tingkat suara sudah sesuai, warna gambar yang sesuai dengan aslinya, dan komposisi gambar yang sudah tepat sehingga mendapatkan hasil yang bagus.

Berita televisi memiliki format audio visual yang berbentuk tayangan (video). Pada proses pembuatannya, berita televisi khususnya dengan format paket membutuhkan pengisi suara atau *voice over* agar informasi pada naskah dapat tersampaikan pada penonton. Pada proses produksi, *voice over* dilakukan oleh seseorang yang bernama *dubber*.

Editor Video

Tahap terakhir pada produksi tayangan televisi adalah menyunting video berita yang telah didapatkan juru kamera pada proses liputan lapangan. Proses *editing* merupakan tahap memotong dan menyatukan potongan video yang didapatkan dari liputan. Penambahan *background* dan *dubbing* juga diperlukan dalam proses *editing* video sehingga menghasilkan perpaduan antara gambar dan audio yang bagus.

Budgeting

Merinci biaya produksi 48 segmen video dibutuhkan untuk memprediksi biaya

yang dibutuhkan. Biaya yang dikeluarkan pada proses pembuatan 48 segmen video ini berjumlah Rp. 5.260.000.

EVALUASI

Produser

Selama bertugas produser terdapat beberapa kendala baik pada proses pra produksi, produksi maupun pasca produksi. Pada proses produksi, produser harus memiliki kemampuan dalam mencari data dalam riset dan menentukan narasumber yang perlu ditingkatkan sebab berguna dalam pelaksanaan liputan di lapangan. Produser bertanggung jawab pada setiap segmen tayangan berita maka dari itu produser perlu memutuskan keputusan dengan cepat dan bijak. Kendala yang terjadi selama perencanaan dan pelaksanaannya adalah hambatan sebab adanya pandemi covid-19. Pada perencanaannya terdapat beberapa wisata dan tempat kuliner serta komunitas yang diliput namun terhalang pandemi sebab adanya PSBB (pembatasan sosial berskala besar). Hal tersebut membuat produser harus tanggap dalam menyelesaikan kendala tersebut agar karya bidang tetap berjalan meski adanya PSBB yakni dengan memberikan solusi lain seperti mencari ide liputan lain yang dapat dikerjakan selama pandemi. Selama pandemi covid-19 anggota tim karya bidang tidak saling

bertemu dan hanya berkomunikasi lewat gawai hal ini membuat proses pengerjaan semakin lambat dari timeline yang sudah dibuat. Dengan adanya komunikasi lewat gawai, produksi tetap berlanjut dan mencari ide liputan pengganti melalui riset secara daring dan setidaknya dapat dikerjakan di rumah masing-masing. Produser juga perlu berkomunikasi dengan kru lain agar liputan tetap pada konsep awal yang telah dibuat. Produser harus mampu melakukan evaluasi terhadap program yang dirancangnya. Apakah program yang ditayangkan sudah sesuai atau belum? Bila memenuhi apa yang harus dilakukan dan ditingkatkan lagi? Apakah dalam pelaksanaannya terdapat kendala? (Harahap, 2018:18). Merujuk pada tugas produser yang harus melakukan evaluasi, Pada prosesnya produser juga perlu memperhatikan respon penonton dari youtube dan sosial media segmen feature pada Jawa Tengah Hari Ini, dengan hal ini produser akan tahu bagaimana respon penonton terhadap satu tayangan dan dapat menjadikan pedoman bagi liputan selanjutnya.

Reporter

Ada beberapa evaluasi yang dilakukan pada *jobdesk* ini, mengingat reporter menjadi salah satu ujung tombak yang sangat berpengaruh bagi suatu tayangan berita. Pertama, reporter harus memperkaya lagi wawasan dan pengetahuannya dalam

memahami topik serta *angle* yang akan diangkat. Hal ini diperlukan agar reporter memiliki informasi yang kuat sehingga mampu dijadikan sebagai dasar untuk menyusun dan menyampaikan informasi secara baik. Kedua, reporter perlu mempersiapkan pertanyaan yang menjadi bahan untuk wawancara satu atau dua hari sebelum wawancara dengan narasumber berlangsung. Reporter juga perlu meningkatkan usaha dalam mencari informasi tambahan sehingga akan diperoleh data yang cukup untuk menyusun pertanyaan yang variatif dan berbobot. Ketiga, reporter perlu meningkatkan komunikasi dan koordinasi antar anggota saat di lapangan supaya tidak terjadi kesalahan saat pengambilan gambar selama liputan berlangsung. Terakhir, penulis perlu menambah referensi dalam hal *stand up* di depan kamera serta memperbanyak latihan. Hal ini bertujuan untuk mengurangi rasa kurang percaya diri dan kegugupan yang sering dialami penulis saat menjadi reporter.

Penulis Naskah

Penulisan naskah tentu dilakukan setelah liputan selesai. Penulis harus melakukan koordinasi dengan reporter selama penyusunan naskah. Hal ini bertujuan agar informasi-informasi yang didapatkan oleh reporter bisa ditulis dengan baik oleh penulis naskah. Selain itu, penulis

naskah perlu meningkatkan efektivitas waktu dalam proses penyusunan naskah berita. Penulis naskah seharusnya bisa diselesaikan maksimal enam jam setelah liputan. Namun, penulis masih belum bisa melakukan hal tersebut dan ini menjadi evaluasi bagi penulis naskah. Hal ini juga mempermudah *voice over* untuk segera melakukan *dubbing*. Selain itu, penulis naskah harus memperhatikan pula penulisan dan bahasa agar sesuai dengan EYD dan KBBI. Mengingat ini merupakan produk berita dan ditayangkan melalui televisi. Penulis juga diharapkan mampu menulis naskah dengan kosa kata yang lebih banyak lagi, sehingga bisa menghasilkan naskah yang tidak monoton dan kaku.

Juru Kamera

Kendala teknis yang biasanya ditemui oleh penulis saat menjadi juru kamera berupa pencahayaan yang kurang, perbedaan pengaturan kamera antar juru kamera, dan masalah pada kartu memori. Kemudian untuk kendala non teknis seperti beberapa *shot list* yang sudah dibuat dan disiapkan terkadang harus mengalami perubahan dalam proses pengambilan gambarnya menyesuaikan keadaan yang ada. Tidak jarang pula gambar yang diambil kurang fokus dan bergetar, tentu ini mempengaruhi kualitas video liputan. Evaluasi diperlukan demi memperbaiki

kualitas gambar yang dihasilkan. Perbedaan komposisi warna kerap terjadi saat melakukan liputan dan penulis juga mengalami hal tersebut. Juru kamera perlu meningkatkan penguasaan dalam hal *setting* kamera sehingga pengambilan gambar dapat menghasilkan kualitas yang baik dengan komposisi warna yang sama. Juru kamera juga perlu meningkatkan teknik pengambilan gambar atau *angle*, agar mendapatkan variasi gambar yang banyak dan menarik. Dibeberapa liputan minggu awal penulis sempat mengalami pengambilan gambar yang monoton. Peningkatan koordinasi dengan kru saat di lapangan perlu dilakukan agar proses pengambilan gambar bisa berjalan dengan teratur dan *footage* yang didapatkan maksimal.

Voice Over

Demi mendapatkan hasil yang maksimal tentu *voice-over* harus dilakukan sebaik mungkin dan terhindar dari gangguan suara yang dapat merusak kualitas *dubbing*. Rata-rata *voice-over* dilakukan penulis pada malam hari demi menghindari *noise* yang berlebihan. Namun, efek sampingnya adalah kualitas suara tidak bisa sebagus saat di pagi atau siang hari. Selain itu, pengaturan nafas serta tempo ketika membaca kalimat yang panjang juga masih menjadi kendala sehingga perlu banyak latihan. Penulis juga

perlu meningkatkan lagi kemampuannya dalam hal intonasi agar suara yang dihasilkan dapat dinikmati sehingga pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Hal ini menjadi evaluasi yang penting demi mendapatkan kualitas suara rekaman yang jernih, bagus, dan dapat dinikmati.

Editor

Di tahap *editing*, evaluasi perlu dilakukan seperti saat macetnya laptop ketika digunakan untuk proses editing membuat editor harus sabar dalam mengerjakan. Hal ini menyebabkan proses editing terkadang berjalan lama. Menggunakan laptop yang memiliki mesin atau spesifikasi untuk *editing* sangat perlu dilakukan agar mempermudah proses *editing* kedepannya. Editor juga perlu meningkatkan kembali kemampuan *editing*, sehingga saat proses pemberian efek pada video bisa berjalan baik. Peninjauan ulang sebelum melakukan *export* juga perlu ditingkatkan untuk mengantisipasi jika ada video yang *blank* ataupun tidak sesuai dengan standar prosedur.

PENUTUP

Kesimpulan

- Tim Karya Bidang telah berhasil membuat segmen berita *feature* yang merupakan *soft news* yang

tayang pada program Jawa Tengah Hari Ini. Segmen berita *feature* tayang di TVRI Jawa Tengah mulai hari Senin sampai Kamis pukul 16:00-17:00 WIB. Segmen ini mengangkat liputan dengan tema pariwisata, kuliner, dan hobi dengan durasi per segmen sekitar 3 – 7 menit. Segmen ini ditayangkan dari tanggal 27 Juli – 2 November 2020. Berikut daftar liputan 48 segmen berita *feature* yang telah diproduksi Tim Karya Bidang.

- Tim Karya Bidang telah berhasil memproduksi segmen berita *feature* yang tayang pada Program Jawa Tengah Hari ini di TVRI Jawa Tengah dan diketahui oleh masyarakat Jawa Tengah serta mendapatkan penilaian yang positif melalui survei evaluasi penonton.
- Pada karya bidang ini, pembagian tugas setiap anggota berbeda-beda setiap liputannya. Penulis bertanggung jawab untuk menjadi produser, reporter, penulis naskah, pengisi suara (*voice over*), juru kamera, dan editor.

Saran

- Meningkatkan koordinasi dengan sesama anggota tim dan narasumber sehingga tidak terjadi kesalahan pemahaman saat liputan berlangsung.
- Persiapan lebih matang untuk reporter yang bertugas, mulai dari menyiapkan pertanyaan wawancara dan juga bahan untuk melakukan *stand up*.
- Meningkatkan efektivitas waktu dalam menyelesaikan penyusunan naskah berita setelah liputan dan wawancara dilaksanakan.
- Memperkaya kosa kata sehingga mempermudah penyusunan naskah.
- Berlatih meningkatkan *skill* dalam hal *voice-over* agar intonasi dan pernafasan bisa lebih baik lagi.
- Lebih memperhatikan dan melakukan pengecekan ulang terhadap perlengkapan liputan.
- Meningkatkan kemampuan dalam pengambilan gambar sehingga kualitas gambarnya stabil dan tidak *blur*.
- Memperbanyak latihan dan mencoba hal baru dalam hal *editing* sehingga video yang dihasilkan bisa lebih menarik dengan banyaknya efek.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasfi, Nurul & Bayu Widagdo. 2013. *Produksi Berita Televisi*. Semarang: CV. Majuno
- Harahap, Arifin S. 2018. *Manajemen Pemberitaan & Jurnalistik TV*. Jakarta: Indeks
- Latief, Rusman & Yasiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Non Drama*. Jakarta: Kencana
- Mabruri, A. 2013. *Manajemen Produksi Program Acara TV Non Drama*. Jakarta: Gramedia
- Mc Quail, Dennis. (1994). *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga
- Mc Quail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi Ke-6*. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissan. 2008. *Menejemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group
- Morissan. 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana
- Oramahi, Hasan Asy'ari. 2015. *Jurnalistik Televisi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Rolnicki, Tom E. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scolastic journalism)*. Jakarta: Kencana
- Simarmata, Solvator. 2014. *Media dan Politik. Sikap Pers terhadap Pemerintahan Koalisi di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Sobur, Alex. 2009. "Analisis Teks Media: Suatu Pengantar analisis wacana, analisis semiotika, dan analisis framing". Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sulistyaningtyas, Tri, Susanto, Dicky R. Munaf. 2015. *Sinergitas Paradigma Lintas Sektor di Bidang Keamanan dan Keselamatan Laut*. Jakarta: Gramedia
- Sumadiria, AS. Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung: CV. Simbiosis Rekatama Media

Sumber dari Jurnal

- Ardiyanti, Handrini. 2011. *Konsep dan Regulasi TV Lokal dalam Kerangka Penguatan Budaya Lokal*. Jurnal DPR. 2(2): 323

- Muzellec, Laurent, Lambkin, Marry (2006). Corporate Rebranding: destroying, transferring, or creating brand equity?. European Journal of Marketing. 40: 805

Sumber dari Internet

- Aditya. 2019. *Rebranding TVRI Bukan Cuma Ganti Logo*. <https://www.goodnewsfromindonesia.com>

- esia.id/2019/10/11/rebranding-tvri-bukan-cuma-ganti-logo/ diakses pada tanggal 20 Juni 2020, pukul 18.21 WIB
- Bachdar, Saviq. 2018. *Jangan Heran, 97% Generasi Z Masih Menonton Televisi*.
<https://marketeers.com/jangan-heran-97-generasi-z-masih-menonton-televisi/> diakses pada 5 Desember 2019 pukul 21.05 WIB.
- Delloite Indonesia Persepectives. 2019. *Generasi Milenial dalam Industri 4.0*.
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Delloite/id/Documents/about-deloitte/id-about-dip-edition-1-chapter-2-id-sep2019.pdf> diakses pada 11 Juni 2019, pukul 20.18 WIB.
- Gewati, Mikhael. 2019. *Revitalisasi Tahap 1 Kelar, Wakaj Baru Kota Lama Semarang Mulai Nampak*.
<https://semarang.kompas.com/read/2019/08/26/19592931/revitalisasi-tahap-1-kelar-wajah-baru-kota-lama-semarang-mulai-nampak> diakses pada 2 Januari 2020, pukul 19.41 WIB.
- Olavia, Lona 2019. 2020 *Konsumsi Kopi Diproyeksikan Naik 13,1%*.
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/591071/2020-konsumsi-kopi-diproyeksikan-naik-139> diakses pada 1 Agustus 2020, pukul 20.05 WIB.
- Nielsen Global Media. 2017. *Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet Indonesia*
<https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA/> diakses pada 5 Oktober 2019, pukul 19.30 WIB.
- Nugroho, Ryan Bayu. 2018. *Melihat Kembali Peran Televisi yang Mulai Tergantikan*.
<https://www.kompasiana.com/ryanbay/5b17c544bde5754eb47bbd54/melihat-kembali-peran-televisi-yang-mulai-tergantikan?page=1> diakses pada tanggal 5 Desember 2019, pukul 20.46 WIB.
- Rahayu. 2019. *Riset Milenial Masih Menonton TVRI, Ini Alasan Mereka*.
<https://almi.or.id/2019/11/06/riset-milenial-masih-menonton-tvri-ini-alasan-mereka/> diakses pada 5 Desember 2019 pukul 21.15 WIB.
- TVRI. *Sejarah TVRI*.
<http://tvri.go.id/about> diakses pada 5 Juni 2020 pukul 15.30 WIB.
- Yusufsangdes. 2019. *Rebranding dan Makna Logo Baru TVRI*.

<https://www.sangdes.com/2019/04/rebranding-dan-makna-logo->

[baru-tvri.html](#) diakses pada 7 Oktober 2019, pukul 22.00 WIB.

