

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alamnya, negara kepulauan yang menghubungkan dari Sabang sampai Merauke. Hasil atau produk Indonesia pun sebenarnya kaya dan menghasilkan produk–produk yang berkualitas. Seharusnya produk Indonesia menjadi tuan rumahnya di negeri sendiri. Namun, karena banyaknya monopoli dunia, menjadikan produk luar negeri lebih memegang peranan pasar, sehingga minat masyarakat cenderung ke produk luar negeri. Indonesia mengalami kendala mengenai produk dalam negeri yang kalah saing dengan luar negeri yang seharusnya bisa menjadi tuan rumah di negerinya sendiri.

Meskipun saat ini pemerintah menyerukan untuk selalu mencintai produk dalam negeri. Namun, masih banyak masyarakat Indonesia, terutama remaja yang memilih untuk menggunakan produk Luar Negeri. Menurut Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung (STPB) Anang Sutono (bandungbisnis.com), dalam menghadapi persaingan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), daya saing produk lokal harus ditingkatkan dengan pemberian karakter.

Disisi lain, akibat dari semakin bertambahnya tingkat konsumsi masyarakat serta aktivitas lainnya, maka bertambah pula limbah yang dihasilkan. Pada proses produksi dari produk ramah lingkungan, biasanya seminimal mungkin tidak memakai bahan kimia dan tidak memberikan efek negatif pada lingkungan. Di Indonesia sendiri, masih sedikit produsen yang menghasilkan produk berbahan ramah lingkungan. Produk berlabel ramah lingkungan (*eco friendly*) masih sulit ditemui di Indonesia. Selain itu juga, didukung dengan kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia tentang keberadaan produk berbahan ramah lingkungan dan manfaat menggunakan produk tersebut. Sehingga masyarakat dan khususnya remaja, masih jarang yang mengkonsumsi produk ramah lingkungan. Ditambah

lagi, belum adanya standarisasi atau sertifikasi mengenai produk ramah lingkungan di Indonesia maupun di Indonesia.

Indonesia memiliki kota yang kaya akan budaya, contohnya saja Bandung. Bandung merupakan ibukota Jawa Barat. Selain itu juga, Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang diusulkan menjadi kota kreatif UNESCO (Replubika.co.id). Di Bandung sendiri, terdapat beberapa produsen penghasil produk bahan lingkungan, meskipun jumlahnya masih sedikit ada beberapa kerajinan atau Usaha Kecil Menengah (UKM) yang menggunakan bahan ramah lingkungan baku dari alam ataupun bahan daur ulang. Akan tetapi, masyarakat khususnya remaja kurang mengetahui keberadaan produk – produk tersebut.

Televisi merupakan salah satu media informasi yang hampir disukai semua kalangan, termasuk remaja. Televisi memiliki program televisi yang terdiri dari kategori drama, non drama dan berita. Berita terdiri dari *Hard News* dan *Soft News*. *Feature* merupakan salah satu bagian dari *soft news* dan merupakan media informasi yang tidak terikat akan waktu namun memiliki nilai aktualitas. *Features* berbeda dengan program berita yang merupakan *hard news* karena, program fetures memberikan penekanan yang lebih besar pada fakta – fakta yang unik, fakta – fakta yang mungkin merangsang emosi (menghibur, memunculkan empati, disamping tetap tidak meninggalkan unsur informatifnya).

Dibalik produksi program features tersebut, terdapat peran Produser dalam program televisi. Menurut Rusman Latief dan Yustiatie Utud (2015 :124), Produser adalah pimpinan produksi yang mengkoordinasikan seluruh kegiatan pelaksanaan sejak pra produksi, produksi, pasca produksi. Seorang produser harus memiliki kemampuan dan selera yang baik, karena di tangan produser suatu program bisa baik ataupun tidak. Kinerja produser adalah kunci keberhasilan program. Meskipun sistem kerja stasiun televisi adalah kerja kolektif, namun dibutuhkan kemampuan seorang produser dalam seni memimpin, mengorganisasi tim kerja yang mempunyai keahlian, karakter, latar belakang yang berbeda.

Sehingga, produser televisi harus memiliki kemampuan pengorganisasian dan kreativitas yang baik. Dengan memahami banyak hal, mulai dari masalah kamera, tata cahaya, tata suara, teknik *editing*, *blocking*, serta harus memiliki

kemampuan inisiatif. Melalui pengertian Produser dan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat topik tentang “Menggunakan dan memproduksi produk Indonesia ramah lingkungan”. Topik perancangan program *feature* agar masyarakat mengetahui betapa besar manfaat yang didapat apabila kita sebagai warga negara, untuk menggunakan dan mendukung kegiatan produk Indonesia yang ramah lingkungan. Selain itu juga, agar para remaja termotivasi menciptakan produk ramah lingkungan di masa depan.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Produk luar negeri lebih memegang peranan pasar sehingga menjadikan minat masyarakat cenderung ke produk luar negeri
2. Masih banyak masyarakat Indonesia, terutama Remaja yang kurang mendukung produk lokal dan rendahnya minat beli produk lokal.
3. Diperlukannya pemberian karakter terhadap produk lokal Indonesia.
4. Bertambahnya buangan/limbah yang dihasilkan dari aktivitas dan konsumsi masyarakat.
5. Masih sedikitnya produsen di Indonesia, khususnya di Bandung yang menghasilkan produk Indonesia dengan bahan ramah lingkungan.
6. Kurangnya pengetahuan remaja di Bandung tentang produk Indonesia berbahan ramah lingkungan dan daur ulang.
7. *Feature* seharusnya dapat menginspirasi Remaja untuk menggunakan dan memproduksi produk ramah lingkungan.
8. Produser harus memiliki kemampuan pengorganisasian dan kreativitas yang baik pada program televisi *feature*.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan Identifikasi masalah dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang sebuah *feature* yang dapat memotivasi remaja untuk menggunakan dan memproduksi produk dalam negeri berbahan ramah lingkungan?
2. Bagaimana peran Produser dalam memproduksi dan menciptakan sebuah *Feature* Televisi yang inspiratif untuk remaja?

1.3 Ruang Lingkup

Batasan yang digunakan dalam perancangan ini adalah :

Dari identifikasi masalah di atas maka ruang lingkup dalam perancangan ini dibatasi pada beberapa hal yang menjadi pembatas agar tidak melebar jauh maka ruang lingkup tersebut adalah:

a. Apa

Media yang dirancang yaitu berupa media program *feature* televisi yang mengangkat permasalahan tentang produk ramah lingkungan di Indonesia.

b. Bagaimana

Dalam perancangan program *feature* televisi ini akan diberi judul *Green Project* dengan jumlah episode 11. Namun yang menjadi fokus perancang adalah satu episode saja, yaitu Produk Ramah lingkungan di Bandung.

c. Siapa

Target audiens program *feature* ini adalah generasi muda atau remaja dengan rentang usia 15 - 25 tahun dengan latar pendidikan pelajar dan mahasiswa.

d. Kapan

Penelitian dan perancangan program televisi ini dimulai dari September 2015 hingga Juli 2016

e. Mengapa

Dipilihnya permasalahan tentang produk ramah lingkungan karena, pemakaian produk ramah lingkungan dan produksi dari produk ramah lingkungan masih sedikit jumlahnya.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Untuk menghasilkan media program *Feature* televisi yang bertemakan tentang menggunakan, dan memproduksi produk dalam negeri ramah lingkungan.
2. Untuk menerapkan teknik Produser dalam program *Feature* televisi tentang produk dalam negeri produk ramah lingkungan.

1.5 Manfaat Perancangan

Berikut ini adalah manfaat perancangan untuk Penulis, untuk keilmuan secara desain komunikasi visual secara umum, dan bagi masyarakat:

1. Untuk Penulis, memahami lebih lanjut mengenai produksi industri rumah tangga dalam Negeri yang berbahan ramah lingkungan.
2. Untuk *khazanah* keilmuan khususnya Desain Komunikasi Visual, menambah wawasan mengenai merancang suatu program *feature* televisi.
3. Untuk masyarakat, menambah wawasan masyarakat mengenai produk dalam Negeri dan agar masyarakat khususnya remaja akhir agar dapat mencintai, memakai serta termotivasi memproduksi produk dalam Negeri ramah lingkungan.

1.6 Metodologi Perancangan

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan *feature* televisi ini, penulis menggunakan metode perancangan yaitu pengumpulan data, analisis data, sistematika proses perancangan. Berikut ini adalah langkah-langkah mengenai metode perancangan yang penulis gunakan dalam perancangan program features televisi.

a. Studi Literatur

Peneliti mengumpulkan data dan informasi melalui dokumen resmi, baik itu dalam bentuk *software* maupun *hardware* yang berkaitan dengan perancangan tugas akhir. Dalam bentuk *hardware*, seperti buku tentang metode penelitian dan buku tentang produksi televisi. Berupa *software*, seperti media masa yang memuat

tentang produk – produk dalam negeri yang berbahan ramah lingkungan, jurnal mengenai produk ramah lingkungan, serta website yang membahas tentang produk dalam negeri ramah lingkungan, serta melakukan *review* terhadap beberapa contoh karya sejenis.

b. Observasi

Menurut Djuniwati (2011), observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala yang diteliti. Menurut Kartono (1980:142) Pengertian observasi diberi batasan sebagai berikut : “Studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala – gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan. Penulis melakukan observasi kepada narasumber di tempat produksi yang menggunakan bahan ramah lingkungan ataupun daur ulang dalam Negeri dan juga ahli Produksi Program Televisi.

c. Wawancara

Menurut Nyoman Kutaratna (2010:222), wawancara adalah cara memperoleh data dengan berhadapan langsung, bercakap – cakap baik antara individu dengan individu maupun individu dengan kelompok. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan pemilik Industri produk rumah tangga dalam Negeri yang menghasilkan produk ramah lingkungan.

1.6.2. Metode Analisis

Melalui beberapa penelitian, penulis menganalisis data menggunakan metode analisis kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode – metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah kemanusiaan. Dalam penelitian kualitatif harus menerapkan cara pandang penelitian bergaya induktif, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan (Creswell, 2009). Dalam perancangan ini, penulis menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah kajian yang rinci tentang satu latar, subjek tunggal atau tempat penyimpanan dokumen suatu peristiwa tertentu (Ahmadi, 2014:69). Dalam perancangan ini penulis menganalisa permasalahan dengan pendekatan studi kasus dimana melihat dari beberapa kasus yang sama dengan fenomena yang akan diangkat.

1.6.3. Metode Perancangan

Berikut ini merupakan tahapan penulis dalam memulai proses perancangan, pertama hasil analisis berupa *keyword* yang sudah didapatkan penulis menjadi acuan penulis dalam membuat konsep program features televisi yang terdiri dari ide besar, pendekatan, gaya bertutur dan konsep visual. Selanjutnya dalam perancangan *feature* televisi ini penulis lebih dahulu melakukan tahap pra produksi selanjutnya produksi dan terakhir *pasca* produksi sebagai bagian dari peran produser televisi.

1. Pra Produksi

Tahap ini merupakan tahapan yang paling penting bagi Produser. Karena tahapan ini akan menentukan keberhasilan sebuah acara atau tidak di tangan Produser. Pada tahap pra produksi ini, penulis sebagai Produser menuangkan ide dan gagasan kreatif, baik itu konsep kreatif, konsep media maupun konsep visual ke dalam *statement* dan *treatment* yang nantinya akan menceritakan mengenai program features televisi yang akan produser rancang.

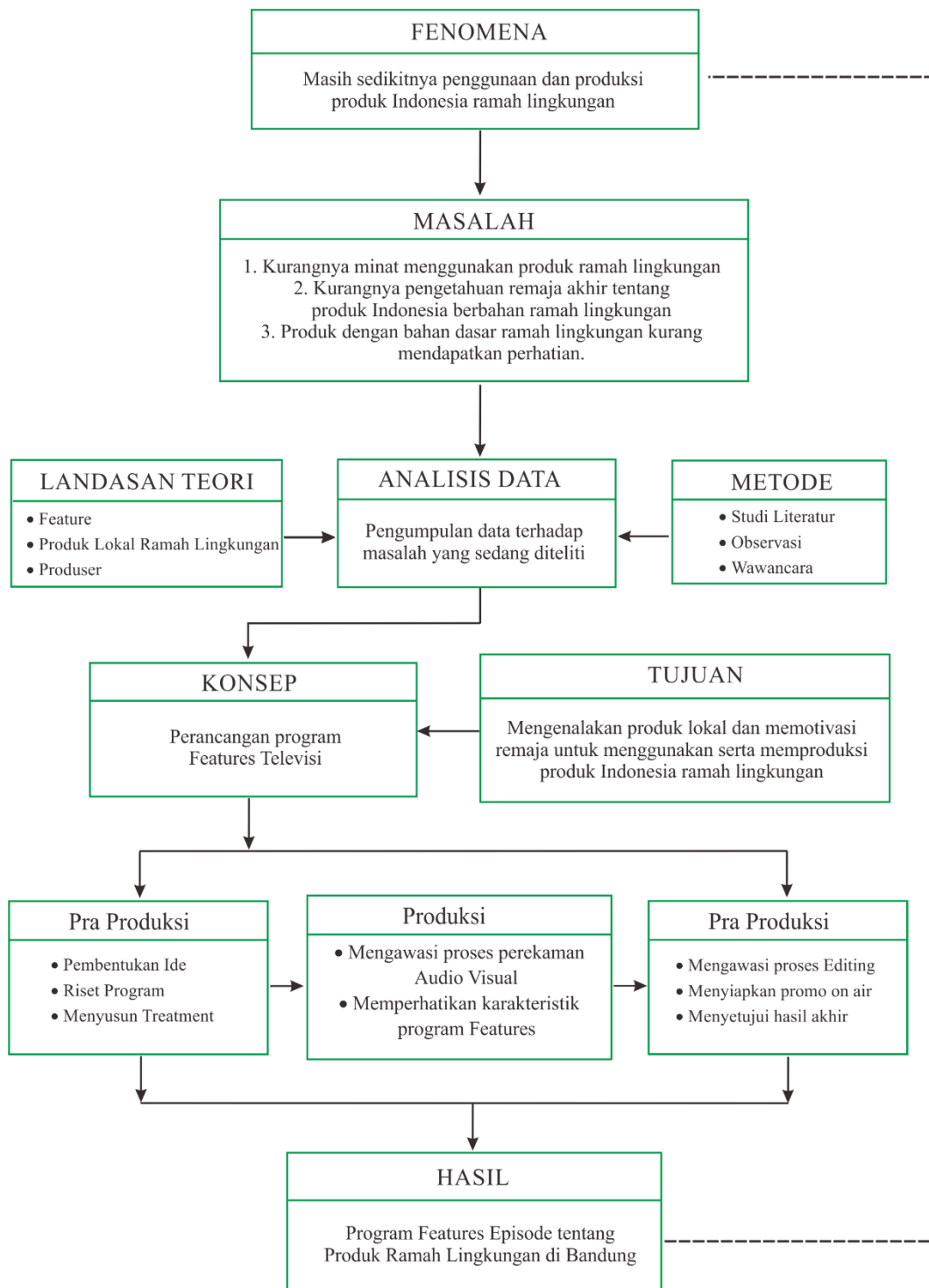
2. Produksi

Tahap produksi program features televisi tugas produser mengawasi kegiatan perekaman dan memperhatikan unsur – unsur film yang sudah ditetapkan. Melalui *treatment* yang dibuat oleh penulis, produser dapat mengawasi secara terstruktur dalam pengambilan gambar bersama sutradara. Dalam proses wawancara kepada narasumber, penulis sebagai Produser bersama *Manager Production* melakukan pendekatan terdahulu dengan narasumber, agar narasumber merasa nyaman menuturkan informasi pada saat liputan. Dalam mengawasi jalannya kegiatan produksi Produser harus memperhatikan unsur cahaya, audio dan *taelnt* (*host*).

3. *Pasca* Produksi

Dalam tahap terakhir ini, penulis sebagai produser ikut menentukan pemilihan gambar yang akan dimasukkan ke dalam program *feature* melalui proses *editing*. Penulis sebagai Produser juga membuat naskah editing agar *edittor* mampu dengan baik menyunting gambar sesuai cerita yang penulis jabarkan. Setelah itu Produser akan melakukan koordinasi dengan stasiun televisi untuk promo *on air*.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

1.8 Pembabakan

1. Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah yang menjabarkan gambaran umum tentang masalah yang diangkat melalui fenomena yang terjadi, dan juga menjelaskan fokus permasalahan dengan rumusan dan batasan masalah serta tujuan perancangan. Pada bab ini juga dijelaskan metode pengumpulan data yang akan dilakukan dan bagaimana kerangka perancangan yang digunakan sebagai acuan untuk proses penelitian, serta gambaran singkat setiap bab.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Menguraikan kajian teori yang relevan yang digunakan sebagai panduan dalam merancang.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data-data yang telah didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan kuisioner serta menjelaskan hasil analisis dari data yang telah didapatkan dan dengan menggunakan teori yang telah dijabarkan pada Bab II untuk strategi perancangan.

4. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual. Serta menampilkan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

5. Bab IV Kesimpulan

Menjelaskan tentang kesimpulan dari data keseluruhan serta saran-saran.