

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Landasan teori disusun sebagai kajian yang berkaitan dengan program ini, sehingga membantu dalam proses pelaksanaan dan produksi feature yang dilakukan. Landasan teori yang diuraikan pada program ini, yaitu program televisi, program feature, dan teori komunikasi massa.

2.1.1. Komunikasi Massa

Kemajuan teknologi telah membawa transformasi besar dalam cara manusia mengakses dan menyebarkan informasi, mendorong evolusi komunikasi dari bentuk pralisan, ke media cetak, media elektronik, hingga ke era digital yang serba cepat dan tanpa batas. Perkembangan ini turut memengaruhi dinamika komunikasi massa, di mana istilah "massa" merujuk pada audiens yang luas dan heterogen, yang menerima pesan secara serentak tanpa terikat oleh batas geografis maupun waktu (Kustiawan, Sri, dkk., 2022). Komunikasi massa memanfaatkan berbagai saluran media baik tradisional maupun digital untuk menjangkau khalayak secara luas dan efisien.

Putra (2022) menegaskan bahwa komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan yang terjadi secara serentak melalui media massa, dengan tujuan menyebarluaskan informasi kepada publik. Hal ini sejalan dengan pendapat Tamburaka dalam Hadi dkk. (2020, p. 55) yang menyatakan bahwa komunikasi massa bertujuan utama untuk menginformasikan khalayak luas. Secara umum, komunikasi massa memiliki empat fungsi pokok, yaitu fungsi pengawasan (monitoring terhadap lingkungan sosial), korelasi (menghubungkan berbagai elemen masyarakat), pewarisan budaya (melestarikan nilai dan norma sosial), serta hiburan (menyediakan relaksasi dan kesenangan bagi audiens). Keempat fungsi ini berjalan saling melengkapi, menjadikan komunikasi massa sebagai pilar penting dalam kehidupan sosial modern.

Media massa berfungsi menyampaikan informasi kepada khalayak luas tanpa interaksi langsung. Menurut Alex Sobur (Hadi dkk., 2020, p. 27), media ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Media cetak: Surat kabar, majalah, surat langsung.
2. Media penyiaran: Radio, televisi.
3. Media pemajangan: Billboard, tanda, poster, CD, DVD.
4. Media interaksi baru: Telepon, internet, instant messaging, email.

Media massa memiliki dampak pada individu dan masyarakat. Menurut (Kustiawan, Siregar, dkk., 2022), efek media massa dapat dibagi menjadi tiga kategori:

1. Efek Kognitif: Meningkatkan pengetahuan dan kesadaran khalayak.
2. Efek Afektif: Mempengaruhi emosi, opini, dan sikap khalayak.
3. Efek Behavioral: Mendorong perubahan perilaku atau tindakan nyata.

Program *Green Urbanism* adalah contoh komunikasi massa melalui media feature televisi yang menyampaikan pesan lingkungan kepada khalayak luas. Mengangkat isu seperti fast fashion, *food waste*, dan sampah plastik, program ini berfungsi sebagai edukasi publik yang selaras dengan fungsi komunikasi massa. Disiarkan di televisi dan platform digital, *Green Urbanism* memberikan informasi akurat, inspiratif, dan aplikatif, serta membangun kesadaran kolektif untuk mendorong perubahan sikap terhadap keberlanjutan lingkungan.

2.1.2. Program Televisi

Menurut Mutaqin dalam (Izdihar Hasri dkk. (2024)), program adalah rencana atau kumpulan aktivitas yang dilakukan berkesinambungan dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Televisi merupakan media komunikasi yang menyampaikan informasi melalui audio-visual, menarik perhatian audiens tanpa memandang latar belakang (Safira, 2019). Program televisi, yang disiarkan melalui berbagai platform, dirancang untuk memberikan hiburan, informasi, atau edukasi (Pratama dkk., 2022). Program televisi terbagi menjadi dua

jenis: informasi (hard news dan soft news) dan hiburan, yang dikemas untuk mempengaruhi penonton (Damanik dkk., 2025; Sari, 2018).

Proses penyajian berita televisi melalui tahapan sistematis: praproduksi, produksi, dan pascaproduksi menurut Compesi & Gomez dalam (Pratama dkk., 2022).

1. Praproduksi: Persiapan konsep dan alat untuk mendukung produksi dan pascaproduksi.
2. Produksi: Eksekusi pembuatan video sesuai konsep yang telah disiapkan.
3. Pascaproduksi: Pengolahan dan editing bahan berita yang telah dikumpulkan.

Program *Green Urbanism* adalah program televisi informasi dengan format feature non-drama. Mengikuti tahapan tersebut, program ini mengangkat isu lingkungan secara edukatif melalui media audio-visual, disiarkan di televisi dan platform digital. Topik-topik seperti waste management, fast fashion, dan *food waste* mengedukasi audiens urban untuk berpartisipasi dalam gaya hidup berkelanjutan.

2.1.3. Program Feature

1. Definisi Feature

Menurut Haris Sumadiria dalam Putri (2021), feature adalah cerita berbasis fakta dan data yang dikumpulkan melalui proses jurnalistik. Program feature mengangkat topik secara mendalam dari berbagai sudut pandang, menyajikan analisis dan sorotan terperinci tanpa terikat aktualitas, memberikan wawasan lebih luas bagi audiens (Junitiadi & Irawan, 2023; Rachma dkk., 2023). Selain informatif, feature juga mengedepankan kreativitas, menghibur, dan menyajikan pengalaman yang inspiratif melalui alur cerita dan visual menarik (Mustopa & Irawan, 2023). Program ini umumnya ringan, menarik, dan berfokus pada human interest serta fakta dengan nilai berita (Safira, 2019).

2. Karakteristik Feature

Feature tidak hanya menyajikan informasi mendalam, tetapi juga mengutamakan kreativitas dan daya tarik visual untuk meningkatkan keterlibatan pemirsa. Menurut Fachruddin dalam (Maharani Sukma Dewi dkk., 2022), karakteristik feature televisi meliputi:

- a. Kreativitas: Memberikan ruang bagi jurnalis untuk menyajikan cerita dengan pendekatan kreatif.
- b. Informatif: Menyajikan informasi mendalam tentang aspek kehidupan yang jarang diberitakan.
- c. Eksklusif: Menyasar audiens spesifik, membedakan diri dari sinetron atau *reality show*.
- d. Menghibur: Menggunakan storytelling untuk menangkap emosi dan suasana peristiwa.
- e. Tahan Lama: Memiliki nilai tayang yang lebih awet dibandingkan berita.
- f. Subjektivitas: Beberapa feature menggunakan sudut pandang pribadi jurnalis untuk pengalaman menonton lebih mendalam.

3. Jenis-Jenis Feature

Dalam jurnalistik, feature lebih mendalam dan naratif dibanding berita biasa (Qomaruddin, 2022). Jenis-jenis feature meliputi:

- a. Feature Biografi: Mengisahkan perjalanan hidup tokoh, seperti Farid Aulia Rahman di *Green Urbanism*.
- b. Feature Informatif: Memberikan panduan praktis, seperti pengelolaan sampah pakaian dan makanan di *Green Urbanism*.
- c. Feature Human Interest: Fokus pada kisah emosional, terdapat dalam cerita komunitas di *Green Urbanism*.
- d. Feature Kiat (Petunjuk Praktis) adalah jenis tayangan yang bertujuan memberikan panduan atau pelatihan kepada penonton dengan cara menunjukkan langkah-langkah dalam melakukan suatu kegiatan, seperti beternak atau memperbaiki suatu benda.
- e. Feature Sejarah: Membahas peristiwa atau tokoh sejarah, seperti evolusi gerakan lingkungan di *Green Urbanism*.

Green Urbanism adalah program feature yang memadukan jurnalisme naratif dengan pendekatan kreatif untuk mengangkat isu-isu lingkungan secara mendalam dan menyentuh. Menghadirkan kisah nyata, data faktual, serta berbagai sudut pandang dari individu maupun komunitas yang terlibat dalam upaya keberlanjutan, program ini menyampaikan informasi dengan cara yang komunikatif dan emosional. Gaya penceritaannya yang kuat dan visual yang estetik menjadikan Green Urbanism sebagai tayangan yang relevan, menarik, dan mudah dicerna oleh berbagai lapisan penonton.

Mengusung tema seperti fast fashion, food waste, dan plastic waste, program ini menonjolkan karakteristik khas karya feature, seperti kreativitas, kedalaman informasi, dan elemen human interest yang kuat. Penyajiannya tidak hanya memberi wawasan, tetapi juga membangun empati dan mendorong keterlibatan penonton dalam isu-isu lingkungan. Dengan menyentuh sisi personal dan sosial dari permasalahan yang diangkat, Green Urbanism menjadi media yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menginspirasi aksi nyata menuju keberlanjutan.

2.1.4. Produksi Program Feature

Produksi jurnalistik feature melibatkan tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang memastikan hasil akhir informatif dan menarik. Perbedaan utama program feature adalah pendekatan mendalam dan naratif dengan fokus pada *human interest* (Putri, 2021). Berikut adalah tahapan produksi dalam jurnalistik feature (Rijalul Vikry, t.t.; Wahid dkk., 2021):

1. Pra-Produksi
 - a. Perencanaan dan riset: Meneliti topik secara mendalam untuk pemahaman isu.
 - b. Pengembangan konsep dan naskah: Usulan feature dibahas dan disetujui dalam rapat redaksi.
 - c. Penentuan karakter utama dan narasi: Menentukan sudut pandang dan tokoh utama.

- d. Penyusunan treatment, proposal, dan struktur berita: Merancang alur cerita secara sistematis.
- e. Penyusunan daftar pertanyaan dan alat produksi: Menyiapkan pertanyaan wawancara dan perlengkapan produksi, termasuk anggaran.
2. Produksi
 - a. Pengambilan gambar dan wawancara: Shooting dilakukan sesuai rundown, dengan wawancara mendalam untuk informasi lebih.
 - b. Fleksibilitas dalam pengambilan gambar: Menyesuaikan pengambilan gambar dengan kejadian tak terduga di lapangan.
 - c. Pencatatan visual: Dokumentasi visual penting untuk mempermudah tahap pasca-produksi.
3. Pasca-Produksi
 - a. Penyusunan naskah berita dan daftar adegan: Menyusun narasi berdasarkan rekaman agar sesuai dengan alur.
 - b. Proses penyuntingan (*editing*): Editor dan jurnalis memilih adegan dalam tahapan rough cut, fine cut, dan penambahan musik/narasi.
 - c. Penyesuaian elemen visual dan audio: Penyempurnaan visual, efek suara, dan musik latar dalam editing online.
 - d. Penerjemahan dan subtitling: Menambahkan terjemahan/subtitle untuk jangkauan audiens lebih luas.

2.1.5. Tim Produksi Program Feature

Dalam produksi feature *Green Urbanism*, tiap tim memegang peranan penting untuk memastikan tayangan berjalan lancar dan berkualitas (Darmawan , 2020):

1. Manajemen produksi
 - a. Produser: Memimpin perencanaan, penganggaran, pemilihan tim, dan menjaga kualitas produksi.
 - b. Asisten Produser: Membantu jadwal, administrasi, dan logistik selama produksi.

2. Tim Penyutradaraan
 - a. Sutradara: Mengarahkan visual dan *storytelling* agar sesuai konsep.
 - b. Asisten Sutradara: Menjaga kelancaran jadwal syuting.
 - c. Penulis Naskah: Menyusun skrip berbasis riset sebagai fondasi narasi.
3. Tim Kamera dan Pencahayaan
 - a. Operator Kamera dan Asisten Kamera: Mengambil gambar sesuai arahan.
 - b. Direktur Pencahayaan: Menyesuaikan pencahayaan untuk mendukung suasana visual.
4. Tim artistik terdiri dari Penata Rias dan Desainer Latar, bertugas untuk mendukung estetika visual sesuai tema cerita.
5. Tim Audio terdiri dari Audio Mixer dan Operator Boom. Bertugas untuk menjaga kualitas suara selama produksi.
6. Tim pascaproduksi terdiri dari Editor Video dan Desainer Grafis, bertugas untuk menyusun hasil rekaman, menambahkan elemen visual untuk memperkuat cerita.

Dalam *Green Urbanism*, sinergi antara penulis naskah dan tim audio menjadi kunci dalam membangun kesinambungan antara konten visual dan kekuatan emosional narasi. Kolaborasi yang terjalin sejak tahap perencanaan, produksi, hingga pascaproduksi menciptakan harmoni antara kata, suara, dan gambar, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga menyentuh secara emosional. Integrasi ini menjadikan *Green Urbanism* lebih dari sekadar tayangan edukatif; ia menjadi medium yang menginspirasi masyarakat urban untuk lebih peduli dan terlibat aktif dalam isu keberlanjutan lingkungan.

2.1.6. Penulis Naskah dalam Produksi Program Feature

Naskah menjadi landasan utama yang mengarahkan seluruh elemen produksi, termasuk visual, suara, dan narasi. Tugas dan Tanggung jawab penulis naskah (Nugroho, 2021; Wirawan & Darmawan, 2020):

1. Pra Produksi
 - a. Melakukan riset dan mengumpulkan data bersama produser.

- b. Menyusun konsep cerita, alur, *treatment*, dan *rundown*.
 - c. Membuat daftar pertanyaan wawancara.
2. Produksi
 - a. Menyesuaikan naskah dengan proses syuting.
 - b. Berkoordinasi dengan produser dan kamera untuk pengambilan gambar.
 - c. Menyesuaikan naskah jika ada perubahan teknis atau naratif.
3. Pasca Produksi
 - a. Menyusun ulang naskah berdasarkan *footage*.
 - b. Bekerja dengan editor untuk memastikan alur cerita tetap jelas dan sesuai.

Dalam produksi *Green Urbanism*, penulis naskah menyusun narasi yang informatif dan inspiratif berdasarkan riset mendalam dan data lapangan. Penulis merancang struktur cerita, naskah narasi, dan *voice over* yang selaras dengan visual dan tempo tayangan, serta memastikan pesan program tersampaikan efektif melalui revisi dan kolaborasi tim.

2.1.7. Penata Suara dalam Produksi Program Feature

Penata suara bertanggung jawab penuh atas kualitas audio dalam produksi. Suara adalah elemen penting yang mendukung visual dan membantu audiens memahami informasi secara maksimal. Dalam produksi feature, audio yang jernih dan seimbang dapat menciptakan pengalaman menonton yang lebih imersif. Tugas dan Tanggung Jawab Penata Suara (Nugroho, 2021; Wirawan & Darmawan, 2020):

1. Pra Produksi
 - a. Merencanakan elemen suara yang dibutuhkan (musik, efek suara, *voice-over*) bersama produser.
 - b. Menentukan peralatan audio yang diperlukan.
2. Produksi
 - a. Merekam suara narator, karakter, dan efek suara lainnya, berkoordinasi dengan produser serta presenter (VO) untuk memastikan kualitas audio sesuai dengan naskah dan tema.
 - b. Menyesuaikan pengambilan suara dengan visual dan narasi.

3. Pasca Produksi

Meneruskan file audio kepada editor dan *monitoring* proses editing audio.

Dalam produksi *Green Urbanism*, penulis juga bertugas sebagai penata suara. Bertugas dalam merekam suara di lapangan, memilih suara latar (*ambience*) yang sesuai, mengarahkan proses *voice over*, dan menyusun semua elemen suara seperti dialog, musik, dan efek suara agar suasana cerita terasa hidup dan menarik.

2.1.8. Feature Lingkungan Hidup

Feature lingkungan hidup adalah bentuk jurnanisme yang menyajikan isu-isu lingkungan secara mendalam dan menarik dengan pendekatan naratif. Feature lingkungan menggali lebih dalam tentang dampak perubahan lingkungan terhadap kehidupan manusia serta bagaimana masyarakat beradaptasi dan mencari solusi. Tulisan ini sering kali memadukan data ilmiah dengan pengalaman personal, sehingga menciptakan keterikatan emosional yang lebih kuat dengan pembaca. Dalam feature lingkungan, isu yang dibahas sangat beragam, mulai dari deforestasi, pencemaran air dan udara, perubahan iklim, hingga keberlanjutan sumber daya alam. Jurnalis lingkungan tidak hanya bertugas melaporkan peristiwa, tetapi juga meningkatkan kesadaran publik terhadap pentingnya menjaga ekosistem.

Tulisan feature lingkungan hidup juga harus mengikuti prinsip-prinsip etika jurnalistik, seperti menyajikan informasi yang akurat, objektif, dan tidak bias. Selain itu, jurnalis lingkungan harus mampu mengedukasi masyarakat tanpa sekadar membangun kepanikan, melainkan mendorong perubahan positif (Lesmana, 2017). Dengan pendekatan *storytelling* yang kuat, feature lingkungan tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga alat untuk menginspirasi aksi nyata dalam pelestarian lingkungan (Kurniawan & Putria, 2024).

Green Urbanism adalah program jurnanisme lingkungan yang membahas isu ekologi dengan pendekatan naratif. Menggabungkan data ilmiah dan kisah komunitas, program ini informatif sekaligus emosional. Setiap episode menyoroti masalah seperti limbah plastik dan dampak fesyen, serta solusi dari pelestari

lingkungan. Dengan narasi yang akurat dan inspiratif, *Green Urbanism* mendorong perubahan gaya hidup berkelanjutan.

2.1.9. Program Feature *Green Urbanism*

Green Urbanism merupakan program feature yang berfokus pada isu-isu lingkungan perkotaan, seperti efisiensi energi, pengelolaan sampah, dan pentingnya keberadaan ruang terbuka hijau dalam tata kelola (Enelx, 2024). Program ini mengangkat berbagai tantangan yang dihadapi kota-kota modern dalam menjaga keseimbangan antara pembangunan dan kelestarian lingkungan. Dengan pendekatan yang informatif sekaligus edukatif, *Green Urbanism* mengajak masyarakat untuk lebih memahami pentingnya penerapan prinsip-prinsip ramah lingkungan dalam kehidupan urban sehari-hari. Konsep dasar yang diusung adalah menciptakan kota yang sehat, layak huni, dan berkelanjutan, melalui penerapan strategi seperti pengurangan emisi karbon, peningkatan efisiensi energi, serta optimalisasi pemanfaatan ruang terbuka hijau sebagai paru-paru kota dan ruang sosial masyarakat (Wardana, 2024).

Lebih dari sekadar program penyampai informasi, *Green Urbanism* berperan sebagai media advokasi yang menjembatani isu-isu lingkungan dengan aksi nyata yang dapat dilakukan oleh individu, komunitas, hingga pengambil kebijakan. Program ini hadir sebagai ruang dialog yang membumikan isu lingkungan yang kerap dianggap rumit atau jauh dari kehidupan sehari-hari menjadi lebih dekat, relevan, dan aplikatif bagi masyarakat urban. Dengan pendekatan berbasis data yang kredibel, wawancara mendalam dengan narasumber yang kompeten di bidangnya, serta gaya naratif yang kuat dan menyentuh sisi kemanusiaan, *Green Urbanism* menyuguhkan konten yang tidak hanya menggugah kesadaran, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir dan perilaku terhadap lingkungan.

Setiap episode dirancang untuk membingkai realitas kota melalui kisah nyata tentang bagaimana limbah tekstil menumpuk karena budaya konsumtif, bagaimana sampah plastik mencemari ruang hidup kita, hingga bagaimana makanan yang terbuang menjadi simbol ketimpangan dan pemborosan. Namun

alih-alih terjebak pada narasi pesimistik, Green Urbanism menyoroti berbagai upaya kreatif dan solutif yang dilakukan oleh warga, komunitas akar rumput, start-up hijau, hingga inisiatif pemerintah daerah. Semua itu dikemas dalam visual yang inspiratif dan pendekatan human interest yang kuat.

Dengan demikian, Green Urbanism tidak hanya menjadi tontonan, tetapi juga *call to action* sebuah panduan hidup berkelanjutan di tengah kompleksitas urbanisasi modern. Program ini membuka ruang refleksi sekaligus menawarkan langkah-langkah nyata yang dapat diambil siapa saja untuk mulai berkontribusi pada kota yang lebih hijau, sehat, dan manusiawi. Ia hadir sebagai medium yang membangun empati, mendorong partisipasi, serta memperkuat rasa tanggung jawab kolektif dalam merawat lingkungan perkotaan, hari ini dan untuk generasi yang akan datang.

2.2. Referensi Karya

Dalam mengembangkan pemahaman tentang program ini, beberapa karya terdahulu menjadi titik awal yang penting untuk menghubungkan teori dan praktik yang relevan.

Tabel 2.1. Referensi Karya Sebelumnya

Link & Gambar	Keterangan
 https://www.youtube.com/watch?v=W_ZJXp51Afg	Judul: <i>Handmade Green Living – Zero Waste Life</i> Dalam video ini, ditampilkan bagaimana gaya hidup berkelanjutan dapat diwujudkan melalui keterampilan membuat kerajinan tangan (handmade). Video ini menyoroti pentingnya memanfaatkan bahan alami dan material daur ulang untuk menciptakan berbagai kebutuhan sehari-hari, sehingga mengurangi penggunaan plastik serta produk sekali pakai. Beberapa contoh yang ditampilkan termasuk pembuatan peralatan rumah tangga, tas berbahan kain, serta produk ramah lingkungan lainnya yang dapat membantu mengurangi limbah dalam aktivitas sehari-hari. Judul: <i>Green Mountain Grandma – Zero Waste Life</i> Video ini mengulas berbagai teknik pengawetan alami untuk menjaga kesegaran bahan makanan, yang sejalan dengan gaya hidup minim limbah. Dengan metode seperti

Link & Gambar



<https://www.youtube.com/watch?v=IEA3jMp5cbc>



<https://www.youtube.com/watch?v=uKaiWP74Nko>



<https://www.youtube.com/watch?v=V8FKwcMKKi8>

Keterangan

fermentasi, pengeringan, dan pengawetan berbahan alami, masyarakat dapat mengurangi pemborosan makanan serta memaksimalkan pemanfaatan bahan pangan musiman. Selain itu, video ini juga menyoroti cara menyimpan makanan secara efektif tanpa bergantung pada kemasan sekali pakai yang dapat mencemari lingkungan.

Judul: Paras Cantik Indonesia Episode 3: Siti Soraya Cassandra, Jakarta - Indonesia Kaya Webseries

Dalam video ini, diperlihatkan bagaimana rumah kecil (*tiny house*) dapat mendukung gaya hidup yang lebih ramah lingkungan. Dengan ruang terbatas, konsumsi energi dan limbah yang dihasilkan menjadi lebih sedikit. Video ini juga menyoroti strategi pemanfaatan ruang secara optimal, penggunaan bahan bangunan berkelanjutan, serta penerapan sistem energi dan air yang lebih efisien untuk meminimalkan dampak terhadap lingkungan. Konsep ini ideal bagi individu yang ingin hidup lebih praktis sekaligus berkontribusi terhadap kelestarian alam.

Judul: *Preserving the Seasons - Zero Waste Life*

Video ini mengulas konsep hidup berkelanjutan secara menyeluruh, mencakup pengurangan limbah, efisiensi energi, konsumsi yang lebih bertanggung jawab, serta gaya hidup minimalis. Penonton diajak untuk menyadari bagaimana kebiasaan sehari-hari, seperti memilih produk ramah lingkungan, membatasi penggunaan plastik, dan memanfaatkan energi terbarukan, dapat berkontribusi pada kelestarian lingkungan. Video ini menginspirasi bahwa perubahan kecil yang dilakukan individu dapat membawa dampak positif yang besar bagi bumi.

Sumber: Hasil Olah Data

Tabel di atas berisi referensi karya tentang gaya hidup ramah lingkungan, yang menunjukkan bagaimana program non-drama feature dapat kreatif dan informatif dalam menyampaikan pesan keberlanjutan. Referensi tersebut menyoroti praktik zero waste, pengelolaan limbah, efisiensi energi, hingga pengelolaan

sumber daya. Analisis ini membantu tim produksi memilih pendekatan visual, narasi, dan audio yang efektif untuk membangun kedekatan emosional dengan penonton serta mendorong perubahan perilaku berkelanjutan.



