

## PERANCANGAN PROGRAM TELEVISI FEATURE TENTANG PRODUK RAMAH LINGKUNGAN DI BANDUNG

### *DESIGNING OF TELEVISION FEATURE PROGRAM ABOUT ENVIROMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS IN BANDUNG*

Debi Sintia Dewi<sup>1</sup>, Anggar Erdhina Adi, S.Ds, M.Ds<sup>2</sup>

<sup>2</sup>Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

<sup>1</sup>[decide.deside@gmail.com](mailto:decide.deside@gmail.com), <sup>2</sup>[anggarerdhina@gmail.com](mailto:anggarerdhina@gmail.com)

#### Abstrak

Akibat dari semakin bertambahnya tingkat konsumsi masyarakat serta aktivitas lainnya, maka bertambah pula limbah yang dihasilkan. Di Indonesia sendiri, masih sedikit produsen yang menghasilkan produk berbahan ramah lingkungan, khususnya di wilayah Bandung yang memiliki potensi sebagai kota kreatif. Mengenai permasalahan tersebut, penulis mengangkat topik tentang “Menggunakan dan memproduksi produk Indonesia ramah lingkungan”. Dalam proses perancangan, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui studi literatur serta wawancara serta observasi yang dilakukan di Bandung dan dalam metode analisis menggunakan pendekatan studi kasus. Maka dari itu, diperlukan media berupa program televisi *feature* untuk dapat menarik minat remaja terhadap produk ramah lingkungan. Melalui perancangan *feature*, penulis sebagai produser dalam program dengan judul program “*Green Project*” memiliki peran dalam menentukan ide dan konsep program serta bertanggung jawab atas proses pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tujuan program ini agar para generasi muda terutama remaja memiliki pengetahuan tentang produk ramah lingkungan dalam negeri dan tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Serta, memotivasi remaja untuk memproduksi produk ramah lingkungan sendiri.

**Kata kunci :** Produk Ramah Lingkungan, *Feature*, Televisi, Produksi *Feature*

#### Abstract

*The increasing level of consumption and other activities, it also increased the waste generated. In Indonesia, there are still a few of manufacturers that produce environmentally friendly products, especially in Bandung region who had potensions about creative city. About the problems, the writer have the topic about "Use and producing the Indonesian environmentally friendly products". In design process, the author uses a qualitative method of data collection through literature studies and interviews with the observations in Bandung and the methods of analysis used a case study approach. Therefore, the required media in the form of feature television programs to be able to attract teenagers towards environmentally friendly products. Through design feature , the author as Producer of program with the tittle "Green Project" has a role in determining the ideas concept of the program and responsible for the pre – production, production and pasca production proccess. The purpose of this program, the young generation have knowledge about environmentally friendly products in their country and are interested in using the product. Then, to motivate adolescents to produce their eco-friendly products.*

**Keywords:** *Environmentally Friendly Products, Featured, Television, Bandung, Production Feature*

#### 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alamnya, negara kepulauan yang menghubungkan dari Sabang sampai Merauke. Karena banyaknya monopoli dunia menjadikan produk luar negeri lebih memegang peranan pasar, sehingga minat masyarakat cenderung ke produk luar negeri. Produk – produk tersebut seharusnya bisa menjadi tuan rumah di negerinya sendiri.

Disisi lain, akibat dari semakin bertambahnya tingkat konsumsi masyarakat serta aktivitas lainnya, maka bertambah pula limbah yang dihasilkan. Di Indonesia sendiri, masih sedikit produsen yang menghasilkan produk berbahan ramah lingkungan. Produk berlabel ramah lingkungan (*eco friendly*) masih sulit ditemui di Indonesia. Selain itu juga, didukung dengan kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia tentang keberadaan produk berbahan ramah lingkungan dan manfaat menggunakan produk tersebut. Sehingga masyarakat dan khususnya remaja, masih jarang yang mengkonsusmsi produk ramah lingkungan. Ditambah lagi, belum adanya standarisasi atau sertifikasi mengenai produk ramah lingkungan di Indonesia maupun di Indonesia.

Di Bandung sendiri, terdapat beberapa produsen penghasil produk bahan lingkungan, meskipun jumlahnya masih sedikit ada beberapa kerajinan atau Usaha Kecil Menengah (UKM) yang menggunakan bahan ramah lingkungan baku dari alam ataupun bahan daur ulang. Akan tetapi, masyarakat khususnya remaja kurang mengetahui keberadaan produk – produk tersebut. Televisi merupakan salah satu media informasi yang hampir disukai semua kalangan, termasuk remaja. *Feature* merupakan salah satu bagian program televisi *soft news* (berita ringan) dan merupakan media informasi yang tidak terikat akan waktu namun memiliki nilai aktualitas. Program *feature* memberikan penekanan yang lebih besar pada fakta – fakta yang unik, fakta – fakta yang mungkin merangsang emosi (menghibur, memunculkan empati, disamping tetap tidak meninggalkan unsur informatifnya).

Dibalik produksi program *features* tersebut, terdapat peran Produser dalam program televisi. Menurut Rusman Latief dan Yustiatie Utud, (2015, :124), Produser adalah pimpinan produksi yang mengkoordinasikan seluruh kegiatan pelaksanaan sejak pra produksi, produksi, pasca produksi. produser televisi harus memiliki kemampuan pengorganisasian dan kreativitas yang baik. Dengan memahami banyak hal, mulai dari masalah kamera, tata cahaya, tata suara, teknik editing, serta harus memiliki kemampuan inisiatif.

Melalui penelitian dengan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan mengangkat topik tentang “Menggunakan dan memproduksi produk Indonesia ramah lingkungan”. Tujuannya adalah menciptakan sebuah program *feature* yang dapat mengedukasi masyarakat mengetahui tentang manfaat yang didapat apabila kita menggunakan dan mendukung kegiatan produk Indonesia yang ramah lingkungan. Selain itu juga, agar para remaja termotivasi untuk dapat menciptakan produk ramah lingkungan di masa depan.

## 2. Dasar Teori / Metodologi / Perancangan

### 2.1 Dasar Teori

#### 1. Program Feature Sebagai Media Hiburan dan Informasi

Format program televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan dari kreativitas dan desain produksi yang akan berbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut. Program *feature* adalah program yang membahas suatu pokok bahasan yang secara lengkap menyoroti dan mengurai dengan berbagai format dan kreasi dengan tujuan untuk menghibur dan memberikan informasi edukatif sehingga membuat penonton terkesan dan terinspirasi oleh tayangan tersebut. *Feature* memiliki karakteristik informatif karena, memberikan informasi kepada masyarakat dan memiliki pesan moral, serta dapat menciptakan sebuah perubahan dan memberikan tayangan yang inspiratif. Dapat dikatakan sebagai tayangan inspiratif karena *feature* dilengkapi dengan wawancara, komentar dan narasi yang menggunakan aspek *human interest* agar memiliki dramatika.

Pengertian *softnews* (berita ringan) pada *feature* bukan pada materinya, melainkan pada segi atau teknik penyajiannya. Maka seberat apapun materi yang diangkat, pemirsa harus menikmatinya dengan rileks, sehingga penuturan rangkaian faktanya disajikan secara naratif. Informasi *feature* merupakan sebuah informasi yang termasuk dalam kategori *soft news*. Karena, *feature* merupakan informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam tanpa bersifat harus segera tayang. Jadi, dalam hal ini program *feature* tidak harus memberikan informasi yang cepat dan terkini namun tetap memiliki sifat faktual.

Sebagai sebuah cerita, *feature* memiliki anatomi atau susunan rangka cerita yang sederhana, tidak sulit dan rumit. Susunan bangunan cerita *feature* terdiri atas judul, intro, perangkat, tubuh dan penutup. Bahkan secara garis besar, susunan *feature* terbagi dalam tiga bagian yaitu pembukaan, penceritaan dan penutup. *Feature* ditulis dengan menggunakan teknik mengisahkan, setiap *feature* tetap harus mengandung unsur siapa, apa, kapan, dimana, mengapa dan bagaimana (5W1H).

#### 2. Konten Lokal Produk Indonesia Ramah Lingkungan

Seperti negara-negara berkembang telah banyak menggunakan peraturan konten lokal. Aturan konten lokal ini juga telah digunakan di negara maju untuk mencoba melindungi pekerjaan lokal dan industri dari kompetisi asing. Persyaratan konten lokal (*local content requirement*) adalah persyaratan bahwa beberapa bagian tertentu dari sebuah produk dapat dihasilkan atau diproduksi di dalam negeri. Persyaratan dapat dinyatakan baik dalam hal fisik (misalnya, 75% dari komponen untuk barang ini harus diproduksi secara lokal), atau dalam istilah nilai (misalnya, 75% dari nilai barang ini harus diproduksi secara lokal).

Masyarakat *modern* di negara maju banyak yang menyadari untuk lebih memilih produk ramah lingkungan. Hal ini didukung seiring dengan semakin tumbuhnya kesadaran masyarakat maju untuk melestarikan lingkungan, yang saat ini kerusakannya sudah semakin parah dan menyebabkan semakin kacaunya pola cuaca di bumi. Salah satu penyebab kerusakan lingkungan tersebut adalah kegiatan industri yang mengeksploitasi sumber daya alam tanpa adanya upaya untuk memperbaiki kerusakan alam yang terjadi dan pembuangan limbah yang tidak memperhatikan efek buruk bagi lingkungan. Inovasi merupakan sebuah

mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis (Hurley dan Hult, 1998). Dengan kata lain, nilai suatu produk mencakup suatu aspek-aspek keramahan lingkungan dari produk itu sendiri beserta kemasannya. Menurut (Ottman, 1994), produk-produk yang ramah lingkungan dapat diidentifikasi memiliki kriteria 3R yaitu:

- (1) *Reduce* yaitu mengurangi segala sesuatu yang menyebabkan timbulnya limbah. Misalnya pada saat berbelanja kita menggunakan kantong atau keranjang dari rumah, mengurangi kemasan yang tidak perlu, menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang.
- (2) *Reuse* (guna ulang), yaitu kegiatan penggunaan kembali sampah yang masih dapat digunakan baik untuk fungsi yang sama ataupun fungsi yang lain, contohnya botol bekas minuman dirubah fungsi menjadi tempat minyak goreng, ban bekas di rubah fungsi menjadi kursi dan pot bunga.
- (3) *Recycle* (mendaur ulang), yaitu mengolah sampah menjadi produk baru, contohnya sampah kertas dialog menjadi kertas daur ulang/kertas seni/campuran pabrik kertas, sampah plastik kresek diolah menjadi kantong kresek, sampah organik diolah menjadi pupuk kompos.

### 3. Peran Produser pada program *feature*

Produser memiliki tugas dan peran dalam membentuk program features sebagai berikut, yaitu (Colin Hart, 1997:3) :

1. Produser melakukan rapat redaksi untuk membahas dan memutuskan informasi dan ide yang diterima redaksi untuk ditindaklanjuti dengan membuat program *feature*.
2. Mencari ide *feature* yang didapatkan melalui pengalaman sendiri, jaringan atau informan, menelaah berita rutin maupun ide di pinggir jalan.
3. Menentukan tema *feature* yang dapat berupa masalah sosial, personal, politik, ekonomi, budaya, dan lain – lain.
4. Membuat riset atau latar belakang informasi (aspek lokasi, narasumber, cara mencapai lokasi, *property*, set up untuk membuat wawancara).
5. Membuat *whislist*, menentukan tokoh utama atau host dan narasumber yang berkompeten.
6. Menyiapkan treatment yang merupakan pedoman untuk meliput dan memproduksi paket *feature*/dokumenter.
7. Membuat jadwal *shooting* yang didiskusikan dengan manajer produksi.
8. Membentuk unit pelaksana produksi dan menyusun organisasi pelaksana..
9. Mengawasi pelaksanaan produksi dan membantu sutradara dalam proses produksi.
10. Memimpin pelaksanaan editing.
11. Produser mengecek jika ada revisi editing dan menyetujui hasil akhir produksi.

## 2.2 Metodologi

Dalam perancangan *feature* televisi ini, penulis menggunakan metode perancangan kualitatif yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari sumber studi literatur yang didapatkan sumber – sumber dari buku – buku dan juga website di internet. Selain itu, dapat diperoleh dari wawancara dan juga observasi. Wawancara dan observasi ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian dan juga khalayak sasaran. Wawancara dan observasi dilakukan bersamaan karena dalam hal ini penulis tidak hanya melakukan tanya jawab dengan narasumber melainkan juga melakukan pengamatan terhadap lingkungan sekitar dengan melakukan pencatatan dan juga dokumentasi. Penulis dalam wawancara menggunakan metode wawancara terbuka namun terstruktur, dalam hal ini penulis menyiapkan pertanyaan seputar pertanyaan yang diperlukan namun dilakukan dengan menyampaikan pertanyaan – pertanyaan yang tidak kaku, sehingga narasumber dapat menjawab pertanyaan atau menjelaskan pendapatnya dengan leluasa dan hal ini dapat membantu menjawab pertanyaan lain dengan sendirinya.

## 3.3 Perancangan

Dalam menjawab permasalahan yang ada mengenai konsumsi masyarakat terhadap produk lokal khususnya mengenai produk ramah lingkungan yang ada di Indonesia maka dibutuhkan sebuah media yang dapat memberikan informasi dan juga edukasi yang tepat dilakukan melalau proses perancangan. Perancangan program *Feature* televisi ini merupakan salah satu media yang cocok untuk memberikan informasi kepada masyarakat khususnya genrasi muda tentang produk lokal ramah lingkungan. Perancangan *feature* televisi ini dirancang bedasarkan hasil dari analisis dan teori yang digunakan serta data yang didapat.

Gambar 1. Poster *Green Project*

Penulis memberikan judul “*Green Project*” pada program *feature* yang dirancang merupakan program *feature* yang mengangkat informasi mengenai produk ramah lingkungan yang ada di Indonesia. Dengan menggunakan konten – konten program berupa produk ramah lingkungan yang memiliki konten lokal baik berupa produk ramah lingkungan yang terbuat dari alam dan juga produk ramah lingkungan dari bahan daur ulang dan produk – produk yang memiliki kriteria 3R (Reuse, Reduce, Recycle). Program ini akan membahas mengenai usaha – usaha dari entrepreneur muda mengenai produknya, usahanya dan pengalamannya dalam menjalankan usaha produk ramah lingkungan. Program *Green Project* ini memiliki konten informatif dan inspiratif yang dapat informasi dilihat melalui produk ramah lingkungan yang diangkat dan inspiratif melalui kesuksesan dari para entrepreneur muda dengan usaha UKM-nya. Pada perancangan ini penulis memilih kota Bandung sebagai topik yang akan diangkat tentang produk ramah lingkungannya pada episode pertama *Green Project*. Kedua produk yang akan dijadikan topik yaitu produk ramah lingkungan yang terbuat dari kayu yaitu Matoa (jam tangan kayu) dan Tesmak (kacamata limbah kayu).

Gambar 2. Screenshoot program *Green Project*

Program *feature* ini akan ditayangkan seminggu sekali sebanyak 12 episode atau satu *season* untuk mengukur minat penonton. Program *Green Project* ini akan dibagi menjadi tiga *segment* dan berdurasi selama 25 menit isi program dan 5 menit *commercial break*. Untuk media pendukung sebagai media promosi program yang sesuai maka dipilihlah media pendukung berupa yaitu *Promo On – Air* (iklan program) dan *X – Banner*. *Promo on air* ini akan berdurasi 30 detik yang ditayangkan pada jeda *commercial break* program lain.



Gambar 3. X-Banner Green Project

### 3. Pembahasan

#### 3.1 Analisis Data

Perancangan program *feature Green Project* dilakukan berdasarkan data – data yang telah dianalisis. Dengan bertambahnya jumlah limbah akibat konsumsi masyarakat maka diperlukan upaya untuk mengendalikan jumlah limbah dengan cara memanfaatkan barang bekas maupun bahan – bahan yang terbuat dari alam yang tidak memiliki efek terhadap pencemaran lingkungan. Namun, produk – produk ramah lingkungan tersebut masih banyak tidak diketahui keberadaannya oleh masyarakat khususnya remaja yang diteliti oleh penulis di daerah Bandung. Padahal, Bandung sebagai kota kreatif sendiri telah memiliki beberapa produsen atau entrepreneur produk ramah lingkungan. Dipilihlah program televisi karena televisi merupakan media yang disukai oleh berbagai kalangan usia salah satunya remaja dan *feature* adalah program televisi yang cocok karena memberikan informasi yang aktual namun masih bersifat menghibur dan tidak kaku. Begitu pula dengan sifat remaja yang menyukai informasi namun tidak kaku dalam penyampaiannya.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis terhadap data objek produk ramah lingkungan yang, maka *Matoa* merupakan produk yang memiliki keunggulan konten lokal yang lebih dibandingkan *Tesmak*, sedangkan dari segi pemanfaatan kategori 3R, *Tesmak* yang sangat memenuhi kriteria sebagai produk ramah lingkungan berdasarkan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Dari kedua analisis tersebut penulis mendapatkan tagline atau tema “Kreatif dan Inovatif”. Sedangkan dari program atau karya sejenis penulis mendapatkan keyword *feature* yang “informatif dan juga inspiratif” yang ditampilkan melalui penayangan *feature* interpretatif yang detail dalam menyampaikan topik namun tetap menghibur khususnya bagi remaja.

#### 3.2 Segmentasi

##### 1. Demografis (Kependudukan)

Remaja khususnya remaja menengah hingga dewasa awal yang berada pada rentang usia 15 - 25 tahun, namun tidak menutup kemungkinan semua usia. Dari segi pendidikan, pelajar dan mahasiswa adalah target utama dari perancangan ini, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk semua kalangan.

##### 2. Data Psikografis (Gaya Hidup)

Status Sosial kalangan yang dimulai dari tingkatan ekonomi menengah hingga menengah atas, namun tidak menutup kemungkinan untuk ditonton oleh berbagai kalangan baik perempuan maupun laki – laki. Gaya

Hidup generasi muda yang sekarang cenderung instan dalam melakukan segala sesuatu, sehingga diperlukan adanya media yang bisa mengandung informasi, pendidikan dan hiburan.

### 3. Data Geografis (Tempat Tinggal)

Adapun segmen khalayak dalam perancangan ini berdasarkan riset geografis berlokasi di kota Bandung, Jawa Barat. Dalam hal ini Program *feature* televisi ini akan kemungkinan akan ditayangkan di ke TV Nasional, karena konten – konten yang diangkat tidak hanya di Bandung saja namun juga di seluruh Indonesia.

### 3.3 Konsep Perancangan

Meningkatnya kegiatan yang diakibatkan oleh konsumsi atau hal lainnya menyebabkan limbah semakin bertambah setiap harinya. Untuk itulah diperlukan solusi untuk menangani hal tersebut yaitu dengan mengurangi jumlah limbah dengan cara mengolahnya kembali. Disamping itu, saat persaingan MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) seperti ini generasi muda seharusnya dapat mempersiapkan diri sebagai generasi yang mampu bersaing dengan negara Asia lainnya. Dari kedua fenomena tersebut, penulis mendapatkan ide mengenai sebuah media yang dapat mengangkat tentang produk ramah lingkungan. “*Green Project*” diambil dari istilah bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yaitu “*Green*” dan “*Project*”. *Green* artinya hijau, dan *Project* artinya proyek atau rancangan. Dapat diartikan bahwa *Green Project* merupakan upaya atau rancangan untuk menjadikan bumi tetap hijau atau lestari.



Gambar 4. Screenshot Bumper Program

Feature menggunakan konsep sudut pandang orang yang ingin tahu atau orang yang membutuhkan informasi dan juga edukasi. Maka dari itu, program ini akan membahas informasi yang membahas dengan jelas mengenai sejarah usaha tersebut, proses produksi produk hingga cara membuat suatu produk yang bermanfaat. Mengenai isi konten program, program ini akan ditujukan untuk mengedukasi yang tentu saja untuk memberikan informasi mengenai hal – hal yang terkait tentang enterpreneur ramah lingkungan dan juga cara melakukan sesuatu atau cara membuat sesuatu yang dapat dipraktekkan sendiri oleh penononton di rumah dengan menggunakan bahan yang juga ramah lingkungan.

Visualisasi pada program *Green Project* nantinya akan menunjukkan warna hangat dikombinasikan dengan warna pastel. Warna hangat merupakan warna yang terdiri dari kelompok warna yang menampilkan warna kekuningan, coklat hingga kemerahan. Warna hangat ini menampilkan simbol riang dan semangat. Sedangkan warna pastel merupakan warna menampilkan warna – warna muda seperti merah muda, hijau muda, kuning, jingga dan ungu. Warna tersebut digunakan untuk memberi kesan tidak terlalu menyilaukan mata untuk meminimalisasi tingkat kecerahan dari warna hangat. Selain itu, warna pastel juga sebagai warna yang sudah tidak asing bagi remaja. Begitu juga dengan isi program akan menampilkan berbagai elemen grafis seperti *typography*, *infographic* dan *motion graphic*. Semua elemen grafis tersebut disesuaikan dengan khalayak sasaran remaja yang menyukai warna – warna yang *full colour* dan bentuk *icon* yang beragam.

Sebagai produser, peran dan tanggung jawabnya dalam pra produksi dalam menentukan ide dan konsep sebuah program feature, Produser juga harus mampu mengawasi jalannya proses produksi dan pasca produksi serta bertanggung jawab pada hasil akhir sebuah program. Pada proses produksi, seorang produser harus mampu mengawasi jalannya proses produksi dan memperhatikan cahaya, talent atau host dan juga audio. Sedangkan pada proses pasca produksi, Produser membuat naskah editing yang akan menjadi panduan editor dalam mengedit program dan Produser juga harus mengawasi dan memantau pekerjaan editor jika terdapat kekurangan serta meriview hasil editing. Setelah hasil akhir, program akan ditawarkan kepada pihak stasiun

televise dan Produser harus dapat meyakinkan pihak televisi bahwa program yang ditayngkannya tersebut layak on-air dan akan mendapatkan rating yang memuaskan.

#### 4. Kesimpulan

Indonesia pun sebenarnya kaya dan bisa menghasilkan produk–produk yang berkualitas. Namun disisi lain, masih banyaknya remaja yang tidak mengetahui tentang produk – produk berkualitas dari Indonesia dan masih minim pemakaiannya. Salah satu contoh produk berkualitas yaitu produk yang tidak menimbulkan pencemaran atau menghasilkan limbah. Produk tersebut adalah produk ramah lingkungan. Maka dari itu, diperlukannya sebuah media yang dapat memberikan informasi mengenai produk – produk tersebut kepada masyarakat khususnya remaja. Media yang memenuhi kriteria informasi dan edukasi bagi remaja adalah program feature televisi. Program *feature* ini merupakan program dengan judul *Green Project* yang akan memberikan informasi mengenai produk ramah lingkungan baik dari proses produksi, penciptanya atau entrepreneur dan juga cara membuat produk ramah lingkungan. Penulis dalam perancangan program *Green Project* ini, memiliki peran sebagai Produser. Produser dalam sebuah program *feature* sangat menentukan keberhasilan suatu program karena ide dan konsep program ditentukan oleh Produser. Produser dalam menciptakan program *Green Project* ini harus memperhatikan konten yang dibahas dan visual yang ditampilkan. Melalui konten – konten mengenai entrepreneur yang sukses dan segment Do It Yourself tersebut sebagai cara untuk menarik perhatian penonton khususnya remaja. Melalui program feature *Green Project*, penulis sebagai Produser memiliki tujuan terhadap generasi muda agar generasi muda termotivasi dalam menggunakan dan juga mengispirasi mereka untuk kreatif dengan menciptakan produk yang inovatif seperti produk ramah lingkungan.

#### Daftar Pustaka

- (1) Fachrudin, Andi. 2012. Dasar – Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Features, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing. Jakarta : Kencana.
- (2) Kutha Ratna, Nyoman. 2010. Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- (3) Latief, Rusman dan Yustiatie Utud. 2015. Siaran Televisi Non Drama : Kreatif, Produksi, Public Relations dan Iklan. Jakarta : Prenamedia Group.
- (4) Rukmananda, Naratama. 2004. Menjadi Sutradara Televisi. Jakarta : Grasindo.
- (5) Undang-undang tentang Perseroan Terbatas Nomor : 40. 2007. Bab V tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (6) Wibowo, Fred. 2007. Teknik Produksi Program Televisi. Yogyakarta : Pinus Book Publisher.

#### Sumber Jurnal:

Aqmala, Diana. Peluang UKM dalam Melakukan Inovasi Produk Ramah Lingkungan. Semarang : Universitas Diponegoro.

#### Sumber Website:

- (1) Bandung Bisnis. 2015. Produk Lokal Harus Miliki Karakter agar Berdaya Saing. <http://bandung.bisnis.com/m/read/20150511/18/533336/produk-lokal-harus-miliki-karakter-agar-berdaya-saing>. Diakses, 6 September 2015.
- (2) Banjarmasin Time. 2015. Minat Beli Masyarakat Terhadap Produk Lokal Masih Rendah. <http://www.banjarmasintime.com/2015/02/minat-beli-masyarakat-terhadap-produk.html>. Diakses 6 September 2015.
- (3) Kompasiana. 2013. Pengertian Kreatif dan Inovatif. <http://www.temukanpengertian.com/2014/03/pengertian-kreatif.html>. Diakses, 7 Desember 2015.
- (4) Kowani. 2015. Mari Kita Budayakan Cinta Produksi Dalam Negeri. <http://kowani.or.id/mari-kita-budayakan-cinta-produksi-dalam-negeri/>. Diakses, 12 Oktober 2015.

