

**Nama : Rijalul Vikry**

**NIM : D2C008066**

**Judul : Karya Bidang Jurnalistik Produksi *Feature* TOKOH Di Cakra Semarang TV**

---

### **ABSTRAK**

Program *feature* adalah salah satu program kreatif yang bisa menarik perhatian dan tidak membosankan untuk ditonton. Program *feature* dipilih karena pengemasan informasinya yang ringan dan mudah dicerna oleh masyarakat. Dengan tema *human interest* program ini mengangkat kisah tentang perjalanan seorang mahasiswa penulis buku *best seller*, penjual sayur pengasuh anak-anak jalanan, kyai penjaga makam di pulau yang terkena abrasi, komunitas makelar bantuan sosial, belajar bahasa Inggris melalui metode penginstalan otak bawah sadar, dan mantan salesman yang menjadi pengusaha sukses yang memajukan desa tempat tinggalnya.

Konsep produksi *feature* TOKOH ini disesuaikan dengan program TOKOH yang sudah ada di Cakra Semarang TV. Namun ada beberapa tambahan dan perubahan yang membuatnya berbeda yaitu liputan singkat profil narasumber, testimonial orang-orang terdekat narasumber, perubahan komposisi segmen, tips dan pesan yang menginspirasi dan memotivasi. Ada enam episode yang ditayangkan yaitu “Sastrawan Muda Berbakat”, “Ibu Asuh Anak Jalanan”, “Kyai Penjaga Makam”, “Komunitas Tangan Kedua”, “Belajar Bahasa Inggris Melalui Otak Bawah Sadar”, “Desa BuLe”. Posisi pekerjaan dibagi berdasarkan tugas dan tanggungjawab masing-masing yaitu sutradara, penulis naskah, koordinator talent host, penata kamera, dan penyedia alat.

Setelah melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi, produksi *feature* ini ditayangkan setiap hari Senin, pukul 18.00 WIB, dari tanggal 9 Juni 2014 sampai dengan 21 Juli 2014. Program *feature* ini diharapkan menjadi media yang mengedukasi, menginspirasi, dan memotivasi masyarakat dalam setiap episodenya.

Kata kunci: *feature*, *human interest*, tokoh, prestasi, dedikasi

## I. Latar belakang

Setiap stasiun televisi di Indonesia saat ini sedang bersaing ketat dalam meraih perhatian pemirsa, berbagai macam acara tersedia di setiap salurannya. Setiap stasiun televisi memiliki ciri khas masing-masing agar terlihat berbeda misalnya Kompas TV dengan berbagai acara-acaranya yang berkaitan dengan *news*, atau TV One yang menetapkan diri sebagai televisi berita.

Untuk menghadapi persaingan, televisi memproduksi tayangan yang berbeda, dinamis, dan disukai para penonton. Program berita *feature* adalah salah satu program kreatif yang bisa menarik perhatian dan tidak membosankan untuk ditonton. Trans 7 telah membuktikan keberhasilan program *feature* yang dapat menarik perhatian. Beberapa program *feature* Trans 7 mampu menjadi *trend* dan bertahan lama seperti Jejak Petualang, Si Bolang, Laptop Si Unyil, Dunia Binatang, Mancing Mania.

*Feature* adalah liputan mengenai kejadian yang dapat menyentuh perasaan ataupun menambah pengetahuan pemirsa melalui penjelasan rinci, lengkap, serta mendalam, tidak terikat aktualitas, nilai utamanya unsur manusiawi atau informasi yang dapat menambah pengetahuan (Fachrudin, 2012: 225). *Feature* sebagai program reportase yang dikemas secara mendalam dan luas disertai sedikit sentuhan aspek *human interest* agar memiliki dramatika.

Saat ini banyak tayangan atau program *news feature* yang mengangkat orang-orang yang menderita penyakit yang parah, kemiskinan, kalangan orang-orang yang terpinggirkan, orang yang memiliki kebutuhan khusus namun

memberikan inspirasi bagi pemirsanya. Mereka cenderung menjual kehidupan orang-orang yang kurang beruntung tersebut untuk mendapat simpati masyarakat atau untuk memberikan inspirasi bagi para penontonnya.

Contoh dari tayangan-tayangan tersebut adalah Orang Pinggiran di Trans 7, Tupperware She Can di Trans 7, Merajut Asa di Trans 7, Catatan Si Olga di ANTV, dan lain-lain. Orang Pinggiran menceritakan bagaimana seseorang yang hidup di bawah garis kemiskinan mampu bertahan hidup dan mencukupi kebutuhan sehari-hari di pinggiran sebuah daerah atau daerah pedesaan atau pedalaman. *Tupperware She Can* menceritakan sosok seorang wanita inspiratif yang mampu memberikan dampak positif di masyarakat dan memberdayakan sesama. *Merajut Asa* menceritakan seseorang yang sangat peduli terhadap kerusakan lingkungannya dan mampu memberikan perubahan. Dan *Catatan si Olga* bercerita tentang seorang Olga Syahputra yang melakukan perjalanan untuk menemui orang-orang yang hidup di bawah garis kemiskinan, atau orang-orang yang menderita sakit parah namun tidak mampu membiayai pengobatan, biasanya di akhir pertemuan Olga selalu memberikan bantuan.

Tayangan *news feature* dengan tema *human interest* tersebut memiliki kesamaan dalam pengambilan sudut pandang berita. Semakin sedih kisah yang dapat diangkat maka semakin menarik tayangan tersebut dan semakin banyak kisah inspiratif semakin menarik acara tersebut. Walaupun hanya beberapa masih sedikit tayangan televisi yang mampu mengangkat kekuatan di balik kelemahan orang-orang yang dianggap terpinggirkan di negara ini. Tayangan tersebut juga

tidak memberikan solusi atas segala permasalahan yang ada dan cenderung mengeksploitasi ketidakberuntungan mereka.

Memiliki tema yang sama (*human interest*) namun diambil dari sudut pandang yang berbeda, *feature-feature* ini akan ditayangkan dalam 4 episode. Setiap episode akan mengangkat kisah seseorang yang menginspirasi, mempunyai dedikasi tinggi, totalitas dalam bidangnya, dan memberdayakan sesama. Bentuk *news feature* dipilih karena pengemasan informasinya ringan dan mudah dicerna oleh para penonton.

## **II. Tujuan**

*News feature* ini bertujuan untuk memberikan informasi mendalam kepada target pemirsa melalui eksplorasi elemen manusiawi dari Kyai Penjaga Makam, Totalitas Bertani Organik, Ibu Asuh Anak Jalanan, dan Sastrawan Muda Berbakat.

## **III. Target Audiens**

Pembuatan produk jurnalistik dalam bentuk *news features* ini membidik usia 18-50 tahun baik pria maupun wanita yang berdomisili di Jawa Tengah.

## **IV. Format sajian dan Durasi**

Format sajian yang digunakan dalam *project* ini adalah *news feature* dengan durasi 24 menit. Program Tokoh yang ditayangkan di Cakra Semarang TV menggunakan alur yang sederhana dan urutan yang jelas mulai dari segmen pertama, kedua, hingga segmen ketiga. Acara dikemas dalam bahasa yang lugas agar mudah diterima oleh khayalak. Format sajian yang urut ini sesuai dengan target *audience* Cakra Semarang TV yaitu menengah ke atas.

Program Tokoh dipandu oleh seorang *host* yang akan mewawancarai narasumber dengan gaya yang santai. Hal tersebut dilakukan agar narasumber lebih nyaman dalam berbagi cerita maupun pengalamannya. Tak hanya berisi wawancara dengan tokoh yang diangkat, namun program ini juga akan memuat liputan khusus dengan narasumber lain yang berkaitan dengan tokoh utama.

Cakra Semarang TV memiliki warna dominan merah dan putih sebagai identitas khas yang melambangkan nasionalisme. Stasiun TV ini merupakan anggota jaringan Bali TV yang memiliki jaringan di beberapa kota besar di Indonesia. Warna sangatlah penting dalam memberikan kesan pesan yang lebih mendalam. Warna merah mengesankan semangat, kegairahan dan panas api. Warna yang dipilih menimbulkan efek yang luar biasa pada kesan desain dan cara orang meresponnya (Fachruddin, 2012:40)

## **V. Mekanisme Produksi**

### **1. Pra Produksi**

*Feature* termasuk karya jurnalistik yang dibangun di atas landasan gaya penulisan fiksi yang bersifat naratif, kreatif, dan bahkan imajinatif (Sumadidia, 2005: 172). Jurnaslis sastra memerlukan waktu lama, berhari-hari, berminggu-minggu bahkan berbulan-bulan hanya untuk melakukan riset atau subjek yang akan ditulisnya. Etika dasar jurnalistik mengajarkan seorang jurnalis sejak dini harus bisa membedakan dan tidak membaurkan antara fakta dan opini, tidak merekayasa fakta-peristiwa, dan senantiasa melaporkan semua yang dilihat dan didengarnya dengan benar, jujur, faktual, objektif (Sumadiria, 2005: 174).

Pematangan konsep yang kita temui di lapangan harus diselesaikan pada tahap ini, jangan sampai saat produksi konsep masih mentah sehingga menyulitkan produksi.

Dalam tahap pra produksi dalam pembuatan *news features*, *features* pada mulanya diusulkan melalui rapat proyeksi. Kemudian diberi aksentuasi (penekanan dan pembobotan) dan disetujui oleh pihak redaksi. Berikutnya diperkaya dengan hasil penelusuran referensi. Setelah itu sang reporter terjun ke lapangan melakukan visitasi, observasi, komunikasi dan konfirmasi. Akhirnya barulah ia melakukan rekonstruksi dengan menggunakan perspektif tertentu (Sumadiria, 2005: 179).

Setelah perumusan ide dan riset selesai, yang harus dilakukan jurnalis berikutnya adalah menentukan karakter utama, membuat *treatment*, menyusun proposal dan struktur, *shootinglist*, jadwal *shooting*, membuat daftar pertanyaan, menentukan alat produksi dan *budget*.

## **2. Produksi**

Dalam proses produksi konsep dan naskah yang telah dibuat dalam tahap pra produksi dilaksanakan sesuai yang sudah dikonsep. Namun hal-hal yang ditemui di lapangan di luar rencana bersifat fleksibel, artinya dapat diambil apabila menarik untuk dijadikan gambar. Dalam tahap produksi yang dilakukan yakni melaksanakan pengambilan gambar sesuai *rundown* dan *shootlist* yang telah dibuat, wawancara ataupun *indepth interview* serta evaluasi apakah diperlukan menambah dan mengulang pengambilan gambar. Selain itu dalam proses syuting

yang wajib diperhatikan adalah kita wajib mencatat visual untuk mempermudah pasca produksi.

### **3. Pasca produksi**

Adalah saat dimana jurnalis menemukan realitas untuk meramu *footage* yang dipunya walaupun terkadang tidak berjalan sesuai dengan yang ada di pikirannya pada saat proses *shoot*. Seorang editor harus bekerjasama dengan jurnalis dalam menentukan *pershot* agar sesuai dengan alur cerita yang diinginkan. Karenanya sebelum proses editing yang harus dilakukan oleh jurnalis adalah membuat naskah berita dan menyusun daftar adegan yang diperlukan untuk proses editing.

Pada tahap ini pekerjaan yang dilakukan antara lain, melihat dan menandai *footage* dan gambar, proses editing yang terdiri dari: *rough cut, fin cut, titles music and naration*, menduplikasi master. *Subtitler* diperlukan jika *news feature* ini akan diterjemahkan dalam bahasa asing. Tujuan penerjemahan dimaksudkan agar dapat diterima pihak yang lebih luas.

## **VI. PENUTUP**

Karya bidang jurnalistik produksi *feature* TOKOH di Cakra Semarang TV ini menampilkan profil tokoh-tokoh yang berkompeten di bidangnya. Tokoh-tokoh yang dipilih adalah orang-orang yang berpengaruh di masyarakat, memiliki perjalanan hidup yang luar biasa, maupun memiliki rekam jejak yang dianggap memiliki nilai berita. Tidak seperti acara *feature* lainnya yang hanya mengangkat kisah orang-orang yang berada di bawah garis kemiskinan, penderitaan.

“TOKOH” menginformasikan kepada khalayak bahwa banyak sosok-sosok yang hebat bisa menginspirasi dan tidak banyak diketahui oleh masyarakat. Dari masing-masing narasumber menceritakan suka duka Febi Pratama menjadi seorang penulis, pengalaman Ibu Sri Hartati dalam menjadi pengasuh anak-anak jalanan, Mbah Fauzan menjadi penjaga makam dan kyai di desa terpencil di tengah kencangnya arus modernisasi, Luffi Putra membentuk komunitas berujung mengulurkan tangan untuk memberikan bantuan kepada yang membutuhkan, Dr. Suharnomo yang memperkenalkan inovasi baru dalam belajar berbahasa Inggris dengan cepat, dan Bapak Heru eko Catur yang menjadi pengusaha sukses sambil mengabdikan diri pada desa yang bukan tanah kelahirannya. Dan pada akhir episode masing-masingnya memberikan tips-tips serta pesan-pesan moral untuk memotivasi pemirsa yang menonton acara “TOKOH”

## **VII. Saran**

Saran bagi tim karya bidang jurnalistik yang akan memproduksi program acara “TOKOH” selanjutnya:

1. Produksi *news feature* TOKOH memerlukan tambahan anggota tim lebih dari dua orang, hal ini bertujuan untuk mempermudah dan lebih efisien dalam waktu pelaksanaan kegiatan praproduksi hingga pascaproduksi, selain itu jumlah sumber daya manusia yang proporsional dalam tim mampu memberikan beragam ide kreatif.

2. Koordinator talent sebaiknya melakukan audisi terlebih dahulu untuk menentukan siapa yang akan menjadi pembawa acara. Dengan kriteria peserta audisi sangat berpengalaman dalam bidang *presenting* televisi.

Saran bagi tim produksi acara “TOKOH” Cakra Semarang TV:

1. Program TOKOH selanjutnya yang akan diproduksi oleh Cakra Semarang TV sebaiknya menambahkan *insert-insert* gambar atau foto agar lebih variatif dan semakin menarik untuk disaksikan oleh pemirsa.
2. Tim produksi acara “TOKOH” Cakra Semarang TV sebaiknya menyusun alur pembicaraan *presenter* dengan narasumber atau komposisi acara secara berurutan tiap segmennya. Misalnya, segmen pertama membahas karya/ dedikasi/ prestasi narasumber secara mendalam, segmen kedua membahas kisah perjalanan hidup narasumber dari kecil hingga saat ini, dan segmen ketiga membahas pengalaman-pengalaman yang didapat, suka duka, diselingi testimonial dari orang-orang terdekat narasumber, dan diakhiri dengan tips serta pesan yang inspiratif dan memotivasi. Agar penonton dapat mengikuti dan memahami isi tayangan “TOKOH” dengan baik dari awal hingga akhir.

## Daftar Pustaka

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Mc Quail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta:

Salemba Humanika

Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita,*

*Features, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana

Prenada Media Group

Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sumadiria, AS Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Features*

*Panduan Prastik Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

## Daftar Pustaka

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Mc Quail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta:

Salemba Humanika

Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita,*

*Features, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana

Prenada Media Group

Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sumadiria, AS Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Features*

*Panduan Prastik Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media