

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

3.1. Tujuan Komunikasi

1. Tujuan Program

Program Nondrama Feature berjudul "*Green Urbanism*" bertujuan membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengembangan kota berkelanjutan yang berorientasi pada prinsip ramah lingkungan (Syukri & Purnomo, 2023). Program ini mengangkat berbagai isu urban modern seperti polusi udara, pengelolaan sampah plastik, krisis energi, serta dampak industri *fast fashion*, yang menjadi tantangan serius dalam mewujudkan kota yang sehat, layak huni, dan adaptif terhadap perubahan iklim. Melalui format nonfiksi berbentuk dokumenter, program ini berusaha membangun pemahaman mendalam tentang *Green Urbanism* dengan menampilkan studi kasus nyata, inovasi teknologi, serta testimoni para praktisi dan ahli di bidang lingkungan.

Program Nondrama Feature "*Green Urbanism*" mengangkat isu-isu ini dengan pendekatan berbasis fakta dan data ilmiah, serta memperkenalkan solusi konkret untuk pengelolaan sampah, efisiensi energi, dan transportasi berkelanjutan. Salah satu fokus utama program ini adalah pengelolaan sampah, termasuk teknik seperti daur ulang, komposting, dan penggunaan teknologi canggih. Program ini bertujuan untuk mendorong kesadaran dan tindakan konkret, serta mengajak masyarakat dan pemerintah untuk bekerja sama dalam menciptakan kota yang lebih hijau dan berkelanjutan (Femi Oluwatoyin Omole *dkk.*, 2024). Program ini juga mengangkat isu konsumsi berlebihan, termasuk *fast fashion* dan *food waste*, dengan tujuan mendorong perubahan kebiasaan masyarakat menuju gaya hidup yang lebih berkelanjutan.

2. Target Audiens

Penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z dan Milenial memiliki tingkat kepedulian serta pemahaman yang tinggi terkait isu-isu lingkungan. Survei

yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia dan Yayasan Indonesia Cerah pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa 85% responden berusia 17-26 tahun dan 79% berusia 27-35 tahun memiliki pengetahuan yang baik mengenai perubahan iklim. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta pada tahun 2024 menemukan bahwa 78,5% Generasi Z lebih sensitif terhadap isu lingkungan dibandingkan dengan generasi lainnya.

Berdasarkan survei Deloitte tahun 2024, lebih dari 40% Gen Z dan Milenial mengaku mempertimbangkan untuk meninggalkan pekerjaan mereka atau bahkan sudah melakukannya karena kekhawatiran terhadap perubahan iklim. Partisipasi aktif mereka dalam gerakan lingkungan, seperti protes dan kampanye melalui media sosial, menunjukkan bahwa kepedulian terhadap isu lingkungan sudah menjadi bagian dari identitas dan nilai-nilai yang mereka pegang (Hasdiansa *dkk.*, 2023). Hal ini menjadi peluang strategis untuk menyampaikan isu lingkungan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dijangkau.

Akses informasi digital mendorong meningkatnya kesadaran lingkungan di kalangan Gen Z dan Milenial. GoodStats mencatat 75,7% di antaranya mulai menerapkan gaya hidup zero waste (Ucy Sugiarti, 2024). Sedangkan 69% Gen Z di Indonesia menunjukkan kepedulian tinggi meski belum konsisten menjalankannya (detik.com, 2024).

Data-data tersebut memperlihatkan bahwa generasi muda tidak hanya menjadi konsumen konten digital, tetapi juga memiliki potensi sebagai penggerak perubahan dalam isu lingkungan. Oleh karena itu, *Green Urbanism* disusun dengan pendekatan yang sesuai dengan gaya konsumsi informasi mereka mengutamakan visual yang kuat, narasi yang relevan, serta solusi yang praktis agar mampu mendorong kesadaran sekaligus aksi nyata dalam menghadapi tantangan lingkungan masa kini.

3.2. Strategi Komunikasi

Agar pesan *Green Urbanism* tersampaikan secara efektif dan menyentuh audiens, digunakan strategi komunikasi visual yang terstruktur, yaitu:

1. Tentukan Tujuan Pesan: Video dirancang untuk mengedukasi dan menginspirasi gaya hidup berkelanjutan di kalangan masyarakat urban.
2. Kenali Target Audiens: Fokus utama ditujukan pada generasi milenial dan Gen Z yang peduli terhadap isu lingkungan.
3. Gunakan Narasi yang Sederhana dan Kuat: Alur cerita dibuat ringkas dan berdampak, mudah dipahami, dan menyentuh emosional penonton.
4. Tampilkan Visual dan Audio yang Menarik: Visual yang atraktif dan audio yang jernih digunakan untuk memperkuat pesan serta meningkatkan keterlibatan audiens.
5. Pilih Penyampai Pesan yang Kredibel dan Relevan: Narasumber seperti pakar lingkungan, aktivis muda, dan tokoh masyarakat yang menerapkan hidup berkelanjutan membuat pesan lebih dekat dan autentik.
6. Berikan Sentuhan Emosional dan Inspiratif: Kisah nyata dan praktik baik ditampilkan untuk mendorong perubahan perilaku secara sukarela, bukan memaksa.
7. Gunakan *Call to Action* (CTA): Di akhir tayangan, penonton diajak untuk mulai dari langkah kecil, seperti mengurangi plastik atau menyumbang makanan berlebih.

Pemilihan penyampai pesan menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi program *Green Urbanism*. Penyampai pesan yang tepat dapat memperkuat kredibilitas, membangun kedekatan emosional, dan memastikan pesan diterima secara efektif oleh target audiens. Berikut adalah yang menyampaikan pesan dalam program ini:

1. Ahli/Pakar: Menambah kredibilitas, cocok untuk topik ilmiah seperti lingkungan, kebijakan, atau riset.

2. *Influencer*/Figur Publik: Memiliki daya tarik besar dan mampu menjangkau audiens luas, terutama di media sosial, efektif untuk membangun kesadaran dan mendorong tindakan.
3. Masyarakat: Meningkatkan kedekatan budaya dan kepercayaan dalam konteks komunitas lokal.
4. Orang Sehari-hari: Terlihat alami dan relatable, membuat pesan lebih autentik. Cocok untuk testimoni atau kisah inspiratif.
5. Karakter Animasi atau Fiksi: Menarik bagi usia muda, terutama anak-anak dan remaja, serta efektif menyampaikan pesan sensitif secara ringan dan menyenangkan.

Green Urbanism bertujuan untuk mengedukasi publik, terutama generasi milenial dan Gen Z, mengenai isu keberlanjutan perkotaan. Program ini menyasar audiens muda melalui pendekatan visual menarik dan berbasis data, dengan menggunakan media sosial dan platform digital yang populer seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Topik yang diangkat meliputi sampah plastik, fast fashion, dan pemborosan makanan, serta menawarkan solusi praktis yang bisa diterapkan sehari-hari.

Untuk memperluas jangkauan, *Green Urbanism* dirancang agar dapat dinikmati melalui berbagai media. Tayangan utamanya akan ditampilkan di televisi lokal setiap akhir pekan, menjangkau audiens yang lebih luas dari berbagai latar belakang. Program *Green Urbanism* dijadwalkan untuk disiarkan di TV lokal setiap akhir pekan, khususnya pada hari Minggu pagi antara pukul 08.00–09.00 WIB. Pemilihan waktu tayang pagi hari di akhir pekan dilakukan dengan pertimbangan strategis. Penelitian oleh Perse dan Lambe (2016) menunjukkan bahwa tayangan dengan tema ringan dan inspiratif lebih mudah diterima oleh penonton pada pagi hari, terutama di akhir pekan, yang bertepatan dengan waktu luang keluarga yang mencari hiburan yang bermakna namun tidak terlalu berat.

Program *Green Urbanism* menerapkan strategi head-to-head, bersaing dengan program sejenis pada jam tayang yang sama untuk memberi pilihan tayangan yang informatif dan inspiratif. Tayang setiap Minggu pukul 08.00–09.00 WIB, bersanding dengan *Berkas Kompas* dan *Perempuan Perempuan Nusantara*.

Dengan konten edukatif dan solusi praktis, *Green Urbanism* diharapkan menjadi alternatif yang relevan bagi generasi muda dan masyarakat urban dalam menjalani gaya hidup berkelanjutan.

Kekuatan utama sekaligus pembeda dari program *Green Urbanism* terletak pada relevansi temanya dengan kehidupan generasi muda masa kini, yakni isu keberlanjutan di wilayah perkotaan yang dikemas dalam tampilan visual modern, ringan, dan membangkitkan inspirasi. Keunikan lain dari program ini adalah penggunaan format practical guide di sejumlah episode, yang tak hanya menyampaikan informasi tetapi juga memberikan panduan konkret yang dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Green Urbanism menjalani proses produksi yang terencana, mulai dari riset hingga penyuntingan ketat untuk memastikan pesan tersampaikan dengan jelas. Kolaborasi tim yang solid dan keterlibatan narasumber kredibel menambah kualitas informasi dan dampak program. Program ini juga menggunakan pendekatan theming dengan fokus pada isu lingkungan, serta strategi hammocking untuk menarik pemirsa dengan menempatkan tayangan di antara acara populer. Penayangan lebih intensif saat liburan diharapkan dapat memperkuat pesan keberlanjutan dan mendorong peran aktif masyarakat.

Di sisi lain, platform digital seperti YouTube dan layanan streaming akan digunakan untuk menarik perhatian generasi muda yang lebih aktif mengakses informasi secara daring. Selain itu, konten-konten singkat dan interaktif akan dibagikan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook dalam bentuk potongan episode, tips sederhana soal gaya hidup ramah lingkungan, hingga klip wawancara dengan para narasumber. Dengan pendekatan multiplatform ini, *Green Urbanism* diharapkan mampu memperkuat edukasi publik sekaligus menginspirasi masyarakat untuk mengambil bagian dalam gerakan keberlanjutan.

3.3. Analisa Spesifik Program

Program *Green Urbanism* ini dirancang tidak hanya untuk mengedukasi, tetapi juga untuk menginspirasi dan menghibur, agar isu-isu lingkungan bisa lebih mudah diterima oleh penonton, terutama kalangan muda seperti generasi Milenial

dan Gen Z yang menjadi sasaran utamanya. Untuk menunjang hal ini, aspek teknis produksi mendapat perhatian khusus agar hasil akhirnya bisa tampil maksimal, baik secara isi maupun tampilan.

Durasi setiap episode berkisar antara 20 hingga 25 menit. Durasi tersebut dinilai cukup untuk mengupas satu topik secara mendalam namun tetap mempertahankan atensi audiens dari awal hingga akhir. Format ini memungkinkan penyampaian informasi yang padat namun tetap ringan, serta mudah dicerna oleh berbagai lapisan masyarakat.

Dari sisi teknis, *Green Urbanism* diproduksi dalam kualitas *High Definition* (HD) untuk memastikan visual yang tajam dan profesional. Penggunaan resolusi tinggi sangat membantu dalam memperlihatkan detail visual seperti kegiatan lapangan, ekspresi narasumber, dan elemen-elemen visual pendukung lainnya. Gambar yang jernih tidak hanya memperkuat daya tarik visual, tetapi juga membantu audiens untuk lebih memahami isi pesan yang disampaikan.

Untuk memastikan penyampaian informasi yang jelas dan menarik, program ini mengadopsi teknik penyajian seperti *Voice over* (VO).

1. Narasi tambahan melalui VO dimanfaatkan untuk menjelaskan informasi pendukung seperti data statistik, latar belakang isu, dan penghubung antar segmen.
2. VO juga berfungsi menjaga kesinambungan cerita, terutama pada bagian yang tidak memungkinkan untuk dijelaskan langsung oleh presenter atau narasumber.
3. Pilihan suara VO menggunakan intonasi yang hangat, bersahabat, namun tetap memberikan kesan profesional dan terpercaya.

3.4. Konsep Perancangan

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

3.4.1. Tahap Pra-Produksi

1. Penulis Naskah

- a. Tahap awal dimulai dengan pengumpulan informasi dan data mendalam mengenai tema lingkungan yang akan diangkat di tiap episode. Riset dilakukan melalui kajian literatur, observasi langsung, serta diskusi dengan pihak terkait. Lokasi syuting dipilih berdasarkan kesesuaian visual dan kekuatan naratif yang bisa mendukung alur cerita.
- b. Menyusun konsep cerita dengan pendekatan *storytelling* yang menggabungkan narasi, wawancara, dan penggambaran aktivitas nyata, untuk membangun keterhubungan emosional audiens dengan isu lingkungan. Penyusunan naskah dirancang fleksibel agar dapat menyesuaikan dengan dinamika lapangan, namun tetap terarah dan fokus pada penyampaian pesan utama mengenai pentingnya pengelolaan kota yang ramah lingkungan.
- c. Membuat treatment yang dirancang untuk merinci jalannya produksi secara terstruktur, mencakup susunan adegan utama, transisi antar adegan, serta pemanfaatan elemen visual seperti teks overlay dan animasi grafis, guna memperjelas informasi penting secara visual dan memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh audiens.
- d. Menyusun daftar pertanyaan wawancara untuk narasumber yang relevan, guna menggali lebih dalam pengalaman mereka terkait implementasi konsep *Green Urbanism* di berbagai kota.
- e. Menyiapkan naskah *voice-over* yang akan dibacakan oleh narator, dengan memastikan bahwa alur cerita tetap mengalir dan konsisten, serta dapat menggugah perhatian audiens tentang isu penting ini.

2. Penata Suara

- a. Merencanakan elemen-elemen suara yang dibutuhkan dalam produksi, seperti suara narator, efek suara alam, serta musik latar yang akan memperkuat suasana yang ingin dibangun. Elemen suara ini juga dirancang untuk mendukung tone dan tema *Green Urbanism* yang ingin disampaikan.

b. Menentukan dan mempersiapkan peralatan audio yang sesuai dengan kebutuhan teknis produksi, termasuk:

- 1) Saramonic Blink 500 Pro Wireless Microphone: Digunakan untuk merekam suara narator dan narasumber dengan kualitas tinggi serta mobilitas yang fleksibel, sangat cocok untuk pengambilan suara di berbagai lokasi outdoor yang berhubungan dengan konsep *Green Urbanism*.
- 2) Sennheiser G4 Wireless Microphone System: Memastikan kestabilan sinyal suara pada lokasi dengan jangkauan luas, mendukung pengambilan suara dalam situasi yang lebih kompleks dan beragam.
- 3) iPhone (Backup Recorder): Sebagai perangkat cadangan jika terjadi kendala teknis pada perangkat utama, memastikan tidak ada suara yang terlewatkan.
- 4) Headphone Audio Technica dan Ultrasonic: Digunakan untuk memonitor suara secara real-time, memastikan kualitas perekaman audio tetap jernih dan bebas gangguan, serta menyesuaikan dengan kebutuhan teknis.
- 5) Condenser Microphone (Studio Mic): Digunakan untuk perekaman narasi (*voice-over*) di ruang tertutup, karena mampu menangkap detail suara dengan kejernihan tinggi dan sensitivitas yang baik terhadap nuansa vokal. Cocok digunakan untuk bagian naratif yang memerlukan kualitas suara profesional dan konsisten.

3.4.2. Tahap Produksi

1. Penulis Naskah

- a. Menyesuaikan dan memodifikasi naskah sesuai dengan dinamika yang terjadi selama proses syuting, serta berkoordinasi dengan produser dan tim kamera untuk memastikan keselarasan antara narasi dan visual yang dihasilkan.
- b. Berkoordinasi dengan produser dan kru lainnya untuk memastikan alur cerita tetap terjaga dengan baik, serta melakukan revisi naskah apabila ada perubahan teknis atau naratif yang terjadi selama proses produksi.

2. Penata Suara

- a. Merekam suara narator (*voice-over*) dan suara lainnya sesuai dengan naskah yang telah disusun. Peralatan yang digunakan seperti Saramonic dan Sennheiser dipilih berdasarkan kebutuhan teknis lokasi syuting.
- b. Menyesuaikan teknik perekaman suara di lokasi syuting, baik untuk suara narator, karakter, maupun efek suara latar (*ambient*), serta menjaga kualitas audio yang sesuai dengan tema dan alur cerita program.
- c. Memastikan kualitas suara yang direkam terjaga dengan baik melalui monitoring suara secara real-time menggunakan headphone, guna menghindari gangguan teknis seperti noise atau distorsi.

3.4.3. Tahap Pasca-Produksi

1. Penulis Naskah

- a. Mengevaluasi hasil perekaman *voice-over* dan visual untuk memastikan kesesuaian antara teks dan visual yang disajikan, serta melakukan revisi jika diperlukan untuk memastikan kesinambungan cerita.
- b. Menyusun ulang naskah berdasarkan *footage* yang ada, dengan mempertimbangkan perubahan yang terjadi selama produksi. Bekerja sama dengan editor untuk memastikan alur cerita tetap jelas dan konsisten.
- c. Melakukan perekaman ulang (*re-take*) apabila ada bagian yang perlu disempurnakan untuk memastikan kualitas narasi tetap sesuai dengan tone program yang diinginkan.

2. Penata Suara

- a. Menyerahkan file audio yang telah direkam, lengkap dengan catatan teknis terkait kualitas suara, kepada editor untuk diproses lebih lanjut.
- b. Berpartisipasi dalam proses mixing dan mastering audio, dengan tujuan memastikan keseimbangan antara suara narator, efek suara, musik latar, dan suara *ambient* yang mendukung pesan tentang *Green Urbanism*.
- c. Melakukan *quality control* untuk memastikan hasil audio final memenuhi standar teknis yang ditetapkan dan siap digunakan dalam program akhir.

BAB III – KONSEP PERANCANGAN		
	PENULIS NASKAH	PENATA SUARA
PRA	- Melakukan riset dan mengumpulkan data bersama Produser. - Menyusun konsep cerita, alur, dan treatment. - Membuat daftar pertanyaan wawancara. - Membuat naskah voice-over.	- Merencanakan elemen suara yang dibutuhkan (musik, efek suara, voice-over) bersama Produser. - Menentukan peralatan audio yang diperlukan.
PRODUKSI	- Menyesuaikan naskah dengan proses syuting. - Berkoordinasi dengan Produser dan Kamera untuk pengambilan gambar. - Menyesuaikan naskah jika ada perubahan teknis atau naratif.	- Merekam suara narator, karakter, dan efek suara lainnya, berkoordinasi dengan Produser serta Presenter (VO) untuk memastikan kualitas audio sesuai dengan naskah dan tema. - Menyesuaikan pengambilan suara dengan visual dan narasi.
PASCA	- Menyusun ulang naskah berdasarkan footage. - Bekerja dengan Editor untuk memastikan alur cerita tetap jelas dan sesuai.	Meneruskan file audio kepada editor dan monitoring proses editing audio.

Gambar 3.1. Deskripsi Konsep Perancangan (Dokumentasi Tim Produksi, 2025)

3.4.4. Deskripsi dan Analisis Episode

Program *Green Urbanism* dikembangkan dalam bentuk tiga episode tematik yang membumikan konsep keberlanjutan melalui narasi yang kuat, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Penyusunan naskah dirancang untuk membangun alur cerita yang informatif dan inspiratif, dengan tata suara yang memperkuat suasana emosional dan memperjelas penyampaian pesan visual. Setiap episode mengangkat tema spesifik dengan pendekatan naratif yang berbeda, disesuaikan dengan karakteristik isu yang diangkat.

1. Episode 1: Asa Pemuda Negeri Merawat Bumi

Di episode perdana ini, *Green Urbanism* menampilkan kisah Farid Aulia Rahman, seorang pemuda yang telah menunjukkan kepedulian terhadap isu lingkungan sejak usia dini. Latar belakang keluarga sederhana yang menanamkan nilai-nilai cinta alam membentuk kepribadiannya hingga saat ini. Konsep naratif dalam episode ini terinspirasi dari pendekatan storytelling dalam *Paras Cantik Indonesia: Siti Soraya Cassandra*, yang menyoroti perjuangan individu melalui narasi yang dekat dan emosional. Narasi dibangun dengan menyoroti perjalanan Farid dalam mengedukasi masyarakat, menggerakkan komunitas, serta menginisiasi gerakan daur ulang dan pengelolaan sampah urban. Tindakannya yang konsisten menjadi bukti nyata bahwa perubahan dapat dimulai dari satu individu dan memberikan dampak luas bagi lingkungan sekitar.

Penyusunan naskah pada episode ini berfokus membangun keterikatan emosional antara audiens dan sosok Farid, dengan menggambarkan perjuangan personal yang dekat dengan keseharian masyarakat. Alur cerita dikembangkan dari pengenalan latar belakang, perjalanan menghadapi tantangan dunia industri, hingga kembalinya Farid untuk memperkuat aksi komunitas di akar rumput. Teknik narasi dipilih untuk mengedepankan refleksi personal, mengajak audiens merasakan semangat perubahan yang berangkat dari langkah sederhana namun penuh makna.

Dari sisi tata suara, penggunaan suara narator bernuansa lembut dipadukan dengan latar musik hangat untuk memperkuat suasana inspiratif. *Ambient sound* dari kegiatan Farid di lapangan, seperti suara interaksi komunitas dan aktivitas daur ulang, diolah untuk membangun suasana yang autentik. Pencahayaan alami serta sentuhan color grading bernuansa hangat mendukung keseluruhan atmosfer naratif yang menginspirasi dan membumi.

2. Episode 2: 5 Pilar Pemutus Rantai Sampah Pakaian

Episode kedua membahas permasalahan *fast fashion* dan dampaknya terhadap lingkungan melalui pendekatan feature berbentuk practical guide. Narasi dibuka dengan penggambaran budaya konsumsi pakaian berlebihan yang mendorong akumulasi limbah tekstil. Untuk menghadapi permasalahan ini, program mengusung solusi konkret dengan memperkenalkan konsep *5 Pillars of Circular Fashion (5R)*, yaitu *Recycle, Reuse, Resell, Repair, dan Rewear*. Pendekatan utama yang digunakan bersifat panduan praktis, seperti yang terlihat dalam video *Handmade GreenLiving – Zero Waste Life*, yang menampilkan gaya hidup ramah lingkungan melalui visual yang informatif dan mendorong perubahan menuju pola konsumsi yang lebih berkelanjutan.

Naskah dirancang dengan memperkenalkan dua komunitas yang aktif dalam gerakan fashion berkelanjutan. Kampung Perca, sebuah komunitas kreatif di Sindangsari Bogor, menjadi contoh praktik ekonomi sirkular dengan mengolah limbah tekstil sisa industri menjadi produk bernilai ekonomi

seperti tas, dompet, dan kerajinan rumah tangga. Kampung Perca menerapkan prinsip *Recycle*, *Repair*, dan *Resell* dalam aktivitas sehari-hari. Sementara itu, *Lyfe With Less* mendorong masyarakat untuk mengadopsi prinsip *Reuse* dan *Rewear* melalui kampanye, workshop, dan edukasi di media sosial, mengajak masyarakat untuk sadar terhadap konsumsi berlebih dan memperpanjang siklus hidup pakaian.

Tata suara dalam episode ini dirancang untuk menghadirkan suasana yang natural dan dinamis. Musik bertempo ringan namun tetap menjaga kesan organik mengiringi visual kegiatan komunitas. Efek suara aktivitas seperti suara gunting kain, mesin jahit, dan percakapan santai narasumber di tengah proses kreatif memperkaya dimensi audio. Narasi mengalir dengan bahasa yang komunikatif dan informatif, memudahkan audiens memahami konsep keberlanjutan dalam konteks gaya hidup sehari-hari.

3. Episode 3: Makanan Tak Habis, Bumi Menangis

Di episode terakhir, *Green Urbanism* menyoroti persoalan *food waste* yang menjadi salah satu penyumbang besar kerusakan lingkungan. Inspirasi visual dan pendekatan naratif diambil dari *Green Mountain Grandma* dan *Preserving the Seasons*, dua video dokumenter yang menggambarkan kehidupan tanpa limbah makanan secara jujur dan reflektif.

Konten episode ini akan dikemas sebagai feature, yang mengeksplorasi dampak nyata dari makanan terbuang dan bagaimana organisasi seperti *Foodbank of Indonesia* mengambil peran dalam penanggulangannya. Melalui pendekatan practical guide, program ini memperkenalkan strategi nyata dalam mengurangi limbah makanan. Narasi diawali dengan penggambaran skala masalah *food waste* di Indonesia, yang bertolak belakang dengan masih banyaknya masyarakat yang mengalami kekurangan pangan. Episode ini kemudian memperkenalkan *Foodbank of Indonesia*, organisasi yang berperan aktif dalam menyelamatkan makanan layak konsumsi untuk didistribusikan kepada kelompok rentan.

Penyusunan naskah berfokus pada paparan alur penyelamatan makanan mulai dari proses pengumpulan bahan pangan dari donatur, penyortiran

kelayakan konsumsi, hingga pendistribusian kepada komunitas yang membutuhkan. Setiap tahapan dijelaskan dengan kombinasi antara narasi deskriptif dan visual aksi nyata di lapangan, sehingga penonton tidak hanya memahami proses teknis, tetapi juga melihat dampaknya secara langsung. Keterlibatan narasumber dari berbagai latar belakang relawan, pengelola lembaga pangan, hingga penerima manfaat menjadi elemen penting dalam membangun kedalaman cerita. Melalui testimoni mereka, penonton tidak hanya menyaksikan proses penyelamatan makanan, tetapi juga merasakan nilai sosial dan emosional yang terkandung di dalamnya. Episode ini menekankan bahwa mengurangi *food waste* bukan hanya soal efisiensi sumber daya, tetapi juga tentang keadilan sosial, solidaritas, dan kemanusiaan. Dengan menyuarakan kisah para pelaku dan penerima manfaat, *Green Urbanism* menegaskan bahwa perubahan menuju sistem pangan yang adil dimulai dari empati dan kesadaran kolektif.

Tata suara pada episode ini mendukung nuansa empatik dan reflektif. Pemilihan latar musik dengan tempo lambat dan suasana hangat mempertegas pesan sosial yang diangkat. Suara aktivitas distribusi makanan, percakapan saat menyerahkan makanan, dan ambient dari lokasi pendistribusian direkam untuk memperkaya pengalaman audio. Tone visual yang natural dipadukan dengan penggunaan time-lapse memperkuat perjalanan makanan dari sumber ke penerima, membangun kesadaran akan pentingnya penyelamatan pangan dalam upaya menjaga keberlanjutan bumi.

