

**JURNAL TUGAS AKHIR**

**PENYUTRADARAAN PROGRAM TELEVISI *MAGAZINE* “LOOKOUT”  
DENGAN GAYA VISUAL *NEW WAVE***

**SKRIPSI KARYA SENI  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1  
Program Studi Televisi dan Film**



diajukan oleh  
Dian Anita Arwanti Putri  
NIM: 1110573032

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

2016

## ABSTRAK

Pertanggungjawaban Karya Seni “Penyutradaraan Program Televisi “LookOut” dengan gaya visual *new wave* ini menyajikan sebuah karya audio visual dengan penerapan kajian gaya visual *new wave* dan memberikan sentuhan estetis dari aplikasi metode gaya visual *new wave*. Mengeksplorasi gaya desain seni rupa kedalam gaya visual pada program televisi. Berharap Penonton dapat menikmati program televisi dengan gaya penyajian yang baru. Program televisi “LookOut” tidak hanya sekedar menampilkan informasi saja namun menyajikan hal yang dapat menginspirasi para remaja yang ditunjang dengan desain visual yang sesuai dengan era saat ini.

Program televisi *magazine* terdapat aspek yang terpenting, diantaranya gaya penyajian / gaya visual yang digunakan. Gaya visual pada program televisi *magazine* sangat diutamakan untuk menarik penonton sama halnya dengan gaya desain yang digunakan pada majalah cetak.

Gaya visual *new wave* memiliki beberapa karakteristik yaitu digital era, efek fotografis, efek animasi, desain berlapis, dan eksperimen terhadap gambar dan huruf. Tipografi yang digunakan pada gaya desain *new wave* memiliki *font* yang tegas, spasi yang berantakan dan diatur oleh *grid*.

Kata kunci : *Magazine*, Gaya Desain Visual, *New Wave*.

## A. Latar Belakang Penciptaan

Masyarakat pasca-modern di era sekarang, berlomba-lomba bagaimana seseorang menampilkan dirinya dihadapan orang lain, dan bagaimana seseorang membangun identitas dihadapan lingkungan sosialnya. Banyak hal dipengaruhi oleh gaya hidup dan konstruksi dirinya menyikapi tuntutan masyarakat dan kepentingan yang melatarbelakanginya.

Berbicara mengenai *lifestyles* atau gaya hidup pasti tidak akan ada habisnya, karena setiap orang memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. *Lifestyles* sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Sejalan dengan berkembangnya zaman yang semakin maju secara tidak langsung tuntutan dari gaya hidup akan semakin bertambah, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Kemunculan gaya hidup dipengaruhi oleh keberadaan masyarakat yang ingin bermetamorfosis.

Dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang meliputi sikap, kepribadian, motif, konsep diri dan persepsi. Kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan menjadi faktor eksternal dari sebuah gaya hidup. Gaya hidup seseorang berkaitan langsung dengan status sosial, pembentukan identitas diri, dan pemahaman akan lingkungan sekitar. Keberadaan gaya hidup erat kaitannya dengan perkembangan budaya masyarakat, khususnya budaya konsumtif. Gaya hidup dan generasi muda adalah satu kesatuan yang melekat dalam masa pertumbuhan dalam kehidupannya, gaya merupakan proses transformasi atau peralihan dari keyakinan tentang kreativitas, dan dari kreativitas tersebut timbulah berbagai pandangan hidup yang menjadi ciri anak muda.

Setiap orang dari anak-anak, remaja hingga dewasa memiliki gaya hidupnya masing-masing. Remaja adalah salah satu kalangan yang akan selalu mengikuti trend *lifestyles*. Tren gaya hidup remaja selalu menuntut sebuah perubahan yang cepat. Masa remaja merupakan suatu masa marjinal, remaja belum memperoleh status orang dewasa tetapi tidak lagi memiliki status anak-anak. Remaja adalah generasi yang paling mudah terpengaruh oleh era globalisasi atau era *modern* yang menyebabkan remaja sangat konsumtif. Aktifitas yang

sering dilakukan oleh para remaja masa kini yaitu bergaul. Sekedar ngobrol bersama teman di tempat yang baru, unik atau sedang *hits*. Mendatangi berbagai *event* menarik sangat mendukung remaja memperoleh informasi baru. Sekarang ini para remaja sedang berlomba dalam menciptakan lapangan kerja atau berwirausaha. Menjadi *young entrepreneur* adalah salah satu *lifestyles* di Yogyakarta saat ini. Remaja di Yogyakarta termasuk remaja yang produktif dan memiliki banyak kreatifitas, tidak sedikit berbagai komunitas seni, olahraga, ilmu pengetahuan muncul sebagai wadah para remaja untuk mengeksplorasi bakat dan minat mereka. Musik dan *fashion* tidak terlepas juga dari kehidupan para remaja masa kini. Banyak hal yang dapat diinformasikan mengenai gaya hidup anak muda melalui media cetak ataupun elektronik. Salah satunya melalui media elektronik yaitu program televisi *magazine*.

Target dari program *magazine* “LookOut” yaitu kalangan remaja khususnya di Yogyakarta. Program *magazine* “LookOut” dirancang untuk memberikan informasi baru yang menunjang gaya hidup remaja itu sendiri. Remaja sudah bisa memperoleh banyak informasi baru dan *fresh* selama sepekan karena dikemas ke dalam enam rubrik yang terdapat dalam satu program “LookOut”. Banyak hal yang dapat disampaikan untuk menunjang *lifestyles* remaja di Yogyakarta. Kalangan remaja dari dalam maupun luar kota yang cukup mendominasi dan menetap di Yogyakarta mendorong kota ini untuk memenuhi semua kebutuhan gaya hidup yang semakin maju. Hal tersebut seperti tempat makan, *event* atau acara yang dibuat, komunitas dan lain-lain.

Selain menginformasi terdapat juga rubrik yang dapat menginspirasi para remaja. Pengemasan yang ringan dan *catchy* menjadi tolak ukur dari pembuatan program “LookOut” mengingat sasaran segmentasinya adalah remaja. Program *magazine* “LookOut” dibuat dalam beberapa rubrik sehingga tayangan yang tersaji lebih variatif. Durasi program 30 menit dibagi kedalam enam rubrik menarik seperti *fresh spot*, *latest event*, *community*, *local business*, *local hero* dan *indie on chart*.

Program “LookOut” memberikan satu paket lengkap informasi yang ringan dan menghibur sesuai dengan karakter dari remaja. Bertujuan untuk

menginspirasi para remaja, menumbuhkan kreatifitas dan menjadi sarana informasi yang terbaru.

## **B. Ide Penciptaan Karya**

Ide awal dalam menciptakan program *magazine* “LookOut” yaitu dari kedekatan gaya hidup diri sendiri dengan lingkungan sekitar sebagai masyarakat urban khususnya remaja. Mayoritas bagi para remaja selalu bersosialisasi dengan teman dan sering bingung untuk memilih tempat *hangout* atau ingin sekedar liburan dalam kota. Layaknya remaja tidak dipungkiri membutuhkan sarana sosialisasi seperti tempat *hangout*, informasi tentang musik, *fashion*, dan kegiatan lain yang tentunya *up to date*.

Beberapa tahun terakhir ini juga marak *entrepreneur* muda yang berlomba untuk menciptakan peluang usaha. Keresahan-keresahan tersebut yang menjadi ide awal ingin menciptakan program *magazine* yang dikhususkan untuk para remaja, karena dirasa perlunya informasi yang dapat menunjang *lifestyles* remaja sekarang khususnya di Yogyakarta.

Konsep yang mengusung gaya visual *new wave* akan dibawakan dalam studio oleh dua orang host yang komunikatif dan memiliki kedekatan dengan dunia remaja. *Gesture* santai dan penggunaan bahasa yang ringan menjadi satu hal penting dalam program “LookOut”. *Headlight* tempat *hangout* atau tempat wisata, *latest event*, informasi tentang komunitas yang ada di Yogyakarta, acara musik dan menyuguhkan *profile* dari *young entrepreneur* serta *talkshow* dengan salah satu narasumber di setiap episodenya. Informasi tentang *lifestyles* tersebut akan dirangkum dalam format program televisi *magazine* bernama “LookOut”.

Keseluruhan konten akan dibagi menjadi enam rubrik. Rubrik *fresh spot*, *latest event*, *community*, *local business*, *local hero*, dan *indie on chart* akan mewakili tema yang diangkat. *Setting* yang akan digunakan ditunjang dengan properti yang minimalis dan memiliki karakteristik warna yang dominan putih, abu-abu, hitam atau warna-warna *soft* seperti warna pastel. Adapun warna cerah namun tidak mendominasi dari warna dari set dan properti yang digunakan

### C. Tujuan Dan Manfaat

#### Tujuan

- a. Menciptakan program *magazine* yang bisa menjadi pilihan tontonan bermutu dan positif bagi para remaja.
- b. Memberikan informasi mengenai berbagai hal dalam menunjang *lifestyles* kepada penonton.
- c. Menciptakan program *magazine* yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga inspiratif.

#### Manfaat

- a. Sebagai referensi untuk penonton dalam melakukan kegiatannya.
- b. Menjadi salah satu alternatif sajian hiburan yang membahas *lifestyles* remaja masa kini.
- c. Menjadi sumber pengetahuan bagi penonton dalam memilih gaya hidup.
- d. Upaya untuk memperkenalkan tempat, budaya dan kearifan lokal kota Yogyakarta.

### D. Tinjauan Karya

#### a. d'SIGN – NET TV

Program d'SIGN adalah sebuah program majalah yang mengulas tentang karya dunia desain, baik karya arsitektur yang unik dan menarik, ide desain interior yang inspiratif, desain furnitur yang kreatif, hingga berbagai gaya seni yang menjadi referensi gaya desain. Program ini tayang setiap Sabtu dan Minggu pukul 16.00 WIB di NET TV.

Pengambilan gambar program d'SIGN yang banyak menyisipkan varian gambar dan *shot size* yang diambil dari beberapa *angle* berbeda akan menjadi referensi dalam pengambilan gambar program *magazine* “LookOut” *indoor* maupun *outdoor*. Visual yang menarik dalam program *magazine* “LookOut” akan menggunakan *editing* kolase dan *split screen* sebagai variasi gambar yang berbeda seperti referensi. Beberapa *frame* juga akan ditambahkan *superimposition / overlay*.

### b. Black in News – ANTV

Program “Black In News” menjadi salah satu referensi dalam penciptaan program “LookOut”. Program ini ditayangkan setiap hari Senin pukul 23.00 WIB, yang disiarkan oleh ANTV. “Black In News” adalah program yang bertemakan gaya hidup, *fashion* dan musik dengan target penonton remaja menengah keatas dan merupakan salah satu program *magazine* yang tersaji dengan rubrik yang tetap atau sama setiap minggu tetapi dengan pokok bahasan yang berbeda tiap episodenya. Konsep rubrik yang tetap tersebut akan menjadi salah satu referensi yang akan disajikan dalam program *magazine* “LookOut”. Selain itu penggunaan dua host juga akan diterapkan dalam program “LookOut”.

Perbedaan program “Black in News” dengan program “LookOut” terletak pada teknik pengambilan gambar saat di studio. Program *magazine* “LookOut” akan lebih dinamis dengan beberapa variasi shot. Pada proses editing ditambah dengan kolase dan split screen.

Opening rubrik saat liputan menggunakan *full shot* memperlihatkan keadaan di sekitar atau tempat yang disedang akan diliput. Ditambah dengan variasi *shot close up (CU)* saat *host* sedang *opening* rubrik. Selain itu set studio program “Black in News” didominasi warna merah hitam yang merupakan warna terang dan primer. Program “LookOut” penggunaan warnanya lebih *soft* seperti putih, abu-abu dan krem. Properti yang digunakan yaitu bahan industrial seperti aluminium, kaca, besi dan kayu.

### c. iLook – NET TV

“iLook” adalah program yang membahas berbagai pernik-pernik yang berhubungan dengan *fashion*. “iLook” dibawakan oleh *host* yang bernama Kimmy Jayanti, tayang setiap hari Sabtu dan Minggu. “iLook” memberikan tips yang bermanfaat dan dapat dijadikan acuan *fashion* bagi masyarakat Indonesia. Acara ini menginspirasi beberapa penonton dalam memperhatikan dan mengetahui *trend fashion* masa kini. Pengemasan program dengan menggunakan *motion graphic* dalam melengkapi informasi yang disampaikan menambah ketertarikan program ini. Penggunaan *motion graphic* berupa *text*, *bumper*, kolase gambar dan *split*

*screen* dalam program “iLook” menjadi referensi yang akan digunakan dalam program *magazine* “LookOut”.

Rubrik instruksional menggunakan *split screen*. Perbedaannya pada rubrik instruksional, *text* yang digunakan program *magazine* “LookOut” lebih menggunakan *font* yang tegas. Grafis yang digunakan juga tidak menggunakan banyak warna.

#### **d. Breakout- NET TV**

Rancangan pembuatan karya program *magazine* “LookOut” program televisi yang menjadi salah satu referensi yakni program “Breakout”. “Breakout” adalah program acara musik di NET TV yang menghadirkan kumpulan video klip musik dari Indonesia dan mancanegara. Info tentang musik tersebut akan dibahas oleh kedua *host* dan menghadirkan narasumber untuk terlibat langsung di studio. Program “Breakout” ditayangkan setiap Senin-Minggu pukul 14.30 WIB. Program acara ini dibawakan oleh Sheryl Sheinafia dan Boy William.

“Breakout” memiliki satu segmen dimana akan membaca *chart* dari lagu dalam negeri dan mancanegara dengan menyisipkan cuplikan video klipnya. Program “LookOut” disalah satu rubrik *indie on chart* juga akan membacakan tangga lagu *band indie* Yogyakarta dengan menampilkan *profile* band dan cuplikan dari lagunya, dikemas dengan *motion graphic* yang menarik sesuai dengan identitas program “LookOut”.

#### **E. Objek Penciptaan**

David Chaney dalam bukunya menyatakan bahwa *lifestyles* adalah cara-cara terpola dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial atau simbolik, tapi ini juga berarti bahwa gaya hidup adalah cara bermain dengan identitas. Program *magazine* “LookOut” akan menyuguhkan informasi yang dapat menunjang *lifestyles* khususnya untuk para remaja. “LookOut” dijadikan nama dari program yang mengusung tema *lifestyles* karena arti kata sifat dari kata “LookOut” sendiri yaitu mencari, dimana setiap orang akan selalu mengikuti zaman dan mencari eksistensi.

“LookOut” adalah program *magazine* yang mengusung tema *lifestyles* yang memiliki berbagai macam informasi melalui format rubrik, dikemas dengan gaya visual *new wave* pada grafis dan juga di beberapa properti yang ada pada *setting* studio program acara “LookOut”. Program “LookOut” memiliki beberapa rubrik yang akan membahas berbagai hal yang tentunya akan mewakili dan menunjang *lifestyles* setiap orang, misalnya, musik, *fashion*, tempat bergaul, komunitas dan lain-lain.

Program *magazine* “LookOut” akan dipandu oleh dua *host* seorang pria dan wanita. Pemilihan *host* pada program “LookOut” dilihat dari target penonton yaitu semua jenis kelamin. Seorang pria dan wanita dianggap sudah mewakili. Segmentasi program “LookOut” yaitu remaja, maka *host* dipilih berdasarkan adanya kedekatan *host* dengan remaja dan memiliki penampilan *good looking*.

#### a. Komunitas

Komunitas pada dasarnya terbentuk dengan sendirinya, tidak ada paksaan dari pihak manapun, karena komunitas terbangun memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan setiap individu dalam kelompok tersebut. Suatu komunitas biasanya terbentuk karena pada beberapa individu memiliki hobi yang sama, tempat tinggal yang sama dan memiliki ketertarikan yang sama dalam beberapa hal. Berkaitan dengan kehidupan sosial, ada banyak definisi yang menjelaskan tentang arti komunitas. Definisi komunitas dapat didekati melalui; pertama, terbentuk dari sekelompok orang; kedua, saling berinteraksi secara sosial diantara anggota kelompok itu; ketiga, berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau diantara anggota kelompok yang lain; keempat, adanya wilayah-wilayah individu yang terbuka untuk anggota kelompok yang lain, misalnya waktu.

Yogyakarta merupakan kota budaya, kota pelajar dan kota yang penuh dengan kreator muda, sehingga banyak komunitas dari berbagai bidang yang ada di Yogyakarta. Salah satu komunitas yang masih aktif di Yogyakarta dan bergerak di bidang seni rupa yaitu *AceHouse Collective*.

#### b. Musik

Musik adalah pengungkapan melalui gagasan melalui bunyi, yang unsur dasarnya berupa melodi, irama, dan harmoni dengan unsur pendukung berupa gagasan, sifat dan warna bunyi, namun dalam penyajiannya, sering dengan unsur-unsur lain, seperti bahasa, gerak, atau pun warna. Melodi adalah rangkaian dari sejumlah nada atau bunyi, yang ditanggapi berdasarkan perbedaan tinggi rendah (*pitch*) atau naik turunnya, yang merupakan satu bentuk ungkapan penuh atau hanya berupa penggalan ungkapan. Irama adalah gerak yang teratur yang mengalir, karena munculnya aksentuasi secara tetap.

#### c. Bisnis

Menurut Boone, bisnis (*business*) terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa, sedangkan perilaku merupakan tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari, oleh karena itu, bisnis merupakan tindakan individu dan sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Bisnis dari anak muda yang sedang marak di Yogyakarta yaitu *footwear treatment and custom*, dimana bisnis tersebut menerima jasa cuci sepatu, pewarnaan ulang dan perawatan sepatu dengan bahan khusus untuk masing-masing bahan sepatu. Selain itu, bisnis makanan dengan konsep baru seperti *foodtruck* juga menjadi sasaran bagi para anak muda di Yogyakarta dalam mengejar persaingan

#### d. Fashion

*Fashion* berarti mode gaya cara busana pakaian, bentuk, jenis, macam, pembuatan. Mode / *fashion* akan berubah dari masa ke masa. Berdasarkan pernyataan tersebut, *fashion* bersifat dinamis, selalu berkembang, tidak selalu tetap. Mode juga dapat mengalami perputaran setelah melewati masa tertentu namun tetap akan menunjukkan variasi yang baru.

#### e. Visual *New Wave*

Perkembangan desain komunikasi visual secara beragam langsung dapat dinikmati dari gaya desain. Gaya desain adalah suatu ragam hias atau model visualisasi karya visual atau grafis yang merujuk pada pola atau gaya tertentu sesuai dengan perkembangan kehidupan masyarakat. Perkembangan masyarakat atau jaman selanjutnya, gaya desain atau visualisasi menjadi titik acuan dan wacana untuk menciptakan gaya berikutnya.

Masa pasca-modernisme (1975-sekarang), desain sudah masuk ke dalam era digital atau digitalisasi. Masa ini terjadi karena sebagai dampak dari revolusi sains dan teknologi. Secara sederhana definisi Pasca-modernisme adalah sebuah pemikiran yang mengkritik pandangan modernism melalui cara pandang yang cenderung pada keanekaragaman, kejenuhan, berantakan dan cenderung pada penggambaran walaupun terkadang juga memiliki keteraturan geometris.

Gaya *new wave* muncul saat Pasca-modernisme. Gaya ini juga lebih ke historisme, *ekletik/pastiche*, *pluralism* dan *parody*, juga reaksi terhadap teknologi komputer. Tokoh dari desain *new wave* yaitu Wolfgang Weingart. Ciri dari desain *new wave* adalah digital era, efek fotografis, efek animasi, desain berlapis, dan eksperimen terhadap gambar dan huruf. Tipografi yang digunakan pada gaya desain *new wave* memiliki *font* yang tegas, spasi yang berantakan dan diatur oleh *grid*.

#### F. Analisis Objek

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Banyak hal yang dapat menunjang gaya hidup seseorang dari cara berpakaian, berteman, berorganisasi. Terkadang seseorang mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar supaya terlihat dan dihargai. Gaya hidup yang positif dan sehat yang seharusnya di pilih untuk setiap orang, bukan semata-mata untuk mengadakan dirinya saja.

Program “LookOut” akan membahas hal yang berhubungan dengan gaya hidup. Rubrik *fresh spot* akan membahas tempat baru sebagai referensi remaja atau

keluarga. Wahana air terbaru di Jogja yang juga merupakan salah satu wahana terbesar di Indonesia, Wahana permainan air terluas ini berada pada areal seluas 7,7 hektare dan memiliki 19 jenis wahana.

Memadukan unsur Jogja dan Eropa juga menjadi salah satu keunikan dari Jogja Bay. *Jogja Bay Waterpark* (JBW) terdapat *story telling* antara tradisi Jogja dengan para bajak laut Eropa yang dituangkan melalui *on-site live show*, karakter, *water rides* dan *merchandise*.

*Setting* lokasi Jogja Bay menceritakan tentang perkampungan tua bajak laut yang bernuansa *tropical lust*. Salah satu unggulannya adalah area bermain anak-anak yang sangat luas serta keunggulan kolam *rapid river* yang sebelumnya belum ada di Indonesia. Konsep yang tidak hanya sebatas wahana wisata air saja, ada juga wahana edukasinya. Wahana permainan yang diunggulkan adalah “How To Survive In Tsunami And Earthquake” sebagai edukasi untuk masyarakat agar tidak panik ketika terjadi gempa dan tsunami. Jogja Bay dipilih karena salah satu tempat baru yang akan menjadi tujuan banyak orang dari anak-anak hingga orang tua untuk menikmati wahana air terbesar di Indonesia tersebut.

Selain rubrik *fresh spot* ada juga rubrik yang akan membahas tentang komunitas yang ada di Yogyakarta. *AceHouse Collective* adalah kolektif seniman yang melakukan praktik kerja kreatif melalui pendekatan budaya populer dan anak muda baik secara teori maupun praktek, kontekstual dan konseptual, serta menemukan kemungkinan-kemungkinan baru dalam perspektif seni visual. *AceHouse* dipilih karena salah satu komunitas yang masih aktif dan dapat menginspirasi para pemuda pecinta seni untuk mengembangkan kreatifitasnya.

Ada pula rubrik yang membahas *event* selama sepekan di Yogyakarta yaitu rubrik *latest event* yaitu *foodtruck*. Kiblat bersantap dengan gaya restoran berjalan ini dinilai seru, praktis, dan fleksibel. *Foodtruck* dari kata dasarnya adalah sebuah truk yang di modifikasi karoserinya, sehingga dapat dipergunakan untuk memasak dan menyajikan pesanan kepada pelanggan. Kebanyakan yang menyebut *foodtruck* saat ini adalah sebuah mobil niaga yang dimodifikasi karoserinya sehingga tampak lebih kecil dari *foodtruck* yang sebenarnya.

Kali ini *Event Foodtruck* secara reguler berlangsung di festival makanan *foodtruck* di halaman depan lobby utama Lippo Plaza. *Foodtruck Parade* ini juga dimeriahkan oleh *live music* yang menghibur para pengunjung yang datang. Disediakan juga banyak tempat duduk, pengunjung dapat duduk dengan nyaman sambil menikmati musik. *Event Foodtruck* ini dipilih karena sedang *hits* di Yogyakarta dan banyak di sukai oleh para remaja.

Rubrik yang keempat yaitu rubrik *local business* yang akan diwakili oleh *ArtBox*. Anak muda yang tak lepas dari dunia *fashion* yang terus berkembang. Mulai dari kepala hingga kaki, semua diperhitungkan agar dapat tampil semenarik mungkin di depan umum. Hal itu pula yang menjadi landasan Eky, memulai bisnis *treatment shoes* dan *repaint* atau cat ulang sepatu.

Warna sepatu yang sudah pudar dapat disulapnya seperti baru. *Co-Host* akan melakukan wawancara dengan *owner* menjelaskan usahanya dari awal, hingga sekarang. Beberapa tips secara instruksional akan dihadirkan dalam rubrik ini yaitu *cleaning* dan *repainting*.

Di segmen terakhir ada dua rubrik *local hero* dan *indie on chart*. Rubrik *local hero* akan di isi dengan wawancara dengan Mila Rosinta. Tari telah menjadi bagian kehidupan Mila Rosinta sejak kecil. Di bangku SD, Mila ikut berbagai les. Namu, hanya les tari yang setia memberinya prestasi, ketika pindah ke Yogyakarta mengikuti orangtua, ia menemui tantangan baru. Saat itu, Mila diminta mengikuti seleksi pertukaran pelajar ke Jepang. Ia harus mempelajari tari Jawa yang halus. Setahun lamanya, belajar tari Jawa, termasuk kepada penari keraton. Hasilnya tidak mengecewakan, Mila terpilih dan tinggal di Jepang selama setahun.

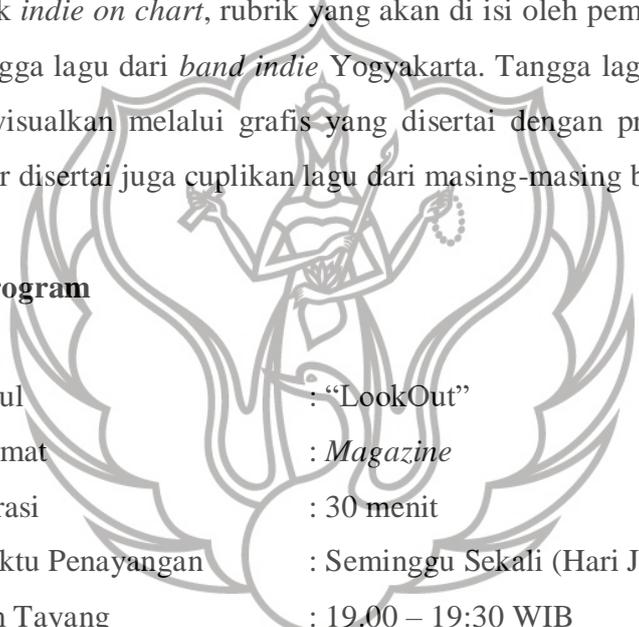
Rasa dahaganya mempelajari sesuatu yang baru membuatnya bak kutu loncat. Mila belajar ke sana-kemari tarian apa pun, mulai dari hip hop, *pop dance*, hingga K-Pop. Sampai ketika harus kuliah, Mila memantapkan pilihan masuk Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta jurusan tari. Kemampuan Mila semakin terasah setelah bergabung dengan Tembi *Dance Company*, hingga kini, sudah puluhan tari, baik karya sendiri maupun kolaborasi, yang ia pentaskan ke berbagai

daerah dan negara, seperti Jepang, Belanda, Mesir, India, Thailand, dan Singapura.

Tiga tahun bergabung dengan Tembi, Mila memberanikan diri merintis sekolah tarinya sendiri, Mila *Art Dance* (MAD). Sekitar 60 orang yang sudah bergabung dan sekolah di Mila *Art Dance*. Mila Rosinta dijadikan sebagai *local hero* episode kali ini karena dirasa karya dan penghargaan yang dicapai oleh Mila sangat banyak dan membanggakan. Diharapkan sosok Mila Rosinta dapat menginspirasi para remaja dengan berkegiatan yang positif, memberikan kontribusi dan bisa menjadi contoh yang baik untuk masyarakat luas.

Rubrik *indie on chart*, rubrik yang akan di isi oleh pembawa acara dengan membaca tangga lagu dari *band indie* Yogyakarta. Tangga lagu dari lima, hingga satu akan divisualkan melalui grafis yang disertai dengan profil band tersebut. Selain gambar disertai juga cuplikan lagu dari masing-masing band tersebut.

### G. Desain Program

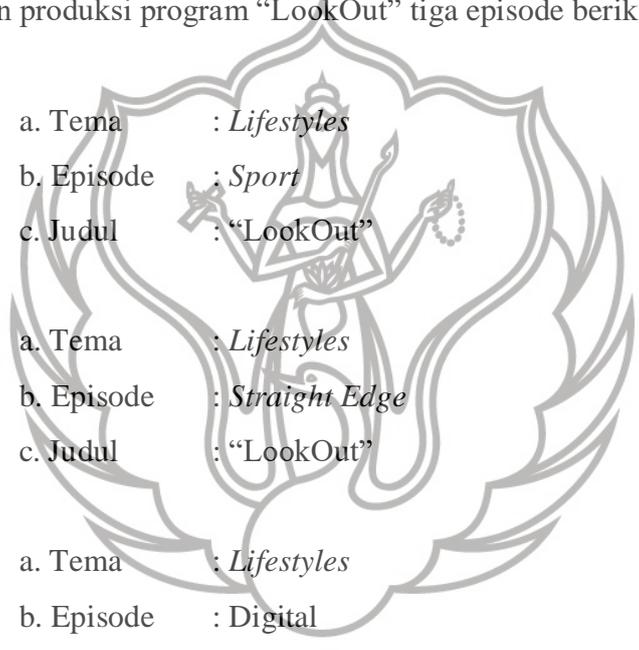
- 
1. Judul : “LookOut”
  2. Format : *Magazine*
  3. Durasi : 30 menit
  4. Waktu Penayangan : Seminggu Sekali (Hari Jumat)
  5. Jam Tayang : 19.00 – 19:30 WIB
  6. Stasiun Televisi : Lokal
  7. Target Penonton : Remaja ke atas
  8. Usia : 15 tahun – 35 tahun
  9. Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki – laki
  10. Katagori Produksi : Studio dan Non studio / indoor dan outdoor
  11. Isi : Informasi mengenai hal yang menunjang *lifestyles* remaja
  12. Tujuan : Memberi informasi yang bermanfaat dalam menentukan gaya hidup bagi para remaja.

## H. Desain Produksi

Desain produksi dari sebuah program berperan penting untuk kelanjutan program itu sendiri. Perancangan untuk beberapa episode kedepan sudah harus tersusun agar mempermudah produksi. Berikut beberapa desain produksi program “LookOut” :

- a. Tema : *Lifestyles*
- b. Episode : Seni
- c. Judul : “LookOut”

Desain produksi program “LookOut” tiga episode berikutnya:

- 
- 1. a. Tema : *Lifestyles*  
b. Episode : *Sport*  
c. Judul : “LookOut”
  - 2. a. Tema : *Lifestyles*  
b. Episode : *Straight Edge*  
c. Judul : “LookOut”
  - 3. a. Tema : *Lifestyles*  
b. Episode : *Digital*  
c. Judul : “LookOut”

### d. Karakter Pembawa Acara :

Gambaran pembawa acara dalam program *magazine* “LookOut” , wanita dan pria berusia 22 tahun hingga 26 tahun, warga Indonesia, komunikatif, luwes, *good looking*, *smart*, *fashionable*, memiliki kemampuan dua bahasa Indonesia dan Inggris.

### e. Sinopsis :

Program *magazine* “LookOut” merupakan program yang mengusung tema *lifestyles*. Sesuai dengan segmentasi program ini adalah

remaja maka secara visual selalu ada pergerakan / dinamis yang bermaksud mewakili ciri khas remaja yang ceria dan enerjik. Penggunaan gaya visual *new wave* akan menjadikan suatu identitas dari program “LookOut”. Program “LookOut” nantinya akan berisi tentang liputan-liputan sesuai dengan rubrik yang ada dalam program, meliputi rubrik “Fresh spot” (membahas tentang tempat yang baru), rubrik “Community” (komunitas yang ada di Yogyakarta), rubrik “Latest Event” (Info *event* dalam sepekan), rubrik “Local Business” (*profile* pengusaha muda dan tips), rubrik “Local Hero” ( Wawancara dengan seseorang yang karyanya sudah terakui ), rubrik “Indie On Chart” ( Info *chart band indie* Yogyakarta ).

#### f. Treatment

SEG	NO	VIDEO	AUDIO	DURASI	KET
<b>1</b>		<i>FRESH SPOT</i>			
	1	<i>Bumper In</i>	<i>Playback</i>	15”	<i>Jingle Grafis</i>
	2	<i>Opening Host</i>		20”	
	3	<i>VT of The Day</i>	<i>Playback</i>	25”	
	4	<i>Host</i>		45”	
	5	<i>Bumper “Fresh Spot”</i>	<i>Playback</i>	5”	<i>Jingle grafis</i>
	6	<i>Host</i>		1’30”	VT Jogja Bay
	7	Grafis Transisi	<i>Playback</i>	5”	
	<i>COMMUNITY</i>				
	8	<i>Host</i>		40”	
	9	<i>Bumper “Community”</i>	<i>Playback</i>	5”	<i>Jingle grafis</i>
	10	<i>Insert VT</i>		3’40”	VT <i>Community</i>

	11	<i>Bumper Out</i>	<i>Playback</i>	5"	<i>Jingle grafis</i>
<b>CB</b>					
<b>2</b>	<b>LATEST EVENT</b>				
	12	<i>Bumper In</i>	<i>Playback</i>	5"	<i>Jingle grafis</i>
	13	<i>Host</i>		45"	
	14	<i>Bumper "Latest Event"</i>	<i>Playback</i>	5"	<i>Jingle grafis</i>
	15	<i>Liputan Foodtruck Parade</i>	<i>Playback</i>	1'25"	
	16	<i>Grafis Transisi</i>	<i>Playback</i>	5"	
<b>LOCAL BUSSINESS</b>					
	17	<i>Host</i>		15"	
	18	<i>Bumper "Local business"</i>	<i>Playback</i>	5"	<i>Jingle grafis</i>
	19	<i>Host</i>		6"	<i>VT Artbox</i>
	20	<i>Bumper out</i>	<i>Playback</i>	5"	<i>Jingle grafis</i>
<b>CB</b>					
<b>3</b>	<b>LOCAL HERO</b>				
	21	<i>Bumper In</i>	<i>Playback</i>	5"	<i>Jingle grafis</i>
	22	<i>Host</i>		15"	
	23	<i>Bumper "Local Hero"</i>	<i>Playback</i>	5"	<i>Jingle grafis</i>
	24	<i>VT Mila Rosinta</i>	<i>Playback</i>	1'50"	
	25	<i>Host</i>		4'30"	
	26	<i>Bumper "Indie on chart"</i>	<i>Playback</i>	5"	<i>Jingle grafis</i>
	27	<i>Grafis chart</i>	<i>Playback</i>	40"	
	28	<i>Grafis transisi</i>	<i>Playback</i>	5"	
	29	<i>Host</i>		20"	
	30	<i>Credit Title</i>	<i>Playback</i>	1"	

## I. Tahapan Perwujudan Karya

### a. Praproduksi

Praproduksi merupakan tahap awal dari proses produksi, termasuk di dalamnya adalah penemuan ide, riset, pengumpulan bahan berupa data-data untuk mendukung fakta atau subjek yang dipilih. Pada tahapan praproduksi ada beberapa kegiatan yang dilakukan, yaitu:

#### 1. Pengembangan Ide dan Tema

Langkah awal untuk memulai perwujudan karya adalah proses pencarian ide dan muncul gagasan mengenai program *magazine lifestyles*. Munculnya ide bisa berawal dari berbagai sumber, baik membaca, pengalaman pribadi, pengalaman orang lain, mimpi, imajinasi dan sebagainya. Ide penciptaan program *magazine* “LookOut” berawal dari pemilihan tema yang ingin diangkat, tema *lifestyles* dianggap sebagai tema yang menarik untuk diangkat. Selain kedekatan dengan objek, dilihat juga dari sifat remaja yang selalu mengikuti perkembangan jaman. Banyak tayangan dengan tema sejenis, namun pada program “LookOut” menyuguhkan berbagai hal yang mendukung dari gaya hidup remaja saat ini yang semakin beragam dan dinamis. Banyaknya kegiatan ataupun hal baru yang layak diinformasikan kepada masyarakat luas khususnya para remaja yang pada dasarnya selalu ingin tahu dan memiliki sifat konsumtif. Program “LookOut” tidak hanya memberikan informasi mengenai gaya hidup saja namun menginspirasi dengan adanya narasumber yang terpilih dan pantas mewakili sosok remaja yang produktif dan bermanfaat bagi lingkungannya. Tujuan penciptaan program dan target *audience* ini menjadi pertimbangan atas pemilihan jenis program yang diproduksi. Program *magazine* dirasa sebagai jenis program yang paling sesuai untuk membingkai objek yang dipilih, karena *magazine* menyuguhkan rubrik tetap yang setiap *episode* sama meskipun pembahasan isi rubriknya berbeda. Kemasan yang menarik tentu menjadi daya tarik bagi program “LookOut”, oleh karena itu visualisasi pengemasan program “LookOut”

memilih gaya visual *new wave* yang memiliki karakteristik beragam dan belum banyak digunakan.

## 2. Riset

Riset adalah salah satu bagian terpenting sebelum pembuatan *magazine*. Riset digunakan untuk mendukung fakta-fakta tentang objek yang telah dipilih. Hasil pengamatan kemudian dikembangkan ke dalam proses riset dengan mencari artikel di internet, buku-buku, dan wawancara serta diskusi dengan narasumber untuk perencanaan penyampaian materi dalam program *magazine* "LookOut". Pembahasan mengenai *lifestyles* tentunya mencakup banyak hal, akan tetapi, program ini akan membatasi objek yang akan disuguhkan dan akan disampaikan dengan singkat, padat namun jelas.

Data yang relevan bisa didapatkan dengan mencari tinjauan dari berbagai sumber. Penggalan informasi dilakukan dengan berbagai cara, dengan mencari literatur yang berkaitan dengan remaja dan berbagai macam jenis gaya hidup atau wawancara terhadap narasumber-narasumber yang berkompeten dari objek yang akan diangkat.

## 3. Perencanaan

Perencanaan sebuah produksi dapat dikerjakan setelah penyusunan *treatment* dan *rundown* program. *Treatment* dan *rundown* tersebut kemudian di *breakdown* dari masing-masing divisi. Hal-hal apa saja yang dibutuhkan untuk kegiatan produksi, mulai dari alat, artistik, dan setting lokasi. Penyusunan jadwal produksi tentunya juga harus menyesuaikan dengan jadwal narasumber, jadwal objek, dan jadwal kru produksi. Pemilihan kru produksi memang harus dilakukan secara selektif guna memperlancar produksi, kru dipilih berdasarkan loyalitas kerja dan kompetensi mereka. Kualitas kru produksi sangat menentukan hasil produksi.

Estimasi biaya produksi disusun berdasarkan panduan *breakdown* dan jadwal yang telah dibuat, estimasi biaya ini termasuk juga rencana penyediaan biaya masing-masing divisi yang kemudian dialokasikan ke

masing-masing divisi untuk kemudian menjadi tanggung jawab masing-masing divisi. Tahap perencanaan juga meliputi kegiatan rapat produksi, dimana seorang sutradara yang bertugas sebagai konseptor dalam program ini menyampaikan konsep program, dari situlah masing-masing kru atau chief masing-masing divisi mengetahui hal-hal apa saja yang perlu dilakukan dan dipersiapkan.

Rapat dilakukan tidak hanya sekali guna untuk mematangkan konsep program, dalam rapat produksi sangat memungkinkan untuk saling memberi masukan dan ide dari masing-masing divisi.

#### 4. Persiapan

Tahapan persiapan ini meliputi beberapa kegiatan mulai dari perijinan untuk lokasi produksi, surat menyurat, meneliti dan melengkapi kesiapan alat dan tata artistik yang diperlukan. Jadwal produksi dibentuk sesuai dengan jadwal yang sudah disetujui oleh narasumber dan kru produksi. Persiapan produksi meliputi penentuan jadwal produksi tetap, persiapan keuangan, alat dan lain-lain. Pengambilan wawancara narasumber menggunakan daftar pertanyaan yang dibuat juga pada saat persiapan. Mencocokkan jadwal narasumber dengan jadwal produksi agar tidak berbenturan jadwal dengan yang lain. Tahapan persiapan juga meliputi kegiatan perancangan daftar pertanyaan untuk ditanyakan kepada narasumber, *rehearsal* bersama *chief* masing-masing divisi, serta pengesetan tata artistik *setting* lokasi produksi. Tahap persiapan ini harus diselesaikan sesuai dengan jadwal yang telah disusun.

#### 5. *Casting* Pembawa Acara

Pelaksanaan *casting* dilakukan dengan cara *Casting by ability* dan *Casting to type* yaitu berdasarkan kecakapan / terpandai dalam menguasai dua bahasa serta mencocokkan kepribadian dari karakter pembawa acara yang akan dibangun atau dibentuk dalam program “LookOut”. Karakter pembawa acara perempuan dan laki-laki memiliki wajah yang *good looking* dan *camera face*, komunikatif dan lancar dalam berbahasa Inggris. Mencari pembawa acara dengan kriteria tersebut sangat susah. Dilakukan

beberapa kali *casting* untuk program “LookOut” akhirnya menemukan Axelline Astrid sebagai pembawa acara perempuan dan Muammar Acil sebagai pembawa acara laki-laki untuk *host* di dalam studio. Kedua pembawa acara ini memiliki kriteria yang dianggap cocok untuk membawakan program “LookOut”.

Astrid seorang mahasiswi semester delapan di salah satu universitas swasta di Yogyakarta dipilih karena kegiatannya selain sebagai mahasiswi yaitu *MC (Master of Ceremony)* di berbagai macam acara. Astrid memiliki pengalaman untuk memandu acara dan sudah terbiasa berkomunikasi di depan kamera. Acil seorang penyiar radio Swaragama FM dipilih karena dari pekerjaannya seorang penyiar memiliki pengetahuan yang luas. Selain *host* di studio dalam program “LookOut” membutuhkan satu reporter dan Yosia Lukman seorang *MC off air* yang terpilih menjadi seorang reporter di program “LookOut” menggantikan Clara Soetedja seorang penyiar radio yang secara mendadak membatalkan jadwal untuk *shooting*. Proses *reading* dengan kedua pembawa acara dan satu reporter dilakukan berjalan lancar, namun hanya dilakukan beberapa kali dikarenakan jadwal yang tidak cocok. Berbicara di depan kamera yang mengharuskan ketiganya untuk memahami dan menghafal kalimat demi kalimat yang akan disampaikan menjadi salah satu kendala.

#### **b. Produksi**

Proses produksi dilaksanakan setelah proses perencanaan dan persiapan telah selesai. Sutradara bersama dengan kru bekerjasama untuk mewujudkan konsep yang telah ditulis menjadi sebuah susunan gambar yang mempunyai informasi. Pelaksanaan produksi program “LookOut” dilakukan di dalam sebuah sudut *showroom furniture* yang di *setting* menjadi sebuah ruangan santai untuk ngobrol dengan nyaman. Menggunakan beberapa properti industrial dan memiliki warna yang dominan. *Setting* tersebut digunakan untuk bagian pengantar pembawa acara dan disegmen tiga, ketika narasumber hadir ke set. Pengambilan gambar masing-masing menggunakan dua sampai lima kamera yang direkam secara bersamaan guna memperbanyak gambar serta

mempermudah proses *editing*. Secara garis besar proses produksi “LookOut” meliputi :

1. Pengambilan Gambar Wawancara Narasumber Pengusaha dan Komunitas

Wawancara dilakukan dalam dua hari, yaitu hari pertama dengan komunitas yang bertempat di Jalan Mangkuyudan Yogyakarta. Hari kedua wawancara juga berlokasi di Yogyakarta bersama *ArtBox*. Wawancara narasumber dilakukan oleh sutradara dan dua-tiga *cameraman*, menggunakan dua-tiga kamera, lampu LED untuk tambahan penerangan dan *audioman*. Wawancara ini digunakan untuk mengungkapkan fakta-fakta serta pendalaman riset terhadap objek penciptaan. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya.

2. Pengambilan Gambar Pembawa Acara dan Narasumber di studio

Proses pengambilan gambar pembawa acara dan narasumber dilakukan satu hari dengan seluruh kru dari *line producer*, unit manager, *technical director*, divisi penyutradaraan, divisi kamera, divisi artistik, divisi audio, dan *editor*. Pengambilan gambar dilakukan di sebuah *showroom furniture* di daerah jalan Magelang Yogyakarta yang di-*setting* menjadi tempat ngobrol yang nyaman dan menggunakan beberapa properti dengan warna-warna yang cenderung *soft* dan terlihat dominan. Sebelum proses pengambilan gambar dilakukan beberapa kali *rehearsal* agar produksi dapat berjalan dengan baik.

3. Pengambilan Gambar Rubrik *Latest Event*

Rubrik ini diambil ketika *foodtruck parade* sedang berlangsung. *Foodtruck parade* berlangsung di akhir pekan selama tiga hari dari hari Jumat-Minggu. Sutradara bersama dua *cameraman* dan satu *audioman* mengambil gambar ketika persiapan hingga acara berlangsung.

4. Pengumpulan Gambar Pendukung

Pengumpulan gambar pendukung ini dilakukan di berbagai lokasi, seperti acara-acara dari komunitas *Acehouse* yang tidak selalu diadakan di

*Acehouse collective* Jalan Mangkuyudan. Sutradara berperan penting dalam mengarahkan pokok pembahasan dan pengarahannya visualisasi agar sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Sutradara juga harus mengerti kebutuhan gambar, sehingga tidak akan kekurangan gambar. Selain *shooting* sendiri, pengambilan video pendukung juga diambil dari dokumentasi pribadi narasumber.

### c. Pascaproduksi

Proses pascaproduksi adalah tahapan akhir dari seluruh proses produksi. Proses selanjutnya memasuki tahapan *editing*. *Editing* akan menyempurnakan hasil akhirnya, dari segi gambar, suara, musik, pemberian efek, maupun *credit title* untuk memperjelas materi dan melakukan evaluasi terhadap hasil produksi.

#### 1. Logging

Setelah proses *shooting* berakhir, barulah masuk dalam tahap pascaproduksi. Hasil pengambilan gambar *shooting* tersebut kemudian dipindahkan ke *hardisk* komputer dan menjadi data digital. Data-data tersebut kemudian dilakukan proses *logging*, yaitu pemilihan gambar. Pemilihan gambar membutuhkan kejelian, dimana sutradara dibantu dengan *editor* untuk memilih gambar yang sesuai untuk kebutuhan setiap rubrik. Proses pemilihan gambar tersebut adalah proses pembuatan *editing script*. *Editing script* ini berguna untuk *editor* karena memudahkan dalam penyusunan dan pemilihan gambar yang sesuai dengan naskah.

#### 2. Editing Offline

Semua hasil dari pengambilan gambar dan *footage-footage* kemudian dibawa ke meja *editing* untuk disusun dalam *editing offline*, yaitu proses menyusun secara kasar sesuai dengan *treatment* yang telah dibuat sutradara untuk mendapat gambaran yang diinginkan. Tahap ini sutradara melakukan transkrip dari wawancara narasumber. Transkrip berguna untuk memangkas hasil wawancara yang dianggap melebar dari pembahasan. Saat menyusun *offline* pengembangan ide dan pengemasan sangat

mungkin terjadi. *Point* terpenting yaitu tidak merusak alur cerita dan konsep *treatment* yang telah disusun sejak awal oleh sturadara.

### 3. Pembuatan Ilustrasi Musik

Musik adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dalam sebuah karya audio visual, begitu pula dengan program “LookOut”. Adanya ilustrasi musik dapat menambah unsur dramatis sebuah program dan juga dapat mempengaruhi emosi penonton. Pemilihan musik ilustrasi menggunakan music *freeplay* tanpa adanya hak cipta. Ilustrasi yang digunakan pada *bumper* ialah musik yang dibuat khusus untuk identitas program “LookOut”. Karakter musik yang dibuat yaitu *up beat*.

### 4. Editing Online

*Editing online* adalah tahap lanjutan setelah *editing offline* dan sudah *picture lock*. Tahapan *editing online* dilakukan dengan menyelaraskan penyusunan gambar, dengan narasi, *sound effect* maupun ilustrasi musik dalam satu kesatuan yang harmonis, menjadi satu cerita secara utuh dan informatif. Tahap *editing online* juga melakukan penambahan grafis, *grading*, *coloring*, *credit tittle*, *bumper in*, *bumper out* dan *caption graphic*. *Editing online* merupakan hasil akhir dari penyusunan audio visual.

### 5. Pembuatan Grafis

Persiapan pembuatan grafis dimulai dengan mengumpulkan data-data grafis, baik dalam bentuk foto maupun dalam bentuk video. Data itu kemudian diolah dengan menggunakan *software Adobe After Effects* untuk memisahkan background dengan objek, juga di-*cropping* dengan *software Adobe Photoshop* untuk memasukan *insert* gambar. Pembuatan *superimposition / overlay* pada beberapa *frame* cukup dilakukan di *Adobe Premiere* dengan menentukan warna yang sesuai dengan konsep awal.

### 6. Sound Mixing

*Sound mixing* adalah proses menyatukan dan menyelaraskan suara dan memberikan tambahan suara. Bersamaan dengan *editing online*, kemudian gambar diselaraskan dengan suara, volume suara, pemindahan musik,

transisi dan sebagainya agar antara gambar, narasi dan musik ilustrasi dapat terdengar lebih harmonis.

#### 7. Pengemasan

Tahapan pengemasan adalah sentuhan akhir dari sebuah karya audio visual sebelum didistribusikan kepada khalayak umum. Pengemasan program haruslah menarik dalam segi cover. Hasil final dari video ini dirubah dalam format DVD untuk kemudian di-*burning* dalam kepingan DVD dan diberikan *casing* serta diberikan *cover DVD* dan *sticker DVD*. Selain itu juga perlu mempersiapkan poster untuk program “LookOut”, yang tentunya poster dapat menggugah minat khalayak untuk melihat program *magazine* “LookOut”.

### J. Pembahasan Karya

#### 1. Judul Program

Pemilihan nama judul program tidak boleh dipilih dengan tanpa ada maksud dan tujuan, biasanya judul program dapat merangkum isi program atau konsep program tersebut. Judul program adalah identitas atas karya yang ditayangkan. Pemilihan nama program yang kuat dapat memperkuat image dari program tersebut. Pemilihan nama program “LookOut” dianggap tepat karena “LookOut” sendiri mempunyai arti mencari. Nama program ini mewakili penonton di rumah yang segmentasinya remaja dimana remaja sebagian besar selalu ingin tahu dan mencari hal baru dengan mengikuti tren yang ada.

#### 2. Target Penonton

Sebuah program televisi yang akan diproduksi tentunya dipertimbangkan terlebih dahulu target atau sasaran penontonnya. Pengemasan dari sebuah karya ini bisa disesuaikan dengan target penonton. Target penonton program “LookOut” adalah remaja hingga dewasa yang berusia 15 sampai 30 tahun. Program ini dikemas dengan gaya visual *new wave* sebagai daya tarik tersendiri bagi penonton. Penayangan program “LookOut” dipilih seminggu sekali, pada hari Jumat

pukul 19:00-19:30 WIB. Hari dan waktu tersebut dirasa tepat karena orang-orang banyak menghabiskan menonton televisi pada jam-jam istirahat diakhir pekan.

### 3. Format Acara

Setiap materi program acara televisi tentu perlu mendapat perlakuan khusus dari pembuatnya, salah satunya dengan menentukan format acara yang sesuai dengan objek atau materi dari program tersebut. Program juga harus memperhatikan unsur-unsur yang ada, baik segi isi program dan pengemasan yang menarik serta menghibur sehingga dapat dinikmati dan mudah dimengerti. Program *magazine* merupakan format yang paling sesuai untuk program yang bertemakan *lifestyles* ini, karena program *magazine* memberikan kebebasan dalam pengemasan dan pembahasan informasi yang dibagi atas rubrik-rubrik.

### 4. Visual

Program dengan materi yang menarik, format program yang tepat, tentu membutuhkan visualisasi penyajian yang tepat juga. Hal tersebut digunakan untuk menarik penonton supaya terus menyaksikan program "LookOut". Penentuan gaya visual yang ditampilkan tentunya juga melihat ketersesuaiannya dengan objek. Dilihat dari target penonton dan isi program gaya visual *new wave* dilihat cocok sebagai identitas pengemasan. Gaya visual *new wave* yang memiliki karakter ekspresif, multimedial dan penggunaan warna yang *soft* atau *monochrome* dapat mewakili sifat remaja di era sekarang. Gaya *new wave* diwujudkan dalam teknis penataan artistik dan penggunaan grafis.

### 5. Musik

Penggunaan ilustrasi musik dapat membantu dalam membangun emosi penonton terhadap gambar yang ditampilkan. Ilustrasi musik yang dipakai disesuaikan dengan pembahasan yang sedang dibahas, serta kebutuhannya. Penggunaan ilustrasi musik dengan bertempo cepat tentunya untuk menyesuaikan dengan perpindahan grafis, animasi, transisi, dan gambar yang multi teknis.

## 6. Pembawa Acara

Program *magazine* “LookOut” dipandu dua pembawa acara perempuan dan laki-laki saat di studio dan satu reporter laki-laki saat liputan di lapangan. Karakter yang diperlihatkan oleh kedua pembawa acara yaitu memiliki pengetahuan luas tentang dunia remaja dan perkembangan gaya hidup. Pembawaan yang luwes di depan kamera, serta komunikatif.

## K. Pembahasan Segmen Program

### 1. Segmen Satu

Segmen satu dibuka dengan sapaan dari kedua pembawa acara. Pembawa acara melakukan *opening* program dengan menjelaskan apa saja rubrik yang akan ada di program “LookOut” sebelum masuk ke *video tape (VT) of the day*. Teknik *editing* dalam program “LookOut” menggunakan panel ala komik pada beberapa momen disaat adanya interaksi dari kedua pembawa acara.

Setelah pembawa acara *opening* program langsung menuju *VT of the day* dimana ada cuplikan dari *episode* yang akan tayang. Pembahasan mulai di segmen pertama saat pembawa acara di studio melakukan *bridging* untuk masuk ke rubrik *fresh spot* yang menginformasikan *spot* baru yang dapat dijadikan referensi kaum remaja untuk berlibur. Liputan Jogja Bay dipandu oleh seorang reporter yang menunjukkan keseluruhan isi dari Jogja Bay didukung juga dengan *voice over* untuk menjelaskan *profile* dari Jogja Bay.

Setelah *video tape (VT)* dari Jogja Bay transisi menuju ke studio untuk memulai membahas rubrik *community*. Sekilas tentang *Acehouse collective* akan dibahas oleh pembawa acara sebelum masuk ke *video tape (VT) Acehouse* dan wawancara bersama seniman yang masih aktif di *Acehouse collective*. Visual saat wawancara diberi sentuhan grafis seperti *superimposition* ataupun tulisan yang bergerak untuk lebih menekankan kalimat yang diucapkan oleh narasumber.

Insert-insert juga dibutuhkan supaya gambar tidak monoton karena pada rubrik *community* didominasi dengan wawancara. Narasumber menjelaskan dari awal komunitas *Acehouse* berdiri hingga saat ini dan memberikan informasi tentang program dan *project* apa yang sedang berjalan. Pengambilan saat wawancara menggunakan satu kamera dengan berbeda *angle* setiap narasumber. Selain itu set wawancara dari narasumber juga diperhatikan supaya gambar terlihat bagus.

## 2. Segmen Dua

Segmen dua terdapat rubrik *latest event*, rubrik ini membahas *event foodtruck* yang sedang berlangsung di Yogyakarta. Pemilihan *event* dalam rubrik *latest event* ditinjau dari *event* terbaru dan yang sedang ditunggu-tunggu masyarakat khususnya remaja di Yogyakarta. Sebelum masuk ke liputan *foodtruck* pembawa acara menjelaskan apa itu *foodtruck* dan sejarah dari *foodtruck*. Pengambilan gambar saat *foodtruck parade* berlangsung menggunakan dua kamera agar dapat mengambil gambar keseluruhan acara, ditambah dengan gopro untuk mengambil *timelapse* dengan *fullshot*. Gambar dari rubrik *fresh spot* didukung dengan *voice over* sebagai penjelasan dari isi acara *foodtruck* tersebut.

*Episode* kali ini pembawa acara membuka rubrik *local business* dengan sebuah pepatah untuk menjembatani ke *video tape (VT)* selanjutnya. Rubrik *local business* membahas tentang ArtBox dimana Eky Refinaldi sebagai *owner* dari Artbox akan menjelaskan tentang bisnisnya. *Reporter* melakukan liputan dan wawancara di ArtBox langsung. ArtBox yang mengusung tema *one stop lifestyle* ini memberikan tiga *service* yaitu *barber, shoes treatment, dan tattoo service*.

Eky menjelaskan secara singkat tentang *ArtBox*. *Reporter* membatasi pembahasan dengan mencari tahu tentang salah satu *service* yang diberikan yaitu *shoes treatment*. Liputan rubrik *local business* tidak hanya disuguhkan wawancara namun *insert* kegiatan di *ArtBox* dan khususnya di *sneaky shoes treatment*. Akhir pembahasan ditayangkan tutorial dari *sneaky shoes treatment* yaitu teknik *cleaning* dan *repaint*. Bagian dari

tutorial diberi *text* penjelasan tentang alat dan bahan khusus yang digunakan. Sesuai gaya yang digunakan yaitu *new wave* maka grafis *text* nya dibuat dinamis yang biasa disebut dengan *kinetic typography*.

### 3. Segmen Tiga

Segmen Tiga dibuka oleh pembawa acara di studio sambil memperkenalkan bintang tamu yang diundang ke studio. Khusus rubrik *local hero* narasumber didatangkan ke studio untuk tanya jawab langsung dengan kedua pembawa acara. Sebelum memulai pembahasan lebih dalam, pembawa acara mengajak penonton untuk melihat *video tape (VT)* dari bintang tamu *local hero* episode kali ini yaitu Mila Rosinta. Setelah *video tape (VT)* pembawa acara melontarkan beberapa pertanyaan kepada bintang tamu yang dibawakan dengan santai.

Pertimbangan pemilihan bintang tamu Mila Rosinta sebagai *local hero* di *episode* kali ini karena segmentasi dari program “LookOut” adalah remaja dan Mila Rosinta merupakan salah satu yang mewakili remaja kreatif di Yogyakarta dengan karya-karya yang sudah terakui dan penghargaan yang sudah didapat. Sosok Mila Rosinta dapat dijadikan contoh dan diharapkan dapat menginspirasi para penonton untuk lebih produktif dan menjadi bermanfaat bagi orang banyak.

Di penghujung acara sebelum pembawa acara *closing* program terdapat rubrik *indie on chart* yang menampilkan tangga lagu *band indie* Yogyakarta saat ini.

Dikemas dengan grafis yang menunjukkan profil dan cuplikan lagu dari *band indie* yang masuk ke dalam *chart*. Setelah lima *chart* ditampilkan, pembawa acara akan mengumumkan *top chart* di minggu ini. Lagu *top chart* tersebut menjadi *backsound* dari *closing* program.

### **c. Bumper**

#### 1. Bumper Programme

*Bumper* adalah sebuah video pembuka yang pertama kali muncul di program acara “LookOut”. *Bumper* digunakan sebagai identitas program acara, yang kemudian dapat memberikan informasi mengenai konsep

program tersebut. Dalam program “LookOut” *bumper* menggunakan tidak lebih dari tiga warna, lebih pada unsur *text* sesuai dengan gaya *new wave*.

### 2. *Bumper In-Out*

*Bumper in-out* adalah *bumper* yang berdurasi lebih pendek dari *bumper* program. *Bumper* digunakan untuk mengakhiri segmen untuk menuju pada *commercial break* atau untuk membuka segmen setelah *commercial break*. *Bumper* ini melakukan pengulangan dari *bumper* program pada bagian akhir *bumper programme*.

### 3. *Bumper Rubrik*

Penamaan rubrik dilakukan agar informasi-informasi yang diberikan dapat tersusun dengan rapi. Penamaan rubrik layaknya karya majalah sesuai dengan apa yang sedang dibahas dalam rubrik tersebut. Tujuan dari penamaan rubrik ini agar penonton tahu rubrik yang sedang dibahas dan agar lebih menarik dengan menambahkan cuplikan adegan sesuai isi kontennya. Pemilihan gaya *new wave* dalam penggunaan grafis terlihat pada warna-warna *soft* seperti hijau muda, abu-abu, ditambah dengan tipografi yang tegas dan dinamis.

### d. *Setting*

*Setting* “LookOut” menggunakan berbagai lokasi yang mendukung dari rubrik yang diangkat, satu lokasi untuk *setting* pembawa acara. *Setting* dibuat senyaman mungkin untuk kedua pembawa acara memandu dan mengobrol mengenai bahasan *lifestyles*. Menambahkan unsur *new wave* dalam beberapa properti yang ditampilkan di set seperti bahan-bahan industrial kaca, besi, kayu dan kain yang bermotif tegas. Penggunaan warna di dalam set studio juga sesuai dengan karakter dari *new wave* yang tidak banyak menggabungkan banyak warna.

Kamera master bisa mengambil gambar keseluruhan dari *setting*. Pengambilan gambar pembawa acara di studio menggunakan lima kamera untuk menghasilkan variasi *shot* agar penonton tidak bosan dengan tampilan visualnya, dan memberikan kesan dekat dengan pembawa acara ketika *close up* ataupun *medium shot*. Kelima kamera tersebut salah satunya juga bisa

mengambil gambar *gesture* yang ditimbulkan dari pembawa acara atau mengambil detail-detail dari properti.

Kamera tidak hanya *still* namun pergerakan kamera dibutuhkan seperti *track right* atau *left*, selain kesan dinamis yang ditimbulkan, set yang ada dapat terekplor menambah estetika dari visual dan menambah kedekatan antara pembawa acara dan penonton.

Sedangkan untuk *setting* ketika mengambil liputan untuk *video tape* (VT) *setting* sama persis dengan aslinya hanya diperlukan kejelian untuk mengambil sudut dan *angle* yang bagus. Pada saat wawancara para narasumber, liputan komunitas *Acehouse collective* lokasinya sesuai dengan apa yang ada. Penggunaan *setting* aslinya bertujuan untuk menghadirkan realita yang sesungguhnya, misal saat *Acehouse collective* sedang berpameran. Situasi dan kondisi terjadi apa adanya tanpa *setting-an*.

#### **e. Transisi**

Konsep visual *new wave* juga terdapat dalam transisi pada setiap perpindahan *video tape* (VT) dengan kedua pembawa acara di set studio. Penggunaan transisi ini ditujukan agar tidak ada pergantian *shot* yang terasa kasar/kaku. Selain itu agar penonton memahami perbedaan antara saat *video tape* (VT) dan *setting* saat di studio.

#### **f. Panel ala Komik**

Penggunaan panel komik tidak sebatas sebagai sebuah wujud untuk adaptasi dari visual komik saja. Penggunaan visual panel komik ini juga dapat efek keefektifan dalam penampilan gambar di dalam satu *frame video*, sehingga banyak informasi yang terdapat dalam satu *frame* tersebut. Panel ala komik dalam program “LookOut” digunakan pada saat kedua pembawa acara sedang ngobrol agar ekspresi dan *gesture* dapat terlihat dengan bersamaan.

#### **g. Kolase**

Kolase adalah penggabungan beberapa material / bahan ke dalam satu bidang. Dalam program “LookOut” kolase diwujudkan dengan penggabungan beberapa video dalam satu *frame* untuk memunculkan gaya *new wave*. Teknik

kolase ini menambah nilai estetik dari karya audio visual seperti program *magazine*.

## L. Kesimpulan

Program “LookOut” adalah alternatif tayangan program *magazine* yang membahas mengenai gaya hidup remaja. Program yang membicarakan tentang gaya hidup remaja yang informatif dan menginspirasi khususnya di televisi lokal masih sangat kurang. Televisi lokal belum ditunjang dengan visual yang bagus dan menarik. Diharapkan ke depannya akan muncul program-program yang sejenis dan lebih baik. Pembicaraan mengenai gaya hidup dapat benar-benar tersampaikan ke penonton dan dapat memotivasi dari isi program yang disuguhkan. Gencarnya program hiburan yang kurang mendidik dan kurang informatif bagi remaja, perlulah adanya sebuah program yang bermanfaat dan menginspirasi yang dikemas sesuai dengan gaya remaja / anak muda masa kini.

Penciptaan program televisi *magazine* “LookOut” membicarakan mengenai gaya hidup yang setiap episodenya membahas tentang berbagai hal yang menunjang gaya hidup remaja dengan format program *magazine* bergaya visual *new wave*. Penciptaan program “LookOut” mengambil teknis penciptaan dengan gaya visual *new wave* pada grafis dan beberapa penggunaan properti di *setting* pembawa acara. Pemilihan gaya visual *new wave* bukanlah sekedar ingin menampilkan visual yang bagus, namun pemilihan gaya ini melewati proses penyesuaian dengan tema dan tujuan program, format program, target *audience*, serta penghitungan nilai informasi dan daya jual program itu sendiri. Karakter dari visual *new wave* cocok dengan visual di era sekarang yang cenderung *simple*, dan penggunaan warna *soft* seperti putih, coklat muda, merah muda, hijau muda dan abu-abu.

Gaya visual *new wave* menjadi poin yang menarik bagi penonton yang dikhususkan bagi para remaja dan dewasa yang berjiwa muda. Penerapan gaya visual *new wave* masih jarang digunakan, karakteristik visual *new wave* yang beragam, *simple* dan penyampaian yang ringan mempermudah penonton memahami isi dari program “LookOut”. Demi menghasilkan sebuah program

yang baik, proses penciptaan program “LookOut” mengikuti tahapan-tahapan dalam *Standar Operating Procedure* (SOP). Tahapan-tahapan itu dijalankan semaksimal mungkin, untuk menghadirkan ketepatan dalam pengemasannya.

### **M. Saran**

Proses persiapan atau praproduksi menjadi hal yang sangat penting dalam pembuatan program *magazine*, baik persiapan secara teknis maupun materi program. Riset yang mendalam menjadi hal yang pokok dalam menciptakan suatu program jurnalistik. Pemilihan teknis pengemasan dalam penciptaan program dilakukan setelah mendalami objek.

Sebuah program harus mempunyai ciri atau karakter sebagai identitas program itu sendiri, agar penonton mengingat jelas program apa yang sedang ditonton dan meninggalkan kesan. Karakter dan ciri tersebut akan menambah nilai jual sebuah program.

Proses produksi program “LookOut” telah selesai. Adapun saran-saran untuk mencapai hasil yang lebih baik lagi yaitu seorang sutradara diharapkan memahami segala hal yang berkaitan dengan produksi, baik teori produksi maupun teknik produksi. Teori bisa didapat dari membaca, sedangkan teknik praktek didapat dari banyaknya latihan dan pengalaman dalam proses produksi. Seorang sutradara juga harus mempunyai jiwa kepemimpinan, karena masalah yang dihadapi mulai dari praproduksi, *set up*, *rehearsal*, produksi, sampai pascaproduksi harus dilakukan dengan baik untuk mendapatkan sebuah karya yang maksimal. Persiapan sebelum proses produksi harus matang terlebih dahulu terutama ide dan konsep yang akan dibangun. Selain itu pemilihan kru produksi juga sangat berpengaruh dalam kesuksesan saat proses produksi.

### Daftar Pustaka

- Alan. M. Agus J. 2006. *Video Editing Profesional Menggunakan Pinnacle StudioPlus 10*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Alan, Wurtzel. 1985, *Television Production*. Mc Graw Hill, United States of America
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexande Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi : Teori dan Praktik*. Bandung : Sombiosa Rekatama Media.
- Boone, Louis E. & David L.Kurtz. (2007). *Contemporary Business*. Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Chaney, David.2004. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Bandung: Jalasutra.
- Fachrudin, Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature,Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana.
- Harymawan. RMA. 1988. *Dramaturgi*. Bandung: CV. Rosda.
- Kunto, A.A. 1999. Mata Rantai Hedonisme. *Kecil Bahagia, Muda Foya-foya, Tua Kayaraya, Mati Maunya Masuk Surga*. (hal. 86-92). Yogyakarta: Kanisius.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Meggs, Phillip B. 1990. *A History of Graphic Design New York*. Van Nostrand Reinhold.
- Monks, F. J.,Knoers, A. M. P. , & Haditono, S. R. 2000.*Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Naratama. 2006. *Menjadi sutradara televisi dengan single dan multi kamera*. Jakarta: Grasindo.

Pratista, Himawan. 2008, *Memahami Film*, Yogyakarta : Homerian Pustaka.

Nasrullah,Rulli. 2012, *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*.Jakarta: Kencana.

Salim, Peter. 1985. *The Contemporary English-Indonesia Dictionary*.

Subroto, Darwanto Sastro. 1994.*Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana UniPress.

Soeharto.M. 1978. *Kamus Musik Indonesia*. Universitas Michigan: Gramedia.

Steven Heller & Seymour Chwast. 1998. *Graphic Style*. London : Thames and Hudson Ltd.

Wibowo, Fred. 2009. *Teknik produksi program televisi*. Yogyakarta: Pinus.

**Sumber Data Online**

[www.jogjabay.com](http://www.jogjabay.com)

[www.acehousecollective.com](http://www.acehousecollective.com)

[www.milaartdance.com](http://www.milaartdance.com)

[www.kompasmuda.com](http://www.kompasmuda.com)

