
Penyutradaraan pada Program Acara *Magazine* Televisi “Sakukurata”

**Diane Febby Pietersz, Dr. Drs. I Dewa Made Darmawan, M.Si,
Nyoman Lia Susanthi, SS., M.A**
Institut Seni Indonesia Denpasar
Jalan Nusa Indah , Tlp. (0361) 223716 / Fax (0361) 236100
e-mail : febbypietersz@gmail.com

ABSTRAK

Program acara *magazine* televisi Sakukurata merupakan karya audio visual yang menampilkan informasi dan hiburan mengenai wisata alam dan wisata kuliner di Bali. Mewujudkan desain program acara *magazine* Sakukurata dan mengaplikasikan teknik penyutradaraan televisi, maka terwujudlah Program acara *magazine* televisi Sakukurata ini dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa untuk menikmati wisata alam maupun wisata kuliner di Bali itu tidak membutuhkan biaya yang besar. Sakukurata diciptakan menjadi salah satu program acara televisi karena salah satu media yang cepat dalam memberikan informasi adalah televisi.

Berbagai stasiun televisi berlomba-lomba menghadirkan program yang diharapkan dapat menarik perhatian penontonnya, terutama di tengah-tengah persaingan industri televisi saat ini yang semakin ketat. Setiap stasiun televisi berlomba menyuguhkan yang terbaik melalui berbagai produksi programnya. Sakukurata adalah salah satu program acara televisi yang menyajikan tayangan dalam kategori *soft news* dengan format *magazine*. Program ini menyajikan segala informasi yang berkaitan dengan wisata. Dengan menggunakan teori lima jurus pada sinematografi yaitu kontinuiti, *angle* kamera dan *editing* serta menggunakan teori estetika keindahan yaitu keindahan subjektif dan keindahan objektif pada penciptaan karya, maka program acara *magazine* televisi Sakukurata ini dapat direalisasikan.

Hasil karya program acara *magazine* televisi Sakukurata menunjukkan bahwa program ini memiliki berbagai strategi mulai dari pemilihan ide secara selektif, konsep dan desain produksi yang diterapkan dilapangan serta teknik penyutradaraan televisi dari teknik editing, *angle* kamera dan teknik kontinuiti yang digunakan agar *audience* tertarik dengan konten yang disajikan. Penempatan waktu dan jam siaran yang tepat juga menjadi salah satu strategi supaya program ini semakin diketahui dan mendapat minat dari masyarakat luas.

Kata kunci: Sakukurata, program *magazine* televisi, strategi produksi

ABSTRACT

Sakukurata's television magazine program is an audio-visual work that displays information and entertainment about nature tourism and culinary tourism in Bali. Realizing the design of the Sakukurata magazine program and applying television directing techniques, the Sakukurata television magazine program was realized with the aim of informing the public that to enjoy natural tourism and culinary tourism in Bali it does not require a lot of money. Sakukurata was created as a television program because one of the media that is fast in providing information is television.

Various television stations are competing to present programs that are expected to attract the attention of their audiences, especially in the midst of the increasingly tight competition in the television industry. Each television station competes to offer the best through various program production. Sakukurata is one of the television program that presents shows in the soft news category with magazine format. This program presents all information related to tourism. By using the theory of five steps on cinematography, namely continuity, camera angle and editing and using aesthetic beauty theory namely subjective beauty and objective beauty in the creation of works, the Sakukurata television magazine program can be realized.

The work of Sakukurata's television magazine program shows that this program has a variety of strategies ranging from selective idea selection, production concepts and designs applied in the field and television directing techniques from editing techniques, camera angles and continuity techniques that are used so that the audience is interested in the content presented . The correct placement of time and broadcast hours is also one of the strategies so that this program is increasingly known and gets interest from the wider community.

Keyword : Sakukurata, magazine television program, production strategy

PENDAHULUAN

Kebudayaan mencakup banyak aspek kehidupan: ekonomi, politik, gaya hidup, sopan santun, kesenian, pendidikan bahkan yang menyangkut masalah keagamaan (Soemanto, 1997:321). Seperti yang disebutkan di atas sebuah gaya hidup atau *lifestyle* masuk dalam salah satu unsur kebudayaan dalam arti luas. Gaya hidup menurut Kotler (2002:192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan diri seseorang dalam setiap interaksinya terhadap lingkungan sekitar. Gaya hidup juga mempengaruhi akan kuliner dan tempat rekreasi manusia pada masa kini yang lebih memilih makanan maupun tempat rekreasi mewah dan modern daripada memilih makanan dan tempat rekreasi khas tradisional, adapun yang hanya mengikuti tren semata.

Kebudayaan yang tumbuh dan berkembang di Bali membuat banyak wisatawan dari dalam maupun luar negeri berkunjung ke Bali untuk berwisata. Kebudayaan tidak hanya tarian, gambelan, pertunjukan dan upacara, namun dibalik itu, Bali memiliki berbagai makanan maupun tempat rekreasi khas dari masing masing daerah. Sebagian orang hanya mengetahui tempat rekreasi umum yang ada di Bali seperti Pantai Kuta ataupun Tanah Lot. Begitu juga mereka hanya mengetahui salah satu makanan khas Bali yang terbuat dari daging babi seperti babi guling. Hal ini membuat banyak orang takut untuk makan sembarangan di warung Bali khususnya umat muslim. Guna memberikan informasi bahwa tempat wisata alam di Bali bukan hanya Pantai Kuta dan Tanah Lot begitu juga dengan makanan khas Bali tidak hanya terbuat dari daging babi, maka dirancanglah program acara yang mengangkat makanan khas Bali yaitu ayam betutu dan olahan tipat serta mengangkat lokasi wisata alam yang tidak diketahui masyarakat umum yaitu pantai *Secret Beach* dengan judul acara "Sakukurata".

Program ini bertujuan agar masyarakat Indonesia dapat mengetahui

tempat rekreasi yang indah serta tempat makan khas Bali dengan harga yang terjangkau. Permasalahan tersebut menarik kami untuk mengangkat topik tentang rekreasi dan kuliner murah yang ada di pulau Bali, dibuat dalam bentuk karya produksi audio visual, dengan penggunaan media televisi yang dapat mempengaruhi dan mempunyai daya ketertarikan tinggi. Seperti yang disampaikan Subroto (1994: 3-4) bahwa televisi mampu berperan dalam menentukan daya tarik mata dan telinga, sehingga menyentuh sistem saraf dan memberikan rangsangan yang menyentuh perasaan senang dan tidak senang. Hal yang sama disebutkan Effendy (2007:41) bahwa acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan para penonton.

Format program TV yang dipakai untuk menyajikan topik ini adalah *Magazine*. Karya *magazine* televisi dipilih, karena penikmat tayangan program ini semakin bertambah pada setiap tahunnya, khususnya bagi remaja pria maupun wanita yang senang akan berbagai sajian informasi ringan. Hal tersebutlah yang menginspirasi untuk membuat karya berbeda dengan memberikan tantangan kepada *host*, dengan sajian informasi yang lebih lengkap dan mudah dipahami oleh penonton.

Magazine show adalah program TV yang mempunyai format menyerupai majalah (media cetak), yang di dalamnya terdiri dari berbagai macam rubrik dan tema yang disajikan dalam reportase aktual atau *timeless* sesuai dengan minat dan tendensi dari target penontonnya (Naratama, 2013:192). Hal menarik dari program acara *magazine* adalah acara tersebut menampilkan beragam informasi lebih santai dengan beberapa bentuk penyajian diantaranya adalah karakter pembawa acara yang ceria, narasi yang berkesan, liputan *voxpop*, animasi, grafis, dan *FYI (For Your Information)*. Beragam bentuk penyajian ditujukan untuk kepuasan minat penonton pada bahasan *sub-tema* yang dihadirkan di setiap *segment*-nya.

Rancangan program televisi ini diberi judul "Sakukurata" karena konsep acara ini yaitu berekreasi di Bali yang tidak

membutuhkan uang banyak cukup dengan membawa uang sebesar Seratus Ribu Rupiah (Rp 100.000,-) untuk satu orang sudah bisa berkeliling ke beberapa tempat dan bisa makan enak dengan harga terjangkau. Pada tugas akhir ini penulis berperan sebagai sutradara. Judul yang diangkat adalah “Sakukurata” Pada Program Acara *Magazine* Televisi”. Penulis membuat gambaran dengan menciptakan rangkaian gambar ditinjau dari perspektif *angle* kamera dengan sebaik mungkin sehingga, penonton dapat menikmati tayangan secara baik dan nyaman saat dilihat.

KONSEP PENCIPTAAN

Berdasarkan konsep penciptaan, judul yang diangkat yaitu “Sakukurata” Pada Program Acara *Magazine* Televisi“ Penulis mengangkat judul tersebut karena ingin mendalami peran sebagai seorang sutradara dalam Program acara *magazine* televisi ini. Maka dari itu terancanglah program acara *magazine* televisi ini dengan judul “Sakukurata”. Adapun 3 kata kunci dalam judul tersebut yakni, “Sakukurata”, program acara, *magazine* televisi, yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Sakukurata

“Saku” mempunyai persamaan kata dengan kantong baju atau kantong celana atau tempat menyimpan sesuatu yang ada pada pakaian. Sedangkan “Ku” yaitu bentuk singkat dari kata aku, yang mana aku merupakan kata yang sifatnya menunjukkan penunjuk pelaku atau pemilik. Sedangkan “Rata” adalah memiliki ukuran yang sama baik itu sama tinggi maupun sama rendah atau jika dalam angka semuanya memiliki jumlah yang sama. Jadi, “Sakukurata” adalah seseorang yang tidak memiliki atau sedikit memiliki sesuatu di dalam kantong pakaiannya. Penulis memilih judul “Sakukurata” karena dalam program acara ini penonton akan di ajak berwisata alam dan wisata kuliner dengan uang yang dibatasi. Jadi *host* tidak membawa apapun pada kantongnya selain uang yang sudah ditentukan tersebut.

2. Program Acara

Program acara merupakan acara televisi atau program televisi yang mana adalah acara-acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Secara garis besar, program TV dibagi menjadi program berita dan program non-berita. “Sakukurata” ini merupakan program acara televisi yang termasuk program berita karena program acara ini memberikan informasi dan edukasi kepada para penontonya. (Maburi, 2013)

3. *Magazine* Televisi

Magazine televisi atau disebut juga dengan *magazine show*, adalah format acara TV yang mempunyai format menyerupai majalah (media cetak), yang di dalamnya terdiri dari berbagai macam rubrik dan tema yang disajikan dalam reportase aktual sesuai dengan minat dari target penontonya. Penulis memilih judul *magazine* televisi karena program acara “Sakukurata” ini merupakan program acara yang bersifat seperti majalah yang bervariasi dalam memberikan informasi-informasi kepada penikmatnya. Mulai dari tips-tips sampai rincian harga makanan di berikan dalam acara ini. Adapun rincian program acara *magazine* televisi “Sakukurata” ini yaitu sebagai berikut :

1. Nama Program

Nama program acara dalam kaya produksi ini adalah “Sakukurata”.

2. Arti filosofi : “Sakukurata” menjadi sebuah ungkapan merujuk terhadap sebuah kalimat tidak memiliki uang atau sedikit uang.

3. Format Program

Format Program karya *audio visual* ini adalah *magazine show*, *Magazine Show* adalah format acara TV yang mempunyai format menyerupai majalah (media cetak), yang di dalamnya terdiri dari berbagai macam rubrik dan tema yang disajikan dalam reportase aktual sesuai dengan minat dari target penontonya.

4. Durasi

Program Acara Televisi “Sakukurata” ini berdurasi 20-24 menit. Durasi tersebut sebagai pertimbangan pesan yang ingin disampaikan dapat mencapai sasaran bagi penonton.

5. Sasaran Program

Program *magazine* ini di peruntukan bagi penononton berusia 13 – 35 tahun, Dengan klasifikasi program R – BO (Remaja Bimbingan

Orangtua) tayangan hiburan ini di khususkan bagi remaja dan orang tua sebagai sarana informasi untuk mendapatkan referensi mencakup objek wisata alam dan kuliner yang ada di Bali. Jadi sasaran yang paling cocok adalah remaja dan orang tua antara usia 18 hingga 35 tahun.

6. Sasaran geografi

Sasaran geografi adalah Indonesia karena *magazine* tersebut di buat di Indonesia, dan memakai bahasa Indonesia, sehingga untuk sasaran geografinya adalah Indonesia.

7. Kategori Program

Program *magazine* berjudul “Sakukurata” ini termasuk dalam kategori informasi dan hiburan, karena di dalamnya memberikan kesan kepada penonton dan memberikan informasi bertopik aktifitas dan minat tentang objek wisata alam dan kuliner di Bali.

8. Karakteristik Produksi

Karakteristik produksi meliputi:

a. Menggunakan *Single* Kamera

Proses pembuatan *magazine* berjudul “Sakukurata” menggunakan *single* kamera selain itu produksi ini menggunakan sistem *recording* yang akan di lalui oleh proses *editing*.

b. *Outdoor*

Proses pembuatan *magazine* berjudul “Sakukurata” menggunakan *outdoor* karena berada di luar studio dan ada beberapa pengambilan gambar yang berada di dalam ruangan dan di luar ruangan.

c. *Recording*

Proses pembuatan *magazine* berjudul “Sakukurata” menggunakan sistem *recording*.

Tahap Penciptaan

Adapun tiga tahapan penciptaan produksi *magazine* televisi “Sakukurata”:

1. Pra Produksi/ perencanaan karya

Tahapan ini dikenal juga sebagai perencanaan karena tanpa adanya perencanaan yang matang maka pelaksanaan akan mengalami banyak masalah dalam produksi. Segala sesuatu yang berkaitan dengan konsep atau desain produksi diselesaikan pada tahap ini. Sebagai Sutradara, penulis akan melakukan

beberapa tanggung jawab, diantaranya sebagai berikut:

a. Analisis naskah

Naskah yang sudah disusun lebih dahulu oleh penulis naskah akan dianalisis dan di bedah oleh Sutradara, Penulis Naskah dan Produser. Apabila proses itu telah dilakukan maka akan terlihat lokasi yang dibutuhkan dan *breakdown character presenter* dapat ditentukan. Kemudian naskah direvisi (jika memang diperlukan) oleh penulis naskah sehingga dapat menjadi acuan sebagai panduan/ acuan *crew* dalam pelaksanaan produksi. Naskah yang digunakan merupakan naskah kasar yang akan dilengkapi sesuai *treatment dan syuting schedule*.

b. Hunting lokasi dan perizinan lokasi

Penulis sebagai Sutradara bekerjasama dengan *Location Manager* dalam melakukan hunting lokasi dan langsung terjun ke lapangan. Lokasi yang dibutuhkan dalam *magazine show* televisi ini cukup tersembunyi, meliputi lokasi *outdoor external* yaitu :

- *Secret Beach* Jimbaran, Bali

Penulis memilih *secret beach* karena pantai ini masih belum diketahui oleh banyak orang. Keadaan di pantai ini masih asri dan masih jernih karena masih sangat jarang ada orang yang ke pantai ini sehingga cocok untuk dijadikan referensi dalam berwisata alam di Bali.

- Warung Bu Oki, Jimbaran, Bali

Penulis memilih warung makan Bu Oki karena di warung ini menjual makanan khas Bali yang terbuat dari daging ayam yaitu ayam betutu sehingga masyarakat luar Bali khususnya umat muslim masih bisa makan makanan khas Bali ini. Selain harganya yang juga terjangkau rasa makanan ditempat ini juga enak dan banyak digemari wisatawan sehingga tempat ini sangat cocok untuk dijadikan referensi wisata kuliner.

- Warung Tradisional, Jimbaran, Bali

Penulis memilih warung tradisional karena di warung ini terdapat makanan khas Bali yaitu tipat dengan berbagai olahan seperti tipat cantok dan tipat

plecing sehingga memberikan edukasi juga kepada penonton tentang kuliner khas di Bali sekaligus memberikan referensi makanan khas Bali yang harganya terjangkau.

- Pantai Tegal Wangi, Jimbaran, Bali

Penulis memilih pantai ini karena pantai ini masih jarang diketahui oleh banyak pengunjung sehingga keadaan pantai masih alami mulai dari masih adanya tumbuhan-tumbuhan hijau yang tumbuh subur disekitaran bukit sampai jalan menuju pantai yang masih kecil dan berbatu dan belum diberikan tangga yang biasanya di buat dari campuran semen dan di pantai ini juga memiliki pemandangan sunset yang begitu indah sehingga penulis melihat tempat ini cocok untuk dijadikan referensi tempat wisata pantai untuk bersantai ria.

- c. **Pertemuan Tim Produksi**

Penulis sebagai Sutradara dalam tahap perencanaan akan mengadakan beberapa kali pertemuan guna membahas konsep dari Program televisi ini. Tidak hanya dengan seluruh tim penyutradaraan, tapi juga dengan seluruh *crew* yang berkaitan. Pembahasan konsep pengambilan gambar, maupun penyusunan lembar kerja bersama tim.

- d. **Casting**

Pemilihan presenter sesuai dengan *character breakdown* yang mampu membawakan acara atau berbicara di depan kamera, bertingkah konyol dan pembawaan diri yang kocak agar bisa lebih menjalin kemistri sesuai sasaran program yaitu remaja bimbingan orangtua. Berikut adalah *character breakdown* dari presenter yang berhasil didapatkan saat riset berlangsung yaitu :

Gender	: Laki-laki
<i>Physical type</i>	: Kurus dan kulit sawo matang
Age	: 20 - 25 Tahun
<i>Costume Style</i>	: <i>Stylish</i> dan <i>Casual</i>

- a) Latihan *Reading* Presenter

Sutradara memberikan pengarahan kepada presenter saat latihan sesuai dengan karakteristik yang tertulis pada naskah.

Latihan berupa *reading* yang kemudian dilanjutkan dengan penjelasan *blocking*.

- b) Pembuatan Lembar Kerja Penyutradaraan

Penulis sebagai Sutradara akan melaksanakan tanggung jawab dalam pembuatan lembar kerja bersama tim penyutradaraan. Lembar kerja meliputi ; *treatment*, dan *shooting schedule* dll.

- c) Membuat list alat yang di perlukan

Membuat list peralatan akan dilakukan beberapa hari sebelum hari pelaksanaan produksi.

2. Produksi

Proses produksi dilaksanakan beberapa hari untuk pengambilan gambar dan *voice over*. *Treatment* dan lembar kerja lain menjadi acuan dalam pelaksanaan ini. Kebijakan Sutradara dalam pelaksanaan sangat diperlukan ketika ada kendala-kendala yang dialami di lapangan, manajemen waktu yang baik dibutuhkan agar proses produksi berjalan lancar dan tepat waktu. Pada awal jadwal produksi dilaksanakan pada April 2018.

3. Pasca produksi /evaluasi karya

Tahapan terakhir adalah tahap pasca produksi. Sutradara bersama tim pasca produksi bekerjasama dalam menyelesaikan tahapan ini, Sutradara mendampingi Editor dalam melakukan proses ini, walaupun editor bekerja sesuai naskah namun terkadang Sutradara mengarahkan Editor untuk menghasilkan *visual* sesuai dengan imajinasinya. Proses yang dilakukan yaitu : *Logging* (pencatatan *time code*), *Offline Editing*, Transisi, *Online Editing*, *Preview*, *Mixing* dan *Mastering*. Proses ini akan menghasilkan karya produksi yang *complete*.

4. Konsep Penayangan Produksi

Program acara Televisi “Sakukurata” ditayangkan di Gaz Tv setiap hari Jumat- Minggu pukul 10.00 WITA. Pemilihan waktu dipilih pada hari Jumat-Minggu dimana pada hari tersebut merupakan *weekend* atau akhir pekan

sehingga dapat dinikmati sesuai target penonton.

Pemilihan waktu setiap hari Jumat – Minggu dan pukul 10.00 WITA ini tentu memiliki beberapa pertimbangan mulai dari usia sampai golongan ekonomi penontonnya. Program acara *magazine* televisi Sakukurata ini di peruntukan bagi penonton berusia 13 – 35 tahun, Dengan klasifikasi program R – BO (Remaja Bimbingan Orangtua) tayangan hiburan dan edukasi ini di khususkan bagi remaja dan orang tua sebagai sarana informasi untuk mendapatkan referensi mencakup objek wisata alam dan wisata kuliner yang ada di Bali. Jadi sasaran yang paling cocok adalah remaja dan orang tua antara usia 18 hingga 35 tahun. Dengan sasaran penonton seperti ini maka penayangan disetiap *weekend* atau akhir pekan yaitu pada hari Jumat- Minggu pukul 10.00 WITA ini sangat tepat karena banyak remaja dan orang tua yang bersantai pada waktu tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN KARYA

Perwujudan Karya

Perwujudan karya ini menghasilkan satu program acara *magazine* televisi Sakukurata yang menampilkan dan memberikan informasi sekaligus memberikan referensi kepada masyarakat Indonesia mengenai wisata alam dan wisata kuliner Bali yang berjudul Sakukurata. Konsep judul Sakukurata ini di latar belakang oleh persepsi masyarakat khususnya masyarakat di luar Bali yang beranggapan bahwa untuk menikmati wisata alam dan wisata kuliner di Bali membutuhkan biaya yang besar. Hal inilah yang melatar belakang konsep judul dan konsep acara sakukurata ini, yaitu memberikan informasi kepada penonton bahwa dalam menikmati wisata alam dan wisata kuliner di Bali itu tidak membutuhkan biaya yang besar, hanya dengan membawa uang sebesar Seratus Ribu Rupiah (RP 100.000,-) kita sudah dapat menikmati kedua hal tersebut.

Bentuk atau jenis dari program acara sakukurata ini berupa *magazine* yang memberikan informasi yang ringan sekaligus menghibur penonton melalui lawakan maupun melalui karakteristik *host*.

Penulis telah mengonsepan dan membuat skripsi program acara *magazine* televisi dimana dalam program ini penulis ingin menampilkan kepada masyarakat mengenai wisata alam di Bali yang tentu saja bukan tempat wisata yang sudah diketahui oleh umum melainkan obyek wisata alam Bali yang belum diketahui oleh banyak orang. Begitu juga dalam wisata kuliner, dalam acara “Sakukurata” ini masyarakat juga diberikan rekomendasi wisata kuliner yang enak dan tentunya makanan yang dipilih adalah makanan khas Bali namun tidak mengandung olahan daging Babi karena acara ini bertujuan menghibur dan mengedukasi masyarakat umum baik itu muslim dan non muslim. Program acara “Sakukurata” ini juga memberikan tips-tips bagi para penontonnya dalam berkeliling menikmati wisata alam dan kuliner Bali.

Alasan penulis memilih tema program acara *magazine* :

- a) Untuk membangkitkan semangat generasi muda untuk terus berkarya.
- b) Memberikan pendidikan secara tidak langsung kepada penonton tentang kekayaan alam maupun kuliner Bali.
- c) Memberikan informasi dan mengedukasi mengenai budaya Bali kepada masyarakat Indonesia.

Program acara “Sakukurata” ini adalah program *magazine*. Kita memiliki 4 *segment* yang mana semua *segment* menggunakan teori Laissez Faire yaitu artis atau *host* adalah pencipta permainan sehingga acara ini dipandu langsung oleh *host* tanpa berpatokan pada perintah sutradara, dan para penonton akan diajak berkeliling menikmati wisata alam dan kuliner Bali namun hanya menggunakan biaya RP 100.000,-, saja. Program acara ini menggunakan biaya RP 100.000,-, saja karena diharapkan melalui acara ini dapat memberikan informasi dan mengedukasi kepada masyarakat bahwa untuk menikmati keindahan alam Indonesia dan Bali

khususnya tidak harus menghabiskan banyak uang namun hanya menggunakan budget yang minim saja dapat menikmati obyek-obyek wisata alam maupun kuliner yang indah dan enak.

Program *magazine* bertema Jalan-jalan banyak diminati oleh penikmat acara televisi khususnya di Indonesia. Pada zaman modern seperti saat ini, kebutuhan utama hidup manusia tidak hanya mengenai sandang, pangan dan papan. Kebutuhan akan hiburan juga menjadi bagian utama yang diinginkan oleh manusia dan kebutuhan tersebut tidak akan ada habisnya selama manusia tersebut masih hidup. Peluang seperti itulah yang dimanfaatkan oleh Penulis untuk membuat program acara *magazine* televisi Sakukurata ini.

Selain alasan tersebut, atas dasar beberapa referensi yang diantaranya seperti melihat program-program televisi yang bertemakan jalan-jalan dan kuliner di Indonesia yang berkembang cukup pesat juga dan memiliki banyak peminat karena Indonesia tidak lepas dari budaya, kekayaan alamnya dan beraneka macam wisata kuliner, hal inilah yang menjadi salah satu faktor program ini diciptakan.



Logo Sakukurata

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

1. Pra Produksi

Langkah awal sebelum konsep terbentuk yang diperlukan adalah mencari ide. Ide ataupun gagasan yang tercipta untuk membuat produksi program *magazine* menjadi menarik bisa datang dari mana saja. Namun seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa dalam mencari referensi ide untuk materi program *magazine*, perlu diadakannya riset mengenai rubrik dan topik yang sesuai dengan tema *magazine* yang diangkat.

Seperti halnya yang dilakukan tim kreatif program “ Sakukurata”, masing-masing tim kreatif perlu mengadakan riset terlebih dahulu mengenai tema seperti apa yang layak dimasukkan kedalam daftar *rundown*. Biasanya, riset dilakukan melalui media cetak ataupun elektronik. Misalnya seperti meriset program acara televisi yang membahas seputar kuliner dan tempat-tempat wisata alam di Indonesia. Namun dalam pelaksanaannya, pencarian ide membutuhkan beberapa kriteria tertentu yang harus dipenuhi.

Maksud dari pernyataan diatas adalah dalam mencari ide, tim kreatif juga memiliki kriteria ide program yang antara lain mudah diaplikasikan kepada penonton, dan outputnya harus terlihat bagus dan indah, serta menimbulkan kesan yang indah dimata penontonnya.

Langkah selanjutnya setelah melakukan riset adalah dimana tim inti produksi yang terdiri dari produser, tim kreatif dan asisten produksi, mengadakan suatu rapat yang dinamakan rapat *brainstorming contents*. Biasanya rapat ini diadakan secara rutin selama satu bulan sekali, dan karena program acara ini bersifat *off air*, maka hal yang didiskusikan saat rapat *brainstorming contents* adalah pemilihan gambar dan suara serta alat-alat yang dibutuhkan saat produksi.

Ide yang diajukan saat rapat *brainstorming contents* biasanya adalah konten yang memerlukan proses syuting di luar studio. Setiap tim inti produksi yang mengajukan ide pada umumnya harus sudah memiliki gambaran tentang bagaimana proses kerjanya dan hal apa saja yang kiranya dibutuhkan untuk merealisasikan ide-ide tersebut dengan baik. Meskipun dalam rapat *brainstorming contents* ini membutuhkan keberadaan tim inti seperti produser, tim kreatif dan asisten produksi, namun pada kenyataannya yang lebih berperan besar dalam mengatur konsep dan kontennya adalah tim kreatif.

Masing-masing tim kreatif dituntut untuk menghasilkan ide yang berbeda. Tidak hanya satu atau dua ide saja, tetapi tim kreatif dituntut untuk harus selalu mengeksplorasi lebih banyak lagi ide

dan menyumbangkan idenya tersebut kepada produser. Dalam hal ini, produser sebagai pemimpin program acara juga bertindak dalam mempertimbangkan matang-matang atas ide-ide yang diajukan oleh tim kreatif dan asisten produksi. Selain itu, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam memilih ide yang akan diproduksi hal yang harus dipertimbangkan salah satunya adalah target penonton setelah semua sudah memenuhi syarat barulah produser memberi persetujuan.

Setelah melakukan rapat *brainstorming contents* yang menghasilkan kerangka *rundown* untuk beberapa episode, hal yang dilakukan selanjutnya adalah mencari referensi lebih dalam dan lengkap mengenai modul-modul lainnya yang dibutuhkan, lalu dimasukkan kedalam *rundown* yang akan disusun oleh masing-masing tim kreatif.

Cara menarik perhatian penonton agar tidak pindah ke saluran lainnya yaitu, pendahuluan kuat. Dalam hal ini, produser harus benar-benar memperhitungkan langkah yang diambil untuk menempatkan modul pada posisi yang tepat, dalam arti mampu menarik perhatian banyak penonton.

Setelah susunan *rundown* mendapat persetujuan dari produser, tim kreatif ditugaskan untuk menulis naskah yang terdiri dari naskah untuk *host* dan *voice over* (VO). Keberadaan *host* dalam program “Sakukurata” sangat dibutuhkan, karena dalam hal ini *host* berperan sebagai seorang karakter yang dapat membangun cerita. Terlebih lagi peran *host* juga sangat berguna untuk meningkatkan kredibilitas penonton terhadap tayangan program, jika *host* tersebut juga memiliki pengetahuan luas dalam bidang yang bersangkutan.

Selain unsur informatif, unsur menghibur (*entertaining*) dalam program “Sakukurata” juga ditampilkan melalui peran *host* ini. Karena satu hal yang perlu diingat, program *magazine* adalah bentuk aplikasi dari majalah cetak. Untuk membuat bentuk programnya terlihat semakin menarik, diperlukan unsur menghibur untuk memberi kesan pembawaan acara

yang tidak terlalu serius yang diperlihatkan dari naskah *host*nya.

Tim kreatif memiliki caranya masing-masing dalam hal mencari referensi mengenai *gimmick* yang diinginkan, referensi tersebut biasanya didapatkan dari beberapa majalah cetak misalnya. Masing-masing tim kreatif memang diberi kebebasan oleh produser untuk berkreasi se kreatif mungkin dengan penulisan naskahnya. Namun selagi tim kreatif melakukan tugasnya menulis naskah *host*, mereka juga harus mampu mengingat *guide line* atau panduan yang telah diberikan produser. Adapun fungsi dari *guide line* ini adalah untuk menghindari kesulitan-kesulitan yang mungkin akan terjadi pada saat proses syutingnya.

2. Produksi

Proses produksi merupakan salah satu bagian terpenting dalam produksi pesan program. Karena didalam proses produksi ini adalah bagian dimana semua kru mencoba merealisasikan seluruh ide yang telah dikonsepkan dengan cara semaksimal mungkin untuk menghasilkan *output* yang optimal. Jadi, jika terdapat satu hal yang kurang dalam pelaksanaan produksinya, hasilnya-pun tidak akan seperti yang diharapkan. Dalam hal ini, program Sakukurata sangat memperhatikan konsep yang digunakannya ketika menjalani proses syuting, terutama yang dilihat dari aspek visualnya.

Untuk proses syuting *host*, “Sakukurata” memilih konsep diluar gedung atau langsung dilapangan karena program acara ini bertemakan jalan-jalan dan menikmati kuliner-kuliner khas daerah. Dari pernyataan diatas ada beberapa faktor yang harus diperhatikan ketika *host* melakukan perannya di lapangan adalah:

- (1) Ketika membawakan materi, bahasa tubuh *host* harus terlihat lebih *dynamic*. Maksud dari *dynamic* itu sendiri adalah lebih *powerful* atau bersemangat.
- (2) Karena program ini memiliki konsep *fast pace*, maka cara bicara *host* harus cepat dan jelas (*to the point*).
- (3) Penampilan *host* harus terlihat *fashionable* dan percaya diri agar dapat

dirasa lebih *capable* atas apa yang dikatakannya kepada penonton.

Ketika menjalankan proses produksi di lapangan, seorang sutradara harus memberi arahan kepada *host* dan talent, serta mengawasi pengambilan gambar yang juga dibantu oleh *cameraman*. Hal ini dikarenakan kesediaan waktu produser dan perannya yang tidak hanya bekerja dalam satu program, tetapi ia juga merangkap sebagai produser dalam beberapa program lainnya

Pelaksanaan syuting *bumper* terdapat perbedaan konsep. Agar tampilan programnya lebih bervariasi, maka syuting *bumper* dilakukan diluar studio (*outdoor*). Konsep inipun menjadi suatu tantangan tersendiri bagi setiap kru yang terlibat dalam proses produksi. Berbagai faktor penghambat yang mungkin akan muncul harus dipertimbangkan dengan matang-matang, mulai dari faktor iklim cuaca, sumber daya alam sebagai pendukung maupun sumber daya manusianya. Namun jika tidak terdapat kendala yang ditimbulkan dari ketiga faktor tersebut, maka langkah selanjutnya yang perlu dipikirkan adalah bagaimana cara agar segala alat atau perlengkapan yang ada mampu menunjang tampilan program untuk menghasilkan sesuatu yang menarik.

Kemudian untuk menjamin hasil gambar yang diambil terlihat sempurna dan lengkap sutradara program membantu mengarahkan *cameraman* untuk bermain dengan berbagai variasi *angle* kamera beserta trik-triknya. Dalam pengerjaannya, *angle* kamera yang diambil harus menampilkan sisi keindahan atau “*beauty shot*” yang ada dalam gambar tersebut agar pada *outputnya* terlihat indah dan berkelas. Selain itu, pengambilan gambar dengan *angle* yang bervariasi juga dilakukan untuk memudahkan editor dalam melakukan proses *editing* dan supaya gambar dapat menghasilkan cerita secara kontinuitas yang dapat terlihat pada saat ditayangkan.

a. Segment 1

Pada *segment* ini *host* membuka program acara dengan menjelaskan apa yang harus dilakukan saat *segment* satu ini. Mulai dari melakukan tantangan untuk

berjalan-jalan dan berwisata kuliner dengan hanya menggunakan uang sebesar Seratus ribu Rupiah (RP 100.000,-) dan menjelaskan setiap pemakaian dana pada setiap *segment*. Pada *segment* ini penulis menggunakan teori lima jurus sinematografi (Mascelli 2010) yaitu *angle* kamera subjektif dengan tipe *medium shot* dimana pengambilan gambar diambil dari kepala hingga lutut dan pengambilan gambar objek dari titik pandang seseorang yaitu gambar yang diambil sesuai dengan titik pandang *host* sehingga penonton dibuat sejajar seperti sedang berhadapan dengan *host* dan seolah-olah sedang berbicara langsung dengan *host*.



Gambar Segment 1

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

Pada *segment* ini penulis juga menggunakan teknik *editing* kontinuitas yaitu menyambung *shot* satu dengan *shot* lainnya sehingga membentuk satu jalan cerita yang berkesinambungan.



Gambar Segment 1

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

Kemudian pada *segment* ini penulis juga menggunakan teori estetika keindahan subjektif yaitu keindahan yang ada pada mata memandang. Maksud dari keindahan subjektif adalah keindahan yang dilihat langsung oleh pandangan mata seperti kita sedang melihat suatu pemandangan alam.



Gambar Segment 1

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

b. Segment 2

Pada *segment* ini *host* berwisata kuliner kesalah satu rumah makan yang menyediakan makanan khas Bali. Disini *host* menjelaskan detail makanan yang disajikan beserta berapa biaya yang diperlukan untuk makan ditempat tersebut. *Segment* ini menggunakan *angle* kamera subjektif dengan tipe *medium close up* yaitu gambar yang diambil dari dada ke atas dan gambar yang diambil sesuai dengan titik pandang *host* sehingga penonton dibuat sejajar seperti sedang berhadapan dengan *host* dan seolah-olah sedang berbicara langsung dengan *host*.



Gambar Segment 2

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

Pada *segment* ini teknik *editing* yang digunakan adalah teknik *editing* kompilasi yaitu menggabungkan *shot* yang dihubungkan oleh narasi dimana disela-sela narasi sedang berjalan diselipkan *shot-shot* yang mendukung narasi tersebut sehingga membentuk visual yang berkesinambungan dan berkesan tidak monoton.



Gambar Segment 2

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

Pada *segment* ini penulis juga menggunakan teori estetika keindahan objektif yaitu menempatkan keindahan pada benda yang dilihat. Maksud dari keindahan objektif adalah keindahan yang muncul dari objek yang kita lihat atau dengan kata lain objek tersebut memunculkan suatu unsur keindahan mulai dari warna, struktur dan lain sebagainya.



Gambar Segment 2

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

c. Segment 3

Pada *segment* ini *host* kembali mendatangi salah satu warung kuliner yang menyediakan makanan khas Bali. Pada *segment* ini *host* menjelaskan makanan dan minuman yang dipesan dengan detail dan memberi tahu penonton tentang bahan-bahan apa saja yang ada pada makanan dan minuman *host* pada saat itu. *Segment* ini masih sama dengan *segment 2* yaitu menggunakan *angle* kamera subjektif dengan tipe *medium close up* yaitu gambar yang diambil dari dada ke atas dan gambar yang diambil sesuai dengan titik pandang *host* sehingga penonton dibuat sejajar seperti sedang berhadapan dengan *host* dan seolah-olah sedang berbicara langsung dengan *host*.



Gambar Segment 3

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

Pada *segment* ini teknik *editing* yang digunakan adalah teknik *editing* kompilasi yaitu menggabungkan *shot* yang dihubungkan oleh narasi dimana disela-sela narasi sedang berjalan diselipkan *shot-shot*

yang mendukung narasi tersebut sehingga membentuk visual yang berkesinambungan dan berkesan tidak monoton sehingga penonton tidak merasa bosan.



Gambar Segment 3

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

Pada segment ini penulis juga menggunakan teori estetika keindahan objektif yaitu menempatkan keindahan pada benda yang dilihat. Maksud dari keindahan objektif adalah keindahan yang muncul dari objek yang kita lihat atau dengan kata lain objek tersebut memunculkan suatu unsur keindahan mulai dari warna, struktur dan lain sebagainya.



Gambar Segment 3

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

d. Segment 4

Pada *segment* ini *host* bersantai sejenak menikmati sunset setelah beraktivitas sepanjang hari. Pada *segment* ini *host* merangkum semua kegiatan hari itu dari apa saja yang sudah dilakukan sampai berapa total biaya yang sudah dikeluarkan. kemudian *host* juga memberikan tips-tips ringan kepada penonton dalam beraktivitas seperti yang dijalankan oleh *host* pada hari itu. *Segment* ini menggunakan *angle* kamera subjektif, objektif, dan *point of view* dengan tipe *medium shot* dan *high angle*. *Angle* kamera subjektif dengan tipe *medium shot* ini sama dengan *segment* pertama dimana pengambilan gambar diambil dari kepala hingga lutut dan pengambilan gambar objek dari titik pandang seseorang yaitu gambar yang diambil sesuai dengan titik pandang *host* sehingga penonton dibuat sejajar seperti sedang berhadapan dengan *host* dan

seolah-olah sedang berbicara langsung dengan *host*.



Gambar Segment 4

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

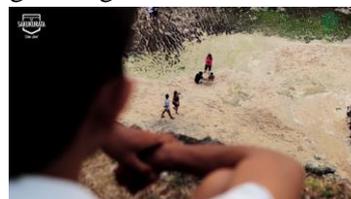
pada *segment* ini juga menggunakan *angle* kamera objektif berbeda dengan *angle* kamera subjektif yang titik pandangnya sejajar dengan *host*, *angle* kamera objektif adalah pengambilan gambar melalui titik pandang yang tersembunyi dimana *angle* ini diambil dari tempat yang tersembunyi seolah-olah membuat penonton seperti sedang bersembunyi dan sedang mengintip *host*.



Gambar Segment 4

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

Kemudian pada *segment* ini juga menggunakan *angle* kamera *point of view* yaitu *angle* kamera dimana titik pandang penonton itu sama dengan titik pandang yang dilihat oleh *host* pada saat itu atau dengan kata lain penonton seperti melihat dari belakang *host* sehingga penonton tahu apa yang sedang dilihat oleh *host* saat itu.



Gambar Segment 4

Sumber: *Screen shot* Sakukurata

Pada *segment* ini juga menggunakan *high angle* yaitu gambar yang diambil dari ketinggian sehingga membuat penonton melihat keadaan suatu

tempat dari atas dan untuk memperlihatkan gambar dengan sudut pandang yang lebih luas.



Gambar Segment 4

Sumber: Screen shot Sakukurata

Segment ini juga menggunakan teknik editing kontinuiti yaitu menyambung satu shot dengan shot lainnya yang digunakan untuk membuat segment ini menjadi satu cerita yang berkesinambungan.



Gambar Segment 4

Sumber: Screen shot Sakukurata

Pada segment ini penulis juga menggunakan teori estetika keindahan subjektif yaitu keindahan yang ada pada mata memandang. Maksud dari keindahan subjektif adalah keindahan yang dilihat langsung oleh pandangan mata seperti pada saat kita sedang melihat pemandangan alam kita akan merasa tenang dan terhibur karena keindahan tersebut.



Gambar 4.16 Segment 4

Sumber: Screen shot Sakukurata

3. Pasca Produksi

Pelaksanaan penyuntingan, dibagi menjadi dua bagian, yaitu materi penyuntingan dari hasil syuting *host* dan syuting *VT*. Penyuntingan dibagi persegment untuk memudahkan editor untuk menyisipkan berbagai macam grafis dan *titler*.

Saat melakukann *editing*, editor dituntut untuk harus meng-*cut to cut* gambar dengan sangat cepat tanpa mengurangi makna pesan yang ingin disampaikan melalui gambar tersebut. Konsep *cut to cut* yang cepat pada proses *editing* juga sesuai dengan konsep program Sakukurata itu sendiri.

Mengenai konsep *template* seperti grafis dan *titler*, bisa didapatkan baik ide dari produser, tim kreatif maupun editor itu sendiri. Karena pada kenyataan yang terjadi di lapangan, meskipun editor mendapat arahan dari produser dan tim kreatif, namun jika editor tersebut memiliki ide yang lebih menarik untuk dimasukkan kedalam konsep *editing*, maka ide tersebut bisa menjadi bahan pertimbangan. Dari sekian banyak *VT* dan video *host* yang akan diedit, editor dituntut untuk mencari berbagai macam grafis yang menarik untuk dimasukkan kedalam setiap segmen yang berbeda. Hal ini juga menjadi tugas dari editor untuk mengeksplor berbagai jenis grafis yang ada dan dapat menjadikannya daya tarik bagi penonton yang melihatnya. Tetapi ketika editor mengalami kesulitan akan pembuatan grafis yang diminta oleh produser atau tim kreatif, editor memiliki caranya sendiri untuk mengatasi kesulitannya dengan cara alternatif yang dianggap lebih mudah dan bisa tetap memberi tampilan yang menarik.

Selain permainan grafis yang berguna untuk menarik perhatian penonton, cara lainnya yang digunakan adalah dengan memasang *background* musik yang *up to beat* dan senada dengan *cut to cut* secara keseluruhan. Penggunaan *background* musik yang *up to beat* dipercaya dapat menjaga selera atau rasa senang yang ditimbulkan penonton atas tayangan yang dilihatnya.

4. Strategi Penempatan Waktu dan Jam Siaran

Strategi penempatan waktu dan jam siaran diperlukan sebagai salah satu penunjang agar sebuah program acara televisi semakin banyak diketahui diminati oleh masyarakat. Sekelompok orang yang mengatur waktu dan jam siaran setiap program acara diantaranya adalah

Content Director, Vice President Programming, dan Vice President Production.

Ketika mereka berdiskusi mengenai penempatan waktu dan jam siaran ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan. Adapun beberapa faktor utama tersebut yang menjadi perhatian ketika menentukan waktu dan jam siaran suatu program televisi secara tepat diantaranya seperti konten program, penonton *target, habit audience, flow* program secara keseluruhan. Sama halnya ketika program “Sakukurata” ini diajukan. Pemilihan waktu setiap hari Jumat – Minggu dan pukul 10.00 WITA ini tentu memiliki beberapa pertimbangan.

Program *magazine* ini di peruntukan bagi penononton berusia 13 – 35 tahun, Dengan klasifikasi program R – BO (Remaja Bimbingan Orangtua) tayangan hiburan ini di khususkan bagi remaja dan orang tua sebagai sarana informasi untuk mendapatkan referensi mencakup objek wisata alam dan kuliner yang ada di Bali. Jadi sasaran yang paling cocok adalah remaja dan orang tua antara usia 18 hingga 35 tahun. Dengan sasaran seperti ini makan penayangan disetiap *weekend* jam 10.00 WITA ini sangat tepat karena banyak remaja dan orang tua yang bersantai pada waktu tersebut.

PENUTUP

SIMPULAN

Sakukurata adalah sebuah program acara *magazine* televisi yang memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai wisata alam dan wisata kuliner yang ada di Bali.

1. Desain Produksi

Adapun desain produksi program acara *magazine* televisi Sakukurata ini adalah sebagai berikut:

Desain Produksi

1.	Judul program	Sakukurata
2.	Jenis program	<i>Magazine</i> televisi
3.	Sasaran Program	Remaja Bimbingan Orangtua usia 13-35 tahun.
4.	Durasi	20-30 menit
5.	Sasaran geografi	Indonesia
6.	Kategori Program	Berita dan hiburan (soft news)
7.	Karakteristik	<i>single</i> kamera, <i>outdoor</i> , <i>recording</i>

Tabel 1 desain produksi

2. Penyutradaraan

Dalam mewujudkan program acara *magazine* televisi Sakukurata, penulis sebagai sutradara mengaplikasikan beberapa teknik dan teori penyutradaraan yaitu:

- a. teori *Laissez Faire*, dimana artis atau *host* tidak terlalu berpatokan pada sutradara.
- b. teori 5 jurus dalam sinematografi, dalam teori ini sutradara menggunakan teknik angle kamera, kontinuiti dan teknik *editing*.
- c. teori estetika : dalam teori estetika penulis menggunakan teori keindahan subjektif dan keindahan objektif yang diterapkan pada setiap segment.

SARAN

Dalam menghasilkan dan menyajikan sebuah karya yang bermanfaat, terus melatih kreativitas penulis dalam menyutradarai baik dalam mendesain maupun dalam menciptakan program acara *magazine* televisi sangatlah diperlukan. Hal ini penting untuk kelancaran dan keberhasilan suatu karya program televisi agar dapat berjalan dengan baik dan dapat

memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat serta menjadi bahan evaluasi lembaga terhadap perkembangan dan perbaikan di masa mendatang khususnya dalam meningkatkan kreativitas yang lebih baik lagi, bagi para mahasiswa untuk menciptakan karya.

DAFTAR PUSTAKA

Acuan dari buku dengan satu, dua, dan tiga pengarang

- Kartika, D.S. (2007). *Estetika*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Mabruri KN, Anton. (2013) *Manajemen Produksi Program Acara Televisi: Format Acara Non-Drama, News, & Sport*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Mascelli, Joseph V. (2010) *The Five C's Of Cinematography: Motion Picture Filming Techniques Simplified* (Lima Jurusan Sinematografi). Jakarta: Fakultas Film dan Televisi IKJ.
- Morissan, M.A. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Media Grafika 77
- Naratama. 2013. *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multicamera*. Jakarta: PT. Gramedia
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu
- Soemanto, Bakdi. 1997. "pengembangan potensi kebudayaan Daerah Melalui Televisi". Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Subroto, Darwanto
- Sastro. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Suryajaya, Martin. 2016. *Sejarah Estetika*. Yogyakarta dan Jakarta : Indie Book Corner dan Gang Kabel
- Wibowo, Fred. 1997. *Dasar-dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta: PT.

Gramedia

Acuan bab dalam buku

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya

E.T. Higgins & A.W. Kruglanski (Eds.); *Social psychology: Handbook of basic principles*. The Guilford Press, New York.

Buku Terjemahan

- Hoffman, Lindsay. (2013) *Examining Perceived Media Bias and Effects Across TV Entertainment Formats*. *Politic Interviews: International Journal of Communication* (7, 471-488)..
- Mcquail, Denis. (2013) *Communications Research Paradigms : Reflections on Paradigm Change in Communications Theory and Research*. *International Journal of Communication* (7, 222225)