

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

3.1. Tujuan Komunikasi

3.1.1. Tujuan Program

Green urbanism adalah konsep yang menekankan desain kota yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan efisien dalam penggunaan sumber daya, dengan tujuan untuk menciptakan kota yang sehat dan nyaman bagi warganya (Syukri & Purnomo, 2023). Pendekatan ini mencakup berbagai inisiatif, seperti pengurangan emisi karbon, penggunaan energi terbarukan, peningkatan ruang terbuka hijau, pengelolaan air yang efisien, serta sistem transportasi yang lebih ramah lingkungan.

Meskipun *Green Urbanism* mengusung konsep keberlanjutan, permasalahan-permasalahan ini masih menghambat upaya untuk mencapai tujuan pembangunan kota yang lebih hijau dan berkelanjutan. Diperlukan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat untuk mengatasi tantangan ini, serta peningkatan kesadaran dan kebijakan yang lebih tegas terkait pengelolaan sampah, transportasi, dan konsumsi berkelanjutan.

Program ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai dampak konsumsi berlebihan terhadap lingkungan, khususnya dalam isu *fast fashion*, *food waste*, dan *plastic waste*. Melalui pendekatan yang informatif dan visual yang menarik, program ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana kebiasaan sehari-hari dapat berkontribusi terhadap krisis lingkungan. Dengan menghadirkan para ahli sebagai narasumber, program ini tidak hanya membahas dampak negatif dari pola konsumsi yang tidak berkelanjutan, tetapi juga memberikan solusi praktis yang dapat diterapkan oleh individu untuk mengurangi jejak ekologis mereka.

Selain meningkatkan kesadaran, program ini juga bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku dalam mengadopsi gaya hidup yang lebih ramah lingkungan. Dengan menampilkan berbagai strategi, seperti mengurangi limbah pakaian melalui slow fashion, mengoptimalkan konsumsi makanan untuk menghindari pemborosan, serta memilih alternatif produk yang lebih berkelanjutan, program ini memberikan inspirasi dan panduan nyata bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam pelestarian lingkungan.

3.1.2. Target Audiens

Penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z dan Milenial memiliki tingkat kepedulian dan pengetahuan yang tinggi terhadap isu lingkungan. Survei nasional oleh Indikator Politik Indonesia dan Yayasan Indonesia Cerah pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa 85% responden usia 17-26 tahun dan 79% usia 27-35 tahun memiliki pemahaman yang baik tentang perubahan iklim. Selain itu, penelitian oleh Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta pada tahun 2024 menunjukkan bahwa 78,5% Generasi Z lebih peka terhadap isu lingkungan dibandingkan generasi lainnya.

Sehingga Target audiens dari program *Green Urbanism* adalah masyarakat berusia muda, khususnya generasi Milenial dan Gen Z, yang merupakan kelompok demografis terbesar di Indonesia. Berdasarkan data dari Indonesia.go.id, jumlah penduduk usia produktif di Indonesia mencapai 191,47 juta jiwa pada 2023, dengan dominasi Gen Z sebanyak 74,93 juta jiwa (27,94%) dan Milenial sebanyak 69,38 juta jiwa (25,87%) (Indonesia.go.id, 2021). Kedua generasi ini memiliki karakteristik yang erat dengan perkembangan teknologi digital, menjadikan mereka kelompok yang paling aktif dalam mengakses informasi melalui media sosial dan platform digital lainnya (Kunna Zakiah, 2024). Hal ini memberikan peluang besar dalam menyampaikan isu lingkungan secara lebih efektif melalui format visual yang menarik dan mudah diakses.

Kepedulian ini mempengaruhi perilaku mereka, terutama dalam hal konsumsi dan pekerjaan. Survei Deloitte tahun 2024 menemukan bahwa lebih dari 40% Gen Z dan Milenial mempertimbangkan untuk meninggalkan pekerjaan atau

telah melakukannya karena kekhawatiran terkait perubahan iklim. Selain itu, hampir dua pertiga dari mereka bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan. Keterlibatan aktif mereka dalam gerakan lingkungan, seperti protes dan kampanye melalui media sosial, menunjukkan bahwa kepedulian terhadap isu lingkungan telah menjadi bagian integral dari identitas dan nilai-nilai mereka. (Hasdiansa dkk., 2023)

Selain itu, berbagai penelitian menunjukkan bahwa kesadaran generasi muda terhadap isu lingkungan semakin meningkat. Survei *GoodStats* mencatat bahwa 75,7% Gen Z dan Milenial mulai menerapkan prinsip *zero waste* dalam kehidupan sehari-hari, seperti mengurangi sampah plastik dan memilih produk yang lebih ramah lingkungan (Ucy Sugiarti, 2024). Sementara itu, riset yang dipublikasikan oleh *Detik.com* mengungkapkan bahwa 69% Gen Z di Indonesia memiliki kepedulian tinggi terhadap isu lingkungan, meskipun masih menghadapi tantangan dalam konsistensi penerapannya (detik.com, 2024). Kepedulian ini menunjukkan bahwa mereka bukan hanya sekadar pengguna teknologi, tetapi juga agen perubahan yang dapat berkontribusi dalam solusi lingkungan. Oleh karena itu, *Green Urbanism* dirancang untuk menjangkau mereka dengan pendekatan yang sesuai dengan pola konsumsi media mereka, serta menawarkan wawasan dan solusi yang relevan dalam menghadapi tantangan lingkungan modern.

3.2. Strategi Komunikasi

Green Urbanism merupakan program feature bertema lingkungan hidup yang bertujuan untuk mengedukasi dan menginspirasi masyarakat urban dalam menerapkan gaya hidup berkelanjutan. Tujuan edukatif ini dipilih karena generasi milenial dan Gen Z sebagai target utama program, merupakan kelompok yang sudah memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap isu-isu lingkungan (PPIM UIN, Jakarta). Selain itu, kedua generasi ini memiliki karakteristik yang sangat erat dengan perkembangan teknologi digital, menjadikan mereka kelompok yang paling aktif dalam mengakses informasi melalui media sosial dan platform digital lainnya.

Namun, kesadaran saja tidak cukup jika tidak disertai dengan contoh nyata yang dapat ditiru. Banyak dari mereka yang sudah aware, tapi bingung harus mulai

dari mana atau bagaimana menerapkan gaya hidup berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, *Green Urbanism* hadir untuk menyelesaikan kesenjangan antara kesadaran dan tindakan, dengan menyajikan praktik-praktik konkret dan inspiratif yang bisa langsung diterapkan oleh audiens. Program ini menghadirkan berbagai isu lingkungan yang relevan dengan kehidupan perkotaan, seperti limbah plastik, fast fashion, dan food waste. Dengan pendekatan jurnalistik berbasis data, wawancara, serta dokumentasi lapangan, *Green Urbanism* tidak hanya menyajikan informasi tetapi juga menawarkan solusi praktis bagi audiens dalam mengadopsi kebiasaan yang lebih ramah lingkungan.

Dalam menyampaikan pesan pada program ini dirancang melalui *storytelling* visual yang kuat, dengan menggabungkan wawancara mendalam, dan dokumentasi lapangan. Pesan yang ingin disampaikan adalah bahwa masyarakat bisa melakukan perubahan menuju kehidupan urban yang berkelanjutan dapat dimulai dari tindakan sederhana, individu, maupun komunitas. Untuk memperkuat pesan tersebut, program menghadirkan narasumber yang kredibel seperti praktisi keberlanjutan, komunitas, hingga tokoh muda inspiratif. Mereka tidak hanya menjadi informan, tetapi juga "*wajah*" yang membawa cerita dan menjadi *role model* yang *relatable* bagi penonton.

Agar pesan keberlanjutan ini dapat menjangkau lebih luas dan efektif, tayangan ini akan disiarkan di televisi nasional, yang masih menjadi media utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, terutama kalangan dewasa dan keluarga di daerah urban dan semi-urban. Program *Green Urbanism* dirancang untuk disiarkan di TV lokal setiap akhir pekan, tepatnya pada hari Minggu pagi pukul 08.00–09.00 WIB, dengan tujuan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat umum yang ingin memahami lebih dalam tentang isu-isu keberlanjutan lingkungan. Penayangan di waktu pagi akhir pekan dipilih secara strategis karena dianggap sebagai slot santai, ketika audiens berada dalam suasana yang lebih rileks dan terbuka terhadap konten bertema human interest, edukatif, dan reflektif. Berdasarkan studi dari Perse dan Lambe (2016), tayangan dengan tema ringan dan bersifat inspiratif cenderung lebih diterima oleh penonton di pagi hari, terutama saat akhir pekan, karena bertepatan dengan waktu luang keluarga yang mencari tontonan bermakna namun tidak terlalu berat secara emosional atau teknis.

Program ini juga mengadopsi strategi *head-to-head*, yaitu bersaing secara langsung dengan acara lain yang memiliki genre dan segmen audiens yang sama di waktu tayang yang serupa. Tujuannya adalah untuk menawarkan alternatif tayangan yang edukatif namun tetap menghibur, di tengah dominasi acara hiburan konvensional. *Green Urbanism* berhadapan langsung dengan beberapa program unggulan di Kompas TV, seperti Berkas Kompas yang menampilkan kisah mendalam seputar peristiwa penting dan tokoh inspiratif di Indonesia pukul 08.00 WIB, serta Perempuan Perempuan Nusantara yaitu tayangan feature yang mengangkat kontribusi perempuan dari berbagai daerah di Indonesia pukul 09.30 WIB.

Kekuatan dan diferensiasi utama *Green Urbanism* terletak pada tema yang sangat aktual dan dekat dengan kehidupan generasi muda, yaitu isu keberlanjutan urban yang dikemas dengan pendekatan visual yang modern, ringan, dan inspiratif. Dibandingkan dengan program kompetitor yang lebih menekankan aspek sejarah, figur tokoh, atau kontribusi komunitas dalam bingkai naratif tradisional.

Green Urbanism mengangkat isu-isu yang lebih dekat seperti *fast fashion*, *food waste*, dan *plastic waste* dengan bahasa visual dan gaya bercerita yang *relatable* bagi milenial dan Gen Z. Selain itu, format *practical guide* dalam beberapa episode menjadi keunikan tersendiri karena tidak hanya menyentuh aspek informatif, tetapi juga mendorong aksi nyata melalui contoh-contoh yang mudah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Untuk menjaga kualitas tayangan di setiap episode, program ini menjalankan proses produksi yang ketat dan terstruktur, mulai dari riset mendalam, pengembangan treatment yang kuat, hingga penyusunan narasi visual yang konsisten. Seluruh proses baik pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi dijalankan dengan kolaborasi yang terkoordinasi, termasuk kontrol kualitas di tahap *editing* untuk memastikan pesan tersampaikan secara efektif dan estetis. Selain itu, *Green Urbanism* juga melibatkan narasumber kredibel dan komunitas aktif di bidangnya, sehingga konten yang dihadirkan tidak hanya menarik, tetapi juga memiliki kekuatan validitas dan dampak nyata bagi audiens.

Lebih lanjut, *Green Urbanism* menggunakan pendekatan *theming*, di mana kontennya dirancang dengan tema khusus yang konsisten yaitu lingkungan dan

keberlanjutan, dan ditayangkan secara intensif saat masa liburan, ketika penonton memiliki lebih banyak waktu untuk menyimak program dengan lebih santai dan mendalam. Selain itu, program ini juga memanfaatkan strategi penjadwalan *hammocking*, yakni menempatkan program di antara dua acara unggulan atau yang sudah memiliki basis audiens besar. Dengan berada di “tengah” dua program yang sudah populer, *Green Urbanism* diharapkan dapat menarik perhatian penonton yang sebelumnya tidak berniat menonton, sekaligus mempertahankan pemirsa dari satu program ke program berikutnya. Kombinasi strategi ini tidak hanya memperkuat posisi *Green Urbanism* dalam peta program televisi akhir pekan, tetapi juga menjadikannya sebagai media efektif dalam menyampaikan pesan-pesan penting tentang kehidupan berkelanjutan, keterlibatan warga, dan pentingnya peran individu serta komunitas dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Selain itu, untuk mengakomodasi kebiasaan generasi muda seperti Generasi Z dan Milenial yang lebih aktif mengakses informasi melalui internet, program ini juga akan tersedia di platform streaming digital seperti YouTube, yang memungkinkan penayangan ulang (*on-demand*), berbagi konten secara luas, serta interaksi langsung melalui kolom komentar atau fitur live chat.

Tak hanya itu, distribusi konten juga diperluas melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter (X), dengan format pendek dan visual yang disesuaikan untuk menarik perhatian serta membangun keterlibatan (*engagement*). Pemanfaatan media sosial memungkinkan penyebaran pesan yang lebih cepat, viral, dan mudah diakses oleh pengguna *mobile*. Strategi *multiplatform* ini tidak hanya memperluas jangkauan program, tetapi juga menciptakan ruang partisipatif di mana masyarakat dapat berdiskusi, menyebarluaskan informasi, dan terinspirasi untuk turut mengambil peran dalam menciptakan kota yang berkelanjutan. Pendekatan ini juga sejalan dengan tren komunikasi publik berbasis digital yang inklusif dan adaptif terhadap perilaku konsumsi media masa kini. (Dwivedi et al., 2021)

Selain itu, platform digital seperti YouTube dan layanan streaming akan digunakan untuk menarik perhatian generasi muda yang lebih aktif mengonsumsi konten digital. *Green Urbanism* juga akan hadir di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, dengan konten interaktif berupa cuplikan episode, tips

keberlanjutan, serta wawancara singkat dengan narasumber. Dengan strategi komunikasi ini, program ini diharapkan dapat memberikan edukasi yang efektif, menginspirasi aksi nyata, serta mendorong perubahan perilaku menuju gaya hidup yang lebih ramah lingkungan.

3.3. Analisa Spesifik Program

Dalam upaya menghadirkan program feature bertema lingkungan yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan inspiratif, *Green Urbanism* dirancang dengan konsep penyajian yang profesional dan pendekatan visual yang modern. Program ini memadukan elemen dokumenter dengan gaya jurnalistik yang ringan agar dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, khususnya generasi milenial dan Gen Z yang menjadi target utama. Untuk memastikan efektivitas penyampaian pesan serta daya tarik tayangan, berbagai aspek teknis menjadi perhatian utama dalam produksi program ini.

Setiap episode *Green Urbanism* memiliki durasi 20–25 menit yang dipilih berdasarkan pertimbangan keseimbangan antara kedalaman informasi dan daya tarik visual. Durasi ini cukup untuk menggali isu lingkungan secara menyeluruh tanpa membuat audiens kehilangan fokus. Selain itu, format ini memungkinkan penyampaian pesan secara padat dan efisien, sehingga mudah dipahami oleh berbagai kalangan penonton.

Program ini diproduksi dalam resolusi HD (*High Definition*) hingga *Full HD* guna memberikan tampilan yang lebih tajam dan detail. Kualitas gambar yang baik sangat penting dalam menampilkan dokumentasi lapangan, wawancara dengan para pakar, serta berbagai inisiatif keberlanjutan yang diangkat dalam program. Dengan kualitas visual yang tinggi, audiens akan lebih tertarik dan lebih mudah memahami pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, tampilan visual yang profesional juga meningkatkan kredibilitas program sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya.

Untuk memastikan penyampaian informasi yang jelas dan menarik, program ini mengadopsi teknik penyajian seperti:

1. *Voice Over* (VO)
 - a. Digunakan untuk memberikan narasi tambahan yang memperjelas konteks serta data pendukung.
 - b. Membantu memberikan alur cerita yang lebih jelas dan memastikan audiens mendapatkan informasi yang lengkap tanpa harus bergantung sepenuhnya pada dialog narasumber atau narator.
 - c. Dipilih dengan nada suara yang ramah namun tegas untuk menciptakan kesan yang profesional tetapi tetap mudah dicerna oleh semua kalangan.

Dengan teknik ini, *Green Urbanism* diharapkan mampu menghadirkan tayangan feature yang tidak hanya mengedukasi tetapi juga menginspirasi audiens untuk lebih peduli terhadap isu keberlanjutan lingkungan. Penyajian yang menarik, berkualitas tinggi, serta didukung oleh pendekatan jurnalistik berbasis data akan membuat program ini lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan mendorong aksi nyata di kalangan masyarakat.

3.4. Konsep Perancangan

Berikut tahapan produksi yang lebih spesifik untuk program *Green Urbanism*:

1. Pra-Produksi

1) Perencanaan dan Pengembangan Konsep Program Peran Produser

1) Pencarian ide

Sebagai langkah awal dalam proses pra-produksi, produser memulai dengan mencari ide yang tidak hanya relevan secara sosial tetapi juga memiliki kedekatan emosional. Produser melakukan riset awal, dari proses ini penulis menyadari bahwa isu keberlanjutan bukan hanya tentang data dan ancaman, tapi juga tentang harapan, kebiasaan sehari-hari, dan bagaimana individu bisa jadi agen perubahan.

2) Menentukan Tema “*Green Urbanism*”

Setelah melalui proses eksplorasi ide, terdapat pemilihan tema “*Green urbanism*” yang dilandasi untuk mengangkat solusi keberlanjutan

dalam konteks kehidupan kota. *Green Urbanism* mencakup banyak aspek perubahan, mulai dari sistem transportasi, pengelolaan sampah, pola konsumsi, hingga kesadaran gaya hidup.

Produser pada program “*Green Urbanism*” menetapkan tiga isu utama untuk episode pilot yaitu *Waste Management*.

2) Riset dan Persiapan Produksi Peran Produser

1) Pembentukan Tim produksi

Produser merekrut dan membentuk tim produksi yang terdiri dari berbagai divisi seperti sutradara, penulis naskah, kameramen, editor, dan lainnya (Anggrid, 2024). Dalam proses ini, produser membentuk tim penulis naskah, kameramen, editor, narator, dan kru lapangan melalui pendekatan personal.

2) Latar belakang, narasumber, dan perizinan lokasi

Produser bertanggung jawab dalam mengurus perizinan yang diperlukan untuk lokasi syuting, termasuk izin keramaian, sewa lokasi, dan koordinasi dengan pihak terkait (Anggrid, 2024). Dalam menentukan narasumber dan lokasi, produser melakukan riset mendalam terhadap komunitas seperti Foodbank of Indonesia, Kampung Perca, dan Lyfe with Less. Ketiganya dipilih karena memiliki *track record* yang nyata dalam gerakan lingkungan. Untuk lokasi, produser mengurus izin syuting ke pihak pengelola komunitas, dan beberapa lokasi publik. Lokasi yang dipilih disesuaikan dengan karakter visual tiap episode seperti kampung kreatif, dapur donasi pangan, dan area permukiman padat untuk memperkuat konteks urban.

3) Membuat *question list* bersama dengan penulis

PEDOMAN WAWANCARA Episode: Satu (1) Judul: <i>Asa Pemuda Negeri Merawat Bumi</i> Format: Feature biografi Narasumber Utama: Farid Aulia Rahman Pertanyaan: 1. Isilah cerita awal apa yang pertama kali membuat kamu peduli terhadap lingkungan sejak kecil? 2. Apa yang mendorong kamu terlibat langsung dalam kegiatan dari ulang dan lingkungan? 3. Siapa atau apa yang paling berpengaruh dalam perjalananmu sebagai aktivis lingkungan? 4. Seberapa kamu bekerja di perusahaan yang juga bergerak di isu lingkungan. Apa tantangan terbesarnya menurutmu? 5. Bagaimana kamu melihat pentingnya edukasi soal sampah ke masyarakat? 6. Apa strategi kamu ketika warga belum terbiasa memilah sampah? 7. Apa momen yang paling membekas soal pentingnya menjaga bumi? 8. Aktivitas atau proyek lingkungan apa saja yang kamu jalankan hingga saat ini? 9. Kamu pernah bilang bahwa menjaga lingkungan bukan cuma soal buang sampah di tempatnya dan banyak lainnya. Bisa jelaskan lebih dalam? 10. Menurut kamu, kenapa isu lingkungan jadi penting untuk diperhatikan generasi sekarang? 11. Apa harapan kamu terhadap generasi muda soal isu lingkungan ini? 12. Apa makna dari langkah kecil menurut kamu, dan kenapa itu penting untuk perubahan? 13. Apa tantangan paling besar dalam mengajak orang-orang sekitar ke peduli? 14. Apa arti "merawat bumi" bagimu secara pribadi? 15. Pesan apa yang ingin kamu sampaikan kepada generasi muda seperti kamu?	Episode: Dua (2) Judul: <i>5 Pilar Pemutus Rantai Sampah Paksi</i> Format: Practical guide feature Narasumber: Perwakilan komunitas Kampung Perca dan Lyfe With Less Pertanyaan: 1. Apa kesulitan utama yang mendorong berdirinya komunitas ini? 2. Apa visi yang ingin dicapai? 3. Menurut kalian, apa tantangan terbesar dalam mengubah limbah tekstil di masyarakat? 4. Bagaimana kalian menerapkan prinsip 5R (Recycle, Reduce, Reuse, Repair, Rework)? 5. Menurut kalian, mengapa ini bahkan menjadi ancaman lingkungan? 6. Tipe sebatang apa yang bisa dilakukan orang-orang di rumah? Pertanyaan di Kampung Perca: 1. Apa yang membuat Kampung Perca memilih untuk fokus pada kain perca dan limbah tekstil? 2. Bagaimana proses kalian dalam mengubah kain sisa menjadi produk baru seperti hoodie atau tas? Apa saja tantangan yang dihadapi? 3. Kalian juga melakukan <i>resell</i>. Bagaimana masyarakat awalnya menerima produk dari ulang dari kain bekas ini? 4. Bisa cerita, bagaimana kegiatan <i>resell</i> dilakukan di sini? Apa makna di balik memperhalus pakaian rusak dengan <i>resell</i> ini? 5. Menurut Anda, seberapa besar dampak nyata dari kegiatan Kampung Perca terhadap pengurangan limbah tekstil? Pertanyaan di Lyfe With Less: 1. Bisa ceritakan tentang kegiatan <i>resell</i> yang kalian lakukan? Bisa ceritakan kegiatan kurasi pakaian sebelum dipakai ulang? Seperti apa prosesnya? 2. Apa yang membuat acara <i>Reselling Silang</i> ini penting? 3. Bagaimana kalian melihat budaya <i>re-wear</i> atau memakai kembali pakaian lama? Apakah ini sudah tren, atau ada nilai lebih di dalamnya?
---	---

Gambar 3.1. *Question List*

Dalam menyusun daftar *question list* narasumber produser bersama penulis naskah, tentunya mempertimbangkan keseimbangan antara tokoh utama dan pendukung. *Question list* ini menjadi acuan dalam membangun struktur cerita dan merancang arah wawancara agar tetap sesuai dengan visi program.

4) Menyiapkan *treatment* bersama dengan penulis

TREATMENT & SINOPSIS EPISODE 1 I. JUDUL DAN TEMA Visi: <i>Asa Pemuda Negeri Merawat Bumi</i>, mengungkap sisi tersembunyi dari apa yang sebenarnya terjadi di balik aksi peduli lingkungan yang dilakukan oleh generasi muda di era digital ini. II. SINOPSIS Farid Aulia Rahman adalah seorang pemuda yang memiliki cita-cita yang tinggi. Sejak kecil, dia memiliki ketertarikan yang mendalam terhadap alam. Dia adalah seorang yang peduli terhadap lingkungan, dan dia ingin mengubah dunia ini menjadi lebih baik. Dia adalah seorang yang peduli terhadap lingkungan, dan dia ingin mengubah dunia ini menjadi lebih baik.	III. TREATMENT Episode 1 Durasi: 7 menit Isi: Farid Aulia Rahman adalah seorang pemuda yang memiliki cita-cita yang tinggi. Sejak kecil, dia memiliki ketertarikan yang mendalam terhadap alam. Dia adalah seorang yang peduli terhadap lingkungan, dan dia ingin mengubah dunia ini menjadi lebih baik.	SEQUENCE 1 Durasi: 3 menit Isi: Farid Aulia Rahman adalah seorang pemuda yang memiliki cita-cita yang tinggi. Sejak kecil, dia memiliki ketertarikan yang mendalam terhadap alam. Dia adalah seorang yang peduli terhadap lingkungan, dan dia ingin mengubah dunia ini menjadi lebih baik.
--	---	---

Gambar 3.2. *Treatment*

Treatment menjadi hal utama untuk setiap episode. Produser bersama tim atau departemen penulis merancang treatment yang mampu menggabungkan aspek emosional, informatif, dan visual. Tim memastikan bahwa setiap *sequence* memiliki makna, ritme, dan arah naratif yang terukur. Produser tidak hanya mengevaluasi isi *treatment*,

tapi juga memastikan bahwa narasi tersebut memungkinkan untuk diproduksi, terlebih dari sisi teknis, waktu, maupun anggaran.

5) Merancang visual *shotlist* bersama tim kamera

SHOOTLIST
Eps 1 : "Asa Pemuda Negeri Merawat Bumi"

No	Sequence	Shot	Type Of Shot	In/Ext	Angle	Description	Duration
1.	1	MCU	Int	Eye Level		Wawancara Farid menceritakan kisahnya	5 Menit
2.	2	LS	Ext	Eye Level		Rumah Farid	7 Detik
3.	3	CU	Ext	Eye Level		Burung Berkicau	7 Detik
4.	4	LS	Ext	Low		Langit Rumah Farid	5 Detik
5.	5	LS	Ext	Eye Level		Halaman Rumah Farid	7 Detik
6.	6	LS	Ext	Eye Level		Pepohonan rindang di sekitar rumah	7 Detik
7.	7	MCU	Ext	Eye Level		Anak kecil membuang sampah	8 Detik
8.	8	MCU	Ext	High Level		Anak kecil menanam pohon Bersama orang tua	10 Detik
9.	9	MCU	Ext	Eye Level		Anak kecil dan orang tua berkreasi dengan barang bekas untuk di daur ulang	10 Detik
10.	10	MCU	Ext	Eye Level		Anak Kecil Bermain mobil-mobilan dari botol plastik	10 Detik
11.	11	LS	Ext	Eye Level		Farid membersihkan taman	10 Detik
12.	12	MCU	Ext	Eye Level		Farid membersihkan taman	10 Detik
13.	13	CU	Ext	High		Farid memilah sampah	10 Detik
14.	14	MCU	Ext	Eye Level		Farid membagikan makan di lingkungan yang padat	10 Detik
15.	15	CU	Ext	Eye Level		Farid membagikan makan di lingkungan yang padat	10 Detik
16.	16	LS	Ext	Low		Gedung-gedung bertingkat	7 Detik

Gambar 3.3. *Shootlist*

Produser bersama dengan tim kamera merancang *shotlist*, setiap lokasi dan adegan dipecah menjadi beberapa *angle* seperti *shot wide*, *medium*, dan *close-up*, yang disesuaikan dengan kebutuhan naratif.

6) Membuat *timeline* keseluruhan produksi

Produser bertanggung jawab menyusun *timeline shooting* yang berisikan seluruh rangkaian produksi, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Timeline ini bertujuan untuk mengetahui waktu keseluruhan proyek secara menyeluruh, timeline juga menjadi acuan utama dalam mengukur kemajuan produksi agar setiap tahapan selesai tepat waktu dan sesuai target yang telah ditentukan.

7) Membuat *rundown* kegiatan produksi

Produser melakukan penyusunan *rundown* kegiatan produksi mencakup jadwal pengambilan gambar, kebutuhan logistik, alur aktivitas lapangan, serta estimasi waktu per lokasi. Dalam menyusun *rundown*, produser memastikan agar tim memiliki ruang cukup untuk adaptasi, terutama karena program ini bersifat realis dan membutuhkan pengambilan gambar spontan.

8) Produser menyusun anggaran produksi

RANCANGAN ANGGARAN BIAYA SYUTING TUGAS AKHIR FEATURE										
BAG	NO	DESCRIPTION	QTY	SAT	FRQ	SAT	AMOUNT	SUBTOTAL	KETERANGAN	
OPERASIONAL										
I.	1	Konsumsi Crew (5 Hari: 2x Makan / Hari)	8	Person	12	Makan	Rp 20.000	Rp 1.600.000		
	2	Konsumsi Talent Utama (3 Hari: 1x Makan / Hari)	5	Person	1	Makan	Rp 20.000	Rp 100.000		
	3	Konsumsi Editing Post Produksi (9 Hari: 3x Makan / Hari)	1	Person	27	Makan	Rp 10.000	Rp 270.000		
	4	Transportasi Mobil Crew	1	Mobil	6	Hari	Rp -	Rp -		
	5	Transportasi Bensin Crew	1	Mobil	6	Hari	Rp 100.000	Rp 600.000		
	6	Dokumen dan Alat Tulis	1	Paket	3	Episode	Rp 50.000	Rp 150.000		
	7	Perlengkapan Produksi PKK	1	Paket	3	Episode	Rp 100.000	Rp 300.000		
	8	Lakban Hitam Besar (daiman)	4	Item			Rp 20.000	Rp 80.000		
	9	Lakban Bening	2	Item			Rp 20.000	Rp 40.000		
	10	Lakban Kertas Kecil	2	Item			Rp 15.000	Rp 30.000		
10 Penggunaan Listrik								Rp 50.000	Rp 150.000	
Sub Total								Rp 3.640.000		
TALENT										
II.	1	Pak Hendro	1	Person			Rp 250.000	Rp 250.000		
	2	Bu Wida	1	Person			Rp 250.000	Rp 250.000		
	3	Isk Farid	1	Person			Rp 250.000	Rp 250.000		
	4	Kampung Perca	1	Person			Rp 250.000	Rp 250.000		
	5	UWL	1	Person			Rp 250.000	Rp 250.000		
Sub Total								Rp 1.250.000		

Gambar 3.4. Rancangan Anggaran Biaya (RAB)

Produser membagi pos anggaran berdasarkan kebutuhan utama seperti peralatan teknis, transportasi, konsumsi kru, izin lokasi, dan hadiah narasumber. Penyusunan anggaran ini produser melakukan dengan efisiensi namun tidak mengorbankan kualitas visual dan memastikan bahwa semua kebutuhan produksi tercukupi, tanpa pemborosan dan tetap dalam batas kemampuan sumber daya yang ada.

3) Koordinasi dengan kru dan narasumber Peran Produser

Produser melakukan koordinasi kepada kru dengan meeting sebelum produksi dimulai, agar semua kru memiliki pemahaman yang sama ketika di lokasi shooting. Kemudian produser menghubungi dan menjadwalkan narasumber yang akan terlibat dalam program. Produser membuat jadwal pertemuan daring atau tatap muka untuk membangun relasi dan menyampaikan secara transparan mengenai format kegiatan, teknis pengambilan gambar, dan jadwal produksi. Beberapa narasumber seperti dari Foodbank of Indonesia dan Kampung Perca memiliki aktivitas yang cukup padat, sehingga fleksibilitas waktu menjadi bagian penting dari koordinasi ini.

4) Menyusun Naskah Peran Produser

Dalam buku Produksi dan Siaran Program Televisi, produser bersama penulis naskah dan pengarah acara sering disebut triangle system, yang membuat konsep desain keseluruhan dari suatu program. Naskah ini berupa narasi, pertanyaan wawancara, dan urutan cerita visual. Produser mengawasi agar struktur cerita tiap episode tetap mengalir logis dan kuat secara emosi.

5) Menentukan konsep editing Peran Editor

Pada tahap pra-produksi, editor berperan dalam merancang konsep editing yang akan digunakan dalam program. Hal ini mencakup pemilihan gaya visual, ritme penyuntingan, dan teknik yang sesuai dengan tema program. Dengan merancang konsep editing sejak pra-produksi, editor membantu memastikan bahwa setiap elemen visual dalam “Green Urbanism” mendukung tujuan edukatif dan emosional program secara terpadu (Husein, 2023).

c. Memberikan masukan teknis

Editor juga berkontribusi dalam memberikan masukan teknis kepada tim produksi mengenai kebutuhan *footage* tambahan, seperti shot *establish*, *stockshot*, atau *insert* yang diperlukan untuk memperkaya materi visual. Dengan demikian, editor membantu memastikan bahwa semua elemen visual yang dibutuhkan tersedia saat proses *editing*, sehingga mengurangi kebutuhan untuk pengambilan gambar tambahan setelah produksi utama selesai.

d. Koordinasi dengan tim produksi

Editor berkoordinasi dengan berbagai departemen dalam tim produksi, termasuk sinematografer, penata suara, dan desain grafis, untuk memastikan bahwa semua elemen yang dibutuhkan untuk proses editing tersedia dan sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Kolaborasi ini penting untuk menciptakan keselarasan antara visi kreatif dan pelaksanaan teknis di lokasi.

Dengan koordinasi yang efektif sejak pra-produksi, editor memastikan bahwa semua visual dan suara mendukung penyampaian pesan edukatif tentang *green urbanism* secara konsisten dan menarik.

2. Produksi Peran Produser

a. Peran Produser

1) Pengawasan dan koordinasi produksi

Pengawasan terhadap pelaksanaan produksi sesuai dengan naskah dan *shooting script* yang telah disusun sebelumnya. Produser harus selalu berkoordinasi dengan kru seperti penata kamera untuk memastikan bahwa semua kegiatan produksi di lapangan berjalan sesuai dengan konsep dan timeline yang telah ditetapkan. Pada tahap produksi, produser berperan sebagai pengendali utama yang memastikan seluruh proses pengambilan gambar berjalan sesuai dengan naskah, rundown, dan visi program. Produser hadir langsung di lokasi untuk mengawasi proses shooting, mulai dari penempatan kamera, arah wawancara, hingga dinamika antara talent dan kru.

2) Manajemen anggaran dan jadwal

Produser memegang peranan strategis sebagai pengendali jadwal dan anggaran. Produser bertanggung jawab memastikan bahwa proses produksi tetap berada dalam batas anggaran dan sesuai dengan jadwal yang telah disusun. Di lapangan, produser memantau penggunaan dana harian, serta mengevaluasi progres setiap lokasi, dan melakukan penyesuaian apabila terjadi keterlambatan. Oleh karena itu, kemampuan produser dalam menyusun jadwal yang realistis dan efisien sangat menentukan keberhasilan produksi (Ferry, 2022).

3) Manajemen integritas isi dan visual

Produser bertugas memastikan bahwa seluruh konten yang dihasilkan tidak hanya informatif dan faktual, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai lingkungan dengan narasi visual yang menarik dan konsisten. Produser bekerja sama dengan tim kamera dan editor untuk menyesuaikan gambar,

infografis, *footage* lingkungan, serta testimoni narasumber agar tetap selaras dengan pesan inti program (Kusumo, 2019).

b. Peran editor

1) Pengolahan materi dan *log* data

Setiap kali sesi pengambilan gambar selesai, produser langsung mengumpulkan dan menyalin *footage* ke dalam *harddisk* cadangan. Proses ini tidak hanya penting untuk *backup*, tetapi juga sebagai awal dari pengolahan data mentah. Dengan sistem pengarsipan yang rapi sejak tahap produksi, editor memastikan proses editing nantinya lebih cepat dan terarah.

2) Memantau pengambilan data dan masukan produksi

Selama produksi berlangsung, editor memantau proses pengambilan gambar secara langsung maupun melalui monitor *playback*. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa kebutuhan teknis untuk editing telah terpenuhi di lapangan. Jika editor melihat ada *footage* yang terlalu pendek, atau tidak memiliki "*lead-in*" dan "*lead-out*" yang cukup, editor segera memberi masukan ke tim produser dan kamera untuk pengambilan ulang atau penambahan shot tambahan.

2. Post Produksi

a. Peran Produser

1) Pengawasan dan pengelolaan penyunting

Salah satu tugas utama produser dalam pasca-produksi adalah mengawasi proses penyuntingan. Produser harus memastikan bahwa semua elemen yang telah direkam selama produksi disusun dan disunting dengan baik, termasuk gambar, suara, musik, dan efek visual. Produser bekerja sama dengan editor untuk menentukan struktur cerita, tempo, dan alur yang tepat dalam penyuntingan. Selain itu, produser bertanggung jawab dalam memastikan bahwa semua materi yang digunakan telah sesuai dengan standar etika dan teknis yang ditetapkan.

2) Koordinasi dengan tim pasca produksi

Sebagai pengarah keseluruhan, produser bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan tim pasca-produksi, yang bisa mencakup editor, desainer grafis, penyunting suara, dan teknisi visual. Produser akan memberikan arahan umum mengenai gaya, tujuan, dan pesan yang ingin disampaikan oleh program, serta memastikan bahwa semua anggota tim bekerja dengan efisien untuk menyelesaikan proyek tepat waktu (Amelia, 2024).

3) Finalisasi produk dan distribusi

Setelah penyuntingan selesai, produser bertanggung jawab untuk menyelesaikan produk akhir dan mempersiapkannya untuk distribusi, baik melalui saluran televisi, media online, atau platform lainnya. Produser harus memastikan bahwa produk akhir memenuhi standar teknis untuk siaran, seperti format file, resolusi, dan kualitas suara. Selain itu, produser juga terlibat dalam proses pengujian final untuk memastikan bahwa program dapat ditayangkan tanpa masalah teknis (Amelia, 2024).

4) Evaluasi dan umpan balik

Setelah program ditayangkan, produser bertanggung jawab untuk menilai performa program dan mendapatkan umpan balik dari audiens dan pihak terkait. Produser akan mengevaluasi apakah tujuan program tercapai dan apakah ada hal-hal yang bisa diperbaiki untuk produksi mendatang. Umpan balik ini sangat penting untuk pengembangan program atau proyek-proyek selanjutnya (Amelia, 2024).

b. Peran Editor

1) Penyunting video

Editor bertugas untuk memilih dan menyusun klip-klip video yang telah direkam selama produksi, mengatur urutan gambar agar sesuai dengan alur cerita yang diinginkan. Mereka akan bekerja dengan footage yang ada, memotong bagian yang tidak diperlukan, serta memilih gambar yang tepat untuk mendukung cerita yang ingin disampaikan.

2) Finalisasi penyuntingan audio

Selain video, editor juga bertanggung jawab atas penyuntingan audio program. Ini termasuk pengaturan level suara, pengeditan dialog, efek suara, serta penambahan musik latar yang mendukung atmosfer dan tema program.

3) Finalisasi dan penyempurnaan produk

Setelah pengeditan selesai, editor akan bekerja dengan produser dan tim pasca-produksi untuk melakukan penyempurnaan. Ini termasuk pengecekan akhir terhadap kualitas gambar dan suara, serta memastikan bahwa tidak ada kesalahan teknis yang dapat mengganggu kualitas tayangan.

Berikut ringkasan dari masing-masing peran produser dan editor:



Gambar 3.5. Konsep Perancangan

Sebagai bagian dari upaya menghadirkan tayangan yang relevan dan berdampak, setiap episode program dirancang untuk menyampaikan narasi yang kuat dan menyentuh, selaras dengan semangat program untuk membumikan konsep keberlanjutan yang mudah dipahami oleh masyarakat luas. Berikut adalah beberapa episode yang telah dirancang dalam rangkaian program ini.

1. Episode 1: Asa Pemuda Negeri Merawat Bumi

Video feature episode 1 “Asa Pemuda Negeri Merawat Bumi” mengangkat tema tentang harapan dan individu dalam menghadapi krisis lingkungan. Episode ini menyoroti perjalanan Farid Aulia Rahman, seorang pemuda

yang tumbuh dengan nilai-nilai cinta alam sejak kecil, kemudian berani mengambil langkah besar meninggalkan dunia korporat untuk kembali menggerakkan aksi nyata di masyarakat. Melalui pendekatan feature biografi atau profil, penonton diajak melihat bagaimana Farid memaknai isu lingkungan bukan hanya sebagai masalah limbah, tetapi juga sebagai nilai hidup, dan bagaimana upayanya membangun perubahan berkelanjutan dimulai dari kebiasaan kecil di rumah hingga membentuk gerakan kolektif di komunitas.

Dalam episode ini, penulis sebagai produser merancang konsep, mengatur proses riset, wawancara, dan pengambilan gambar di lokasi. Sebagai editor, penulis menyusun alur cerita dari *footage* yang ada, mengatur ritme visual, memilih momen-momen observatif, dan menambahkan elemen untuk memperkuat emosi.

2. **Episode 2: 5 Pilar Pemutus Rantai Sampah Pakaian**

Sementara itu, untuk episode kedua, 5 Pilar Pemutus Rantai Sampah Pakaian, episode yang mengangkat tema tentang solusi kolektif dalam menghadapi krisis fast fashion. Episode ini menyoroti perjalanan dua komunitas, Kampung Perca dan Lyfe with Less, dalam menerapkan prinsip 5R *Circular Fashion* (*Reuse, Resell, Recycle, Repair, dan Rewear*) sebagai upaya membangun gaya hidup berkelanjutan. Melalui pendekatan feature *practical guide*, penonton diajak menyaksikan aktivitas Lyfe with Less yang membawakan prinsip *Reuse* dan *Rewear* dengan mengedukasi masyarakat untuk memilih pakaian secara bijak, memperpanjang usia pakai, serta mengurangi konsumsi impulsif. Sementara itu, Kampung Perca membawakan prinsip *Recycle, Resell, dan Repair* dengan memperlihatkan proses kreatif dalam mengolah limbah kain menjadi produk baru yang bernilai ekonomi. Video ini menggambarkan bagaimana aksi nyata dari kedua komunitas tersebut bukan hanya mengurangi sampah tekstil, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif bahwa perubahan besar dapat dimulai dari lemari pakaian kita sendiri.

Sebagai produser, penulis mengembangkan konsep solusi kolektif terhadap krisis *fast fashion*, memilih komunitas Kampung Perca dan Lyfe with Less sebagai narasumber utama, serta mengatur alur produksi untuk memperlihatkan penerapan prinsip 5R *Circular Fashion*. Sebagai editor, penulis menyusun *footage* edukasi praktis dari Lyfe with Less tentang *reuse* dan *rewear*, serta aktivitas kreatif Kampung Perca dalam *recycle*, *resell*, dan *repair*, sehingga narasi visual mengalir dengan fokus pada penerapan nyata gaya hidup berkelanjutan.

3. Episode 3: Makanan Tak Habis, Bumi Menangis

Terakhir, episode ketiga mengangkat tema tentang upaya penyelamatan pangan sebagai solusi atas krisis *food waste* di Indonesia. Episode ini menyoroti peran komunitas Foodbank of Indonesia (FOI) dalam membangun kesadaran publik dan mendorong aksi kolektif untuk mengurangi limbah makanan. Melalui pendekatan feature observatif dan solutif, penonton diajak menyaksikan proses kerja FOI mulai dari pengumpulan makanan berlebih dari restoran, supermarket, dan rumah tangga, penyortiran bahan pangan yang masih layak konsumsi, hingga pendistribusiannya ke panti asuhan, sekolah, dan komunitas rentan di berbagai kota. Visual dokumentasi memperlihatkan bagaimana para relawan FOI menyelamatkan surplus makanan yang berisiko terbuang dan mengubahnya menjadi jembatan solidaritas, sekaligus upaya nyata menekan emisi karbon akibat limbah organik. Episode ini menggambarkan bahwa dari tindakan sederhana menyelamatkan makanan, dapat tumbuh harapan baru untuk mengatasi ketimpangan pangan dan menyelamatkan masa depan bumi.

Dalam episode ini penulis mengatur kebutuhan teknis seperti menyusun jadwal pengambilan gambar sesuai dengan alur aktivitas FOI, serta memastikan crew dapat merekam proses mulai dari pengumpulan makanan, penyortiran, hingga distribusi secara lengkap dan runut. Penulis juga menentukan kebutuhan visual tambahan seperti *footage* pasar, restoran, dan dapur rumah tangga untuk memperkuat konteks cerita. Sebagai editor

penulis memiliki tanggung jawab memilah footage menjadi urutan yang logis, serta menambahkan teks keterangan, grafis data *food waste*, dan *backsound* bernuansa reflektif agar ritme video lebih kuat dalam menyampaikan pesan. Dengan manajemen teknis yang terkoordinasi sejak pra-produksi hingga pasca-produksi, episode ini dapat menghadirkan narasi yang utuh tentang upaya penyelamatan pangan di Indonesia.

