



**PEMBUATAN PROGRAM TELEVISI *FEATURE* BERBASIS
INTERNAL RHYTHM BERJUDUL SEMANGGI SURABAYA**

TUGAS AKHIR

Program Studi

DIV Komputer Multimedia

**INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA**

stikom
SURABAYA

Oleh:

REGINA HELSA KRESNAJAYA

13510160004

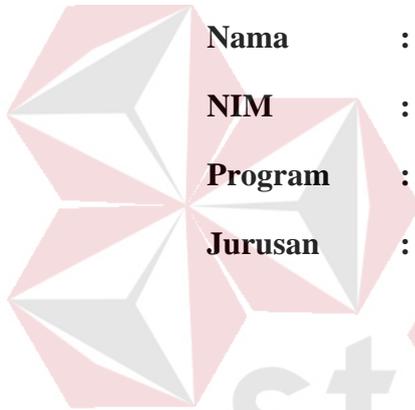
**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2018**

**PEMBUATAN PROGRAM TELEVISI *FEATURE* BERBASIS
INTERNAL RHYTHM BERJUDUL SEMANGGI SURABAYA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Terapan Komputer Multimedia**

Oleh:



Nama : REGINA HELSA KRESNAJAYA

NIM : 13.51016.0004

Program : DIV (Diploma Empat)

Jurusan : Komputer Multimedia

**INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA**

stikom
SURABAYA

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

2018

Tugas Akhir

PEMBUATAN PROGRAM TELEVISI *FEATURE* BERBASIS
INTERNAL RHYTHM BERJUDUL SEMANGGI SURABAYA

Dipersiapkan dan disusun oleh

REGINA HELSA KRESNAJAYA

NIM: 13.51016.0004

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: 21 Agustus 2018

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing

- I. **Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS.**
- II. **Thomas Hanandry Dewanto, M.T., ACA**

Pembahas

- I. **Darwin Yuwono Ryanto, S.T., M.Med.Kom., ACA**

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana



Dr. Jusak

**Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
INSTITUT BISNIS DAN INFOMATIKA STIKOM SURABAYA**

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya:

Nama : Regina Helsa Kresnajaya
NIM : 13.51016.0004
Program Studi : DIV Komputer Multimedia
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir
Judul Karya : Pembuatan Program Televisi *Feature* Berbasis *Internal Rhythm*
berjudul Semanggi Surabaya.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusif Royal Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasi demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak cipta.
 2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada di dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
 3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar sarjana yang telah diberikan kepada saya.
- Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 Agustus 2018



Regina Helsa Kresnajaya
NIM: 13510160004

LEMBAR MOTTO



“When God is ready for you to move, He will make your situation uncomfortable”

LEMBAR PERSEMBAHAN

Karya Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Almamater tercinta, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
2. Kedua orangtua, yakni Bpk. Davey Robert Kresnajaya dan Ibu. D. Magdalena Juli Christanti.
3. Teman-teman tercinta, yakni Sicillya Setya Jayani Santosa, Desideria Adisaputra, Christian Tedja, Jeffry Angka Wijaya, Evelyn Lukito, Albert Junaedi Gani.
4. Unit Kerohanian Persekutuan Doa STIKOM Surabaya.
5. Tim YESS Surabaya, Gereja BEST Surabaya.
6. Dosen Pembimbing 1, Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS.
7. Dosen Pembimbing 2, Thomas Hanandry Dewanto, M.T., ACA.
8. Seluruh dosen DIV Komputer Multimedia Institut Bisnis dan Infomatika Stikom Surabaya
9. UKM. Bina Makmur, Semanggi Surabaya *Instant*.
10. *Crew* tercinta, yakni Rachmat Gustavindo N, Sonya R. Aryananta, Soraya Ghyna, Guntur Kresno, Lukman Hakim, dan Agung.
11. Dan terakhir, keluarga besar DIV Komputer Multimedia Institut Bisnis dan Infomatika Stikom Surabaya angkatan 2013.

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dalam Tugas Akhir ini adalah pembuatan program televisi *feature* berbasis *Internal Rhythm* berjudul “Semanggi Surabaya” yang akan mengangkat tentang makanan khas daerah Surabaya. Hal ini dilatarbelakangi karena susah mencari penjual kuliner Pecel semanggi di daerah asalnya sendiri yaitu Surabaya dan banyaknya anak muda yang memilih makanan siap saji atau *western* ketimbang memilih menikmati kuliner khas daerahnya.

Selain tujuan di atas dalam Tugas Akhir pembuatan program televisi *feature* ini sebagai berikut: membuat program televisi *feature*, membuat program acara yang memberi informasi tentang kuliner khas daerah Surabaya, mengaplikasikan basis *Internal Rhythm* sebagai salah satu teknik editing pada program televisi *feature* yang berjudul “Semanggi Surabaya”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *kualitatif* yang menggunakan beberapa tahap pengumpulan data yaitu, wawancara, observasi, studi eksistensi dan literature.

Dari keseluruhan yang telah dibahas didalam laporan Tugas Akhir ini, maka hasil kata kunci yang diperoleh adalah energy, dinamis, komunikatif. Mengenai hal ini harapan yang diinginkan dalam membuat program televisi *feature* adalah memberikan informasi kepada masyarakat terutama kepada anak muda Surabaya agar mengetahui kuliner khas Surabaya.

Kata kunci: Energi, dinamis, komunikatif.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul Pembuatan Program Televisi *Feature* berbasis *Internal Rhythm* berjudul Semanggi Surabaya dapat diselesaikan tepat waktu.

Dalam laporan Tugas Akhir ini, data-data yang disusun dan diperoleh selama proses penelitian serta berdasarkan pengamatan terhadap situasi yang ada dikerjakan kurang lebih enam bulan. Dengan waktu yang relative singkat, perlu disadari bahwa penulis akan meningkatkan pemahaman dan terus belajar pada dunia kerja nanti.

Berkaitan dengan hal tersebut, selama proses penulisan laporan Tugas Akhir ini telah didapatkan banyak bantuan, baik moral maupun materil, dari berbagai pihak.

Maka dalam kesempatan ini, disampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat.

1. Kedua orangtua serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan.
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M. Pd. selaku Rektor Institut Bisnis dan Informaika Stikom Surabaya.
3. Dr. Jusak, selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
4. Karsam, MA., Ph.D. selaku Kaprodi DIV Komputer Multimedia Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
5. Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS. selaku Dosen Pembimbing I.

6. Thomas Hanandry Dewanto, M.T., ACA. selaku Dosen Pembimbing II.
7. Darwin Yuwono Riyanto, S.T., M.Med. Kom., ACA. selaku Dosen Pembahas.
8. Ibu Aminah selaku Pembina UKM Bina Makmur
9. Seluruh *talent*, yakni ibu Aminah dan Soraya Ghyna.
10. Seluruh *crew* yang bertugas, yakni R. Gustavindo N, Guntur Kresno, Sonya R.Aryananta, Lukman Hakin, dan Agung.
11. Teman-teman di Program Studi DIV Komputer Multimedia Institut Bisnis dan Informaika Stikom Surabaya
12. Semua pihak yang selalu mendukung, memberi motivasi, dan mendoakan sehingga dapat memudahkan dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini.

Tidak ada kesempurnaan di dunia ini, demikian kiranya gambaran dari laporan Tugas Akhir ini, tentu masih terdapat kekurangan, baik secara materi maupun teknik yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan demi sempurnanya tulisan ini di kemudian hari. Diharapkan pula kritik dan saran yang membangun terhadap hasil karya film ini agar ke depannya diperoleh suatu karya yang lebih maksimal atau lebih baik dari karya ini. Akhir kata, semoga laporan Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua.

Surabaya 21 Agustus 2018

Regina Helsa Kresnajaya

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penciptaan.....	4
1.3. Ruang Lingkup Penciptaan	4
1.4. Tujuan Penciptaan	5
1.5. Manfaat Penciptaan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
1.1. Semanggi Surabaya	7
1.2. Surabaya	8
1.3. <i>Features</i>	10
1.3.1. Pengertian <i>Features</i>	11
1.3.2. Karakteristik <i>Features</i>	13
1.3.3. Jenis-Jenis <i>Features</i>	14
1.3.4. Fungsi <i>Features</i>	17
1.4. Program Televisi	17
1.5. Program Televisi <i>Feature</i>	21
1.6. Dasar-Dasar Produksi Film	22
2.7. Tahap Pembuatan Film.....	23
2.8. Metode <i>Editing</i>	23
2.9. <i>Internal Rhythm</i>	24
2.10. Media Promosi.....	25
2.11. Remaja	26
2.12. <i>Feature</i> Perjalanan.....	27
BAB III METODE PENCIPTAAN.....	29
3.1. Metodologi Penelitian	29
3.2. Objek Penelitian	29
3.3. Lokasi Penelitian.....	30
3.4. Sumber Data.....	31

3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5.1. <i>Feature</i>	33
3.5.2. Program Televisi	34
3.5.3. Program Televisi <i>Feature</i>	35
3.5.4. Semanggi Surabaya.....	35
3.5.5. Surabaya.....	36
3.5.6. <i>Internal Rhythm</i>	37
3.5.7. Remaja	38
3.6. Teknik Analisa Data.....	39
3.6.1. Menyajikan Data	40
3.6.2. Deskripsi <i>Keyword</i>	42
BAB IV PERANCANGAN KARYA	43
4.1. Pra Produksi	43
4.1.1. Naskah.....	44
4.1.2. Manajemen Produksi.....	45
4.2. Produksi	51
4.3. Pasca Produksi	52
BAB V IMPLEMENTASI KARYA	53
5.1. Produksi	53
5.2. Pasca Produksi	61
BAB VI KESIMPULAN.....	72
6.1. Kesimpulan	72
6.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Pecel Semanggi	7
Gambar 2. 2 Peta Kota Surabaya	8
Gambar 3. 1 Semanggi Surabaya Instan	30
Gambar 3. 2 Lokasi UKM Selendang Semanggi	30
Gambar 3. 3 <i>Keyword</i>	42
Gambar 4. 1 Skema Pra produksi.....	43
Gambar 4. 2 Skema Alur Produksi	52
Gambar 4. 3 Skema Pasca Produksi.....	52
Gambar 5. 1 <i>Setting</i> Lokasi 1	54
Gambar 5. 2 <i>Setting</i> Lokasi 2	54
Gambar 5. 3 <i>Setting</i> Lokasi 3	55
Gambar 5. 4 <i>Setting</i> Lokasi 4	55
Gambar 5. 5 Canon 60D	56
Gambar 5. 6 Canon 600D.....	56
Gambar 5. 7 Sony A6000.....	57
Gambar 5. 8 Tripod	57
Gambar 5. 9 Lampu LED.....	58
Gambar 5. 10 <i>Clip On</i>	58
Gambar 5. 11 Zoom H4n	59
Gambar 5. 12 Canon Lensa Kit 50mm F1.8	59
Gambar 5. 13 Canon Lensa Kit 18-55mm	60
Gambar 5. 14 Teknik Pengambilan Gambar.....	61
Gambar 5. 15 Halaman Depan Bigbangfuzz.....	62
Gambar 5. 16 Pembuatan Bumper	62
Gambar 5. 17 <i>Screenshot</i> Stok Video	63
Gambar 5. 18 <i>Screenshot</i> Penataan Stok Shot	64
Gambar 5. 19 <i>Screenshot</i> proses <i>editing</i> audio	65
Gambar 5. 20 <i>Screenshot</i> Proses <i>Rendering</i>	66
Gambar 5. 21 Poster “Semanggi Surabaya”	67
Gambar 5. 22 Cover DVD “Semanggi Surabaya”	68
Gambar 5. 23 Label DVD “Semanggi Surabaya”.....	68
Gambar 5. 24 Desain Kaos	69
Gambar 5. 25 Desain Mug	69
Gambar 5. 26 Desain Pin	70
Gambar 5. 27 <i>Screenshot</i> Segmen 1 Cerita Pertama	70
Gambar 5. 28 <i>Screenshot</i> Segmen 2 Cerita Kedua	71
Gambar 5. 29 <i>Screenshot</i> Segmen 3 Cerita Ketiga.....	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1. Perbedaan Hard News dan Soft News	20
Tabel 3. 1 Sumber Data.....	31
Tabel 3. 2 STP.....	38
Tabel 3. 3 Pengumpulan <i>Keyword</i>	40
Tabel 4. 1 <i>List Alat Shoting</i>	48
Tabel 4. 2 <i>Equeipment List</i>	49
Tabel 4. 3 Anggaran Biaya	50
Tabel 4. 4 Jadwal Kerja.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Kartu Bimbingan Tugas Akhir.....	77
Kartu Seminar Tugas Akhir.....	78
Form Ujian Kolokium 1.....	79
Form Ujian Kolokium 2.....	80
Naskah Program Televisi.....	81



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan yang ingin dicapai dalam Tugas Akhir ini adalah menghasilkan program televisi *feature* berbasis *Internal Rhythm* berjudul Semanggi Surabaya . Hal ini dilatarbelakangi upaya-upaya pemerintah yang gencar terhadap usaha pelestarian keberadaan Semanggi Surabaya cukup gencar. Baik melalui jurnalis media televisi dan internet salah satunya adalah youtube. Gencarnya pemberitahuan oleh pemerintah karena semanggi akan dijadikan ikon kuliner khas Kota Surabaya. Disisi lain, penelitian yang ada memusatkan pada permasalahan keberadaan dan manfaat semanggi dengan keluaran berupa buku. Sedangkan dimedia sosial, video tentang semanggi berkisar tentang lagu semanggi. Berbeda dengan penelitian yang akan diangkat lebih memfokuskan keberadaan dan pengelolaan dengan keluaran program televisi *feature*.

Semanggi Surabaya adalah makanan tradisional dari Surabaya sejenis pecel yang terbuat dari daun semanggi. Walaupun merupakan jenis makanan pecel namun bahan dan rasanya berbeda dengan pecel pada umumnya. Karena menggunakan bahan dasar daun semanggi dan bumbu yang digunakan terbuat dari ketela rambat sehingga memiliki cita rasa yang khas.

Semanggi yang merupakan makanan khas Kota Surabaya mulai dilupakan oleh generasi muda. Disatu sisi, pecel semanggi ini pernah berjaya pada tahun 1950-an. Kejayaannya ini diabadikan dalam bentuk lagu dengan judul “Semanggi Suroboyo” yang ditulis oleh S. Padimin.

Namun seiring dengan berkembangannya zaman dan kemajuan teknologi banyak makanan produk asing yang masuk ke Indonesia dan khususnya Surabaya. Selain makan produk asing, juga nama-nama makanan yang dilabeli secara unik menjadi daya tarik generasi muda.

Selain permasalahan diatas penyebab lain kurang populernya Pecel Semanggi sebagai kuliner khas Kota Surabaya juga disebabkan karena semakin sempitnya area persawahan tempat tumbuh dan berkembangnya tanaman semanggi. Penyempitan ini disebabkan oleh alih lahan konversi dari persawahan menjadi area pemukiman (Widodo, 2002:90-91). Hal ini menyebabkan tanaman semanggi menjadi susah diperoleh. Dengan demikian pecel semanggi semakin langka ditemukan.

Hal ini berbanding terbalik dengan upaya pemerintah memantapkan Semanggi Surabaya sebagai ikon Kuliner Kota Surabaya ditunjukkan dengan kegiatan lokakarya. Bertempat di Gedung Wanita, Badan Pemberdayaan Masyarakat dan KB (Bapemmas KB) menggelar Lokakarya Semanggi Suroboyo Sehat dan Mandiri pada Rabu, 24 Agustus 2016. Nanis Chairani, Kepala Bapemas KB mengungkapkan, bahwa Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya memberikan perhatian penuh kepada para pengusaha semanggi agar menjadi ikon Kota Surabaya. Dalam acara tersebut, selain diskusi juga akan diberi pembekalan bagi para pengusaha semanggi seperti manfaat semanggi, peningkatan mutu dan kualitas semanggi, serta membuat pertisida nabati lingkungan.

Semakin berkembangnya zaman, semanggi dalam pemasarannya pun lebih maju. Semanggi *instan* merupakan produk inovasi yang tergolong baru dan unik, dimana makanan khas semanggi yang pada umumnya merupakan makanan basah

yang hanya bisa dikonsumsi secara langsung, kini menjadi makanan yang dikeringkan sehingga praktis, mudah dibawa dan dapat disimpan, terlebih lagi dapat dijadikan oleh-oleh atau buah tangan khas Surabaya bagi keluarga dan orang-orang terdekat baik di dalam kota, luar kota maupun luar negeri.

Salah satu contoh perkembangan semanggi, Ibu Aminah seorang penjual Semanggi Surabaya yang memasarkan dagangannya melalui internet (*online*). Pemasaran via online ini, dimulai Aminah sejak ada tawaran dari Tri Rismaharini Wali Kota Surabaya yang meluncurkan situs pahlawanekonomi.com untuk komunitas UKM di Surabaya pada 2010. Dari situ dia mencoba ikut memasarkan produk Pecel Semanggi miliknya. Karena mendapat banyak manfaat dari situs online itu, Aminah lantas mengembangkan produk berbahan dasar daun Semanggi ini untuk produk yang bisa tahan lama. Terdapat paket Pecel Semanggi dalam kemasan, yang isinya daun Semanggi kering, sambal pecel, dan krupuk puli mentah. Tri Rismaharini Walikota Surabaya, mengaku bangga dengan UKM yang akhirnya berhasil maju. Risma sering mengatakan kesuksesan Aminah sebagai bukti kesuksesan UKM yang mampu memperbaiki produknya.

Kelompok yang dituju dari pembuatan film *feature* ini adalah generasi muda Surabaya yang memiliki ikatan batin untuk melestarikan kuliner khas daerahnya, agar warisan kuliner daerah tidak dilupakan.

Penulis membuat film *feature* sebagai media untuk memberikan informasi tentang perkembangan kuliner khas Kota Surabaya yaitu pecel semanggi. Karena di dalam film *feature* terdapat unsur film dokumenter salah satunya yaitu sama-sama menyajikan bukti fakta yang aktual dan faktual (Louis Giannetti, 1995:339).

Dalam membuat film *feature* ini, penulis menggunakan metode *editing internal rythem*. *Internal Rhytem* (ritme internal) adalah irama *editing* yang dibentuk dari sisi atau peristiwa yang terjadi dari *frame* atau *shot* itu sendiri. Dalam film ini penulis menggunakan teknik *internal rhytem*. Teknik ini digunakan untuk mengontrol panjang pendeknya (durasi) sebuah *shot* saat produksi. Teknik *internal rhytem* mampu memberikan nuansa yang dinamis yang mewakili karakter generasi muda yang aktif. Pemilihan diambil agar dapat mengatur ritme *editing* sesuai dengan tuntutan naratif serta estetik dan dapat menunjang film agar dapat berkesinambungan antara audio dan visual (Anton Mabruhi, 2013:89).

Dari uraian di atas, penulis tertarik mengangkat Semanggi Surabaya lewat film *feature*. Penulis berharap film ini dapat menyampaikan informasi tentang perkembangan kuliner Pecel Semanggi sebagai kuliner khas Kota Surabaya kepada generasi muda yang akan membuat lebih peduli terhadap kuliner Khas daerahnya sendiri.

1.2. Fokus Penciptaan

Berdasarkan uraian latar belakang penciptaan yang telah diuraikan di atas, maka fokus penciptaan Tugas Akhir ini adalah bagaimana membuat program televisi *feature* berbasis *Internal Rhythm* berjudul “Semanggi Surabaya”

1.3. Ruang Lingkup Penciptaan

Agar tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai dalam pembuatan film pendek ini, maka ruang lingkup penciptaan dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Penulis berperan sebagai sutradara dalam pembuatan program televisi *feature*.
2. Membuat jadwal dan menentukan *crew* inti serta menjalankan tugas harian lainnya.
3. Memimpin *crew* dalam sebuah produksi program televisi.
4. Membuat program televisi dengan berbasis *internal rhythm*.
5. Membuat *storyline* yang digunakan sebagai panduan saat produksi.

1.4. Tujuan Penciptaan

Setelah mengetahui fokus penciptaan, maka tujuan dari Tugas Akhir ini adalah menghasilkan program televisi berbasis *internal rhythm* berjudul “Semanggi Surabaya”

1.5. Manfaat Penciptaan

Manfaat penciptaan yang diharapkan dalam Tugas Akhir ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Manfaat bagi Mahasiswa
 - a. Lebih mengetahui tentang perkembangan kuliner khas Surabaya yaitu Semanggi Surabaya.
 - b. Lebih memahami proses pembuatan program televisi *feature*.
 - c. Lebih memahami metode *editing Internal Rhythm*.
2. Manfaat bagi Lembaga/Kampus
 - a. Sebagai bahan kajian materi untuk mata kuliah yang bersangkutan dengan film.

b. Sebagai rujukan pembuatan program televisi *feature* dengan metode *editing Internal Rhythm*.

3. Manfaat bagi Masyarakat

a. Diharapkan mampu menjadi film yang bukan hanya memberikan hiburan tetapi juga mengedukasi melalui pengetahuan serta pesan yang disampaikan baik secara tersurat maupun tersirat.

b. Diharapkan hasil dari program televisi *feature* ini dapat dijadikan sebagai media promosi yang mampu menarik minat masyarakat akan potensi kuliner khas tradisional Surabaya yaitu Semanggi Surabaya supaya tidak menjadi langka.



BAB II

LANDASAN TEORI

Untuk mendukung pembuatan program televisi *feature* tentang semanggi Surabaya berbasis *Internal Rhytem*, maka karya video ini akan menggunakan beberapa tinjauan pustaka. Landasan teori yang digunakan antara lain Semanggi, Surabaya, *features*, program televisi, program televisive *feature*, film *feature*, jenis *feature* televisive, dasar-dasar produksi film, tahap pembuatan film, metode *editing*, *internal rhythm*, dan media promosi.

1.1. Semanggi Surabaya



Gambar 2. 1 Pecel Semanggi

(Sumber: qupas.id)

Semanggi Surabaya adalah makanan khas Kota Surabaya, Jawa Timur. Asal mula makanan ini dari daerah Benowo dan Manukan, suatu daerah di Surabaya bagian barat. Makanan ini berbahan dasar daun semanggi, Daun Semanggi sendiri adalah sekelompok paku air (*Salviniales*) dari marga *Marsilea* yang di Indonesia. Dibuat dari daun semanggi yang dikukus dan kemudian dinikmati dengan bumbu. Zaman dahulu Pecel Semanggi sudah menjadi sebuah ikon dan ciri khas tersendiri bagi Kota Surabaya, belum lengkap rasanya berkunjung ke Surabaya jika belum mencicipi pecel semanggi ini. Makanan ini terbuat dari rebusan daun semanggi berdaun empat, kadang juga ditambahkan sayur tauge dan bunga turi, lalu disiram dengan bumbu semanggi. Bumbu semanggi ini mirip dengan bumbu pecel, tapi berbeda dari jenis bahannya. Jika bumbu pecel terbuat dari kacang tanah, maka bumbu semanggi ini terbuat dari campuran ubi, kacang tanah, gula merah dan petis lalu disajikan diatas pincuk daun pisang dan dimakan dengan krupuk puli yang juga dapat digunakan sebagai sendoknya.

1.2. Surabaya



Gambar 2. 2 Peta Kota Surabaya
(Sumber: streetdirectory.com)

Kota Surabaya adalah ibukota provinsi Jawa Timur, Indonesia. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Kota Surabaya secara geografis terletak antara 0721' Lintang Selatan dan 11236' – 11254' Bujur Timur. Dengan jumlah penduduk metropolisnya yang hampir 3 juta jiwa. Wilayah Kota Surabaya di sebelah utara dan timur berbatasan dengan Selat Madura, sedangkan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Gresik dan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo. Luas wilayah kota Surabaya 274,06 Km² yang terbagi menjadi 31 kecamatan dan 163 desa/kelurahan. Wilayah Surabaya dapat dilihat pada gambar 2.2 diatas.

Sebagai kota metropolitan, Surabaya menjadi pusat kegiatan perekonomian di Jawa Timur dan sekitarnya. Sebagian besar penduduknya bergerak dalam bidang jasa, industri, dan perdagangan sehingga jarang ditemukan lahan perawahan. Banyak perusahaan besar yang berkantor pusat di Surabaya, seperti PT Sampoerna Tbk, Maspion, Wing's Group, Unilever, dan PT PAL. Kawasan industri di Surabaya diantaranya Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER) dan Margomulyo. Sektor industri pengolahan dan perdagangan yang mencakup juga hotel dan restoran, merupakan kontributor utama kegiatan ekonomi Surabaya yang tergabung dalam nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Di sector pariwisata, Surabaya memiliki objek wisata alam Kebun Binatang Wonokromo dan Pantai Kenjeran. Kota ini juga mempunyaibanyak wisata sejarah dari kenangan Soerabaja Tempo Doeloe, gedung-gedung tua peninggalan zaman Belanda dan Jepang salah satunya adalah Hotel Oranje atau Yamato.

Disamping dianugerahi wisata sejarah, Surabaya juga kaya akan wisata belanja. Sebagai kota perdagangan, Surabaya memiliki cukup banyak pusat perbelanjaan dan mal.

Kesenian tradisional di Kota Surabaya tumbuh dan berusaha untuk tetap dilestarikan. Bentuk kesenian tradisional kota ini banyak ragamnya. Ada seni tari, seni musik dan seni panggung. Tak lupa juga dengan kuliner-kuliner tradisional khas seperti rujak cingur, lontong balap, lontong kupang dan semanggi.

1.3. *Features*

Features merupakan hasil liputan atau reportase dengan gaya bertutur yang ringan kemudian dikemas secara mendalam dan luas yang bertujuan memberi penjelasan akan latar belakang suatu peristiwa, menghibur, serta mendidik yang diberi sedikit sentuhan *human interest* agar terkesan dramatis. *Features* membahas pada satu pokok bahasan atau tema yang diungkapkan melalui berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, dan menyoroti secara kritis dengan berbagai kreasi. Kreasi tersebut dapat berupa narasi, wawancara, *vox pop* (kumpulan opini dari satu hal tertentu), music, sisipan puisi, atau bahkan sandiwara pendek yang juga merupakan gabungan antara unsur opini, dokumenter dan ekspresi (Fachruddin, 2012:225).

Unsur opini merupakan uraian pendapat seorang tojok, *vox pop* (kumpulan opini dari satu hal tertentu), dan wawancara yang memperkaya pandangan dan pokok bahasan yang disajikan. Kejadian maupun fakta-fakta yang ada adalah bentuk unsur dokumenter yang memberi bukti dan memperkuat argument mengenai pokok bahasannya. Ungkapan ekspresi digunakan untuk menciptakan

suasanan rileks dan *fun* dari pokok bahasannya disalurkan melalui music, puisi, dan nyanyian dalam konteks informasi yang tidak actual (Fachruddin, 2012:225)

1.3.1. Pengertian *Features*

Istilah *features* yang setiap hari terdengar di ruangan redaksi, memiliki berbagai arti. Iain merupakan “bak sampah” para redaktur, dimana tulisan-tulisan yang tidak layak berita ditampung disini untuk dijadikan *features*.

Menurut Charnley dalam bukunya *Reporting* (1959:60), istilah *features* sebenarnya mencakup juga beragam berita yang mengandung isi yang non imajinatif maupun yang non emotif. Dalam arti luas, katanya akan amanlah jika dikatakan bahwa *features* adalah berita yang bahanya dipilih untuk disajikan terutama karena unsur beritanya bukan ditekan pada aktualitas.

Pendekatan Charnley ini mengurangi pemberian tekanan pada nilai-nilai emosional yang terdapat dalam definisi Mckinney, maupun pada unsur aktualitas yang terdapat dalam berita-berita formal. Perhatian yang sesungguhnya terpusat media sendiri maupun bagi konsumen. Perhatian yang sesungguhnya terpusat pada satu atau lebih unsur lain. Secara spesifik, kalangan redaktur menunjuk semua jenis berita berikut yaitu: sebagian punya nilai beritadan sebagian lagi tidak.

Features merupakan bentuk tulisan yang dalam dan enak untuk disimak. Kisahnya deskriptif, memaparkan peristiwa secara objektif, sehingga bisa membangkitkan bayangan-bayangan kejadian yang sesungguhnya kepada pembaca. Redaktur Senior Majalah Gatra, Yudhistira ANM Massardi, mengatakan, *Features* bukan karya fiksi, tapi karya jurnalistik. Karenanya, *Features* harus memiliki satu makna, satu arti, tidak seperti karya sastra yang

banyak arti tergantung pembacanya. *Features* juga disebut karya “sastra jurnalistik” karena sangat bertumpu pada kekuatan deskripsi yakni mampu menggambarkan situasi dan suasana secara rinci, hidup, berkeringat (basah), beraroma, membuka pintu akal, membetot perhatian, meremas perasaan, sehingga imajinasi terbawa ke tempat peristiwa.

Menurut artikel Seandainya Saya Wartawan Tempo (2012:9). Batasan *features* macam-macam. Umumnya orang mengartikan sebagai: karangan khas. Rasanya, pengertian itu belum menjelaskan apa-apa. Deskripsi *features* yang agak jelas barangkali tang ini, “cerita *features* adalah artikel yang kreatif. Kadang-kadang *subjektif*, yang terutama dimaksudkan untuk membuat senang dan memberi informasi kepada pembaca tentang suatu kejadian, keadaan, atau aspek kehidupan”.

Asep Syamsul M.Romli menjelaskan bahwa dari sejumlah pengertian *features* yang ada, dapat ditemukan beberapa ciri khas tulisan *features*, antara lain:

1. Mengandung segi *human interest*

Tulisan *features* memberikan penekanan pada fakta-fakta yang dianggap mampu menggugah emosi menghibur, memunculkan empati dan keharuan.

Dengan kata lain, sebuah *features* juga harus mengandung segi *human interest* atau *human touch*, menyentuh rasa manusiawi. Karenanya, *features* termasuk kategori *soft news* (berita ringan) yangb pemahamannya lebih menggunakan emosi. Berbeda dengan *hard news* (berita keras), yang isinya mengacu kepada dan pemahamannya lebih banya menggunakan pemikiran.

2. Mengandung unsur sastra

Satu hal penting dalam sebuah *features* adalah ia harus mengandung unsur sastra. *Features* diulis dengan cara atau gaya menulis fiksi. Karenanya, tulisan *features* mirip dengan sebuah cerpen atau novel, bacaan ringan dan menyenangkan namun tetap informative dan faktual. Karena pula, seorang peulis *features* pada prinsipnya adalah seorang yang sedang bercerita.

1.3.2. Karakteristik *Features*

Dalam menggunakan film *features* harus disertai dengan karakteristik *features* agar dapat berjalan dengan teratur. Macam-macam karakteristik *features* menurut artikel edukasi.kompasiana.com(2010) adalah:

1. Kreatif

Memungkinkan penulis “mencipta” sebuah cerita (dengan teknik berkisah), namun bukan cerita fiktif. Laporan *features* harus mengkreasikan sudut pandang penulis berdasarkan riset terhadap fakta-fakta yang telah ditelusuri.

2. *Subjectif*

Dengan penggunaan model aku, memungkinkan penulis memasukkan emosi dan pikirannya. Sangat mungkin menggunakan sudut pandang orang pertama, atau “saya” dengan emosi campur nalar, sebagai cara mendapatkan fakta-fakta.

3. *Informatif*

Features memang terkadang tidak memiliki nilai berita. Ia justru cenderung memberi nilai informasi mengenai situasi/aspek kehidupan. Materi laporan

tentang hal yang ringan, namun berguna bagi masyarakat. Seperti situasi saat peristiwa terjadi dan tidak diliput media lain.

4. Menghibur

Bahan *features* dengan sengaja dicarikan dari cerita yang eksklusif dan ditulis secara mendalam (*indepth*), termasuk aspek humor yang menyertainya. Laporan harus berwarna-warni terhadap berita0berita rutin seperti pembunuhan, selingkuh, bencana alam dll, sehingga pembaca larut dalam kesedihan atau malah tertawa terbahak-bahak.

5. Awet/Tidak Dibatasi Waktu

Berita bisa basi dalam 24 jam, tapi *features* tak akan pernah basi bahwa *features* tidak lapuk dinamakan *deadline*, karena topiknya dibahas secara mendalam.

1.3.3. Jenis-Jenis *Features*

Adapun jenis-jenis *features* dalam pembuatan film *features*, dalam artikel edukasi.kompasiana.com(2010):

1. *Features* Berita

Yaitu suatu *features* yang lebih banyak mengandung unsur beritanya, dan berhubungan dengan peristiwa actual yang menarik perhatian khalayak. *Features* ini biasanya adalah merupakan pengembangan dan pendalaman (*News analisis*) dari sebuah *Straight News* ayau *issue* yang masuk menjadi perhatian publik.

2. *Features* Opini

Features jenis ini pun biasa terkait secara langsung atau tidak langsung dengan isu-isu yang masih *actual* tentang sebuah peristiwa, sebuah ide/gagasan, atau sebuah statement (pernyataan) orang penting, dan lain-lain. Bisa juga termasuk ke dalam jenis ini adalah artikel tentang perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, fenomena kehidupan sosial-ekonomi, politik, kebudayaan, kesusastraan, dan lain-lain.

3. *Features* Human Interest

Features yang muatan isinya langsung dapat menyentuh rasa perikemanusiaan pembaca, seperti kegembiraan, kejengkelan, bahkan kebenciannya. Misalnya, cerita tentang penjaga mayat di rumah sakit, kehidupan seorang petugas kebersihan di jalanan, liku-liku kehidupan seorang guru di daerah terpencil, suka-duka menjadi dai di wilayah pedalaman, atau kisah seorang penjahat yang dapat menimbulkan kejengkelan.

4. *Features* Profil Tokoh (biografi)

Features biografi atau tentang riwayat perjalanan hidup seseorang, terutama kalangan tokoh seperti pemimpin pemerintah dan masyarakat, *public figure*, atau mereka yang selalu mengabdikan hidupnya untuk Negara, bangsa, atau sesuatu yang bermanfaat bagi peradaban manusia, senantiasa mendapat tempat yang terhormat di berbagai perpustakaan kampus dan sekolah di seluruh dunia.

5. *Features* Perjalanan/Petualangan

Features ini biasanya ditulis oleh pelaku atau petualangan secara langsung atau tak langsung. Tulisan ini mengungkap laporan kisah perjalanan, fakta-fakta yang ditemui, dan kesan-kesan yang dirasakan selama perjalanan itu. *Features* yang mengajak pembaca, pendengar, atau pemirsa untuk mengenali lebih dekat tentang sesuatu kegiatan atau tempat-tempat yang dinilai memiliki daya tarik tertentu. Dalam *features* jenis ini subjektivitas penulis sangat menonjol dengan sudut pandang “aku” atau “kami”.

6. *Features* Sejarah

Features ini bercerita tentang fakta-fakta sejarah peristiwa dan tokoh masa lampau di suatu daerah atau tempat. Berbagai tempat dan peninggalan bersejarah, sejak ribuan tahun silam hingga satu abad terakhir, baik dalam lingkup internasional dan nasional maupun dalam lingkup regional dan *local*, senantiasa menjadi objek cerita *features* yang amat menarik. Contohnya tentang peristiwa proklamasi kemerdekaan RI, peristiwa Keruntuhan Khilafah Islamiyah, sejarah tentang Istana al-Hamra dan benteng Granada. ‘Melongok’ kejayaan Islam di masa lalu. Sejarah tentang kekejaman tentara Salib saat mebantai kaum muslimin, sejarah pertama kali Islam masuk ke Indonesia dan sebagainya. *Features* sejarah yang baik, mampu membawa pembacanya ke masa silam. Seolah para pembaca ikut masuk ke dalam peristiwa sejarah yang dibacanya.

7. *Features* Tips

Features ini deikenal juga dengan informasi *how to di it*. Misalnya tentang memasak, merangkai bunga, membangun rumah, seni mendidik anak,

panduan memilih perguruan tinggi, cara mengendarai bajaj, teknik beternak bebek, seni melobi calon mertua dan sebagainya.

1.3.4. Fungsi *Features*

Dengan kedudukan yang sangat penting dan tak tergantikan tersebut, maka fungsi *features* mencakup lima hal:

1. Sebagai pelengkap sekaligus variasi sajian berita langsung (*straight news*)
2. Pemberi informasi tentang situasi, keadaan, atau peristiwa yang terjadi
3. Penghibur atau sarana rekreasi dan pengembangan imajinasi yang menyenangkan
4. Wahana pemberi nilai dan makna terhadap suatu keadaan atau peristiwa
5. Sarana ekspresi yang paling efektif dalam mempengaruhi khalayak.

1.4. Program Televisi

Setiap stasiun televisi pasti memiliki 2 program televisi drama dan non-dram. Menurut Naratama dalam buku Mabruri (2013) program televisi drama adalah sebuah format acara yang diproduksi melalui proses imajinasi kreatif dari kisah drama/fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang. Program televisi drama yang diangkat pada televisi menggunakan kisah kehidupan yang dikemas dalam suatu cerita di beberapa adegan. Dari adegan tersebut akan digabungkan dengan realita kehidupan dan diberi imajinasi para creator/ide. Contoh tentang percintaan, tragedy, horror, komedi, legenda, aksi dan sebagainya. Zaman semakin berkembang dengan kemajuan teknologi, berbagai jenis cerita fiksi dapat dipadukan antara satu dengan yang lainnya, contohnya tentang percintaan dengan aksi, horror dengan komedi dan sebagainya.

Program televisi non-drama menurut Naratama dalam Maburi (2013) adalah format acara yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus merakayasa ulang dan tanpa harus menjadi dunia khayalan. Program televisi non-drama mengutamakan unsur hiburan yang mengandung unsur aksi, gaya dan musik. Contoh jenis acara non-drama adalah konser musik, *Feature*, magazine, talk show, variety show, game show/kuis. Seperti halnya program acara drama, acara non-drama juga mengalami perkembangan yaitu dengan penggabungan beberapa jenis, seperti contoh acara talk show digabung dengan game show.

Pada sumber lain, Menurut Morrisan dalam bukunya *Manajemen Media Penyiaran* (2008: 218) Setiap stasiun televisi mempunyai program acara televisi yang disajikan untuk dinikmati oleh masyarakat, yaitu program informasi dan program hiburan. Program acara menurut Djamal dan Andi (2011:159-160) dalam buku berjudul *Dasar-Dasar Penyiaran* adalah program acara atau program siaran satu bagian segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan satu stasiun penyiaran, terdapat beberapa program yang diudarkan . Jenis program acara seperti yang berada diawal alinea menurut Morrisan, yaitu program informasi dan program hiburan. Program informasi adalah jenis siaran yang bertujuan memberikan tambahan pengetahuan atau informasi kepada *audience*. Program ini memiliki daya tarik berupa informasi. Program informasi ini dibagi menjadi 2 jenis yaitu: *Hard News* dan *Soft News*. *Hard news* adalah informasi penting atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui penonton secepatnya. Morrisan membagi jenis program *hard news* kedalam 3 jenis yaitu:

straight news feature dan *infotainment*. *Sraight news* adalah berita singkat (tidak *detail*) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup unsur 5W+1H terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Jenis berita ini sangat terikat waktu *deadline* karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada penonton. *Feature* adalah berita yang ringan namun menarik, informasi yang disajikan bersifat lucu, unik ataupun aneh. Program *feature* ini digolongkan sebagai *hard news* karena durasinya yang singkat (umumnya kurang dari 5 menit). Terdapat juga *feature* yang lebih menekankan pada sisi *human interest* dari suatu berita. *Infotainment* adalah jenis program berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat, yang bekerja pada industri hiburan atau yang disebut selebriti. Program ini disebut sebagai *hard news* karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan. Morrisan juga menjelaskan *soft news* adalah informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam, namun tidak bersifat segera ditayangkan. Umumnya, berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri di luar program berita. Morrisan membagi menjadi 4 jenis *soft news* yaitu: *Current Affair*, *Magazine*, *Dokumenter* dan *Talk Show*. *Current affair* adalah jenis program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya, namun dibuat secara lengkap dan mendalam. Dengan demikian, *current affair* cukup terikat dengan waktu penayangan, namun tidak seketat *hard news*. Batasan dari *current affair* adalah selama isu yang dibahas masih mendapat perhatian penonton atau masyarakat, maka *current affair* dapat disajikan. Perbedaan antara *current affair* dengan berita biasa terdapat penekanan ulasannya, dimana *current affair* menekankan pada kedalaman analisis, sementara

berita biasa hanya reportase sederhana berdasarkan fakta yang harus disiarkan segera dan mini analisis (2008: 221). Lalu untuk *magazine* menurut Morissan adalah jenis proram yang menampilkan informasi ringan namun mendalam, atau dengan kata lain *magazine* merupakan *feature* dengan durasi yang lebih panjang. Berbeda dengan *hard news*, *magazine* umumnya lebih menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya. Dokumenter merupakan informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. Untuk *Talk show* adalah program yang dipandu oleh seseorang pembawa acara (*host*) dengan menampilkan satu atau beberapa narasumber untuk membahas topik tertentu. Umumnya, yang menjadi narasumber adalah orang yang berpengalaman secara langsung dengan peristiwa atau topik yang dibahas, atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas. Morissan merangkum perbedaan secara jelas dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. 1. Perbedaan Hard News dan Soft News

Hard News	Soft News
Harus ada peristiwa terlebih dahulu	Tidak mesti ada peristiwa terlebih dahulu
Peristiwa harus aktual (baru terjadi)	Tidak mesti aktual
Harus segera disiarkan	Tidak bersifat segera (<i>timeless</i>)
Mengutamakan informasi terpenting saja	Menekankan pada detail
Tidak menekankan sisi <i>human interest</i>	Sangat menekankan segi <i>human interest</i>
Laporan tidak mendalam (singkat)	Laporan bersifat mendalam
Teknik penulisan piramida tegak	Teknik penulisan piramida terbalik
Ditayangkan dalam program berita	Ditayangkan dalam program lainnya

Sumber: Morissan dalam *Manajemen Media penyiaran* (2011)

1.5. Program Televisi *Feature*

Feature atau yang biasa disebut liputan khusus adalah uraian fakta yang bersifat khas atau unik dan termasuk dalam kategori berita *human interest*. Berita *human interest* adalah uraian fakta yang dapat memberikan rasa kemanusiaan. Fakta yang bersifat khas atau unik, seperti pemulung, pengemis di persimpangan jalan, penjaja koran atau majalah, pengamen dan yang lain. Penyajian fakta ini dikemas secara sederhana dengan memberikan penekanan pada hal yang bersifat khas atau unik tersebut. Di dalam *Feature* terdapat suatu topik tertentu yang dilengkapi dengan wawan cara, komentar dan narasi. Durasi *Feature* pada umumnya antara 10 hingga 15 menit (Mabruri, 2013).

Menurut Setiati dalam bukunya yang berjudul Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan (2005) *Feature* atau berita kisah adalah tentang kejadian yang dapat menyentuh perasaan atau menambah pengetahuan lewat penjelasan lengkap dan mendalam. Nilainya ditekankan pada unsur manusiawi.

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah program televisi *Feature* adalah suatu berita yang memiliki durasi 10 hingga 15 menit dan disajikan dengan fokus *human interest* atau unsur manusiawi yang dikemas secara ringan, lengkap dan mendalam.

1.6. Dasar-Dasar Produksi Film

Dalam proses produksi sebuah film tentunya ada beberapa dasar-dasar yang dijadikan acuan dalam pengerjaan film itu sendiri. Menurut Javandalasta (2014) dalam bukunya *Lima Hari Mahir Bikin Film*. (2014:118), Dasar-dasar tersebut meliputi:

1. Penulis

Writing is one of the most important things you do in college. Menulis adalah salah satu hal paling penting yang kamu lakukan di sekolah. Kemampuan menulis yang baik memegang peranan yang penting dalam kesuksesan, baik memegang peranan yang penting dalam kesuksesan, baik itu menulis laporan, proposal atau tugas di sekolah.

2. Penyutradaraan

Kemampuan seorang sutradara yang baik adalah hasil pengalaman dan bakat yang tidak mungkin diuraikan.

3. Sinematografi

Orang yang bertanggung jawab semua aspek Visual dalam pembuatan sebuah film. Sinematografer adalah juga kepala bagian departemen kamera, departemen pencahayaan dan Grip Departement. Kata Sinematogrefer sering juga disebut sebagai *Director of Photography* atau disingkat menjadi DoP.

4. Tata Suara

Suatu teknik pengaturan peralatan suara atau bunyi pada suatu acara pertunjukan, rekaman, dan lain-lain. Tata suara memainkan peranan penting dalam suatu pertunjukan langsung maupun tidak langsung (film) dan menjadi satu

bagian tak terpisahkan dari tata panggung dan bahkan acara pertunjukan itu sendiri.

5. Editing

Proses menggerakkan dan menata *video shot* atau hasil rekaman gambar menjadi suatu rekaman gambar yang baru dan enak untuk dilihat. Secara umum pekerjaan editing adalah berkaitan dengan proses pasca produksi, seperti *titling*, *colour correction*, *sound mixing*, dan lain sebagainya.

2.7. Tahap Pembuatan Film

Menurut Javandalasta (2014) dalam bukunya *Lima Hari Mahir Bikin Film* (2014: 112), dalam pembuatan film ada tiga tahapan yang harus dilalui, yakni:

1. Tahap Pra Produksi

Proses persiapan hal-hal yang menyangkut semua hal sebelum proses produksi sebuah film, seperti pembuatan jadwal shooting, penyusunan *crew*, dan pembuatan naskah.

2. Tahap Produksi

Proses eksekusi semua hal yang sebelumnya telah dipersiapkan pada proses pra produksi.

3. Tahap Pasca Produksi

Proses finishing sebuah film sampai menjadi film yang utuh dan mampu menyampaikan sebuah cerita atau pesan kepada penontonnya.

2.8. Metode *Editing*

Menurut Harun Misbach Yusa Biran dalam bukunya yang berjudul *Angle Kontinuiti Editing Close Up Komposisi dalam Sinematografi* (1987: 298)

dijelaskan bahwa secara umum, proses *editing* film dibedakan menjadi dua metode, yakni *continuity cutting* dan *dynamic cutting*.

1. *Continuity Cutting*

Metode ini merupakan metode *editing* film yang berisi penyambungandari dua buah atau lebih adegan yang mempunyai kesinambungan.

2. *Dynamic Cutting*

Metode *editing* film yang berisi penyambungan dari dua buah adegan yang tidak mempunyai kesinambungan.

2.9. *Internal Rhythm*

Internal Rhythm (ritme internal) adalah irama *editing* yang dibentuk dari sisi atau peristiwa yang terjadi dari *frame* atau *shot* itu sendiri. Aspek-aspek yang mempengaruhi antara lain:

- a. Ukuran besar gambar (*frame size/type of shot*)
- b. Gerak Subjek (bloking pemain)
- c. Gerak kamera (*camera movement*)
- d. Suara (dialog atau suara efek)

Para memmbuat film atau video harus mampu mengontrol panjang pendeknya (durasi) sebuah *shot*. Durasi *shot* sangat berhubungan dengan panjang pendeknya waktu *shot* sebelum dan setelahnya sehingga *editor* mampu mengontrol ritme *editing* sesuai tuntutan naratif serta estetik. Editor dapat mengatur ritme *editing*nya melalui durasi *shot* yang sama, semakin pendek, atau semakin panjang. Semakin pendek durasi *shot*-nya akan menghasilkan tempo aksi yang cepat. Sebaliknya semakin panjang durasi *shot*-nya akan menghasilkan tempo aksi yang lambat. Adegan-adegan dalam film aksi umumnya menggunakan

tempo *editing* yang cepat dengan durasi *shot* hanya beberapa detik bahkan kurang. Editor daam mengontrol ritme *editing* juga dapat bergantung pada pergerakan karakter dalam *mise-en-scene*;posisi dan pergerakan kamera, serta ritme suara contohnya musik dan lagu (Anton Mabruri, 2013:89).

2.10. Media Promosi

Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada sasaran pasarnya (Kotler, 1997: 83). Secara singkat, promosi adalah kegiatan memberikan informasi suatu produk kepada masyarakat yang dilakukan secara efektif dan efisien.

Menurut Tjiptono dalam bukunya yang berjudul *Strategi Pemasaran* (1998: 221) dijelaskan bahwa, tujuan kegiatan promosi adalah sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*informing*) mengenai keberadaan suatu produk.
2. Membujuk pelanggan sasaran untuk (*persuading*) mendorong pembeli belanja saat itu juga.
3. Mengingatkan (*reminding*) para pelanggan pada manfaat yang telah diperoleh setelah menggunakan produk tersebut dan tertarik untuk membelinya kembali.

Macam-macam media promosi adalah sebagai berikut:

1. Media Promosi Visual

Media promosi visual adalah promosi dengan media yang bisa dilihat, dibaca, dan diraba. Media ini mengandalkan indra penglihatan dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan. Contoh media yang sangat banyak dan mudah untuk didapatkan maupun dibuat sendiri. Contoh: foto,

gambar, komik, gambar tempel, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga, dan sebagainya.

2. Media Promosi Audio

Media promosi audio adalah promosi dengan media yang bisa didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya. Contoh: suara, musik dan lagu, alat musik, siaran radio, kaset suara atau CD, dan sebagainya.

3. Media Promosi Audio Visual

Media promosi audio visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Contoh: drama, pementasan, film, dan televisi. Internet termasuk dalam bentuk media audio visual, tetapi lebih lengkap dan menyatukan semua jenis format media.

2.11. Remaja

Berasal dari kata latin *adolensence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik (Hurlock, 1992). Masa ini sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa atau tua. Seperti yang dikemukakan oleh Calon (dalam Monks, dkk 1994) bahwa masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004:53) masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa.

Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Sedangkan pengertian remaja menurut Zakiah Darajat (1990:23) adalah: masa peralihan diantara masa kanak-kanak dan dewasa. Dalam masa ini anak mengalami masa pertumbuhan dan masa perkembangan fisiknya maupun perkembangan psikisnya. Mereka bukanlah anak-anak baik bentuk badan ataupun cara berfikir atau bertindak, tetapi bukan pula orang dewasa yang telah matang. Hal senada diungkapkan oleh Santrock (2003: 26) bahwa adolescence diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional. Batasan usia yang umum digunakan oleh para ahli adalah antara 12 hingga 21 tahun. Rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu 12 - 15 tahun = masa remaja awal, 15 - 18 tahun = masa remaja pertengahan, dan 18 - 21 tahun = masa remaja akhir. Tetapi Monks, Knoers, dan Haditono membedakan masa remaja menjadi empat bagian, yaitu pra-remaja 10-12 tahun, masa remaja awal 12 -15 tahun, masa remaja pertengahan 15 - 18 tahun, dan masa remaja akhir 18 - 21 tahun (Deswita, 2006: 192). Definisi remaja yang dipaparkan oleh Sri Sumini & Siti Sundari, Zakiah Darajat, dan Santrock tersebut menggambarkan bahwa masa remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak dengan masa dewasa dengan rentang usia antara 12-22 tahun, dimana pada masa tersebut terjadi proses pematangan baik itu pematangan fisik, maupun biologis.

2.12. *Feature Perjalanan*

Menurut Wolseley dan Campel *Feature perjalanan (travelogue Feature)*. Misalnya menceritakan pengalaman berkesan dari sebuah perjalanan.

Misalnya kunjungan ke tempat bersejarah di dalam ataupun di luar negeri, atau ke tempat yang jarang dikunjungi orang. Dalam *Feature* jenis ini, biasanya unsur subjektivitas menonjol, karena biasanya penulisnya yang terlibat langsung dalam peristiwa/perjalanan itu mempergunakan “aku”, “saya”, atau “kami” (sudut pandang-point of view-orang pertama). Ambil contoh tentang perjalanan menunaikan ibadah haji. Perjalanan ke tanah suci itu bisa kamu tuangkan dalam sebuah tulisan bergaya *Feature* yang menarik. Itu sebabnya, disarankan untuk membawa buku catatan kecil untuk menuliskan semua peristiwa yang dialami sebagai bahan penulisan.



BAB III

METODE PENCIPTAAN

3.1. Metodologi Penelitian

Dalam pembuatan film Tugas Akhir ini, metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengurai variabel-variabel yang ada dalam penelitian. Tujuan dari pendekatan ini menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menemukan teori, menggambarkan realitas yang kompleks dan memperoleh pemahaman makna. Dalam kasus semanggi Surabaya ini merupakan salah satu permasalahan yang kompleks tentang perkembangan sejarah kuliner tradisional. Menurut Sugiyono (2013:25), sejarah perkembangan seseorang tokoh atau masyarakat akan dapat dilacak melalui metode kualitatif. Dengan menggunakan data dokumentasi, wawancara mendalam kepada pelaku atau orang yang dipandang tahu. Dengan pendekatan kualitatif, diharapkan data yang didapatkan dapat sesuai, terperinci dan menunjang kelanjutan perancangan program televisi *feature* berbasis *Internal Rhythm* berjudul Semanggi Surabaya.

Dalam bab ini akan dijelaskan suatu konsep atau pokok pikiran utama yang menjadi dasar suatu rancangan karya yang akan dibuat atau dikenal dengan proses pra-produksi.

3.2. Objek Penelitian

Dalam tahap ini menjelaskan obyek penelitian yang menjadi objek yang akan diteliti adalah Pecel Semanggi khas Surabaya sebagai obyek program televisi

ini. Program televisi ini akan fokus kepada kegiatan produksi hingga pengemasan Pecel Semanggi instan yaitu UKM Selendang Semanggi.



Gambar 3. 1 Semanggi Surabaya Instan

(Sumber: google.co.id)

3.3. Lokasi Penelitian

UKM Selendang Semanggi terletak di Sawo Bringin Gg. 5A No, 17 RT. 03 RW. 02 Sambikerep – Surabaya 60264.



Gambar 3. 2 Lokasi UKM Selendang Semanggi

(Sumber: Olahan Penulis)

3.4. Sumber Data

Data sangat penting untuk penyusunan laporan Tugas Akhir ini agar laporan dapat dipertanggungjawabkan dan akurat. Sumber data pada laporan ini diperoleh dari buku atau studi literatur, wawancara, dan observasi. Studi literatur diperlukan untuk menemukan keabsahan data yang sudah diterbitkan baik dari buku-buku maupun dari jurnal dan laporan penelitian sebelumnya.

Tabel 3.1 Sumber Data

Obyek Penelitian	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
Program Televisi	Studi Literatur	Buku <i>Manajemen Produksi Program Acara TV Non Drama</i>
		Buku <i>Manajemen Media Penyiaran</i>
		Buku <i>Dasar-Dasar Penyiaran</i>
Program Televisi <i>Feature</i>	Studi Literatur	Buku <i>Manajemen Produksi Program Acara TV Non Drama</i>
		Buku <i>Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan</i>
		Buku <i>Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio dan Televisi</i>
<i>Feature</i>	Studi Literatur	Buku <i>jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter & Penyiar Radio</i>
		Website fikom.unair.ac.id tentang Produksi <i>Feature</i> Berita dan Dokumenter
		Buku <i>Manajemen Produksi</i>

		<i>Program Acara TV Non Drama</i>
Semanggi	Studi Literatur	Buku <i>Kerabat Paku</i>
	Observasi	Selendang Semanggi
Surabaya	Refrensi Web	http://www.wikipedia.org
Remaja	Studi Literatur	Buku <i>Menjelang Masa Remaja</i>
	Refrensi Web	https://astayoga.wordpress.com
<i>Internal Rhythm</i>	Studi Literatur	Buku <i>Teori Dasar Editing Program Acara Televisi & Film</i>

Sumber: Olahan Penulis (2018)

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pembuatan program televisi *feature* dengan berjudul “Semanggi Surabaya”, penulis menggunakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti melakukan observasi, wawancara, mendokumentasi berbagai macam data dari bermacam-macam sumber antara lain buku, jurnal, majalah (Sandjaja, 2006).

Dengan metode ini, akan dicari data-data yang berhubungan dengan *feature*, Pecel Semanggi, Surabaya, program televisi, program televisi *feature*, remaja, dan *internal rhythm*. Untuk memperoleh hasil akhir yang paling sesuai dengan tujuan *keyword* yang telah ditemukan dan konsep awal. Agar materi dan tujuan yang ingin dicapai tepat sasaran, maka data *keyword* akan dibagi menjadi tujuh bagian yang berdasarkan latarbelakang yang telah disusun, tujuh bagian itu adalah *feature*, Semanggi, Surabaya, program televisi, program televisi *feature*, remaja, dan *internal rhythm*.

Data yang telah dipilih akan dibahas lebih detail melalui studi literature, wawancara, dan observasi pada tahap akhir. Setelah selesai maka akan muncul *keyword* pada setiap bahasan. *Keyword* yang telah ada akan masuk ke proses analisa data, dimana *keyword* akan direduksi dan dianalisa lebih lanjut untuk menemukan *keywod* utama. Setelah ditemukan *keyword* utama dapat dibuat menjadi konsep perancangan yang akan diimplementasi dalam Tugas Akhir ini. Pada tahap terkahir konsep perancangan yang ada akan didiskusikan dengan *audiens Brainstroming* untuk dipilih yang paling sesuai dengan *keyword* utama dan tepat sasaran.

3.5.1. Feature

Menurut Masduki bukunya yang berjudul *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Repoter & Penyiar Radio* (2001: 65) dijelaskan bahwa Film *feature* merupakan karya jurnalistik yang menggabungkan cara pelaporan fakta dengan pendekatan sastra. Dengan pendekatan sastra, ditambah keluasan dan kedalaman cakupan permasalahan, *feature* punya kekuatan menggugah dan menyentuh emosi penikmat. *Feature* terdiri dari unsur-unsur berupa dokumentasi peristiwa, opini pihak-pihak terkait, dan ekspresi manusiawi yang penuh imajinasi dalam penyajiannya.

Menurut Adi Wibowo Octavianto dalam website fikom.umh.ac.id dijelaskan bahwa istilah *feature* sendiri berangkat dari tradisi jurnalisme cetak yang menggambarkan jenis laporan jurnalistik yang memberikan kebebasan bagi penulisnya untuk mengemas laporan dengan teknik pemaparan kreatif sehingga tulisan lebih nyaman dibaca dan tidak kaku. Sebagai karya jurnalistik, *feature* cetak kental dengan pembatasan kode etik dan prinsip nilai-nilai berita.

Bedasarkan logika tersebut, *feature* televisi adalah varian karya film dokumenter yang secara ketat menganut pembatasan kode etik jurnalistik dan prinsip nilai berita. Selain itu, *feature* televisi harus pula memperhatikan keterbatasan dan karakteristik khas medium televisi.

Dari sumber di atas dapat disimpulkan film *feature* merupakan karya jurnalistik yang membahas suatu fakta dengan cara meluas dan mendalam dengan adanya pendekatan sastrawi.

3.5.2. Program Televisi

Pada tahap ini, pengumpulan lebih terarah pada program televisi *feature*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi literatur.

Menurut Naratama dalam buku Mabruri (2013) program televisi drama adalah sebuah format acara yang diproduksi melalui proses imajinasi kreatif dari kisah dram/fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang. Lalu untuk program televisi non-drama menurut Naratama dalam Mabruri (2013) adalah format acara yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus merekayasa ulang dan tanpa menjadi dunia khayalan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, program televisi drama adalah program yang dirancang sedemikian rupa yang oleh kreator yang mengandung unsur fiksi (drama) agar menjadi media hiburan untuk masyarakat. Sedangkan, program televisi non-drama adalah program yang dirancang tanpa ada unsur drama untuk menyajikan informasi dan hiburan.

3.5.3. Program Televisi *Feature*

Pada tahap ini, pengumpulan data lebih terarah pada program televisi *feature*.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi literatur.

Feature atau yang biasa disebut liputan khusus adalah uraian fakta yang bersifat khas atau unik dan termasuk dalam kategori berita *human interest*. Berita *human interest* adalah uraian fakta yang dapat memberi rasa kemanusiaan. Fakta yang bersifat khas atau unik, seperti pemulung, pengemis di persimpangan jalan, penjaja Koran atau majalah, pengamen dan yang lain. Penyajian fakta ini dikemas secara sederhana dengan memberikan penekanan pada hal yang bersifat khas atau unik tersebut. Di dalam *Feature* terdapat suatu topic yang dilengkapi dengan wawancara, komentar dan narasi. Durasi *feature* pada umumnya antara 5 hingga 15 menit (Mabruri, 2013).

Menurut Setiati (2005) *feature* atau berita kisah adalah tentang kejadian yang dapat menyentuh perasaan atau menambah pengetahuan lewat penjelasan lengkap dan mendalam. Nilainya ditekankan pada unsur manusiawi.

Kesimpulan dari penjelasan diatas adalah program televisi *Feature* adalah suatu berita yang memiliki durasi 5 hingga 15 menit dan disajikan dengan fokus *human interest* atau unsur manusiawi yang dikemas secara ringan, lengkap dan mendalam.

3.5.4. Semanggi Surabaya

Pada tahap ini, pengumpulan data lebih terarah pada pecel semanggi.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara referensi *web* dan wawancara.

Semanggi adalah tumbuhan yang banyak dijumpai pematang sawah, danau, rawa, dan sungai. Biasanya daun semanggi tumbuh bersama dengan jenis-jenis tumbuhan air lainnya, seperti exeng kecil, genjer, dan rumput air. Di Indonesia khususnya di Jawa daun semanggi air yang masih muda digunakan sebagai sayuran untuk makanan (Pecel Semanggi). Sedangkan di negara-negara lain, semanggi juga digunakan sebagai sambal, bahan obat, dan juga sebagai tanaman hias pada Akuarium.

Dengan wawancara, ditemukan juga fakta bahwa semanggi adalah tumbuhan yang dibudidayakan di daerah Benowo-Surabaya. Sehingga daerah ini sering disebut desa semanggi karena sebagian besar warganya menjual Pecel Semanggi.

Dari sumber diatas dapat disimpulkan bahwa semanggi adalah makanan kuliner khas Surabaya. Dan dilestarikan sehingga membangun branding kampung Semanggi.

3.5.5. Surabaya

Sebagai kota metropolitan, Surabaya menjadi pusat kegiatan perekonomian di Jawa Timur dan sekitarnya. Sebagian besar penduduknya bergerak dalam bidang jasa, industri, dan perdagangan sehingga jarang ditemukan lahan perawahan. Banyak perusahaan besar yang berkantor pusat di Surabaya, seperti PT Sampoerna Tbk, Maspion, Wing's Group, Unilever, dan PT PAL. Kawasan industri di Surabaya diantaranya Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER) dan Margomulyo. Sektor industri pengolahan dan perdagangan yang mencakup juga hotel dan restoran, merupakan kontributor utama kegiatan ekonomi Surabaya yang tergabung dalam nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Di sector

pariwisata, Surabaya memiliki objek wisata alam Kebun Binatang Wonokromo dan Pantai Kenjeran. Kota ini juga mempunyaibanyak wisata sejarah dari kenangan Soerabaja Tempo Doeloe, gedung-gedung tua peninggalan zaman Belanda dan Jepang salah satunya adalah Hotel Oranje atau Yamato.

Disamping dianugerahi wisata sejarah, Surabaya juga kaya akan wisata belanja. Sebagai kota perdagangan, Surabaya memiliki cukup banyak pusat perbelanjaan dan mal.

Kesenian tradisional di Kota Surabaya tumbuh dan berusaha untuk tetap dilestarikan. Bentuk kesenian tradisional kota ini banyak ragamnya. Ada seni tari, seni musik dan seni panggung. Tak lupa juga dengan kuliner-kuliner tradisional khas seperti rujak cingur, lontong balap, lontong kupang dan semanggi.

3.5.6. Internal Rhythm

Pada tahap ini, pengumpulan data lebih terarah pada *Internal Rhythm*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi literatur.

Adegan-adegan dalam film aksi umumnya menggunakan tempo *editing* yang cepat dengan durasi *shot* hanya beberapa detik bahkan kurang. Editor daam mengontrol ritme *editing* juga dapat bergantung pada pergerakan karakter dalam *mise-en-scene*; posisi dan pergerakan kamera, serta ritme suara contohnya musik dan lagu (Anton Mabruuri, 2013:89).

Dari sumber diatas dapat disimpulkan bahwa teknik *editing Internal Rhythm* menyesuaikan dengan beat music background yang ada.

3.5.7. Remaja

Pada tahapan ini, sebelum data tentang remaja dikumpulkan terlebih dahulu ditentukan *segmentation, targeting, and positioning* pada remaja yang dituju agar pengumpulan data lebih terarah kepada remaja-remaja yang ditargetkan. Pengumpulan data dilakukan untuk menentukan *keyword* yang digunakan sebagai pedoman pembuatan Tugas Akhir ini. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel STP 3.2.

Tabel 3. 2 STP

		PEMBUATAN PROGRAM TELEVISI <i>FEATURE</i> BERBASIS <i>INTERNAL</i> <i>RHYTHM</i> BERJUDUL SEMANGGI SURABAYA
		<i>Segmentation and targeting</i> Geografis Wilayah : Surabaya
	Demografi	Umur : 12-24 Tahun Jenis Kelamin : Perempuan, Laki-laki Pendidikan : SD,SMP,SMA/SMK, Universitas
	Psikologi	Film ini dibuat untuk remaja yang kesehariannya suka menonton vlog atau acara jalan-jalan di televisi.
<i>Positioning</i>		Program Televisi <i>feature</i> ini diperuntukkan anak usia 12-24 tahun, agar para remaja mengenal kuliner khas dari daerahnya dan

	menjaga kelestariannya.
--	-------------------------

Sumber: Olahan Penulis(2018)

Setelah *segmentation, targeting and positioning* didapatkan hal selanjutnya dilakukan adalah mencari data tentang remaja yang sudah ditargetkan, berikut adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui studi literatur dan wawancara.

Pengumpulan data literatur didapatkan dari tiga buah buku, yaitu Bimbingan Pribadi Sosiasal, Belajar & Karier, Psikologi Alam Remaja, dan menjelang Masa Remaja. Melalui ketiga buku ini didapatkan data-data bahwa Remaja bahwa pada dasarnya terdapat beberapa aspek pada remaja yaitu: aspek perkembangan bahasa, aspek perkembangan fisik dan aspek perkembangan sosial dan emosional, dimana disetiap aspek tersebut dapat berpengaruh dalam pembentukan kepribadian dan karakter seorang anak. Remaja memiliki sifat yang agresif, emosional, labil, enerjik, mudah tertarik hal yang baru. Lebih terperinci dalam buku Bimbingan Pribadi Sosial dikatan bahwa usia yang mengalami masa remaja adalah dari usia 11 – 24 tahun, dimasa ini akan menjadi orang dewasa yang memberi dampak positif kepada lingkungan. Melalui alternatif tentang Remaja ini, maka didapatkan kata kunci berupa emosional, usia 11 – 24 tahun, *energetic*, *agrerif*, mudah tertarik dengan hal baru.

3.6. Teknik Analisa Data

Setelah melakukan pengumpulan data, maka proses selanjutnya adalah analisis data. Data yang telah didapat dari berbagai sumber akan dikualifikasikan menurut dari mana data itu didapat. Lalu diolah dengan mencari mana yang paling identik atau yang selalu ada saat proses pengumpulan data.

Data yang telah diperoleh dari studi literature, wawancara, dan observasi selanjutnya di analisis satu per satu, setelah itu data akan di reduksi atau disaring agar mendapat *keyword*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Pengumpulan *Keyword*

Program Televisi <i>Feature</i>			
Studi Literatur	Wawancara	Observasi	Kesimpulan
- Alur - Hiburan - Opini - Peristiwa		- Peristiwa - Pengaruh	- Peristiwa
<i>Feature</i>			
Studi Literatur	Wawancara	Observasi	Kesimpulan
- Fakta - Opini - Sastrawi		- Emosi - Sastrawi - Informasi	- Emosi - Sastrawi
Remaja			
Studi Literatur	Wawancara	Observasi	Kesimpulan
- Emosi - Pandangan - Tingkah Laku - Cepat Berubah	- Tekanan - Situasi - Perubahan	- Cepat berubah - Emosi	- Cepat berubah - Emosi

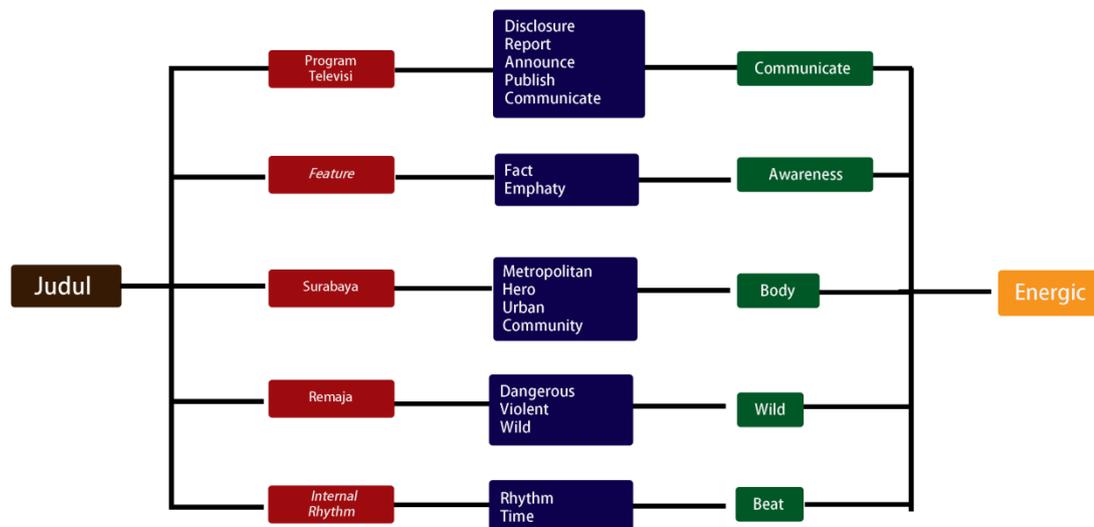
Sumber: Olahan Penulis (2018)

3.6.1. Menyajikan Data

Berdasarkan dari hasil pencarian data dengan melakukan studi literatur, observasi, dan wawancara maka data akan disajikan dalam bentuk *keyword* utama untuk mempermudah dalam merancang konsep Tugas Akhir ini. Pada tahap awal

dilakukan analisa *keyword* untuk menemukan hanya satu *keyword* dari satu pembahasan. Keyword tersebut ditemukan dengan cara mencari arti dan sinonim dari sebuah kata, sampai menemukan satu arti kata yang sama.

Pada pembahasan Program Televisi ditemukan satu kata yaitu *Communicate* yang ditemukan dari gabungan tiga makna kata yaitu *Performance*, *Show* dan *publish*. Yang berawal perubahan kata *Disclosure*, *Report*, *Announce*, *Publish*, dan *communicate*. Lalu dari pembahasan *feature* ditemukan satu kata yaitu *awareness* yang ditemukan dari gabungan dua makna kata yaitu *Fact* dan *Emphaty*. Yang berawal perubahan kata dari *Charateristic*, *Special*, *Important*, *memorable*, *extraordinary*, dan *impressive*. Pembahasan Surabaya ditemukan Surabaya ditemukan satu kata yaitu *Body* yang ditemukan dari gabungan dua makna kata yaitu *Metropolitan* dan *Hero*. Yang berawal perubahan kata dari *city* menjadi *Urban* menjadi *Civic* menjadi *Community*, dan dari *Hero* menjadi *Star*, dan memiliki satu arti yaitu *frame*. Lalu pembahasan remaja ditemukan satu kata yaitu *Wild* yang ditemukan dari gabungan dua makna kata yaitu *Dangerous* dan *Violent*. Yang berawal perubahan kata dari *Unstable* menjadi *Precarious* menjadi *Dangerous* dan *Violent* adalah *Wild*. Pembahasan *Internal Rhythm* ditemukan satu kata yaitu *Beat* dari gabungan dua kata *Rhythm* dan *Time*. Lalu pembahasan semanggi ditemukan satu kata *Energy* yang ditemukan dari gabungan beberapa makna kata yaitu *Life*, *Food*, *Power*, dan *Dynamism*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. 3 *Keyword*

Sumber: Olahan Penulis (2018)

3.6.2. Deskripsi *Keyword*

Setelah mendapat *keyword* utama yaitu *energy* yang artikan bahasa Indonesia yaitu Tenaga, maka dilakukan analisis dan mendeskripsikan keywordnya yang didapat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dalam bahasa Inggris *Energy* merupakan sifat (*noun*) yang memiliki arti tenaga atau daya.

Setelah melakukan analisa dari *Keyword* yang ada, maka kesimpulannya dipilih kata *Energy* sebagai kata kunci utama dalam proses penciptaan karya.

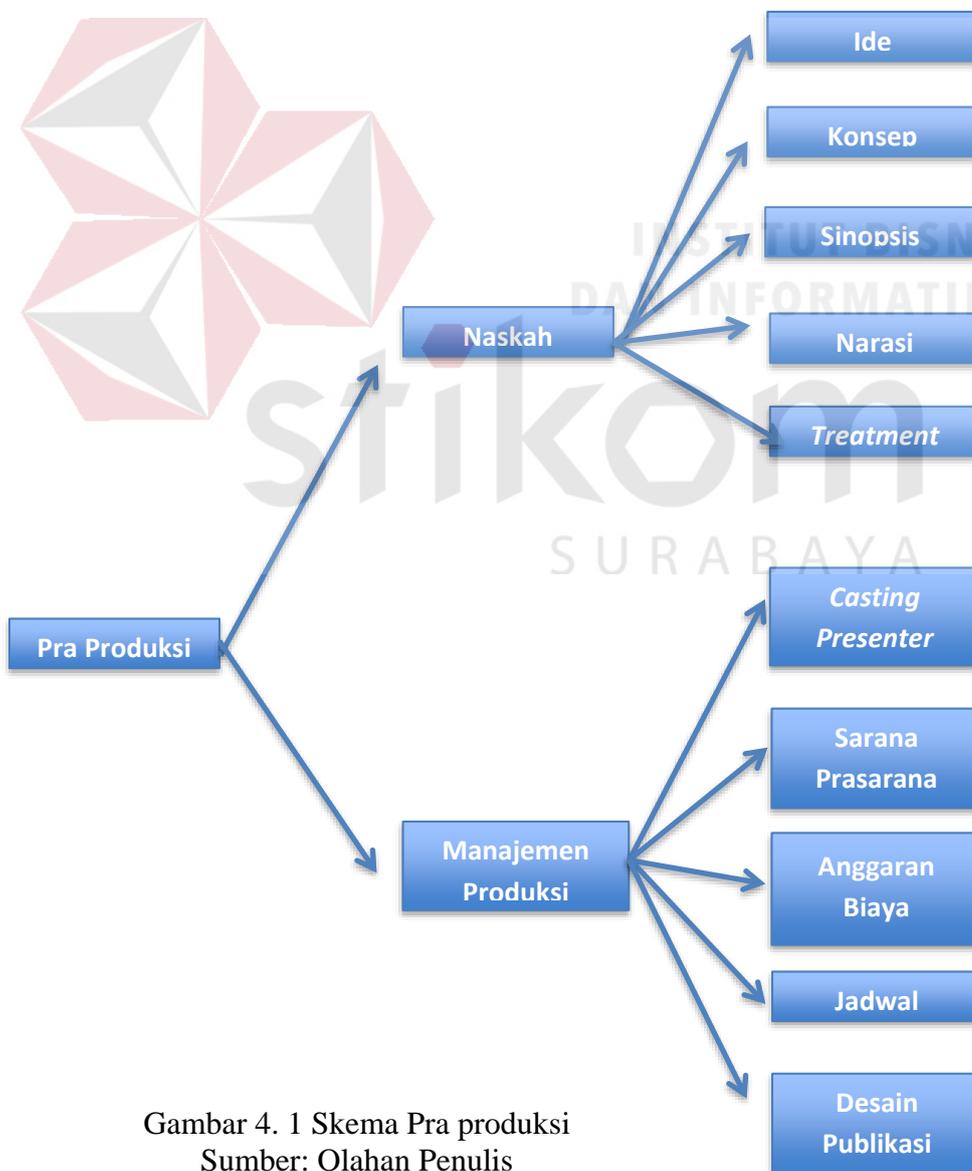
BAB IV

PERANCANGAN KARYA

Pada bab IV ini menjelaskan tentang konsep dan pokok pikiran dalam program televisi *feature* yang akan menjadi dasar rancangan karya yang dibuat.

4.1. Pra Produksi

Proses pra produksi pada pembuatan program televisi *feature* dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4. 1 Skema Pra produksi
Sumber: Olahan Penulis

4.1.1. Naskah

Pada proses pra produksi program televisi *feature* ini terdapat proses pembuatan naskah. Proses tahapan pembuatan naskah dapat dilihat sebagai berikut:

1. Ide

Ide dalam pembuatan tugas akhir ini adalah memberi informasi tentang pecel semanggi melalui program televisi *feature*. Berdasarkan pengamatan penulis tentang kuliner khas Kota Surabaya yang mulai susah ditemukan dan menurunnya jumlah penjual- penjual Pecel Semanggi di Kota Surabaya. Dan remaja saat ini lebih banyak menyukai kuliner *western*. Dengan dibuatnya program televisi *feature* ini diharapkan dapat menjadi alternatif jalan keluar atau informasi kepada anak muda mengenai kuliner khas Surabaya yaitu pecel semanggi.

2. Konsep

Program televisi *feature* berjudul “Semanggi Surabaya” ini akan dibagi menjadi 3 segmen acara. Setiap segmen acara. Setiap segmen akan dilihatkan hasil wawancara per bagian, diceritakan secara berurutan dengan narasi dari suara tokoh utama program televisi *feature* ini yang menjelaskan kepada penonton program televisi tersebut. Pada segmen pertama akan diceritakan pencarian kuliner khas Surabaya yaitu Pecel Semanggi. Pada segmen kedua akan diceritakan bahwa semanggi dapat dikemas secara instant dan menjadi oleh-oleh yang berpusat produksinya di Selendang Semanggi. Pada segmen ketiga, akan diceritakan proses pembuatan pecel semanggi instan yang ada di wilayah pusat Semanggi di Surabaya yaitu di daerah benowo dan bertempat

di UKM Selendang Semanggi dengan hasil wawancara dari Ibu Aminah sebagai pemilih UKM Selendang Semanggi.

3. Sinopsis

Program acara televisi *feature* berjudul Semanggi Surabaya rangkul beberapa penjual-penjual semanggi untuk melakukan inovasi. Banyak beberapa penjual yang belum maksimal dalam memanfaatkan kemajuan teknologi. Dan akhirnya, perkembangan semanggi di daerah asalnya sendiri semakin merosot karenan bersaing dengan makanan western dan yang lebih inovasi sehingga digemari anak muda. Tujuan video ini adalah untuk menginformasikan kepada remaja bahwa Pecel Semanggi adalah makanan khas Surabaya dan perlu dilestarikan.

4. Naskah

Naskah Program Televisi dapat dilihat pada lampiran 5.

4.1.2. Manajemen Produksi

Pada tahap manajemen produksi terdapat pemilihan narasumber, presenter, sarana prasarana, anggaran biaya sarana prasana, penjadwalan kegiatan kerja dan perancangan desain publikasi. Proses tersebut dapat dilihat berikut ini:

1. Pemilihan Narasumber dan Presenter

a. Soraya Ghyna



1) Dimensi Fisiologis

Jenis Kelamin	: Perempuan
Bentuk tubuh	: Ideal
Usia	: 22 Tahun
Raut Wajah	: Ceria, bersemangat
Pakaian	: <i>Sporty casual</i>

2) Dimensi Sosiologis

Status Sosial	: Kelas Menengah
Pekerjaan	: Mahasiswa
Bahasa	: Bahasa Indonesia

b. Aminah (Pemilik UKM Bina Makmur)



1) Dimensi Fisiologis

Jenis kelamin : Perempuan

Bentuk tubuh : Ideal

Usia : 52 Tahun

Pakaian : Berhijab & sopan

2) Dimensi Sosiologis

Status Sosial : Kelas Menengah

Pekerjaan : Pengusaha dalam bidang UKM

Bahasa : Bahasa Indonesia

1. Sarana dan Prasarana

Pembuatan program televisi *feature* ini membutuhkan sarana prasarana.

Daftar sarana prasana dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4. 1 *List Alat Shooting*

No.	Nama Alat	Jumlah
1.	Kamera Canon 60D	1 buah
2.	Kamera Canon 600D	1 buah
3.	Kamera Sony A6000	1 buah
4.	Tascam H4n	1 buah
5.	Lampu LED	2 buah
6.	<i>Headset</i>	1 buah
7.	Baterai kamera Canon	4 buah
8.	Baterai Sony	2 buah
9.	Lensa Canon EF 50mm-f1.8	1 buah
10.	Lensa Canon 18-55mm	1 buah
11.	Charge baterai kamera Canon	1 buah
12.	Charge baterai kamera Sony	1 buah
13.	Drone	1 buah
14.	Tripod Excell	2 buah
15.	SD Card	5 buah

2. Anggaran Biaya Sarana Prasana

Pembuatan program televisi *feature* ini membutuhkan anggaran biaya untuk sarana dan prasarana. Rincian anggaran biaya sarana prasarana dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4. 2 *Equeipment List*

No	Equipment Rent	Unit	Day	Rate (Rp)	Amount (Rp)
1.	DSLR 60D	1	2	250.000,-	500.000,-
2.	Tripod Excell	2	2	100.000,-	400.000,-
3.	<i>Clip On</i>	1	2	150.000,-	300.000,-
4.	Lampu LED	2	2	80.000,-	320.000,-
5.	Lensa Canon EF 50mm-f1.8	1	2	150.000,-	300.000,-
6.	Tascam H4n	1	2	150.000,-	300.000,-
7.	Drone	1	1	500.000,-	500.000,-
Total					2.620.000,-

3. Anggaran Biaya

Pembuatan program televisi *feature* ini membutuhkan anggaran biaya dari proses pra produksi hingga pasca produksi. Rincian anggaran biaya dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4. 3 Anggaran Biaya

No.	Keperluan	Jumlah	Harga
Pra-Produksi			
Observasi			
1.	Bensin (Pergi-Pulang)	1 Motor	Rp. 50.000,-
2.	Konsumsi+snack	2 Orang	Rp. 100.000,-
Total			RP. 150.000,-
Produksi			
Shooting			
Sabtu, 21 Juli 2018			
1.	Print Naskah TV	5 Lembar	Rp. 15.000,-
2.	Konsumsi	5 Orang	Rp. 30.000,-
3.	Transportasi (Pulang-Pergi)	3 Orang	Rp. 170.000,-
Total			Rp. 215.000,-
Minggu, 22 Juli 2018			
1.	Konsumsi	5 Orang	Rp. 50.000,-
2.	Transportasi (Pulang-Pergi)	1 Orang	Rp. 30.000,-
3.	Bensin (Pulang-Pergi)	4 Orang	Rp. 25.000,-
Total			Rp. 105.000,-
Pasca Produksi			
1.	Hardisk	1 Buah	Rp. 750.000,-
2.	Pameran	-	Rp. 1.500.000,-
Total			Rp. 2.250.000,-
Total Keseluruhan			Rp. 2.720.000,-

4. Jadwal Kerja

Pembuatan program televisi *feature* ini membutuhkan pembagian jadwal kerja agar semua proses terencana. Rincian jadwal dapat pada tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Jadwal Kerja

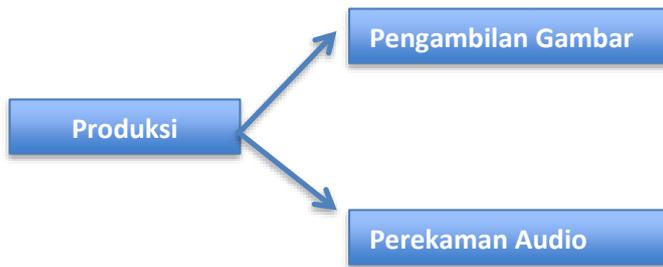
No.	Kegiatan	April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Ide dan Konsep																
2.	Penelitian																
3.	Proses Produksi																
4.	Editing																
5.	Mixing																
6.	Rendering																
		Pra Produksi								Produksi				Pasca Produksi			

5. Desain Publikasi

Setelah melakukan seluruh proses pembuatan karya Tugas Akhir ini, penulis merancang desain poster, *cover* DVD dan label DVD untuk melakukan publikasi terhadap film ini.

4.2. Produksi

Melakukan proses *shooting* program televisi *feature* berjudul “Semanggi Surabaya” sesuai dengan naskah yang telah dibuat pada proses pra produksi, Lokasi *shooting* berada di daerah Benowo pusat UKM Semanggi dan di Taman Bungkul Surabaya. Penjelasan rinci bisa dilihat pada bab V.



Gambar 4. 2 Skema Alur Produksi
Sumber: Olahan Penulis

4.3. Pasca Produksi

Melakukan proses *editing* program televisi *feature* berjudul “Semanggi Surabaya” berbasis *internal rhytym* sesuai dengan naskah yang telah dibuat pada proses pra produksi.

Penjelasan lebih rinci dilihat pada bab V.



Gambar 4. 3 Skema Pasca Produksi
Sumber: Olahan Penulis

BAB V

IMPLEMENTASI KARYA

Pada bab V ini menjelaskan tentang bagaimana penerapan elemen-elemen perancangan karya terhadap pembuatan program televisi *feature* ini.

5.1. Produksi

Produksi ini merupakan tahap selanjutnya setelah memulai tahap pra produksi dalam pembuatan program televisi *feature*. Tahap produksi ini merupakan tahap yang membutuhkan waktu yang cukup panjang dan proses implementasi dari tahap pra-produksi. Proses produksi ini merupakan tahap yang membutuhkan waktu cukup panjang dan proses implementasi dari tahap pra-produksi. Proses produksi ini terdapat beberapa kegiatan, yaitu pengambilan gambar secara keseluruhan mulai dari awal hingga akhir dan proses perekaman *voice over*.

Tahap proses produksi yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Setting lokasi

Lokasi yang akan digunakan dalam proses produksi program televisi ini ada 3 yaitu rumah UKM Seledang Semanggi, Taman Bungkul, dan Patung Suro dan Boyo. Untuk pengambilan gambar tentang proses produksi dilaksanakan di rumah produksi UKM Seledang Semanggi Surabaya. Adapun proses wawancara dan *opening* beberapa dilakukan di *ourdoor*. Untuk lebih detail

mengenai lokasi dapat dilihat pada gambar 5.1 hingga gambar 5.4.



Gambar 5. 1 *Setting* Lokasi 1

(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 5. 2 *Setting* Lokasi 2

(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 5. 3 *Setting* Lokasi 3

(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 5. 4 *Setting* Lokasi 4

(Sumber: Olahan Penulis)

2. Setting Perekaman

Dalam pembuatan film *feature* ini, system pengambilan gambar dan perekaman suara diambil secara langsung. Adapun system perekaman suara

secara tidak langsung. Peralatan yang digunakan pun beragam sesuai *treatment* yang sudah dibuat.

Alat-alat yang digunakan sebagai berikut:

- a. Canon 60D



Gambar 5. 5 Canon 60D

(Sumber: google.com)

- b. Canon 600D



Gambar 5. 6 Canon 600D

(Sumber: google.com)

c. Sony A6000



Gambar 5. 7 Sony A6000

(Sumber: google.com)

d. Tripod



Gambar 5. 8 Tripod

(Sumber: google.com)

e. Lampu LED



Gambar 5. 9 Lampu LED

(Sumber Olahan: google.com)

f. *Clip On*Gambar 5. 10 *Clip On*

(Sumber: google.com)

g. Zoom H4n



Gambar 5. 11 Zoom H4n

(Sumber: google.com)

h. Canon Lensa Kit 50mm F1.8



Gambar 5. 12 Canon Lensa Kit 50mm F1.8

(Sumber: google.com)

i. Canon Lensa Kit 18-55mm



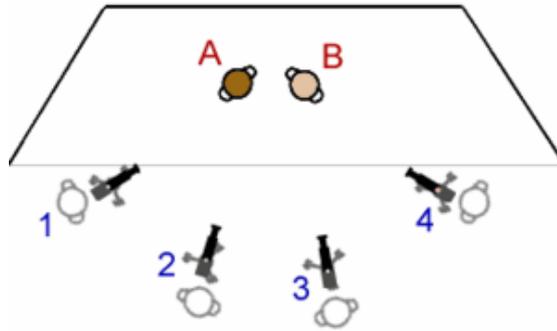
Gambar 5. 13 Canon Lensa Kit 18-55mm

(Sumber: google.com)

3. Teknik Pengambilan Gambar

Teknik pengambilan gambar dalam film program televisi *feature* ini menggunakan *multiple camera*. Teknik *multiple camera* merupakan pengambilan gambar menggunakan lebih dari satu kamera. Dengan menggunakan *multiple camera* pada proses produksi akan mempermudah pengambilan gambar dalam menangkap momen, sehingga nantinya akan memiliki banyak gambar yang bervariasi.

Beragam teknik yg digunakan dalam pembuatan program televisi *feature*. Teknik pengambilan gambar tidak hanya *still* dan *handheld* tapi menggunakan perpaduan *wide angle* dengan menggunakan action camera dan menggunakan *high angle* pada bagian tertentu. Beraagam teknik ini akan membuat video lebih menarik dan tidak membosankan, sehingga masyarakat yg menonton dapat mengambil pesan yang disampaikan dengan baik. Teknik pengambilan gambar dapat dilihat pada gambar 5.13.



Gambar 5. 14 Teknik Pengambilan Gambar

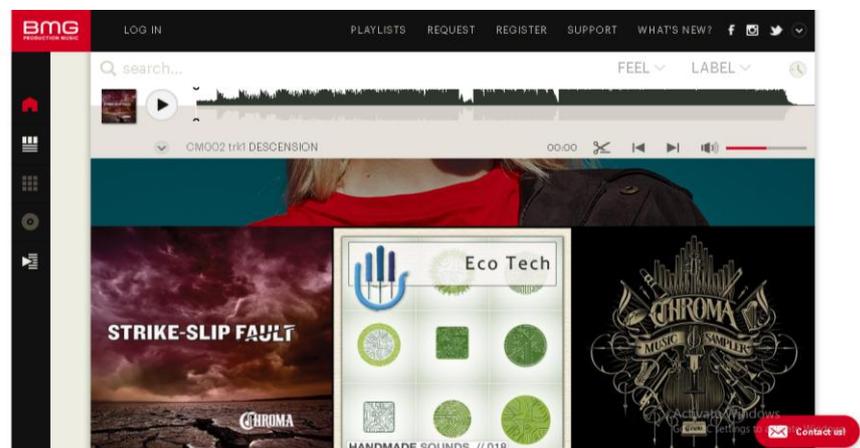
(Sumber: google.com)

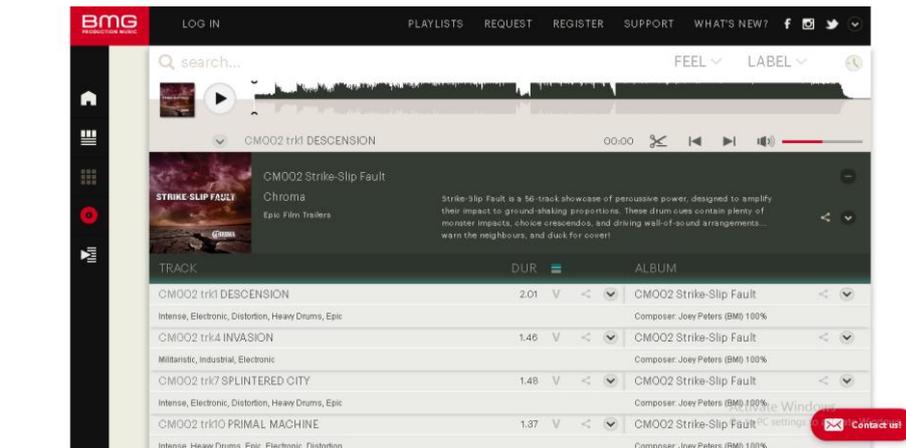
5.2. Pasca Produksi

Pembahasan pada tahap berikut adalah tentang tahap terakhir produksi sebelum karya film ini dipublikasikan. Pada tahapan pasca produksi ini, proses yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. *Backsound Music*

Dalam pembuatan program televisi *feature* ini, penulis mengunduh *backsound music* di bigbangfuzz. *Backsound* yang didownload di bigbangfuzz merupakan *Backsound Royalty Free* yang dapat dipakai dan diunduh bebas tanpa ada royalti oleh pembuatnya. Halaman depan bigbangfuzz dapat dilihat pada gambar 5.15.



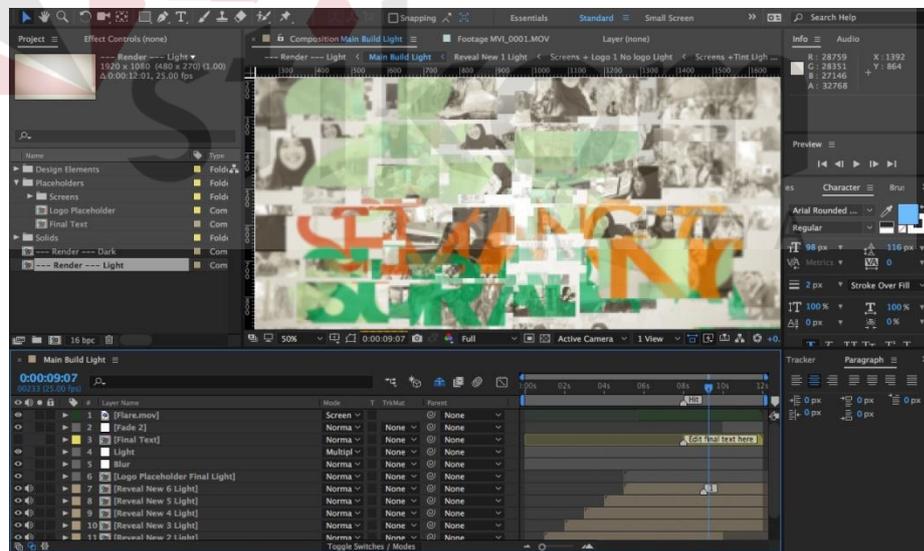


Gambar 5. 15 Halaman Depan Bigbangfuzz

Sumber: Olahan Penulis (2018)

2. Bumper

Pembuatan *bumper* diperlukan dalam program televisi *feature*. Bumper berguna sebagai transisi antara segmen. Pembuatan *bumper* dapat dilihat digambar 5.16.



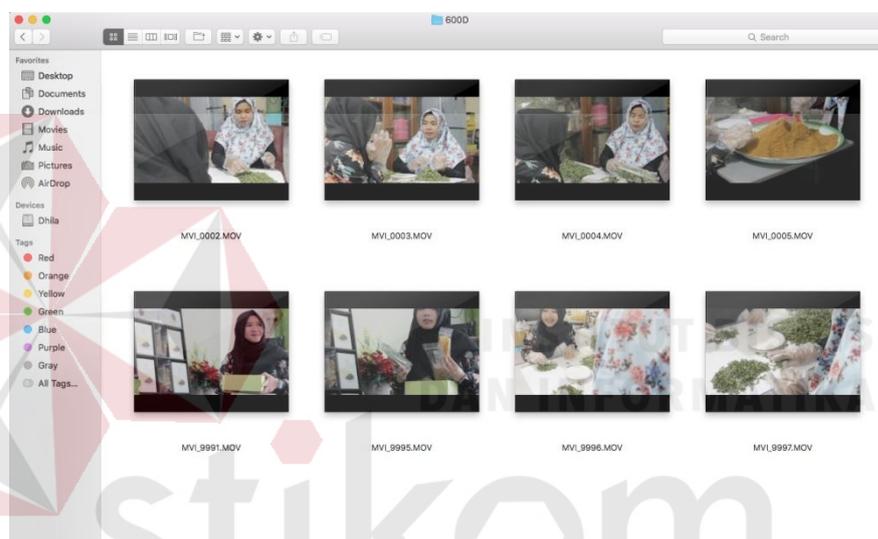
Gambar 5. 16 Pembuatan Bumper

Sumber: Olahan Penulis (2018)

3. Editing

a. Pemilihan Video

Pada tahap editing, proses pemilihan video merupakan proses awal dimana penulis menyeleksi beberapa *stock shot* atau *foontage* pada saat produksi berjalan. Pemilihan video terbagi menjadi 3 segmen dengan materi yang masih berkesinambungan. Pemilihan video dapat dilihat pada gambar 5.17.



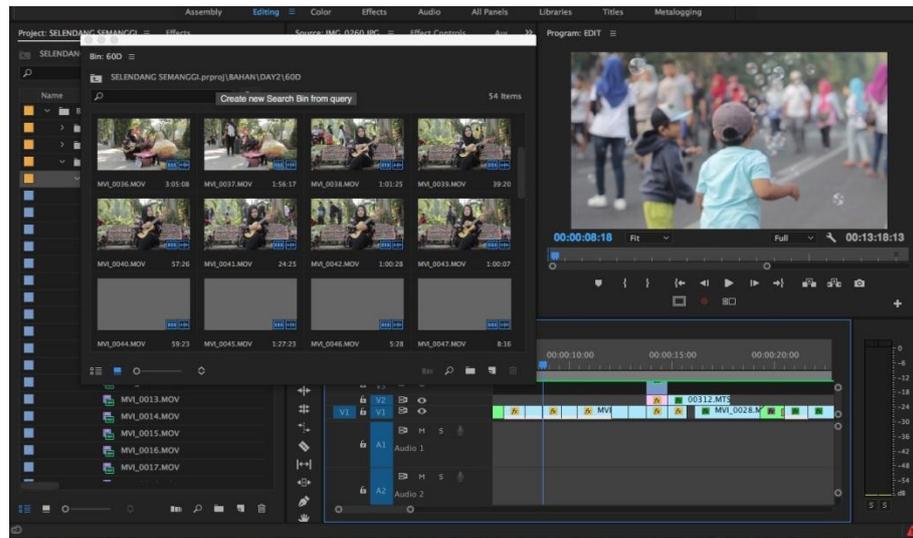
Gambar 5. 17 Screenshot Stok Video

Sumber: Olahan Penulis (2018)

b. Penataan *Stock Shot*

Setelah melakukan pemilihan video *stock shot* atau *foontage* pada saat proses produksi, maka tahap selanjutnya dilakukan penataan *stock shot*. Proses ini dilakukan dengan bantuan program *editing* video, yaitu Adobe Premiere Pro CC 2017. Pada proses penataan *stock shot* ini mengacu kepada naskah televisi yang dibuat oleh Produser. Penataan

Stock Shot dapat dilihat pada gambar 5.18.

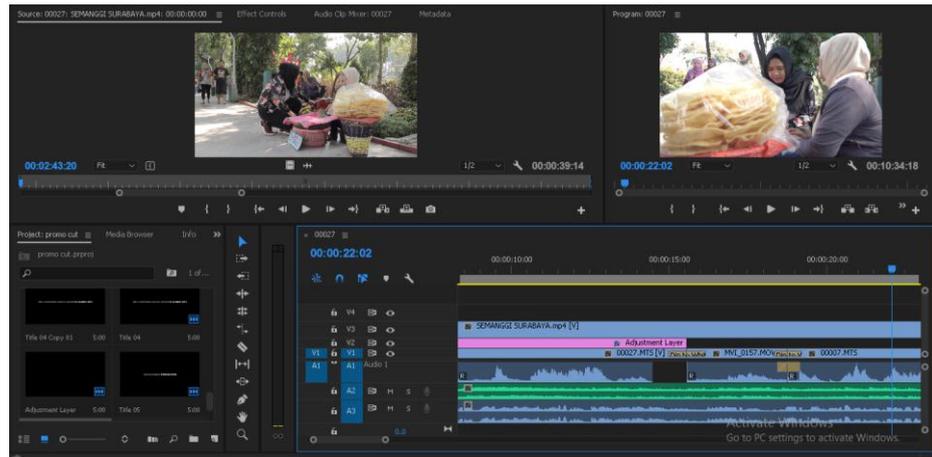


Gambar 5. 18 Screenshot Penataan Stok Shot

Sumber: Olahan Penulis (2018)

c. *Sound Editing*

Setelah melakukan proses penataan stock video, selanjutnya dilakukan proses *sound editing*, penambahan *backsound* pada video untuk mendukung suasana, sehingga tidak menimbulkan kebosanan. Proses penambahan *backsound* ini di terapkan pada segmen 1 sampai dengan segmen 3. *Backsound* dalam program televisi *feature* ini terbagi menjadi 2 *channel*, dimana *channel* pertama berisikan suara *on cam* atau suara *host* dan wawancara yang dihasilkan dari pada saat produksi dan *channel* kedua merupakan *backsound* tambahan yang diberikan. Dapat dilihat pada gambar 5.19



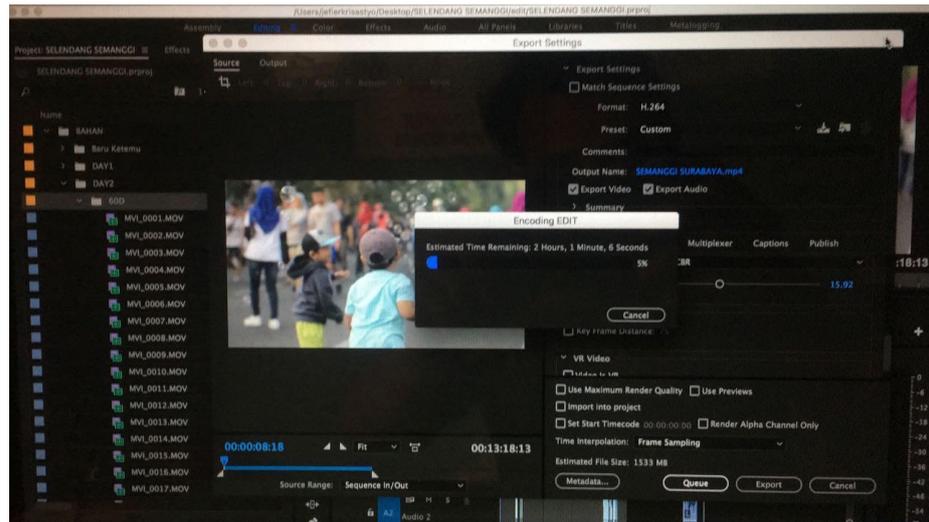
Gambar 5. 19 Screenshot proses *editing* audio

Sumber: Olahan Penulis (2018)

d. *Rendering*

Setelah audio maupun video tertata, proses selanjutnya adalah proses *Rendering*. *Rendering* merupakan menyatukan semua *stock shot* untuk di *export* menjadi media video yang diinginkan. Dalam proses *rendering* (Lihat gambar) memiliki banyak format video yang disesuaikan segmentasi penyebaran hasil video. Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan *rendering* tergantung kualitas yang diinginkan oleh *editor*. Setelah proses *rendering* selesai, maka video telah selesai.

Proses *rendering* dapat dilihat pada gambar 5.20.



Gambar 5. 20 Screenshot Proses Rendering

Sumber: Olahan Penulis (2018)

e. *Mastering*

Mastering merupakan proses terakhir dimana *file* video yang telah melalui proses *rendering* dipindahkan ke dalam VCD, DVD dan media lainnya. Program televisi *feature* ini menggunakan media DVD karena hasil render dipilih formal *High Definition* (HD), sehingga media DVD dengan kapasitas besar dapat menampung video program televisi *feature*.

4. Publikasi *Scceening*

Publikasi Screening pada program televisi *feature* digunakan sebagai media promosi dan mempublikasikan proyek Tugas Akhir ini kepada masyarakat. Media publikasi yang dibuat sebagai berikut:

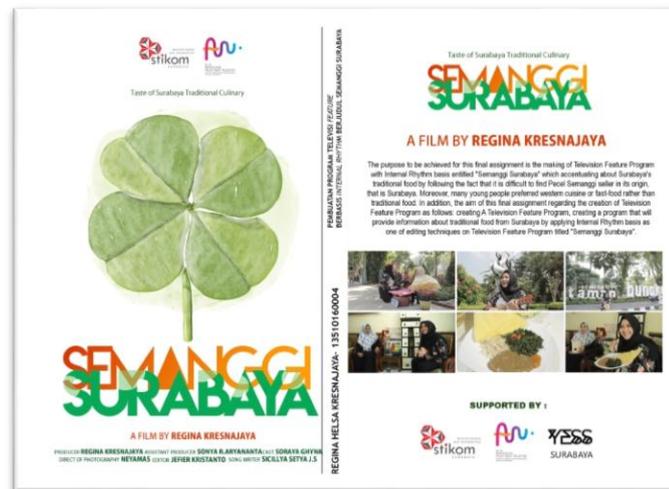
a. Poster A1



Gambar 5. 21 Poster “Semanggi Surabaya”

Sumber: Olahan Penulis (2018)

b. Cover DVD



Gambar 5. 22 Cover DVD “Semanggi Surabaya”

Sumber: Olahan Penulis (2018)

c. Label DVD



Gambar 5. 23 Label DVD “Semanggi Surabaya”

Sumber: Olahan Penulis (2018)

d. Kaos



Gambar 5. 24 Desain Kaos

Sumber: Olahan Penulis (2018)

e. Mug



Gambar 5. 25 Desain Mug

Sumber: Olahan Penulis (2018)

f. Pin

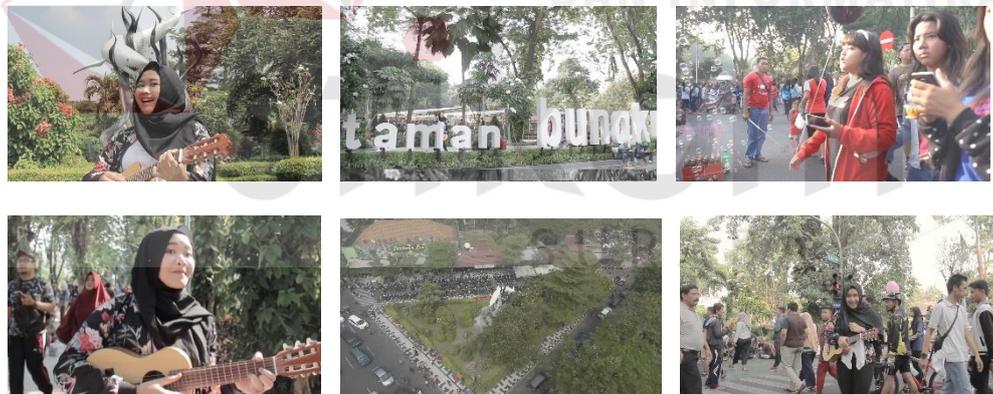


Gambar 5. 26 Desain Pin

Sumber: Olahan Penulis (2018)

2. *Screenshot Program Televisi Feature*

Screenshot program televisi *featue* berjudul “Semanggi Surabaya” ini akan menampilkan video yang sudah final dan sudah melalui tahapan *rendering*.

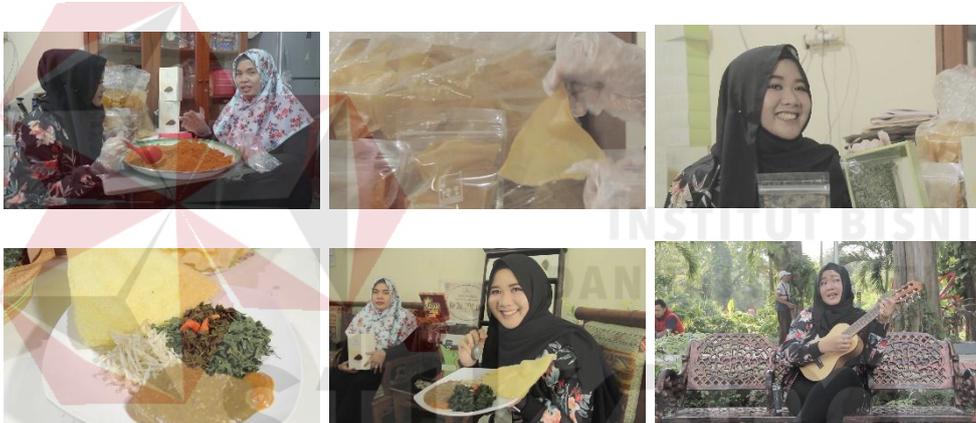
Gambar 5. 27 *Sreenshot* Segmen 1 Cerita Pertama

Sumber: Olahan Penulis (2018)



Gambar 5. 28 Screenshot Segmen 2 Cerita Kedua

Sumber: Olahan Penulis (2018)



Gambar 5. 29 Screenshot Segmen 3 Cerita Ketiga

Sumber: Olahan Penulis (2018)

BAB VI

KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil prosuk program televisi *feature* ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Menghasilkan program acara televisi *feature* berbasis *Internal Rhythm* dengan judul “Semanggi Surabaya”.
2. Pembuatan program televisi *feature* berbasis *Internal Rhythm* membutuhkan data yang valid untuk mendukung konten program acara televisi yang akan ditayangkan.
3. Hasil dari program acara televisi *feature* ini dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran dan rujukan mengenai program acara televisi *feature* atau tentang Semanggi Surabaya.

6.2 Saran

Berdasarkan pengalaman penulis saat mengerjakan program acara televisi ini, maka didapat saran sebagai berikut:

1. Program televisi *feature* berbasis *Internal Rhythm* dengan berjudul “Semanggi Surabaya” ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, program acara televisi ini dapat dikembangkan pada episode yang lainnya.
2. Diperlukan pencarian data yang lebih meluas dan valid karena program acara televisi *feature* harus memiliki data yang dapat dipertanggung jawabkan.

3. Diperlukan ilmu dalam menyusun suatu naskah program acara televisi yang berguna untuk penyusunan lebih teratur



DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Biran, Haru Misbach Yusa.1987.*Angle, Kontinuiti, Editing, Close Up, Komposisi dalam Sinemaografi*:Jakarta:Yayasan Citra
- Charnley, M.V.1985.*Reporting*.New York: Rinehart & Winston Publ.
- Darajat, Zakiyah. 1990. *Kesehatan Mental*. Jakarta: Gunung Agung
- Deswita. 2006. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fachruddin, Andi, 2012. *Dasar-dasar Produksi Televisi (Produksi Berita, Feature, Laporan Ivestigasi, documenter, dan Teknik Editing)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Glannetti, Louis.1995.*Understanding Movies*.5¹ ed.Englewood Cliffs.New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Hurlock, Elizabeth. B. 1992. *Developmental Psycology: A Life Span Approach, fifth edition. Mc Graw Hill*. Jakarta: Airlangga
- Javanddalasta, P.2014.*Lima Hari Mahir Bikin Film*. Surabaya: Mumtaz Media.
- Mabruri KN, Anton.2013.*Manajemen Produksi Program Acara TV:Format Acara Non – Drama, News & Sport*.Jakarta:Grasindo Moleong
- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter & Penyiar Radio*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Monks, F.J, Haditono, Siti R. 1994. *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Bagiannya*. Jogjakarta: Gajah Mada University Press
- Morrison. 2011. *Manajemen Media Penyiaran Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Peacock, Ricard Beck. 2001.*The Art of Moviemaking/; Script to Screen*.University of India: Prentice Hall
- Rumini, Sri Siti, Sundari H.S, 2004. *Perkembangan Anak dan Remaja*, Jakarta: Rineka Cipta

- Sanjaya, W. 2006. *Strategi Pembelajaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Santrock. John. W. 2003. *Adolescence. Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga
- Estiati, Eni. 2005. *Ragam Jurnalistik Baru Dalam Pemberitaan*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono.2013.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Bandung:Alfabeta.CV
- Widodo, Dukut Imam.2002.*Soerabaya Tempo Doeloe*.Surabaya.Surabaya:Dinas Pariwisata

2. Internet

<https://ksmtour.com/wisata-kuliner/kuliner-surabaya/5-tempat-wisata-kuliner-bercitarasa-pedas-di-surabaya.html>

Diakses pada tanggal 27

