

**PENYUTRADARAAN PROGRAM TELEVISI MAGAZINE SHOW
“METROPOLIS” EPISODE SAMARINDA
DENGAN PENGELOLAAN VISUAL POP**

JURNAL TUGAS AKHIR
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata I
Program Studi Televisi dan Film



Disusun oleh
Irvan Ramdanie
NIM : 1310029432

PROGRAM STUDI TELEVISI DAN FILM
JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA

2017

ABSTRAK

Penyutradaraan Program Televisi *Magazine Show “Metropolis”* Episode Samarinda dengan Pengelolaan Visual Pop

Program televisi “*Metropolis*” adalah sebuah program *magazine show* yang bertemakan pariwisata kota atau pariwisata daerah dengan memfokuskan satu episode hanya satu kota atau daerah. Episode yang akan diproduksi kali ini ialah Samarinda sebagai salah satu episode dari *season* pertama dari program *Metropolis*. Adapun alasannya dipilihnya Samarinda karena kota berkembang seperti Samarinda jarang di publikasikan untuk masyarakat selain warganya sendiri, padahal kota tersebut cukup potensial baik dari segi geografis, kuliner, budaya dan lainnya sebagai kota metropolitan.

Informasi-informasi rekomendasi lokasi wisata yang ada disuatu kota atau daerah, khususnya Samarinda diwujudkan melalui 7 macam rubrik yaitu ‘*Landmark*’, ‘*Nyam-nyam*’, ‘*Hangout*’, ‘*Review Gelaa*’, ‘*Kepo Yuk*’, ‘*Tips Ala-ala*’ dan ‘*OnSosmed*’ dalam format *magazine show* dengan pengemasan bergaya visual pop.

Karya seni *audiovisual* dengan judul Penyutradaraan Program Televisi *Magazine Show “Metropolis”* episode Samarinda dengan Pengelolaan Visual Pop ini bertujuan untuk memberikan informasi rekomendasi wisata yang ada di suatu kota kepada para travelers agar dapat menikmati dan memaksimalkan liburannya di kota atau daerah tersebut.

Kata Kunci : Program Televisi *Magazine Show*, *Metropolis*, Samarinda, Visual Pop

Latar Belakang

Menurut Effendy, televisi sendiri mempunyai daya tarik yang kuat, kalau radio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan unsur-unsur kata, musik dan *sound effect*, maka televisi selain memiliki ketiga unsur tersebut, juga memiliki unsur visual berupa gambar. Format program televisi sendiri menjadi suatu hal yang sangat penting untuk perencanaan produksi program televisi. Karena kedua hal itulah yang menjadi titik awal untuk keberagaman atau sebagai identitas awal suatu program. Adapun program-program baru dengan berbagai format di era modernisasi saat ini sudah banyak ditayangkan di televisi. Semua hal yang menyangkut kehidupan pun dapat digunakan sebagai bahan utama suatu program televisi, salah satunya kebutuhan informasi mengenai kegiatan berwisata atau pariwisata dalam bentuk program *magazine show*.

Terinspirasi dari program televisi *magazine "Weekend List"* di NET TV yang memberikan informasi-informasi menarik dari berbagai tempat dalam satu episode, *point of intersert* dalam program "*Metropolis*" yang akan diproduksi kali ini pun dibuat berbeda, yaitu program ini hanya akan memberikan berbagai hal menarik yang ada disatu kota atau daerah per episodenya diperkuat dengan pengemasan program dengan pengelolaan gaya visual pop.

Memusatkan semua rekomendasi yang ada disatu kota, khususnya Samarinda sebagai tema episode, program ini akan membagikan informasi rekomendasi pariwisata kota atau daerah yang terbagi menjadi rekomendasi objek wisata, lokasi *hangout* dan nongkrong, kuliner-kuliner khas, tips-tips, dan hal-hal yang terkenal via media sosial di kota atau daerah tersebut. Terlebih pengemasan tampilan program dengan gaya visual pop menjadi salah satu poin interest dalam program "*Metrolopolis*". Hal itu dikarenakan visual pop dekat dengan gaya *pop art* merupakan gaya yang paling populer dan diminati di Indonesia dimana gaya tersebut menarik dan cenderung mudah diterima masyarakat pada umumnya.

Ide Penciptaa Karya

Ide penciptaan program "*Metropolis*" ini berasal dari keinginan untuk menciptakan sebuah program televisi yang memberikan referensi lokasi wisata dan

hal-hal menarik dari suatu kota atau daerah. Judul “*Metropolis*” dipilih dikarenakan menyesuaikan objek utama dalam tiap episode yaitu sebuah kota atau sebuah daerah.

Secara garis besar, program “*Metropolis*” adalah sebuah program *magazine show* yang bertemakan pariwisata kota atau pariwisata daerah dengan memfokuskan satu episode hanya satu kota atau daerah dengan pengemasan program yang berkarakter melalui pengelolaan visual pop. Setiap episodenya, seluruh rubriknya hanya akan memberikan informasi mengenai kota atau daerah terkait, tanpa memberikan informasi mengenai kota atau daerah lainnya. Hal itu bertujuan selain memberikan informasi yang fokus dan detail, program ini juga akan menjadi program *magazine show* yang dapat membantu mempromosikan dan mensosialisasikan suatu kota atau daerah dengan maksimal. Pengelolaan visual pop dalam tampilan program pun bertujuan untuk membuat program lebih berkarakter dan menarik perhatian dibanding program-program lainnya.

Episode yang akan diproduksi kali ini ialah Samarinda. Episode Samarinda ini adalah salah satu episode dari *season* pertama dari program *Metropolis*. *Season* pertama program *Metropolis* adalah sebanyak 24 episode yang terdiri dari 16 episode dalam negeri dan 8 episode luar negeri. Adapun untuk sumber yang menginspirasi penciptaan karya seni ini adalah adanya program *magazine show* di Indonesia berjudul ‘*Weekend List*’ NET TV, ‘*Pagi – pagi*’ NET TV, ‘*iLook*’ NET TV dan ‘*WorkoutMagz*’.

Landasan Teori

Magazine show adalah format acara televisi 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 penonton. (Naratama, 2013 : 192)

Karena formatnya yang menyerupai majalah maka teknik penyutradaraan untuk *magazine show* juga mengikuti gaya teknis penulisan berita tulis. Artinya, kalau dalam media cetak, sebuah berita dilaporkan dalam bentuk tulisan, maka dalam *magazine show*, sebuah berita dilaporkan dalam bentuk tulisan dan gambar.

Gaya pop yang atraktif sangat cocok diterapkan pada program televisi terutama dengan sasaran anak muda. Seni pop memperlihatkan semangat manifestasi dari budaya pop yang terlihat dari warna-warna cerah. *Magazine* dengan gaya penyampaian ini diharapkan menjadi suatu bentuk baru yang menarik, berkarakter dan memberi informasi serta menyentuh emosional penontonnya agar menjadi lebih dekat dengan informasi yang ditayangkan.

Konsep Karya

Konsep program "*Metropolis*" adalah memberikan informasi-informasi menarik yang cocok direkomendasikan kepada penonton apabila ingin memaksimalkan waktu liburannya disuatu kota atau daerah. Hal itu diwujudkan dari 7 rubrik pada tiap episodenya yang secara garis besar memiliki bahasan tema pariwisata kota atau daerah dalam bentuk beberapa liputan ringan dengan memilih objek-objek yang paling populer di tiap rubriknya. Rubrik-rubrik itu adalah *Landmark* yang berisi informasi lokasi-lokasi wisata ikonik. Rubrik kedua yang berisi informasi mengenai kuliner-kuliner pun diberi nama rubrik "*Nyam-nyam*". Berbicara mengenai pengalaman nongkrong yang unik, rubrik ketiga diberi nama "*Hangout*". Rubrik keempat bernama "*ReviewGela*" dikarenakan berisi *review* mengenai suatu lokasi atau hal-hal yang menarik di kota tersebut. Rubrik kelima berisi informasi yang mengulas fakta-fakta unik dinamakan "*KepoYuk*". Rubrik keenam "*TipsAla-ala*" berisi tips-tips yang berguna untuk liburan. Rubrik terakhir diberi nama "*OnSosmed*" dikarenakan rubrik itu berisi informasi-informasi di sosial media mengenai suatu kota yang menjadi tema episode.

Program ini pun akan diantarkan oleh dua *host* yang komunikatif dan menghibur dengan menerapkan konsep penyutradaraan seperti pengadeganan film. Naskah *host* dibuat seperti memperagakan suatu situasi yang berhubungan dengan materi rubrik. Kedua *host* dalam program "*Metropolis*" ini sekaligus berperan menjadi *link* atau penghubung tiap rubrik. Adapun untuk konsep penyutradaraan dalam *video tape (vt)* masing-masing rubrik dilakukan seperti liputan berita dimana menggunakan reporter atau melakukan pengambilan gambar yang disesuaikan narasi.

Tidak hanya itu, konsep pengambilan gambar pada program *magazine show* “*Metropolis*” sangat bervariasi, diwujudkan dengan mengutamakan penggunaan gambar yang sesuai kebutuhan narasi dengan tidak melupakan aspek keindahannya dengan teknik *multicam*. Penggunaan teknik *multicam* diperuntukan agar menampilkan *shot-shot* yang bervariasi dan tidak kehilangan *moment*. Program televisi *magazine show* “*Metropolis*” menggunakan aspek rasio 16 : 9 dengan alasan untuk mempertimbangkan estetika gambar, media penayangan karya yang variatif, dan kebutuhan *size frame* yang mengharuskan lebih lebar karena banyak elemen visual yang harus ditampilkan dalam *frame*. Proses penataan cahaya dalam tiap materi di studio dan rubrik per episodenya akan menggunakan *available light* sebagai sumber utama cahaya dengan menyesuaikan dalam penerangan dengan cara menambahkan *fill-in* pada objek jika diperlukan.

Penataan artistik dalam program ini mengacu pada gaya *visual pop* dengan karakter gaya pop yang ekspresif, terutama pada tampilan tipografi, ilustrasi dan penggunaan warna-warna cerah dan lainnya. Gaya *visual pop* ini merupakan dasar tata artistik yang termasuk di dalamnya komposisi gambar, visualisasi grafis, harmonisasi warna dan lainnya. Penataan artistik untuk *setting* host akan dibuat seperti ruangan santai bergaya cerah dengan latar suasana *basecamp* atau ruang berkumpul.

Penataan suara di dalam program ini menjadi aspek yang cukup penting, khususnya dalam proses perekaman narasi yang dibacakan oleh narator. Setiap rubrik memiliki suara narator yang berbeda, menyesuaikan reporter yang bertugas dimasing-masing rubrik. Pembagiannya suara narator antara lain *Landmark* (wanita), *Nyam-nyam* (pria), *Hangout* (wanita), *Review Gelaa* (wanita), *Kepo Yuk* (pria), *Tips Ala-ala* (wanita), dan *OnSosmed* (pria).

Selain itu, musik ilustrasi akan memilih referensi dari berbagai macam lagu yang sedang terkenal atau *trending topic* baik dari majalah musik seperti *RollingStone*, situs musik seperti *Billboard.com* atau melalui aplikasi musik di *smartphone* seperti *JOOX* atau *Spotify* atau *iTunes*. Pemaksimalan suara narator, suara host di studio, dan beberapa musik ilustrasi akan disesuaikan pada tiap-tiap episodenya.

Konsep *editing* dibuat dengan mengutamakan kebutuhan narasi masing-masing materi di tiap episodenya. Konsep itu akan diterapkan dengan memilih gambar-gambar yang sesuai dengan informasi yang dibacakan oleh narator. Dan untuk menghindari kesan *feature* dan berita yang cenderung membosankan maka dapat menggunakan teknik *cutting on beat* pada saat pasca produksi. Teknik ini pun menyesuaikan tempo dan irama musik. Hal itu bertujuan agar penonton tertarik untuk mengikuti setiap isi dari rubrik yang ingin disampaikan.

Desain Produksi

1. Kategori Program : Informasi
2. Jenis Televisi : Televisi Swasta Nasional
3. Tema Program : Pariwisata Kota / Daerah
4. Judul Program : Metropolis
5. Episode : 7
6. Tema Episode : Samarinda
7. Sesi : *Season 1* (24 Episode)
8. Format Program : *Magazine show*
9. Durasi : 30 menit
10. Hari Penayangan : Seminggu sekali (Sabtu)
11. Pukul : 14.00 – 14.30 WIB
12. Kategori Produksi : Studio
13. Sasaran Audien : 15 tahun ke atas (sasaran usia)
Kelas menengah (sasaran ekonomi)
Travelers / keluarga (sasaran psikologis)
14. Sinopsis :

Program “*Metropolis*” adalah program *magazine show* berdurasi 30 menit yang memberikan informasi-informasi rekomendasi hal-hal menarik dan unik baik berupa lokasi wisata, kuliner khas daerah, tempat nongkrong, review, fakta unik, tips-tips hingga informasi di sosial media dan lainnya.

Secara garis besar, tema besar seluruh episode adalah pariwisata kota atau daerah. Diwujudkan melalui hal-hal unik dan menarik yang ada disuatu kota

yang cocok direkomendasikan kepada penonton. Tiap episode akan memilih satu kota atau satu daerah. Jumlah episode untuk *season* pertama program Metropolis adalah sebanyak 24 episode yang terdiri dari 16 episode dalam negeri dan 8 episode luar negeri. Setiap episodanya, program ini akan terbagi menjadi 4 segmen dengan 7 rubrik yang berbeda-beda, yaitu *Landmark*, *Nyamyam*, *Hangout*, *Review Gelaa*, *Kepo Yuk*, *Tips Ala-ala*, dan terakhir *OnSosmed*.

“Samarinda” merupakan salah satu dari program *magazine show* “*Metropolis*”. Episode ini adalah episode ke 7 dari 24 episode di *season* pertama “*Metropolis*”. Episode ini akan memberikan informasi-informasi menarik seputar pariwisata kota yang ada di Samarinda melalui rubrik-rubriknya.

Rubrik “*Landmark*” akan memberikan informasi 3 objek wisata yang menjadi *icon* atau simbol pariwisata kota Samarinda, yaitu Desa Budaya Pampang, Taman Tepian Mahakam dan Puncak Samarinda. Rubrik “*Nyamyam*” akan memberikan liputan mengenai kegiatan reporter dalam mencicipi dan mereview kuliner khas Samarinda, yaitu Nasi Kuning Samarinda di Kampung Wisata Nasi Kuning. Rubrik ‘*Hangout*’ kali ini memilih objek wisata air berupa menyusuri sungai Mahakam Samarinda dan sekitarnya menggunakan kapal wisata air Mahakam *River Cruise* (MRC). Rubrik ‘*Review Gelaa*’ akan mereview *cafe* yang sedang hits di Samarinda karena interior yang *photoshootable*, yaitu *Double Dibs* Alaya. Selanjutnya ada rubrik “*Kepo Yuk*” menginformasikan bagaimana suasana dari Kampung Tenun Samarinda yang menjadi pusat industri pembuatan sarung Tenun Samarinda yang terkenal. Tidak luput pula ada rubrik “*Tips Ala-ala*” memberikan informasi tips alternatif kegiatan yang bisa dilakukan di suatu objek wisata. Objek wisata yang dipilih adalah Citraniaga. Terakhir ada rubrik “*OnSosmed*” yang menghadirkan 3 akun sosial media yang digunakan untuk mempermudah wisatawan ketika berlibur di Samarinda.

15. Pengisi Acara :

Host dipilih dengan karakteristik yang komunikatif dan humoris. *Host* di studio adalah seorang pria dan wanita berpenampilan menarik berusia 18 – 25

tahun. Untuk reporter seorang wanita atau pria berpenampilan menarik, usia di atas 18 tahun, bisa bepergian jauh, komunikatif, dan *cameragenic*.

16. Treatment “Metropolis” Episode Samarinda

No.	Segmen	Materi	Durasi
1	1	<i>Opening Billboard & Id Program</i>	25”
2		<i>Opening Host</i>	2’
3		Rubrik ‘ <i>Landmark</i> ’ - Desa Budaya Pampang - Tepian Mahakam - Puncak Samarinda	2’30”
4		<i>Closing Segmen</i>	1’
5		<i>Bumper Out</i>	5”
<i>Commercial Break</i>			2’
1	2	<i>Bumper In</i>	5”
2		Rubrik ‘ <i>Nyam-nyam</i> ’ - Nasi Kuning Samarinda, Kampung Nasi Kuning.	2’
3		<i>Sesi Host</i>	1’
4		Rubrik ‘ <i>Hangout</i> ’ - Kapal Wisata Mahakam <i>River Cruise (MRC)</i>	2’
5		<i>Closing Segmen</i>	50”
6		<i>Bumper Out</i>	5”
<i>Commercial Break</i>			2’
1	3	<i>Bumper In</i>	5”
2		Rubrik ‘ <i>ReviewGela</i> ’ - Double Dibs Alaya	2’

3		Sesi <i>Host</i>	1'50"
4		Rubrik ' <i>KepoYuk</i> ' - Kampung Tenun Samarinda	2'
5		<i>Bumper Out</i>	5"
		<i>Commercial Break</i>	2'
1	4	<i>Bumper In</i>	5"
2		<i>Opening Segmen</i>	1'
3		Rubrik ' <i>Tips Ala-ala</i> ' - 4 Kegiatan di Citraniaga Samarinda	1'30"
4		Sesi <i>Host</i>	1'
5		Rubrik ' <i>OnSosmed</i> ' - 3 Akun Sosmed Samarinda yang Wajib di Follow	1'30"
6		<i>Closing Program</i>	30"
7		<i>Credit Title</i>	25"

Tabel 1. *Treatment "Metropolis" Episode Samarinda*

Perwujudan Karya

Tahapan perwujudan karya program *magazine show* berjudul "*Metropolis*" ini melalui beberapa proses yang menjadi satu kesatuan hingga pada akhirnya tercipta sebuah karya, yaitu pra-produksi, produksi dan pasca-produksi.

1. Praproduksi

Tahap ini merupakan proses awal dari seluruh kegiatan yang akan datang, atau bisa disebut sebagai tahap perencanaan. Pra produksi adalah tahapan yang mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan sebelum proses *shooting* berlangsung. Jika proses praproduksi dapat diatur dengan baik, maka tahap-tahap selanjutnya akan menjadi lancar. Tahap-tahap itu antara lain pencarian ide, riset, penyusunan naskah, pembentukan kerabat kerja, rapat rutin produksi, *hunting*

lokasi, *casting host* dan reporter, membuat jadwal dan anggaran produksi, *set up* dan *rehearsal*, dan sebagainya.

2. Produksi

Tahap produksi adalah tahap dimana dapat merubah naskah menjadi bentuk audio visual. Proses produksi merupakan proses *shooting* berlangsung. Pengerjakan produksi program televisi *magazine show* “*Metropolis*” dilaksanakan menjadi 2 tahapan, yaitu tahap liputan rubrik dan *host* di studio. Produksi liputan rubrik dilaksanakan kurang lebih selama 3 minggu dan *host* di studio selama satu hari.

3. Pasca Produksi

Ketika proses pengambilan gambar telah selesai dilakukan, selanjutnya adalah memasuki tahap pasca produksi. Hal-hal yang dilakukan antara lain *editing offline* dan *online*, pembuatan elemen visual seperti grafis dan musik ilustrasi, *mixing audio* serta pengemasan dan distribusi program.

Pembahasan Karya

1. Pembahasan Program Televisi *Magazine Show* “*Metropolis*”

a. Judul Program

“*Metropolis*” adalah judul dari program *magazine show* yang bertemakan pariwisata kota. Terinspirasi dengan kata ‘*metropolis*’ yang menjadi nama kota dalam cerita fiksi ‘*Superman*’, dan menyesuaikan dengan pengertian ‘*metropolis*’ dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang berarti ‘kota yang menjadi pusat kegiatan tertentu, baik pemerintahan maupun industri perdagangan’ menjadi pertimbangan memilih kata ‘*metropolis*’ sebagai judul program *magazine show* ini.

b. Format Acara

Program televisi “*Metropolis*” menggunakan format acara *magazine show* dengan menerapkan gaya visual pop. Program yang membahas tentang informasi rekomendasi pariwisata di suatu kota dikemas dengan format *magazine*. Hal itu bertujuan agar informasi yang disampaikan bisa menarik, menghibur dan bervariasi.

c. Target Penonton

Target penonton atau *audience* pada program ini sebenarnya cukup relatif, karena program ini dapat ditonton oleh semua umur. Namun bagi anak-anak usia 18 tahun ke bawah dapat didampingi oleh orang tua. Target *audience* program televisi *magazine show* “*Metropolis*” ini berusia 18 tahun ke atas baik itu remaja ataupun dewasa dengan sasaran penonton kelas menengah yang lebih sering melakukan perjalanan liburan ke objek objek wisata terkait.

d. Visual

Program *magazine show* “*Metropolis*” ini menerapkan gaya visual pop. Gaya visual pop dipilih karena menarik perhatian dan berkarakter sehingga lebih dekat untuk kalangan anak muda. Hal itu sesuai dengan target *audience* dalam program ini adalah anak-anak muda yang membutuhkan informasi rekomendasi pariwisata di suatu kota. Karakteristik gaya pop yang variatif dan menarik digunakan sebagai aksen dalam program ini untuk memperjelas informasi dengan visual-visual yang menarik perhatian.

2. Penyutradaraan dan Unsur Sinematik

a. Penyutradaraan

Konsep penyutradaraan pada program televisi *magazine show* “*Metropolis*” menerapkan konsep penyutradaraan yang berbeda. Pengambilan gambar *host* di studio menerapkan konsep penyutradaraan seperti pengadeganan film. Naskah *host* dibuat seperti memperagakan suatu situasi yang berhubungan dengan materi rubrik. Adapun untuk konsep penyutradaraan dalam pengambilan *video tape (vt)* dilakukan seperti liputan berita dimana menggunakan reporter atau melakukan pengambilan gambar yang disesuaikan narasi.

b. *Mise en Scene*

Program televisi *magazine show* “*Metropolis*” mengambil *setting* di berbagai lokasi di Samarinda dan Yogyakarta. Semua rubrik dilakukan di Samarinda dan *shooting* *host* di studio dilakukan di Yogyakarta. *Setting* untuk

pengambilan gambar host dilakukan di *cafe* yang dirubah sebagai *basecamp* dengan gaya *colorfull*. Alasan dipilihnya konsep *setting basecamp* dengan gaya *colorfull* karena target penonton dan pemateri (*host* dan *reporter*) adalah dikalangan anak muda yang erat kaitannya dengan *basecamp* sebagai tempat favorit dan sentral. Adapun untuk warna *colorfull* disesuaikan dengan gaya visual pop yang cenderung menggunakan warna-warna cerah dan ekspresif. Adapun untuk *setting* untuk pengambilan gambar *video tape (vt)* rubrik disesuaikan dengan lokasi materi rubrik itu sendiri.



Gambar 1. *Before after setting* program *Metropolis* (20 April 2017, pukul 10.00 WIB)

c. Sinematografi

Elemen sinematografi dalam program televisi *magazine show* “*Metropolis*” ini meliputi *shot size*, *framing*, *angle camera*, komposisi dan pergerakan kamera. Penggunaan teknik *multicam* diperuntukan agar menampilkan *shot-shot* yang bervariasi dan tidak kehilangan moment. Program televisi *magazine show* “*Metropolis*” menggunakan aspek rasio 16 : 9 dengan alasan untuk mempertimbangkan estetika gambar, media penayangan karya yang variatif, kebutuhan *size frame* untuk kepentingan visual.

d. Elemen suara

Elemen suara yang terdapat pada program ini meliputi *backsound*, dialog, atmosfer dan segala unsur suara yang terdapat di setiap adegan dan materinya. Elemen suara di program ini terbagi menjadi 3 bagian utama, yaitu suara host dan reporter, suara narasi dan musik ilustrasi. Untuk musik ilustrasi di program ini berjumlah 9 musik, yaitu satu jenis untuk musik bumper, satu musik untuk semua sesi host di studio, dan 7 musik untuk masing-masing rubrik.

e. Elemen *editing & grafis*

Proses editing program televisi *magazine show “Metropolis”* ini sutradara bersama editor mencari gambar yang tepat dari empat *angle* kamera yang berbeda menjadi satu kesatuan gambar. Tahap editing offline menjadi tahapan yang paling memakan waktu karena editor harus memilih gambar-gambar yang cocok dan layak untuk visual narasi yang diinformasikan. Adapun untuk elemen grafis dalam program ini terdiri *Opening Billboard*, *Bumper In – Out* berdurasi 30 detik, *Bumper Id Rubrik* berdurasi 5 detik, *Lower Third*, dan sebagainya.

2. Pembahasan Segmen Program

Program televisi *magazine show “Metropolis”* memiliki 4 segmen dan 7 rubrik dengan total durasi 30 menit termasuk *credit title*. Episode Samarinda kali ini akan memberikan informasi-informasi rekomendasi wisata yang ada di Samarinda dalam masing-masing rubriknya. Berikut pembahasannya.

a. Segmen 1

Segmen 1 dimulai dengan *Opening Program* yang dilakukan oleh kedua *host*, yaitu Syarief Acil dan Masayu Dewi. Di opening program ini, kedua *host* juga mengenalkan tema besar dari program ini yaitu pembahasan mengenai informasi wisata dan liburan yang ada di Samarinda. Kedua *host* juga memberikan informasi pengantar mengenai rubrik ‘*Landmark*’ yang menginformasikan objek-objek wisata ikonik yang ada di Samarinda yaitu Desa Budaya Pampang, Taman Tepian Mahakam dan Puncak Samarinda. Setelah memberikan tanggapan singkat mengenai rubrik ‘*Landmark*’ yang telah ditayangkan sebelumnya, kedua *host* memberikan *clue* atau pengantar singkat mengenai rubrik-rubrik di segmen berikutnya dan disambung dengan *Bumper Out* program.

b. Segmen 2

Segmen kedua langsung dibuka dengan rubrik kedua yaitu ‘*Nyam-nyam*’ yang memberikan informasi mengenai kuliner khas daerah, yaitu Nasi Kuning Samarinda di warung Nasi Kuning Ijay yang berada di kawasan wisata Kampung

Nasi Kuning di Jalan Lambung Mangkurat Samarinda. Konsep dalam liputan rubrik ini selain penyampain informasi melalui narasi oleh narator, rubrik ini juga akan diperkuat dengan penyampaian informasi dari reporter, Angga Apriawarman yang ada di lokasi melalui penyampaian reporter.



Gambar 5. Screenshot rubrik ‘Nyam-nyam’ (25 Mei 2017, pukul 15.00 WIB)

Di segmen dua ini, kedua *host* masih duduk di kursi utama sambil memberikan tanggapan mengenai rubrik ‘Nyam-nyam’ yang sudah tayang sebelumnya dan juga memberikan informasi pengantar mengenai rubrik ‘*Hangout*’ yang memberikan informasi asiknya jalan-jalan menyusuri Sungai Mahakam menggunakan kapal tradisional. Rubrik ini secara keseluruhan menggunakan narasi dari narator tanpa adanya reporter. Setelah rubrik *Hangout* tayang, kedua *host* memberikan pengantar tentang segmen selanjutnya dan dilanjutkan dengan *commercial break*.

c. Segmen 3

Segmen 3 dimulai dengan rubrik ‘*Review Gelaa*’ yang memberikan *review* atau ulasan mengenai *cafe Double Dibs* Alaya yang hitz di Samarinda di jalan Bukit Alaya Ruko Alaya *Junction* LC-12 Samarinda. Konsep rubrik ini adalah menampilkan liputan yang dibawakan oleh reporter, dan diperkuat dengan narasi oleh narator.

Setelah rubrik ‘*Review Gelaa*’ tayang, kedua *host* memberikan tanggapan juga memberikan pengantar mengenai rubrik ‘*Kepo Yuk*’ yang memberikan informasi hal-hal unik yang ada di Kampung Tenun Samarinda. Pengambilan gambar rubrik ‘*Kepo Yuk*’ ini dilakukan di kawasan wisata Kampung Tenun Samarinda melalui reporter, Angga Apriawarman dan narasi oleh narator. Narasi di

rubrik ini menggunakan narator pria untuk memberikan kesan selaras dengan reporter yang juga seorang pria. Rubrik ini juga menjadi rubrik terakhir di segmen ketiga.

d. Segmen 4

Opening segmen ke empat ini memperlihatkan Masayu yang sedang asik menulis di kursi yang terpisah dari Acil. Masayu menjelaskan kepada Acil mengenai kebingungannya atau *stuck* yang dirasakannya ketika berada di suatu objek wisata. Kemudian Acil memberikan pengantar informasi mengenai tips kegiatan apa saja yang bisa dilakukan jika berlibur di Citraniaga Samarinda.



Gambar 6. *Screenshot* adegan opening segmen 4 (25 Mei 2017, pukul 15.00 WIB)

Sesuai namanya, rubrik ini akan memberikan 4 tips yang bisa dilakukan ketika di Citraniaga. Konsep visual di rubrik ini memperlihatkan adegan yang mengilustrasikan narasi yang disampaikan. Setelah rubrik ‘Tips Ala-ala’ tayang, kedua *host* akan memberikan informasi mengenai rubrik selanjutnya, yaitu *OnsSosmed* yang akan memberikan informasi akun-akun sosmed tentang Samarinda yaitu grup *facebook* Bubuhan Samarinda, akun *instagram* @hallosamarinda dan akun *instagram* @smrfoodies. Konsep visual dalam rubrik ini secara keseluruhan menggunakan *footage* berupa *screenshot* atau *capture* dari sosial media masing-masing.

Pembahasan di *closing* segmen ini adalah kesimpulan-kesimpulan dari tiap rubrik yang disampaikan oleh kedua *host*, Masayu dan Acil. Kedua *host* pun menyampaikan kesimpulan dengan cara berdiri di tengah ruangan sambil membawa barang yang akan dipakai berlibur ke Samarinda. Hal itu dapat dilihat dari Acil yang memakai tas di pundak dan Masayu yang memegang koper di

sampingnya. Kedua host pun menutup program dengan memberikan pesan untuk terus menonton ‘*Metropolis*’ episode-episode selanjutnya.

3. Penerapan Gaya Visual Pop

Gaya visual pop merupakan alternatif yang baik untuk sebuah program televisi *magazine show*. Karakteristik gaya visual pop yang variatif seringkali digunakan dalam program musik atau fashion, tetapi hal itu tidak menjadi halangan untuk menerapkan gaya visual pop dalam program wisata. Adapun gaya visual pop dalam program televisi *magazine show* “*Metropolis*” diterapkan di beberapa aspek seperti sinematografi, *editing*, dan artistik. Pembahasan penerapan gaya visual pop dalam program televisi *magazine show* “*Metropolis*” mengacu pada beberapa karakteristik gaya visual pop.

a. Bebas dan Ekspresif

Karakteristik *pop art* yang cenderung bebas dan ekspresif memberikan eksistensinya yang bervariasi terhadap desain-desain yang diciptakan. Program televisi *magazine* “*Metropolis*” menerapkan beberapa visual yang membuat program ini terkesan bebas dan ekspresif. Hal itu diterapkan dari naskah yang *fun* dan *fresh* serta tidak kaku dalam membahas tema-tema wisata, diperkuat dengan pembawaan *host* dan reporter yang ekspresif sehingga menarik perhatian.

b. Penggunaan Warna Cerah

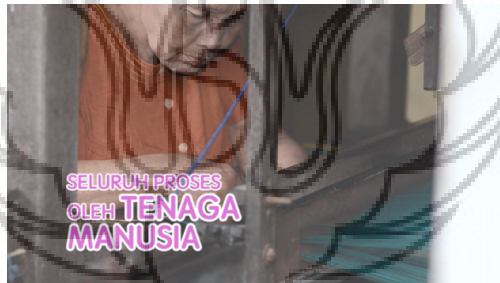
Warna-warna cerah, dapat muncul berdasarkan warna-warna murni, maupun berbagai warna komplementer, yang dipadukan secara kontras. Pada umumnya warna-warna utama yang digunakan adalah warna merah, kuning, dan biru. Sedangkan pencampuran dari ketiganya merupakan warna-warna komplementer yang ditampilkan secara kontras. Program televisi *magazine show* “*Metropolis*” menerapkan beberapa warna cerah untuk membangun gaya pop dan menghindari warna-warna gelap. Penggunaan warna-warna cerah diterapkan pada *setting* artistik, properti, *wardrobe*, elemen grafis, pewarnaan shot (*coloring*) pada tahap *editing* dan lainnya.



Gambar 7. *Screenshot* penerapan warna cerah pada keseluruhan *setting* program Metropolis (25 Mei 2017, pukul 15.00 WIB)

c. Tipografi yang Menonjol

Karakter gaya pop yang ekspresif, muncul terutama pada tampilan tipografi dan ilustrasi. *Typografi* dalam gaya pop memiliki karakteristik tegas, jelas, menarik perhatian, lugas, berukuran besar, dan dominan. Hal itu dikarenakan tata aksara dalam gaya mengadaptasi komik, poster, iklan dan merek produk, dimana semuanya merupakan hasil dari kebudayaan populer. Tipografi pada program “*Metropolis*” diterapkan dalam masing-masing rubrik sebagai penjas informasi yang disampaikan baik oleh narator ataupun reporter.



Gambar 8. *Screenshot* penerapan tipografi yang menonjol (25 Mei 2017, pukul 15.00 WIB)

d. *Motion Graphic*

Motion graphic design adalah sebuah subset dari multimedia yang menggunakan elemen grafis dan prinsip-prinsip desain grafis dalam konteks pembuatan film atau produksi video melalui animasi atau teknik perfilman, dalam lainnya. *Motion graphic* dalam program Metropolis ini diterapkan dalam elemen grafis seperti *Opening Billboard (OBB)*, *Bumper in - out*, *Bumper id rubrik* dan *Lower Third*.

e. Multimaterial Media

Multimaterial media pada program “Metropolis” juga diterapkan untuk memaksimalkan informasi yang disampaikan di masing-masing rubrik. Mengkombinasikan beberapa media yang berbeda seperti video, foto ataupun *screenshot* atau *capture* gambar untuk memperjelas informasi yang disampaikan narator. Penggunaan multimaterial media pada program ini terlihat dalam penggunaan *screenshot* gambar atau sosial media untuk keperluan narasi dan penggunaan elemen gambar di *background* repetisi atau *split screen*.



Gambar 9. *Screenshot* penerapan multimaterial media sebagai *background* di program Metropolis (25 Mei 2017, pukul 15.00 WIB)

f. Menghibur

Pop art memiliki karakter yang memberikan sifat humor yang menghibur. Tidak hanya *pop art*, media massa seperti televisi juga memiliki fungsi menghibur, informatif dan edukatif sesuai Pasal 36 ayat 1 UU No. 32 Tahun 2012 tentang penyiaran. Elemen menghibur dari program “Metropolis” ini dibangun dari setiap adegan-adegan *host* di studio ataupun penyampaian reporter dan narasi yang tidak formal.

g. Repetisi

Seni pop, terutama dalam karya Andy Warhol seringkali menggunakan pengulangan (repetisi), pengulangan tidak hanya dalam kuantitas namun juga dalam meniru dan mengcopy objek-objek yang sudah ada, pengulangan dilakukan juga dengan memberikan sebuah pemaknaan ulang kepada objek. Repetisi atau pengulangan pada program ini digunakan dalam variasi visual melalui *editing* pada *shot host* ataupun *shot footage*.



Gambar 10. *Screenshot* penggunaan repetisi (25 Mei 2017, pukul 15.00 WIB)

h. Penggunaan Kolase

Gaya pop merupakan aliran yang menggunakan multiteknik, salah satunya adalah teknik kolase gambar, yaitu menggabungkan lebih dari satu gambar sehingga menjadi sebuah kesatuan utuh. Program “*Metropolis*” banyak menerapkan kolase gambar sebagai variasi visual. Tujuannya selain gambar menjadi variatif dan ekspresif, tetapi juga dapat mempersingkat durasi sehingga informasi menjadi lebih efektif dalam permasalahan durasi program.



Gambar 11. *Screenshot* penggunaan kolase di program *Metropolis* (25 Mei 2017, pukul 15.00 WIB)

Kesimpulan

Program televisi *magazine show* “*Metropolis*” merupakan sebuah terobosan baru dalam penyampain informasi mengenai pariwisata dan liburan. Hal itu dilihat dari pengfokusan informasi yang disampaikan dalam tiap episodenya lebih spesifik dan tematik. Selain itu, pengemasan dengan gaya visual pop akan menjadi sebuah poin menarik bagi “*Metropolis*” untuk menjadi program acara pariwisata dan liburan bagi semua kalangan dan usia, khususnya anak muda. Gaya penyampaian ini diharapkan selain dapat memberikan informasi, dapat juga menjadi suatu bentuk baru yang menarik, berkarakter, dan dapat menyentuh emosional penonton agar merasa lebih dekat dan tertarik dengan informasi yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aynsley, Jeremy. *A Century Graphic Design*. London : Octopus Publishing Group Ltd, 2001.
- Fachruddin, Andi. *Dasar-dasar Produksi Televisi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Livingstone, Marco. *Pop Art : A Couninuing History*. Thames & Hudson, 2000.
- Mascelli, Joseph V. *The Five C's Cinematography*, terjemahan H. Misbach Yusa Biran. Jakarta : Fakultas Film dan Televisi IKJ, 2010.
- McLuhan, Marshall. *The Medium is The Message*. UK : Penguin Books, 1967.
- Morrison, M.A. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi edisi revisi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Naratama. *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta : PT. Grasindo, 2013.
- Pratista, Himawan. *Memahami Film*. Yogyakarta : Homerian Pustaka, 2008.
- Sparke, Penny. *A Century of Design : Design Pioneers of The 20th Century*. London : Mitchell Beazley, 1998.
- Subroto, Darwanto Sastro. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta : Duta Wacana University Press, 1994.
- Thames & Hudson. *Concepts of Modern Art : Form Fauvism to Postmodernism (World of Art)*. Editor by Nikos Stangos. Los Angeles : Hennessey, 1994.
- Wibowo, Fred. *Dasar-dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta : Grasindo, 1997.
- Yoeti, A. OKA. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 1982.
- Yusa Biran, H. Misbach. *Teknis Menulis Skenario Film Cerita*. Jakarta : Pustaka Jaya, 2006.