

BAB III KONSEP PERANCANGAN

3.1. Tujuan Komunikasi

"*Green Urbanism*" bertujuan membangun kesadaran dan mendorong tindakan nyata masyarakat perkotaan, khususnya generasi muda, terhadap isu lingkungan melalui pendekatan non-drama feature. Program ini menyampaikan informasi berbasis data dan solusi praktis untuk tantangan urban seperti limbah dan polusi, mendorong kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat (Omole et al., 2024).

3.2. Tujuan Program

Program ini bertujuan menciptakan ruang perkotaan yang sehat dan ramah lingkungan melalui strategi seperti penurunan emisi karbon, energi alternatif, ruang hijau, pengelolaan air, dan transportasi rendah emisi (Syukri & Purnomo, 2023). Tantangan seperti kemacetan, sampah plastik (3,11 juta ton/tahun di Jakarta, World Bank, 2021), limbah tekstil (2,3 juta ton/tahun, Hanin, 2024), dan pemborosan makanan menunjukkan urgensi perubahan. "*Green Urbanism*" menggunakan pendekatan nonfiksi berbasis data dan studi kasus, seperti kisah Farid Aulia Rahman (Nugroho, 2021), Kampung Perca (Pohan et al., 2024), dan Foodbank of Indonesia (Ferdial et al., 2023), untuk menginspirasi audiens berkontribusi pada kota berkelanjutan.

Program ini fokus pada manajemen sampah karena dampaknya langsung dirasakan, mencemari lingkungan dan memperburuk iklim melalui gas metana dari TPA. Isu ini relevan untuk mengedukasi tentang *slow fashion*, pengelolaan makanan, dan pengurangan plastik sekali pakai, mendorong perubahan perilaku konsumsi yang bertanggung jawab (Alfakihuddin et al., 2024).

3.3. Target Audiens

Berbagai penelitian mengungkapkan bahwa Generasi Z dan Milenial memiliki kesadaran dan pemahaman yang mendalam mengenai isu-isu lingkungan. Sebuah survei yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia dan Yayasan Indonesia Cerah pada 2021 menunjukkan bahwa 85% responden berusia 17-26 tahun dan 79% berusia 27-35 tahun memiliki pemahaman yang baik mengenai perubahan iklim. Kepedulian ini juga tercermin dalam perilaku mereka, khususnya dalam hal konsumsi dan pilihan karir. Survei Deloitte tahun 2024 menemukan bahwa lebih dari 40% Gen Z dan Milenial mempertimbangkan untuk meninggalkan pekerjaan mereka, atau bahkan sudah melakukannya, karena kekhawatiran tentang perubahan iklim. (Hasdiansa et al., 2023).

Mengacu pada data dari Indonesia.go.id, jumlah penduduk usia produktif di tahun 2023 mencapai 191,47 juta orang, di mana Gen Z menempati proporsi terbesar sebanyak 74,93 juta jiwa (27,94%) dan disusul oleh Milenial sebanyak 69,38 juta jiwa (25,87%) (Indonesia.go.id, 2021). Selain itu, kesadaran lingkungan di kalangan muda juga menunjukkan tren positif. Berdasarkan survei GoodStats, sekitar 75,7% Gen Z dan Milenial mulai menerapkan gaya hidup zero waste, misalnya dengan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dan memilih produk yang lebih ramah lingkungan (Ucy Sugiarti, 2024). Fakta ini menunjukkan bahwa generasi muda berpotensi menjadi agen perubahan lingkungan. *Green Urbanism* pun dirancang sesuai kebiasaan media mereka, untuk memberi informasi, inspirasi, dan solusi atas isu lingkungan saat ini.

3.4. Strategi Komunikasi

Green Urbanism adalah program feature bertema lingkungan yang dirancang untuk mengedukasi sekaligus mendorong masyarakat perkotaan agar menerapkan gaya hidup berkelanjutan. *Green Urbanism* akan ditayangkan melalui beberapa kanal. Program ini akan tayang secara reguler di televisi lokal setiap akhir pekan, memberi akses kepada masyarakat umum yang ingin belajar lebih banyak soal isu keberlanjutan. Program *Green Urbanism* direncanakan untuk tayang di TV

lokal setiap akhir pekan, khususnya pada hari Minggu pagi antara pukul 08.00–09.00 WIB. Pemilihan waktu tayang pada pagi hari di akhir pekan memiliki pertimbangan strategis, mengingat saat tersebut audiens biasanya lebih santai dan dalam keadaan rileks, sehingga lebih terbuka terhadap konten yang bersifat edukatif, penuh minat, dan reflektif. Penelitian yang dilakukan oleh Perse dan Lambe (2016) menunjukkan bahwa tayangan dengan tema ringan dan inspiratif lebih mudah diterima oleh pemirsa pada pagi hari, khususnya di akhir pekan, yang merupakan waktu luang keluarga yang mencari hiburan yang bermakna tanpa terlalu membebani secara emosional atau intelektual.

Selain itu, program ini menggunakan strategi head-to-head, yang berarti bersaing langsung dengan acara lain yang memiliki genre dan audiens yang serupa di waktu tayang yang sama. Tujuannya adalah untuk memberikan alternatif tayangan yang lebih mendidik namun tetap menarik, di tengah dominasi acara hiburan yang lebih umum. *Green Urbanism* dijadwalkan tayang setiap hari Minggu pukul 08.00–09.00 WIB, bersaing langsung dengan sejumlah program andalan Kompas TV, seperti *Berkas Kompas* dokumenter yang menyajikan kisah mendalam tentang peristiwa penting dan sosok inspiratif di Indonesia (08.00 WIB), dan *Perempuan Perempuan Nusantara* program feature yang menyoroti peran dan kontribusi perempuan dari berbagai wilayah di Indonesia (09.30 WIB).

Keunggulan utama dan pembeda *Green Urbanism* terletak pada pemilihan tema yang relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi muda, yaitu isu keberlanjutan di wilayah urban, yang disajikan melalui pendekatan visual modern, ringan, dan menginspirasi. Berbeda dari program pesaing yang lebih menitikberatkan pada narasi historis, figur tokoh, atau peran komunitas dalam kemasan tradisional, *Green Urbanism* menyoroti isu-isu kekinian seperti fast fashion, limbah makanan, dan sampah plastik dengan gaya visual yang segar dan narasi yang mudah dipahami serta dekat dengan keseharian milenial dan Gen Z. Format *practical guide* dalam sejumlah episode juga menjadi nilai tambah, karena tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendorong audiens untuk mengambil tindakan nyata melalui contoh-contoh praktis yang dapat diterapkan langsung.

Green Urbanism mengusung tema keberlanjutan dan lingkungan, dengan penayangan lebih intensif selama liburan untuk memanfaatkan waktu luang penonton. Program ini juga menerapkan strategi hammocking, ditempatkan di antara dua acara populer, untuk menarik pemirsa baru dan mempertahankan perhatian penonton. Pendekatan ini memperkuat posisi *Green Urbanism* di jadwal akhir pekan dan menjadikannya platform efektif untuk menyampaikan pesan penting tentang keberlanjutan dan peran masyarakat dalam pelestarian lingkungan.

Di sisi lain, untuk menjangkau generasi muda yang aktif di dunia digital, *Green Urbanism* juga hadir di YouTube dan platform streaming lainnya. Tak hanya itu, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook juga akan dimanfaatkan untuk menyebarkan potongan konten, tips ramah lingkungan, hingga cuplikan wawancara dengan narasumber. Melalui strategi komunikasi yang beragam ini, diharapkan *Green Urbanism* bisa jadi media edukasi yang kuat, memantik aksi nyata, dan mendorong perubahan perilaku menuju hidup yang lebih peduli terhadap lingkungan.

3.5. Analisa Spesifik Program

Dalam menghadirkan program feature bertema lingkungan yang tidak hanya bersifat informatif tapi juga mampu menginspirasi, *Green Urbanism* menggabungkan elemen dokumenter dengan pendekatan jurnalistik yang ringan, agar lebih mudah diakses dan dinikmati oleh penonton dari berbagai latar belakang, terutama generasi milenial dan Gen Z sebagai target utamanya.

1. Desain Program

Green Urbanism dirancang agar dapat mengedukasi audiens dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami. Setiap episode berdurasi antara 20 hingga 25 menit, memungkinkan penyampaian informasi yang cukup mendalam tanpa membuat penonton merasa bosan. Durasi ini dirancang untuk menyampaikan isu lingkungan dengan cara yang efektif dan mudah dicerna.

Program ini diproduksi dalam kualitas HD untuk menjaga visual yang tajam dan detail, penting untuk memperkuat kredibilitas program. Dalam produksi

program ini, beberapa elemen teknis penting, seperti penggunaan Voice-Over (VO) dan teknik pengambilan gambar yang tepat, akan digunakan untuk memperkuat narasi.

2. Visual dan Narasi

- a. Narasi VO digunakan untuk mendampingi wawancara dan memberikan informasi tambahan yang mungkin tidak dapat disampaikan dalam wawancara langsung.
- b. VO juga digunakan untuk menjelaskan data atau fakta penting yang perlu disampaikan secara ringkas dan jelas.
- c. Suara narator dipilih dengan karakter yang bersahabat, namun tetap profesional, agar program dapat dinikmati oleh berbagai kalangan audiens.

3. Penggunaan Kamera

- a. BMPCC (*Black Magic Pocket Cinema Camera*) digunakan untuk mendapatkan kualitas gambar yang tajam dan detail.
- b. *Handheld* Camera digunakan untuk pengambilan gambar dinamis yang lebih dekat dengan narasumber atau aktivitas yang sedang berlangsung.
- c. Tripod digunakan untuk wawancara dan pengambilan gambar stabil lainnya.

Kombinasi antara visual lapangan dan narasi yang kuat ini diharapkan mampu membentuk tayangan feature yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangkitkan semangat dan kepedulian audiens terhadap isu lingkungan. Dengan dukungan visual berkualitas dan pendekatan jurnalistik yang berbasis data, *Green Urbanism* hadir sebagai program yang mampu memperkuat kesadaran sekaligus mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih berkelanjutan.

3.6. Konsep Perancangan

Konsep perancangan program ini disusun secara sistematis melalui tiga tahap utama : pra – produksi, produksi dan pasca produksi. Setiap tahap dirancang untuk memperjelas peran narrator (VO) dan penata kamera agar narasi, visual, dan pesan program selaras. Adapun uraian konsep perancangan adalah sebagai berikut:

3.6.1. Tahap Pra-Produksi

Pada tahap pra-produksi, dilakukan kegiatan perencanaan yang komprehensif, meliputi aspek konseptual dan teknis untuk menunjang kelancaran produksi.

1. Peran Narator (Voice-Over)

- a. Melakukan riset mendalam melalui studi literatur, wawancara pendahuluan, dan observasi lapangan terkait tema dan isu yang diangkat.
- b. Berkoordinasi dengan produser untuk menyusun narasi berbasis pendekatan *storytelling*, guna membangun keterikatan emosional dengan audiens.
- c. Menyusun naskah narasi yang memuat hasil riset, data ilmiah, serta kutipan dari narasumber yang relevan untuk meningkatkan kredibilitas informasi.

2. Peran Penata Kamera

- a. Menyusun konsep visual, termasuk menentukan teknik *framing* yang mendukung narasi.
- b. Melakukan survei lokasi untuk memahami kondisi aktual terkait pencahayaan, ruang gerak, serta faktor teknis lainnya.
- c. Menyiapkan peralatan produksi seperti kamera BMPCC, Sony A6600, tripod, dan perangkat *handheld*, serta melakukan uji coba peralatan.
- d. Menyusun *shotlist* atau *camera script* sebagai acuan teknis dalam pengambilan gambar.

Sequence	Shot	Type	Angle	Description
1	1	AKU	MF	Wawancara Farid wawancara
2	2	LS	pan	Shotlist Farid
3	3	CU	pan	Shotlist Dekoran
4	4	LS	pan	Shotlist Dekoran Farid
5	5	LS	pan	Shotlist Dekoran Farid
6	6	LS	pan	Shotlist Dekoran Farid
7	7	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid
8	8	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid
9	9	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid
10	10	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid
11	11	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid
12	12	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid
13	13	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid
14	14	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid
15	15	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid
16	16	AKU	pan	Shotlist Dekoran Farid

Gambar 3.1. Proses Pembuatan Shotlist (Dokumen Pribadi,2025)

3.6.2. Tahap Produksi

Tahap produksi merupakan implementasi dari seluruh perencanaan yang telah disusun pada tahap sebelumnya, dengan penyesuaian lapangan sesuai kebutuhan.

1. Peran Narator (Voice-Over)

- a. Membantu produser dan penulis naskah dalam melakukan wawancara
- b. Mempelajari penyampaian narasi berdasarkan karakteristik masing-masing narasumber, seperti Farid, komunitas Kampung Perca, dan organisasi Foodbank, untuk menjaga relevansi konteks.

2. Peran Penata Kamera

- a. Mengoperasikan kamera untuk merekam gambar secara realistis menggunakan teknik *handheld*.
- b. Melakukan pengambilan gambar dengan variasi *framing* seperti *portrait*, *macro shot*, dan *wide-angle shot* sesuai kebutuhan visualisasi narasi.
- c. Menyesuaikan pengaturan pencahayaan berdasarkan kondisi alami di lokasi.
- d. Mencatat setiap pengambilan adegan untuk mendukung efektivitas proses pasca-produksi.

3.6.3. Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca-produksi berfokus pada pengelolaan hasil produksi untuk menghasilkan produk audiovisual yang utuh dan sesuai dengan konsep awal.

1. Peran Narator (Voice-Over)

- Merekaman suara untuk memastikan kesesuaian antara narasi dan visual.
- Melakukan perekaman ulang (*re-take*) apabila ditemukan ketidaksesuaian teknis atau emosional.
- Berkoordinasi dengan produser untuk menyesuaikan narasi terhadap kebutuhan dinamika visual dalam proses penyuntingan.

2. Peran Penata Kamera

- Mengorganisasikan file footage secara sistematis sesuai urutan pengambilan gambar.
- Memberikan catatan teknis terkait pengambilan gambar, termasuk pencahayaan dan setting kamera.
- Berkoordinasi dengan editor untuk memastikan footage digunakan secara optimal.

BAB III - KONSEP PERANCANGAN (PRA, PRODUKSI DAN PASCA)		
PRA - PRODUKSI Peran Narator (VO): <ul style="list-style-type: none">Melakukan riset awal secara menyeluruh terkait isu lingkungan yang akan diangkat, termasuk studi literatur dan wawancara pendahuluan.Berkolaborasi dengan produser dan penulis untuk memastikan narasi sejalan dengan konsep visual dan pesan yang ingin disampaikan.	PRODUKSI Peran Narator (VO): <ul style="list-style-type: none">Membantu produser dan penulis naskah saat wawancara agar pertanyaan tidak ada yang terlewatkan.	PASCA - PRODUKSI Peran Narator (VO): <ul style="list-style-type: none">Melakukan rekaman suara.Memastikan narasi voice over sinkron dengan visual, baik secara konten maupun suasana emosional.
Peran Penata Kamera: <ul style="list-style-type: none">Mengembangkan konsep visual berdasarkan treatment yang telah dibuat, termasuk memilih gaya pengambilan gambar yang sesuai (wide, macro, handheld, dll).Menentukan kebutuhan teknis seperti kamera, lensa, pencahayaan, dan alat bantu lainnya.Melakukan survei lokasi untuk memastikan ritme pengambilan gambar dan menyesuaikan pencahayaan alami dengan kebutuhan produksi.	Peran Penata Kamera: <ul style="list-style-type: none">Mengoperasikan kamera saat pengambilan gambar, baik untuk footage suasana, aktivitas narasumber, maupun wawancara.Mengatur komposisi, framing, dan pergerakan kamera untuk menghasilkan visual yang estetik dan mendukung storytelling.Menyesuaikan pencahayaan lapangan, baik menggunakan alat bantu maupun memanfaatkan cahaya alami secara maksimal.	Peran Penata Kamera: <ul style="list-style-type: none">Mengelola file footage secara terorganisir untuk memudahkan proses editing.Memberikan catatan teknis kepada editor, seperti referensi pengambilan gambar yang penting atau momen visual lainnya.Berkoordinasi dengan editor untuk memastikan zona visual yang diinginkan tercapai sesuai konsep awal.

Gambar 3.2. Deskripsi Konsep Perancangan (Dokumen Pribadi,2025)

3.6.4. Deskripsi dan Analisis Episode

Sebagai bagian dari komitmen untuk menghadirkan tayangan yang relevan dan bermakna, setiap episode dalam program ini dirancang dengan narasi yang kuat dan menggugah, sejalan dengan tujuan utama untuk membumikan konsep keberlanjutan agar lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat luas. Berikut adalah beberapa episode yang telah disusun dalam rangkaian program ini.

1. Episode 1: Asa Pemuda Negeri Merawat Bumi

Episode pertama yang berjudul *Asa Pemuda Negeri Merawat Bumi* terinspirasi dari *Paras Cantik Indonesia Episode 3: Siti Soraya Cassandra,*

yang menampilkan kisah seseorang dengan kepedulian sosial dan lingkungan lewat pendekatan cerita yang personal dan menyentuh. Dalam episode ini, akan ditampilkan sosok yang sudah peduli terhadap lingkungan sejak kecil. Pendekatan visual yang digunakan bisa meniru gaya video referensi, seperti penggunaan *portrait shot* dan *handheld camera* untuk menciptakan suasana yang lebih dekat dan hangat. Gaya ini cocok untuk menangkap momen kesehariannya entah saat mengedukasi masyarakat, ikut kegiatan daur ulang, atau berkegiatan bareng komunitas lingkungan. Perpindahan dari wawancara ke cuplikan aktivitas akan membantu penonton merasa lebih terhubung secara emosional. Cahaya alami dan tone warna yang hangat bisa memperkuat nuansa inspiratif dalam ceritanya. Musik latar yang lembut dan narasi berdasarkan pengalaman pribadi juga akan memperkuat pesan bahwa perubahan besar bisa dimulai dari kebiasaan kecil yang dilakukan secara konsisten.

Narator (VO) menggunakan intonasi lembut dan reflektif untuk mengajak audiens meresapi makna pentingnya perubahan perilaku sehari-hari. Dari sisi penataan visual, penata kamera menerapkan teknik *handheld* dan *portrait shot* untuk mendekatkan audiens dengan subjek, menciptakan suasana hangat dan autentik.

2. Episode 2: 5 Pilar Pemutus Rantai Sampah Pakaian

Untuk episode kedua, *5 Pilar Pemutus Rantai Sampah Pakaian*, pendekatannya mengacu pada video *Handmade Green Living – Zero Waste Life*, yang menyajikan panduan praktis tentang gaya hidup minim sampah dengan visual yang informatif dan menarik. Episode ini akan mengulas soal dampak *fast fashion* dan solusi nyatanya. Visual seperti *close-up* proses menjahit ulang, memperbaiki pakaian, atau mengolah kain sisa akan digunakan untuk menunjukkan langkah-langkah praktis yang bisa langsung dipraktikkan. Wawancara dilakukan dengan gaya yang lebih santai narasumber bisa berbicara sambil tetap beraktivitas, seperti menyortir kain atau menjahit. Ini akan membuat suasana terasa lebih alami dan akrab. Untuk menjelaskan konsep 5 Pilar Fashion Sirkular (5R), bisa digunakan

teks overlay atau motion graphic supaya lebih gampang dipahami. Dari segi tampilan, pencahayaan yang lembut dan warna-warna netral atau earthy akan memperkuat kesan estetik yang ramah lingkungan. Musik latar dipilih yang ringan dan bersemangat agar informasi tetap enak diikuti dan tidak terasa membosankan.

Narator (VO) menggunakan gaya bahasa yang komunikatif dan membumi, memadukan fakta dengan ajakan ringan agar mudah dipahami dan diterapkan. Penata kamera menonjolkan visual proses kreatif seperti menjahit, menyortir kain bekas, dan produksi daur ulang dengan teknik close-up dan mid-shot, memberikan detail pada setiap aktivitas.

3. Episode 3: Makanan Tak Habis, Bumi Menangis

Di episode ketiga, Makanan Tak Habis, Bumi Menangis, isu yang diangkat adalah limbah makanan. Pendekatan yang dipakai adalah gaya dokumenter observatif dan investigatif, dengan referensi dari video Green Mountain Grandma dan Preserving the Seasons, yang membahas food waste secara nyata dan menyeluruh. Episode ini akan menggambarkan seberapa besar dampak limbah makanan terhadap lingkungan, dan bagaimana upaya dari organisasi seperti Foodbank of Indonesia bisa jadi solusi. Dari sisi visual, pengambilan gambar dengan wide-angle bisa menunjukkan skala masalah, seperti tumpukan sampah makanan, sementara macro shot akan memperlihatkan detail makanan yang sebenarnya masih layak dikonsumsi. Wawancara dengan pihak Foodbank dilakukan sambil mereka beraktivitas, seperti mengumpulkan makanan dari restoran atau membagikannya ke penerima manfaat, supaya terasa lebih nyata dan mengena. Teknik time-lapse bisa dipakai untuk memperlihatkan perjalanan makanan dari donatur ke penerima, supaya penonton bisa melihat prosesnya dari awal sampai akhir.

Suara narator (VO) disampaikan dengan nuansa reflektif dan sedikit dramatik untuk menekankan urgensi isu ini. Visual yang akan dihasilkan oleh penata kamera mengombinasikan wide-angle shot untuk menunjukkan skala permasalahan, serta macro shot untuk memperlihatkan detail makanan

yang terbuang namun masih layak konsumsi. Teknik time-lapse digunakan untuk menggambarkan perjalanan makanan dari donatur ke penerima manfaat.



