

**MENUMBUHKAN MINAT ANAK MUDA PADA WIRAUSAHA  
MELALUI PENYUTRADARAAN PROGRAM TELEVISI *MAGAZINE*  
“GET UP” DENGAN GAYA *NEW WAVE*  
EPISODE *SOCIAL MEDIA MARKETING***

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



Disusun oleh:  
**Emanuel Sang Dwi Yan Putra**  
NIM: 1110541032

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

2018

**MENUMBUHKAN MINAT ANAK MUDA PADA WIRAUSAHA  
MELALUI PENYUTRADARAAN PROGRAM TELEVISI *MAGAZINE*  
“GET UP” DENGAN GAYA *NEW WAVE*  
EPISODE *SOCIAL MEDIA MARKETING***

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



Disusun oleh:  
**Emanuel Sang Dwi Yan Putra**  
NIM: 1110541032

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

2018

**LEMBAR PENGESAHAN**

Tugas Akhir Skripsi Penciptaan Seni yang berjudul :

**Menumbuhkan Minat Anak Muda Pada Wirausaha Melalui  
Penyutradaraan Program Televisi Magazine "Get Up"  
Dengan Gaya New Wave Episode Social Media Marketing.  
yang disusun oleh  
Emanuel Sang Dwi Yan Putra  
NIM 1110541032**

Telah diuji dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program  
Studi S1 Film dan Televisi FSMR ISI Yogyakarta, yang diselenggarakan pada  
tanggal ..... 03 JUL 2018 .....

Pembimbing I/Anggota Penguji

  
**Deddy Setiawan, S.Sn., M.Sn**  
NIP : 19760729 200112 1 001

Pembimbing II/Anggota Penguji

  
**RR. Ari Prasetyowati, S.H., LL.M.**  
NIP : 19801027 200604 2 001

Coguate/Penguji Ahli

  
**Andri Nur Patrio, M.Sn.**  
NIP : 19750529 200003 1 002

Ketua Program Studi/Ketua Penguji

  
**Agnes Widyasmoro, S.Sn., M.A.**  
NIP.19780506 200501 2 001

Mengetahui

  
Dekan  
Fakultas Seni Media Rekam  
**Prasudin, S.Kes., M.Hum.**  
NIP.19640101 198703 1 002

**LEMBAR PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Emanuel Sang Dwi Yan Putra

NIM : 1110541032

Judul Skripsi : Menumbuhkan Minat Anak Muda Pada Wirausaha Melalui  
Penyutradaraan Program Televisi *Magazine "Get Up"* Dengan  
Gaya *New Wave Episode Social Media Marketing*.

Dengan ini menyatakan bahwa dalam Skripsi Penciptaan Seni/Pengkajian Seni saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau tulisan yang pernah ditulis atau diproduksi oleh pihak lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah atau karya dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi apapun apabila di kemudian hari diketahui tidak benar.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : ..22.. Juni ..2018

Yang Menyatakan,



Emanuel Sang Dwi Yan Putra

NIM : 1110541032



**LEMBAR PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Emanuel Sang Dwi Yan Putra

NIM : 1110541032

Demi kemajuan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Rights*) atas karya ilmiah saya berjudul “Menumbuhkan Minat Anak Muda Pada Wirausaha Melalui Penyutradaraan Program Televisi *Magazine “Get Up” Dengan Gaya New Wave Episode Social Media Marketing*” untuk disimpan dan dipublikasikan oleh Institut Seni Indonesia Yogyakarta bagi kemajuan dan keperluan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.

Saya bersedia menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Institut Seni Indonesia Yogyakarta terhadap segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Dibuat di : Yogyakarta  
Pada tanggal : ..22..Juni..2018..  
Yang Menyatakan,

Emanuel Sang Dwi Yan Putra

NIM : 1110541032

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita limpahkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat yang berlimpah laporan Tugas Akhir karya seni program televisi yang berjudul “*Get Up*” ini dapat tersusun dengan baik dan lancar.

Laporan Tugas Akhir ini merupakan yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1, Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan dan pembuatan karya tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar berkat bantuan dari berbagai pihak. Dengan rasa hormat, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang telah memberi berkat sepanjang waktu.
2. Marsudi, S.Kar,M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Agnes Widyasmoro, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Andri Nur Patrio, M.Sn., selaku *cognate*.
5. Deddy Setyawan, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I.
6. RR. Ari Prasetyowati, S.H., LL.M., selaku Dosen Pembimbing II.
7. Agnes Karina Pritha Atmani, M.T.I., selaku Dosen Wali.
8. Seluruh dosen dan staf karyawan Program Studi Film dan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Seluruh staf karyawan Akmawa Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
10. Mama, Papa, dan keluarga besar atas dukungan dan doa selama ini.
11. Semua teman-teman *talent* dan tim produksi *Get Up*.
12. Kerabat terkasih Cestakara, Andreas, Hendik, Dhanu, Kamil, Andong, Anne, Acong, David, Ira, Elsa.
13. Teman-teman Program Studi Film dan Televisi angkatan 2011 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga karya program televisi “*Get Up*” ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para praktisi program televisi, pengamat program televisi dan tentunya masyarakat untuk mendapatkan sebuah pelajaran yang segar dan menghibur melalui media televisi. Adapun laporan ini semoga juga dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Yogyakarta, 22 Juni 2018



Emanuel Sang Dwi Yan Putra



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Ide Penciptaan Karya.....	4
C. Tujuan dan Manfaat.....	6
1. Tujuan Penciptaan.....	6
2. Manfaat Penciptaan.....	6
D. Tinjauan Karya.....	7
1. Wirausaha Anak Muda.....	7
2. <i>Chef's Table</i> .....	7
3. <i>MLDSPOT TV – Youtube</i> .....	9
4. <i>d'SIGN</i> .....	10
<b>BAB II OBJEK PENCIPTAAN DAN ANALISIS</b>	
A. Objek Penciptaan.....	13
1. Rubrik <i>main story</i> .....	15
2. Rubrik <i>movement</i> .....	21
3. Rubrik <i>business opportunity</i> .....	24
4. Rubrik <i>tips &amp; trick</i> .....	26
B. Analisis Objek.....	27
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	
A. Program Televisi <i>Magazine</i> .....	31

B. Penyutradaraan Program Televisi .....	33
C. Gaya <i>New Wave</i> .....	37
D. Wirausaha.....	43
E. Pemasaran dan Media Sosial.....	46
<b>BAB IV KONSEP KARYA</b>	
A. Konsep Penciptaan.....	49
1. Penyutradaraan.....	50
2. Naskah.....	53
3. Videografi.....	53
4. Tata Artistik.....	55
5. Tata Suara.....	55
6. Pencahayaan.....	56
7. Editing.....	56
B. Desain Program.....	57
C. Desain Produksi.....	58
<b>BAB V PERWUJUDAN KARYA</b>	
A. Tahapan Perwujudan Karya.....	62
1. Praproduksi.....	62
2. <i>Setup and Rehearsal</i> .....	77
3. Produksi.....	77
B. Pembahasan Karya.....	81
1. Pembahasan Program Televisi <i>Magazine “Get Up”</i> .....	81
2. Pembahasan Segmen Program.....	83
3. Bumper.....	96
4. Setting.....	99
5. Transisi.....	102
6. Panel ala Komik.....	103
7. Kolase.....	104
8. Kendala Dalam Perwujudan Karya.....	104

**BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan ..... 106  
B. Saran ..... 107

**DAFTAR PUSTAKA..... 108**

**LAMPIRAN**



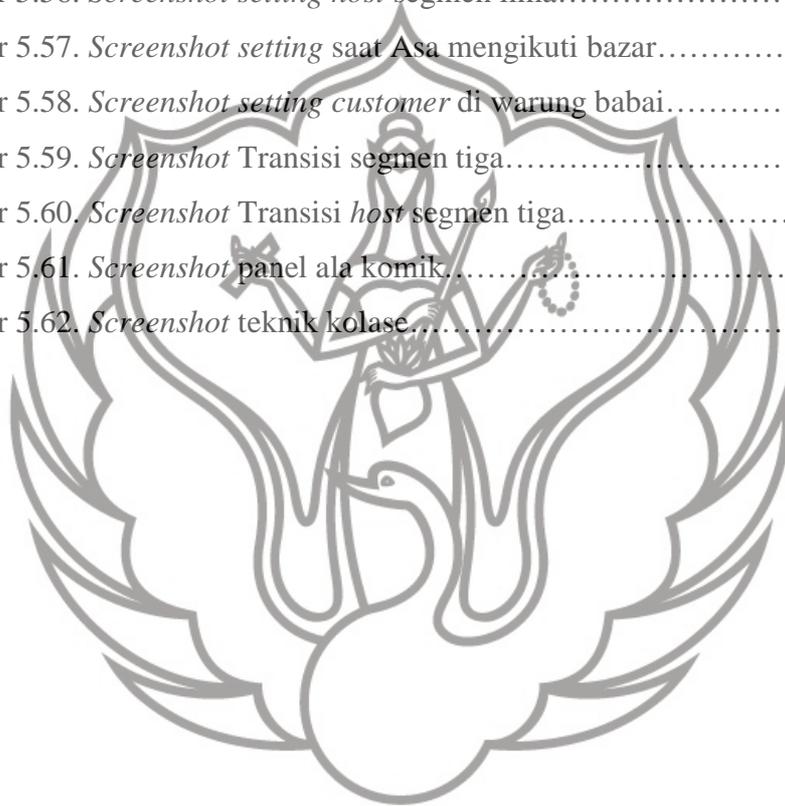
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Bumper</i> Bisnis Anak Muda .....	7
Gambar 1.2. Kolase gambar 1.....	8
Gambar 1.3. Kolase gambar 2.....	8
Gambar 1.4. <i>Bumper MLDSPOT TV</i> .....	9
Gambar 1.5. <i>Screenshot</i> referensi detil gambar 1.....	9
Gambar 1.6. <i>Screenshot</i> referensi detil gambar 2.....	9
Gambar 1.7. <i>Screenshot</i> referensi detil gambar 3.....	10
Gambar 1.8. <i>Bumper d'SIGN</i> .....	11
Gambar 1.9. <i>Screenshot</i> referensi <i>typography</i> 1.....	11
Gambar 1.10. <i>Screenshot</i> referensi <i>typography</i> 2.....	11
Gambar 1.11. <i>Screenshot</i> referensi <i>motion graphic</i> 3.....	12
Gambar 2.1. Foto David Juliant <i>owner</i> Warung Babai.....	16
Gambar 2.2. Foto Anne Vionna <i>owner</i> Warung Babai.....	16
Gambar 2.3. Foto logo Warung Babai.....	17
Gambar 2.4. Foto lokasi Warung Babai.....	18
Gambar 2.5. Foto gerobak Warung Babai.....	18
Gambar 2.6. Foto menu makanan yang <i>display</i> Warung Babai.....	19
Gambar 2.7. Foto media sosial <i>Instagram</i> Warung Babai.....	20
Gambar 2.8. Foto Asa Lailly <i>owner</i> Sampan Mimpi.....	21
Gambar 2.9. Foto logo Sampan Mimpi.....	21
Gambar 2.10. Lokasi bazar Sampan Mimpi.....	22
Gambar 2.11. Foto Asa dan produk ilustrasi Sampan Mimpi.....	23
Gambar 2.12. Foto media sosial <i>instagram</i> Sampan Mimpi.....	24
Gambar 2.13. Foto dosen manajemen.....	25
Gambar 2.14. Lokasi toko camilan Sukses.....	26

Gambar 3.1. <i>Screenshot</i> tipografi karya Wolfgang Weingart.....	38
Gambar 3.2. <i>Screenshot</i> karya poster Wolfgang Weingart dengan <i>superimposition / overlay</i> .....	39
Gambar 3.3. <i>Screenshot</i> karya poster Wolfgang Weingart dengan tipografi <i>font</i> tegas.....	39
Gambar 3.4. <i>Screenshot</i> karya poster Wolfgang Weingart dengan <i>gradient</i> dan tekstur.....	42
Gambar 3.5. <i>Screenshot</i> karya poster dengan <i>font</i> yang mengikuti <i>grid</i> <i>horizontal</i> atau <i>vertical</i> .....	42
Gambar 5.1. Foto bersama <i>crew</i> melihat lokasi <i>setting host</i> yang akan digunakan.....	67
Gambar 5.2. Foto bersama <i>crew</i> melihat lokasi <i>setting host</i> yang akan digunakan.....	67
Gambar 5.3. Foto Suasana Suko Wine Lounge untuk <i>setting host</i> .....	68
Gambar 5.4. Foto Sudut lokasi <i>opening program</i> segmen satu.....	68
Gambar 5.5. Foto Sudut lokasi wawancara untuk narasumber dan <i>host</i> .....	69
Gambar 5.6. Foto Sudut lokasi wawancara untuk <i>opening</i> segmen tiga.....	69
Gambar 5.7. Foto Sudut lokasi wawancara <i>opening</i> segmen empat.....	70
Gambar 5.8. Foto Sudut lokasi wawancara untuk <i>opening</i> segmen dua.....	70
Gambar 5.9. Foto lokasi wawancara segmen <i>main story</i> .....	71
Gambar 5.10. Lokasi wawancara segmen <i>movement</i> .....	71
Gambar 5.11. Foto Masayu Dewi.....	73
Gambar 5.12. Foto Asa Laily <i>owner</i> Sampan Mimpi.....	73
Gambar 5.13. Foto Anne Vionna <i>owner</i> Warung Babai.....	74
Gambar 5.14. Foto David Juliant <i>owner</i> Warung Babai.....	74
Gambar 5.15. Foto Yohana dosen manajemen.....	75
Gambar 5.16. Foto Arif Boediman <i>owner</i> instagram kuliner yogya.....	75
Gambar 5.17. Foto Tim Artistik Pembuatan Identitas Program.....	76
Gambar 5.18. <i>Screenshot master camera</i> .....	84

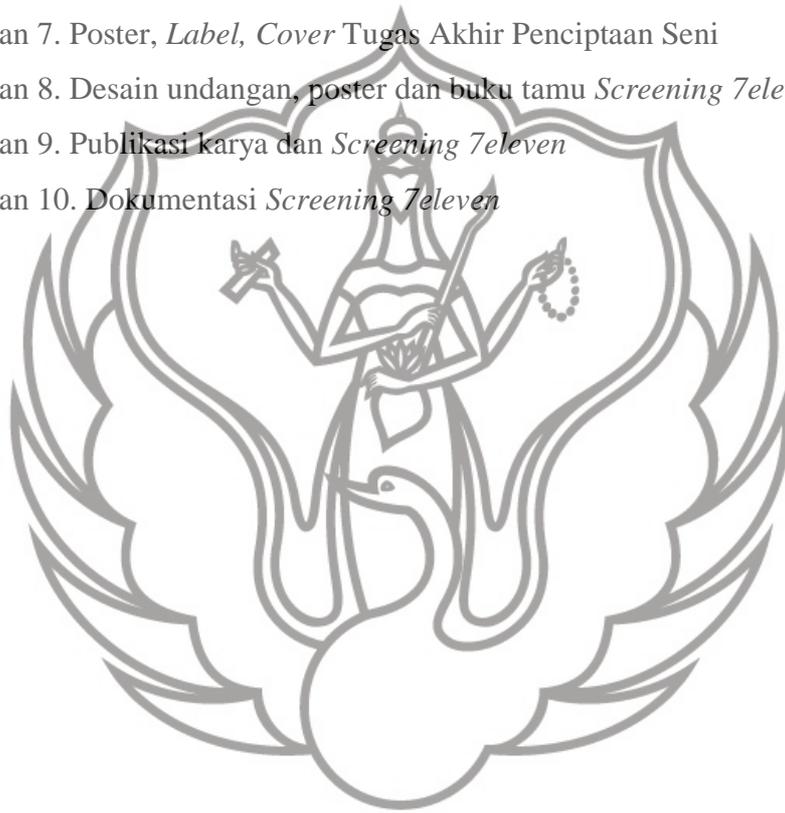
Gambar 5.19. <i>Screenshot close up host</i> .....	84
Gambar 5.20. <i>Screenshot camera master follow</i> .....	84
Gambar 5.21. <i>Screenshot kolase host menggunakan color monochrome</i> .....	85
Gambar 5.22. <i>Screenshot VT of the day</i> .....	85
Gambar 5.23. <i>Screenshot suasana kota Yogyakarta</i> .....	86
Gambar 5.24. <i>Screenshot warung makan babi di Yogyakarta</i> .....	86
Gambar 5.25. <i>Screenshot suasana warung babai</i> .....	87
Gambar 5.26. <i>Screenshot grafis dengan kinetic typography</i> .....	87
Gambar 5.28. <i>Screenshot mengantar makanan ke customer</i> .....	88
Gambar 5.29. <i>Screenshot detil makanan</i> .....	88
Gambar 5.30. <i>Screenshot grafis dengan superimposition</i> .....	89
Gambar 5.31. <i>Screenshot wawancara Asa owner sampan mimpi</i> .....	89
Gambar 5.32. <i>Screenshot kegiatan Asa</i> .....	90
Gambar 5.33. <i>Screenshot produk dari sampan mimpi</i> .....	90
Gambar 5.34. <i>Screenshot media sosial dari sampan mimpi</i> .....	91
Gambar 5.35. <i>Screenshot salah satu brand minuman terkenal</i> .....	92
Gambar 5.36. <i>Screenshot salah satu brand minuman murah</i> .....	92
Gambar 5.37. <i>Screenshot pembawa acara bertanya ke narasumber</i> .....	92
Gambar 5.38. <i>Screenshot transisi smooth slide transition</i> .....	93
Gambar 5.39. <i>Screenshot Ibu Yohana saat menjawab pertanyaan</i> .....	93
Gambar 5.40. <i>Screenshot suasana di toko camilan Sukses</i> .....	94
Gambar 5.41. <i>Screenshot repacking camilan</i> .....	94
Gambar 5.42. <i>Screenshot tipografi inspirasi dari Wolfgang Weingart</i> .....	94
Gambar 5.43 <i>Screenshot pembawa acara dan bintang tamu</i> .....	95
Gambar 5.44. <i>Screenshot two shot pembawa acara dan narasumber</i> .....	95
Gambar 5.45. <i>Screenshot background triangle dengan warna soft</i> .....	96
Gambar 5.46. <i>Screenshot tipografi yang sesuai dengan gaya new wave</i> .....	96
Gambar 5.47. <i>Screenshot bumper in-out</i> .....	97

Gambar 5.48. <i>Screenshot bumper rubrik movement</i> .....	98
Gambar 5.49. <i>Screenshot bumper rubrik main story</i> .....	98
Gambar 5.50. <i>Screenshot bumper rubrik bussiness opportunity</i> .....	98
Gambar 5.51. <i>Screenshot bumper rubrik tips &amp; trick</i> .....	99
Gambar 5.52. <i>Screenshot setting host segmen satu</i> .....	100
Gambar 5.53. <i>Screenshot setting host segmen dua</i> .....	100
Gambar 5.54. <i>Screenshot setting host segmen tiga</i> .....	100
Gambar 5.55. <i>Screenshot setting host segmen empat</i> .....	101
Gambar 5.56. <i>Screenshot setting host segmen lima</i> .....	101
Gambar 5.57. <i>Screenshot setting saat Asa mengikuti bazar</i> .....	102
Gambar 5.58. <i>Screenshot setting customer di warung babai</i> .....	102
Gambar 5.59. <i>Screenshot Transisi segmen tiga</i> .....	103
Gambar 5.60. <i>Screenshot Transisi host segmen tiga</i> .....	103
Gambar 5.61. <i>Screenshot panel ala komik</i> .....	104
Gambar 5.62. <i>Screenshot teknik kolase</i> .....	104



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Form Kelengkapan Syarat Administratif
- Lampiran 2. Budgeting
- Lampiran 3. *Setting plan*
- Lampiran 4. *Call sheet*
- Lampiran 5. Naskah *host*
- Lampiran 6. Dokumentasi Produksi
- Lampiran 7. Poster, *Label*, *Cover* Tugas Akhir Penciptaan Seni
- Lampiran 8. Desain undangan, poster dan buku tamu *Screening 7eleven*
- Lampiran 9. Publikasi karya dan *Screening 7eleven*
- Lampiran 10. Dokumentasi *Screening 7eleven*



Menumbuhkan Minat Anak Muda Pada Wirausaha Melalui Penyutradaraan  
Program Televisi *Magazine “Get Up”*  
Dengan Gaya *New Wave* Episode *Social Media Marketing*

Emanuel Sang Dwi Yan Putra

**ABSTRAK**

Besarnya jumlah tenaga kerja yang ada di Indonesia belum mampu diserap semuanya oleh kesempatan kerja yang ada, karena saat ini belum ada keseimbangan antara jumlah tenaga kerja yang ada dengan ketersediaan kesempatan kerja. Hal ini merupakan penyebab utama penyelenggaraan pembangunan ekonomi di Indonesia sampai sekarang tidak berkembang. Hasil survey BPS, persentase jumlah pengangguran bulan februari tahun 2018 sebesar 5,13 persen atau 6,87 juta jiwa, dari total jumlah pengangguran 7,56 juta jiwa pada tahun 2015. Walaupun jumlah pengangguran menurun namun masih dalam lingkup yang banyak karena mencapai 6,87 juta jiwa. Berwirausaha sekarang ini menjadi solusi terbaik dalam mengatasi banyaknya pengangguran. Banyak anak muda sudah mencoba memulai meniti karir sebagai wiraswasta.

Program televisi menjadi salah satu alternatif untuk mencari informasi dan menambah pengetahuan tentang berwirausaha. Program *magazine “Get Up”* menyajikan pembahasan lebih detil mengenai wirausaha yang dikemas melalui empat rubrik yaitu *movement*, *main story*, *business opportunity*, dan *tips&trick*. Episode yang pertama ini akan mengerucut pada pokok topik *social media marketing* yang membahas tentang media sosial sebagai alat pemasaran yang tepat disaat kemajuan teknologi informasi yang sudah berkembang. Gaya *New Wave* digunakan untuk menarik penonton yang berusia muda.

Gaya *new wave* memberikan kesan menarik dan tidak membosankan. Penggunaan gaya *new wave* diselipkan pada unsur-unsur *typography* dan grafis yang menarik dengan warna *soft*. Selain itu gaya *new wave* juga digunakan untuk *setting host* berupa properti dengan unsur warna putih, abu-abu, hitam atau warna-warna *soft* seperti warna pastel, sehingga nantinya informasi yang diberikan menarik dan sampai kepada anak muda.

Kata kunci: Program Televisi *Magazine*, Wirausaha, *social media marketing*, Gaya *New Wave*.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki jumlah penduduk 265 juta jiwa, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018. Sumber daya manusia (SDM) atau tenaga kerja yang dimiliki merupakan komponen paling penting dalam membantu proses pembangunan Indonesia, ditambah Sumber daya alam (SDA) yang berlimpah menjadi modal besar bagi bangsa Indonesia untuk mendukung proses pembangunan berkelanjutan. Hal ini dapat terwujud dengan pengelolaan SDM dan SDA yang baik, adanya keseimbangan antara pendidikan dan *skill* yang dimiliki oleh tenaga kerja, serta ketersediaan lapangan kerja.

Sumber daya manusia (SDM) atau tenaga kerja tidak luput dari permasalahan yang harus dihadapi, salah satunya adalah banyaknya pengangguran. Hal ini bisa dilihat dari hasil survei yang dikumpulkan oleh BPS mengenai ketenagakerjaan. Jumlah pengangguran setiap tahunnya terus mengalami kenaikan.

Hasil survey BPS, persentase jumlah pengangguran bulan februari tahun 2018 sebesar 5,13 persen atau 6,87 juta jiwa, dari total jumlah pengangguran 7,56 juta jiwa pada tahun 2015. Angka pengangguran ini yang didominasi oleh lulusan SMK, kemudian disusul oleh lulusan sma dan sarjana. Walaupun jumlah pengangguran menurun namun masih dalam lingkup yang banyak karena mencapai 6,87 juta jiwa.

Besarnya jumlah tenaga kerja yang ada di Indonesia belum mampu diserap semuanya oleh kesempatan kerja yang ada, karena saat ini belum ada keseimbangan antara jumlah tenaga kerja yang ada dengan ketersediaan kesempatan kerja. Hal ini merupakan penyebab utama penyelenggaraan pembangunan ekonomi di Indonesia sampai sekarang tidak berkembang.

Berwirausaha sekarang ini menjadi solusi terbaik dalam mengatasi banyaknya pengangguran. Salah satu keunggulannya adalah dalam berwirausaha tidak diperlukan pendidikan yang tinggi. Baik lulusan SMA/SMK maupun sarjana atau diploma dapat memulai berwirausaha. Tidak ada batasan pendidikan maupun

usia. Hal yang paling dibutuhkan dalam berwirausaha antara lain modal dan pengetahuan tentang wirausaha. Pengetahuan tentang wirausaha tidak hanya sekadar teori-teori wirausaha dan ekonomi. Diperlukan adanya pelatihan kerja dan sarana informasi yang mencukupi untuk memulai berwirausaha.

Jumlah masyarakat usia produktif di Indonesia yang masih menganggur patut menjadi perhatian. Para anak muda yang kini tengah menganggur dan tidak kunjung mendapat pekerjaan bisa menjadi sasaran yang tepat untuk menanamkan jiwa wirausaha. Meski tak kasat mata, jiwa wirausaha menjadi salah satu yang sangat diperlukan karena di era modern seperti sekarang pun masih banyak masyarakat (terutama yang telah menempuh pendidikan tinggi, seperti sarjana, contohnya) yang masih minim pengalaman dan kemampuan praktikal dalam dunia kerja. Banyak lulusan perguruan tinggi yang mumpuni dalam teori tetapi belum bisa menerapkan teori tersebut dalam berkarir maupun kehidupan sehari-hari. Tentu bukan seratus persen salah universitas, banyak hal yang menyebabkan tingginya angka sarjana yang minim *soft skill*, baik faktor internal maupun eksternal. Bukan perkara mudah untuk mengatasi masalah ini, karena masalah ini sudah menjalar hingga skala yang besar. Masalah ini dapat diatasi sedikit demi sedikit, salah satunya dengan mengajak anak muda untuk berwirausaha demi meningkatkan *soft skill* dan mengurangi angka pengangguran.

Dewasa ini banyak anak muda sudah mencoba memulai meniti karir sebagai wiraswasta. Beberapa jenis wirausaha yang populer di kalangan anak muda antara lain *online shop*, *coffee shop*, dan *clothing line*. Masing-masing berlomba untuk menyajikan keunikan dan inovasi yang berbeda dari yang lain. Sebagai contoh, anak muda yang berwirausaha kuliner seperti makanan ringan membuat inovasi-inovasi berupa nama yang ikonik dan *packaging* yang menarik dan bagi yang membuka kafe berlomba-lomba membuat konsep kafe dengan dekorasi yang modern dan menarik jika difoto. Kesadaran akan pentingnya berwirausaha sedikit demi sedikit muncul ke permukaan, meski belum bisa menampung sebagian besar pengangguran. Terlepas dari apa dan bagaimana motivasi anak muda muncul, kehadiran anak muda dalam dunia wirausaha menjadi sebuah langkah awal untuk ekonomi yang lebih baik di masa mendatang.

Di era *modern* saat ini, untuk mendapatkan informasi mengenai berwirausaha sangatlah mudah. Tersedianya jaringan internet dengan konten wirausaha dan program-program televisi terkait bidang tersebut membuat para wirausahawan muda dapat meningkatkan *soft skill* dan pemahaman yang lebih mendalam.

Program televisi menjadi salah satu alternatif untuk mencari informasi dan menambah pengetahuan tentang berwirausaha. Konten yang menarik dan pembahasan yang sesuai dengan wirausaha yang banyak digeluti dapat menjadi sumber informasi pilihan. Salah satu yang digemari adalah program *Magazine*, yang meskipun terkesan ringan dan mudah diterima, tetapi mampu memberikan informasi yang bermanfaat.

Sebagaimana majalah cetak, *magazine* memiliki jangka waktu terbit, yaitu mingguan dan bulanan. Berdasarkan konsep awal acara yang akan disajikan, *magazine* tidak hanya menyoroti satu pokok permasalahan, melainkan membahas satu bidang kehidupan, di mana bidang wirausaha dipilih untuk dijadikan sebuah sajian yang menarik dan penting untuk ditonton. Informasi disajikan dalam rubrik-rubrik tetap dengan berbagai format.

Telah diketahui banyak program televisi tentang wirausaha saat ini, tetapi sedikit sekali yang membahas tentang wirausaha secara detil. Dalam program *magazine* “*Get Up*” nantinya akan memberikan pembahasan lebih detil mengenai wirausaha seperti biaya produksi dan pendapatan yang bisa diperoleh dari jenis wirausaha tersebut. Dengan adanya informasi yang lebih detil, diharapkan program *magazine* “*Get Up*” dapat memberi dampak positif kepada masyarakat muda untuk lebih bersemangat dalam berwirausaha.

Penerapan gaya *new wave* sendiri digunakan untuk lebih menarik penonton yang berusia muda, karena anak muda menyukai sesuatu yang menarik dan tidak membosankan. Pengemasan *new wave* menggunakan unsur-unsur *typography* dan grafis yang menarik dengan warna *soft*. Untuk *setting host*, program ini nantinya akan menggunakan properti dengan unsur warna putih, abu-abu, hitam atau warna-warna *soft* seperti warna pastel, sehingga nantinya informasi yang diberikan menarik dan sampai kepada anak muda.

## B. Ide Penciptaan Karya

Ide awal dalam menciptakan program *magazine* dimulai saat menjalani kegiatan wirausaha, cukup dirasa bahwa program televisi yang membahas tentang cara berwirausaha (terutama untuk generasi muda) sangatlah kurang. Biasanya program wirausaha yang ada di televisi terkesan kaku dan monoton sehingga tidak dapat diserap dengan mudah oleh anak muda yang notabene lebih menyukai informasi yang dikemas dengan menarik. Program *magazine* merupakan format program yang sangat kaya dan bercorak *audio visual* yaitu cepat, bervariasi, mendalam dan menarik. Dengan karakter yang unik, program *magazine* ini tentunya dapat menjadi warna baru dalam dunia televisi Indonesia.

Judul program diambil dari kata dalam bahasa Inggris yaitu “*Get Up*” yang artinya *bangun*. Ide pemberian judul berawal dari majalah *online start up*, yang di dalamnya berisi banyak informasi terkait wirausaha dan beberapa tips bagaimana memulainya. Kata “*Get up*” juga dipilih dengan harapan nantinya program ini dapat mengajak anak muda untuk “bangun” dari masalah ketenagakerjaan dan mulai meniti karir sebagai wiraswasta.

Anak muda dipilih menjadi sasaran utama mengingat jumlah anak muda yang berani berwirausaha saat ini masih belum cukup untuk menampung besarnya pengangguran. Selain itu, anak-anak muda cenderung lebih mudah menyerap informasi baru dan lebih kreatif dalam mengembangkannya jika dibandingkan dengan orang yang sudah berumur. Dengan perbedaan latar belakang pendidikan anak muda sebagai sasaran program ini, *Magazine “Get Up”* menyajikan informasi dengan bahasa dan tampilan yang ringan, tetapi tidak mengurangi bobot dan nilai yang ada di dalamnya. Informasi-informasi yang lebih detil dan mendalam akan mudah diterima dan semakin terasa manfaatnya bagi anak muda apabila dikemas dengan menarik.

Program *magazine “Get Up”* mengangkat pengetahuan tentang berwirausaha secara mendetil seperti *tips & trick* dalam berwirausaha, profil pengusaha muda, dan liputan-liputan tematik lainnya yang berbeda di setiap episodenya. Keresahan anak muda saat ini adalah bagaimana memulai berwirausaha, mencari ide bahkan mencari modal yang cukup untuk memulai sebuah kegiatan usaha. Salah satu keunggulan

program ini dibanding program *magazine* lainnya adalah banyaknya rubrik penting yang masyarakat muda harus tahu jika ingin menjadi seorang wiraswasta. Pokok bahasannya adalah segala sesuatu yang berkaitan tentang wirausaha yang tentunya akan memberikan banyak manfaat jika dipahami dengan baik. Nantinya semua rubrik diharapkan bisa menjadi motivasi bagi penonton dan layak untuk menjadi acuan dalam memulai berwirausaha.

Gaya *new wave* yang banyak disukai anak muda saat ini menjadi konsep utama yang dihadirkan pada program *magazine* "Get Up". Konsep tersebut dipilih mengingat anak-anak muda akan lebih tertarik dengan sesuatu yang dikemas dalam tampilan yang modern dan tidak membosankan. Perwujudan gaya *new wave* menggunakan tipografi yang menonjol sebagai pelengkap informasi dan penggunaan *graphic motion* yang menarik.

Memilih pembawa acara atau *host* tidak kalah penting dari mencari konsep acara seperti apa yang akan dibuat. Sadar atau tidak, *host* menjadi citra dari sebuah acara televisi. Oleh sebab itu, penyampaian informasi melalui program *magazine* "Get Up" akan didukung dengan *host* yang menarik. Komunikatif dan memiliki kedekatan dengan dunia wirausaha menjadi syarat wajib bagi *host* program *magazine* "Get Up".

Dalam setiap episode program *magazine* "Get Up" akan dibagi menjadi empat rubrik berdurasi 30 menit, meliputi *main story*, *movement*, *business opportunity*, dan *tips & trick*. Pada episode ini akan membahas tentang *social media marketing* yang nantinya pembahasan setiap rubrik akan mengacu pada penjelasan tentang memasarkan produk melalui jejaring sosial seperti *instagram* ataupun media lainnya yang digunakan oleh banyak kalangan. Tema episode *social media marketing* dipilih karena di era berkembangnya teknologi saat ini pengguna media sosial sangat banyak dan secara tidak langsung dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran yang sangat menguntungkan. Rubrik-rubrik yang dibuat dalam *magazine* "Get Up" bertujuan membuat pengetahuan penonton tentang topik wirausaha menjadi luas dan lebih menarik lagi, sehingga program *magazine* ini akan lebih informatif dan menghibur.

Gaya *new wave* akan disajikan dalam setiap rubrik. Penggunaan tipografi, *split screen* dan kolase akan banyak digunakan disemua rubrik. Tipografi, *split screen* dan kolase sendiri akan digunakan untuk memberikan detail gambar atau variasi gambar yang beraneka ragam tetapi tidak mengurangi informasi yang akan diberikan. *Setting* yang akan digunakan ditunjang dengan properti yang minimalis dan memiliki karakteristik warna putih, abu-abu, hitam atau warna-warna *soft* seperti warna pastel. Setiap rubrik akan diberi pelengkap musik berirama cepat atau yang menunjukkan semangat untuk menonton program ini.

### C. Tujuan dan Manfaat

#### 1. Tujuan Penciptaan:

- a. Menciptakan program televisi dengan format *magazine* yang menjadi alternatif tayangan televisi Indonesia.
- b. Memberikan informasi mengenai berbagai hal dalam menunjang minat berwirausaha kepada penonton.
- c. Memberi pandangan lain tentang sosial media sebagai sarana jual beli.
- d. Menciptakan program *magazine* yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga inspiratif.

#### 2. Manfaat Penciptaan:

- a. Sebagai referensi tayangan untuk penonton dalam memberikan informasi seputar wirausaha.
- b. Sebagai salah satu alternatif sajian hiburan yang membahas tentang wirausaha muda saat ini.
- c. Sebagai sumber pengetahuan bagi penonton dalam memilih wirausaha yang akan ditekuni.
- d. Sebagai sumber informasi tentang media sosial sebagai pemasaran.

## D. Tinjauan Karya

### 1. Wirausaha Anak Muda

Dalam rancangan pembuatan karya program televisi *magazine* “*Get Up*” program televisi yang menjadi salah satu referensi yakni program “Wirausaha Anak Muda”. Wirausaha Anak Muda merupakan program acara wirausaha di CNN Indonesia yang menghadirkan kumpulan profil para wirausahawan muda. Program Wirausaha Anak Muda ditayangkan setiap hari Senin 14.30 WIB – 15.00 WIB, dibawakan oleh Pangeran Punce, Ratu Nabilla, dan Ryan Hasri dengan konsep menyuguhkan profil anak muda yang menjalankan wirausahanya dari bawah hingga sukses.



Gambar 1.1. *Bumper* Bisnis Anak Muda *cnn indonesia*

Program “Wirausaha Anak Muda” menyajikan materi yang lengkap seperti profil pengusaha muda dengan pengemasan yang menarik. Penyampaian informasi didukung dengan bahasa yang ringan dan mudah untuk dipahami bagi para penonton walaupun berhubungan dengan wirausaha. Hal itu yang menjadi pertimbangan untuk pengemasan program televisi “*Get Up*” yang akan dikemas secara ringan untuk target penonton utamanya yaitu anak muda.

### 2. *Chef's Table*

Program *Chef's Table* merupakan program *Cooking Show* oleh *Chef* Chandra yang dikenal dengan tampilan *Fancy Food*, di mana *Chef* Chandra akan mengundang langsung tamu (yang biasanya adalah selebritis atau *public figure*) untuk hadir di *Chef's Table*, kemudian memasak hidangan di dapur *Chef*

Chandra. Program ini tayang di NET TV setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 15.00 WIB.



Gambar 1.2. Kolase gambar 1  
*YouTube, Net Lifestyle*



Gambar 1.3. Kolase gambar 2  
*YouTube, Net Lifestyle*

Pengambilan gambar program *Chef's Table* yang banyak menyisipkan variasi gambar dan *shot size* yang diambil dari beberapa *angle* berbeda akan menjadi referensi dalam pengambilan gambar program televisi *magazine* “*Get Up*”. Tata visual yang menarik dalam program *magazine* “*Get Up*” akan menggunakan *editing* kolase dan *split screen* untuk mendapatkan kesan variasi gambar yang berbeda. Dibeberapa *frame* juga akan ditambahkan *superimposition* atau *overlay*.

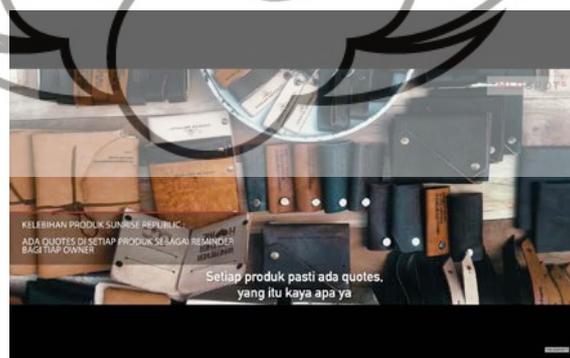
### 3. *MLDSPOT TV- Youtube*



Gambar 1.4. *Bumper MLDSPOT TV  
YouTube, MLDSPOT*



Gambar 1.5. *Screenshot referensi detail gambar 1  
YouTube, MLDSPOT*



Gambar 1.6. *Screenshot Referensi detail gambar 2  
YouTube, MLDSPOT*



Gambar 1.7. *Screenshot* Referensi detail gambar 3  
*YouTube, MLDSPOT*

*MLDSPOT TV* adalah salah satu *channel* program yang hanya ditayangkan di *website* YouTube. *MLDSPOT TV* memberikan banyak tayangan, salah satunya membahas tentang profil produk *handmade*. *Viewer MLDSPOT TV* yang sudah mencapai lebih dari puluhan ribu orang di setiap rubriknya. *Channel* ini menggunakan pengambilan gambar yang detail untuk produk sehingga memberikan informasi tentang produk yang dijual serta lebih menambah kesan istimewa atau unik pada produk yang dijual. Teknik pengambilan gambar secara detail menjadikan *MLDSPOT TV* sebagai referensi dalam pengambilan gambar produk program *magazine "Get Up"*.

#### 4. *d'SIGN*

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, maupun berbagai gaya seni yang menjadi referensi gaya desain. Program ini tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 16.00 WIB di NET TV. Pengemasan visual dengan menggunakan *motion graphic* melengkapi informasi yang disampaikan menjadi nilai tambah dalam program ini seperti *text*, *bumper*, kolase gambar dan *split screen* dalam program *d'SIGN* akan menjadi referensi yang akan digunakan dalam program *magazine "Get Up"*. Pada segmen *Tips & Trick* dan *Business Opportunity*, teks yang digunakan untuk memperjelas atau lebih menekankan informasi di program *magazine "Get Up"* lebih menggunakan *font* yang tegas. Gaya visual *new wave*

digunakan untuk memperjelas informasi yang disampaikan dan menambah nilai estetika visual.



Gambar 1.8. *Bumper d'SIGN  
YouTube, Dsign NET*



Gambar 1.9. *Screenshot referensi typography 1  
YouTube, Dsign NET*



Gambar 1.10. *Screenshot referensi typography 2  
YouTube, Dsign NET*



Gambar 1.11. *Screenshot referensi motion graphic 3  
YouTube, Dsign NET*

