

**PENYUTRADARAAN *FEATURE TV* LOKAL INDONESIA EPISODE  
INDUSTRI PERAK DI KOTAGEDE YOGYAKARTA**

***DIRECTING TV FEATURE LOKAL INDONESIA EPISODE SILVER  
INDUSTRY IN KOTAGEDE YOGYAKARTA***

Syadni Syarfina Zaen<sup>1</sup>, Zaini Ramdhan, S.Sn., M.Sn.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif,  
Universitas Telkom  
syadnizx19@gmail.com                      zinramdhan@gmail.com

**Abstrak**

*Perkembangan industri lokal di Indonesia kini mulai pesat dengan sasaran pasarnya masing-masing. Yogyakarta sebagai salah satu kota pariwisata di Indonesia juga memiliki sentra industri yang tidak sedikit, salah satunya industri perak di Kotagede. Kerajinan perak yang dijual biasanya berbentuk perhiasan, aksesoris, dan berbagai macam miniatur unik. Namun seiring berjalannya waktu, kerajinan perak di Kotagede ini kehilangan minat pasar yang kini semakin berkurang yang menyebabkan para pengrajin nyaris kehilangan profesinya sebagai pengrajin. Regenerasi pengrajin perak juga sangat sulit ditemukan karena minat pasar yang sedikit. Mengenai permasalahan tersebut perancang mengangkat topik tentang industri lokal khususnya kerajinan perak di Kotagede. Dalam proses perancangan, penulis menggunakan metode fenomenologi melalui pendekatan budaya dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara di Yogyakarta, dan studi literatur. Maka dari itu, media berupa program feature televisi diperlukan untuk dapat memberikan informasi serta hiburan untuk remaja agar memiliki pengetahuan seputar industri lokal khususnya kerajinan perak di Kotagede. Melalui perancangan feature televisi, penulis sebagai sutradara memiliki peranan dan tanggung jawab dalam proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Program acara ini diharapkan memberikan wawasan terhadap generasi muda agar lebih menghargai dan peduli terhadap produk-produk lokal di Indonesia.*

**Abstract**

*The development of local industries in Indonesia is now starting rapidly with the target market respectively. Yogyakarta as one of the tourism cities in Indonesia also has a few industrial centers, one of them is silver industry in Kotagede. Silver crafts are usually jewelry, accessories, and a variety of unique miniatures. But over time, silver handicrafts in Kotagede lost the market interest that is now diminishing which caused the craftsmen almost lost their profession as craftsmen. The regeneration of silver craftsmen is also very difficult to find due to market interest. Regarding the problem, the designer raised the topic about local industry especially silver handicraft in Kotagede. In the design process, the authors used phenomenology method through cultural approach with data collection through observation and interview in Yogyakarta, and literature study. Therefore, the media in the form of television feature program is needed to be able to provide information and entertainment for teenagers to have knowledge about local industries especially silver handicrafts in Kotagede. Through the design of television features, the writer as a director has a role and responsibility in the process of pre production, production, until post production. This event program is expected to provide insight to the young generation to be more appreciative and care about local products in Indonesia.*

**Keywords:** Local Industry, Kotagede Silver Craft, Feature Television.

## 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam budaya, kekayaan alam, dan sumber daya lainnya yang melimpah. Selain itu Indonesia juga memiliki potensi dalam bidang ekonomi. Salah satu bidang ekonomi di Indonesia yang cukup banyak adalah di bidang perindustrian. Terdapat banyak sektor industri nasional yang menjadi fokus pengembangan antara lain dalam bidang tekstil, furnitur, makanan dan minuman, otomotif, semen, serta elektronika. Pengembangan masih harus terus dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk serta kualitas para pekerjanya demi memenuhi nilai jual pasaran. Hambatan yang dihadapi perusahaan tentu masih banyak, namun perusahaan itu sendiri harus memiliki strategi untuk bisa mengatasi permasalahan yang ada. Industri lokal dan industri massal sangat mempengaruhi minat dan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk. Kualitas dari hasil masing-masing produksi massal dan produksi *handmade* dapat dinilai sendiri oleh konsumen. Potensi industri lokal yang sudah terkenal sejak Kerajaan Mataram salah satunya ada di kota tujuan wisata di Indonesia yaitu Yogyakarta. Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta memang terkenal akan keragaman budaya dan seni. Selain peninggalan kerajaan yang bersejarah, Yogyakarta merupakan salah satu tujuan destinasi wisata yang memiliki industri seni kerajinan rakyat yang beragam. Salah satu industri lokal yang dianggap dapat meningkatkan perekonomian daerah adalah industri perak yang terletak di Kotagede Yogyakarta. Kerajinan perak Yogyakarta sebagai kerajinan rakyat merupakan warisan leluhur. Walaupun sempat menjadi primadona para raja, kini industri perak Kotagede telah mengalami pasang surut.

Saat ini, teknologi multimedia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dalam dunia industri kreatif khususnya film dan televisi, selain sebagai sarana hiburan juga sebagai media informasi. Tujuannya untuk memberikan pengetahuan dan pesan yang bermanfaat kepada audiensnya. Film dan televisi juga menjadi media publikasi yang unik dan menarik yang dikemas dengan audio dan visual agar penyerapan informasi dapat diterima oleh audiens dengan mudah. Di Indonesia masih banyak program TV yang memiliki konten yang kurang menarik dan menghibur sehingga akan berdampak pada pembelajaran para audiensnya khususnya bagi remaja. Dari banyaknya kebutuhan akan tayangan yang ada pada televisi, konten pada program TV disesuaikan dengan kebutuhan dan selera audiensnya. Pemahaman tentang sebuah konten program yang digemari audiens menjadi sangat penting. Maka dari itu, segmentasi dari audiens menjadi acuan konten pada produksi tayangan program TV.

## 2. Dasar Teori Perancangan

Menurut Soekiman (dalam Daliman, 2000: 172) kerajinan perak mulai berkembang ke arah komersial tanpa meninggalkan nilai seni *adiluhung* (indah dan berfilosofi). Berawal dari ketertarikan pemerintah Belanda yang tertarik dengan kerajinan perak di Kotagede. Pada tahun 1927 para pengrajin perak memperoleh pembinaan dengan diperkenalkannya dengan teknik baru. Teknik itu terdiri dari beberapa tahap seperti pembakaran pada bahan baru (Memori serah jabatan dalam Daliman, 2000: 172).

Produk kerajinan perak terdapat aneka bentuk yang indah dengan berbagai macam pernak-pernik. Dalam ukirannya terdapat harmoni, ritme, dan ragam komposisi hias yang membentuk karakteristik. Kerajinan perak memiliki nuansa motif pada pola-pola ukiran perak yang memberikan ciri khas. Motif-motif dasar sulur-sulur daun, bunga-bunga, binatang-binatang tersamar seperti burung, ular, raksasa, makara, kalamakara dan kalamerga) serta aneka bentuk geometrik, bukan saja memperkaya serta mempertinggi corak dan keindahan seni kerajinan perak, sekaligus lenih mempermudah perkembangan-perkembangan untuk selanjutnya (Dirdjoamiguno dalam Daliman, 2000: 175).

Sutradara Televisi adalah seseorang yang mempunyai visi mengambangkan nilai-nilai filosofis yang terkandung dalam pikiran dan kreativitasnya. Sedangkan filosofi dalam penyutradaraan televisi merupakan sebuah daya pemikiran atas nilai-nilai seni visual yang diwujudkan dalam kenyataan visual itu sendiri. (Naratama, 2004: 54).

*Feature* bisa berfungsi sebagai penjelasan tambahan untuk berita yang sudah ditayangkan sebelumnya yang memberikan informasi yang menghibur, juga bisa untuk mengungkap sesuatu yang belum disiarkan sebagai berita. (Fachruddin, 2012: 227).

Definisi sutradara televisi menurut Herbert Zettle adalah seseorang yang bertugas memberikan pengarahan kepada talen (pemain atau pengisi acara) dan (pada masalah) teknis operasional. Secara langsung bertanggung jawab memindahkan secara efektif yang tertulis di dalam naskah dalam bentuk pesan-pesan audio visual. Dalam skala stasiun -tv- yang lebih kecil sering kali juga bertindak sebagai produser. (Herbert Zettle dalam Naratama, 2004:6).

Secara umum, pendekatan fenomenologi adalah pendeskripsian makna umum dari beberapa individu tentang pengalaman dari suatu fenomena. Fenomenologi fokus kepada deskripsi umum yang sama dari partisipan ketika mengalami suatu fenomena. Tujuan utama fenomenologi adalah untuk mereduksi pengalaman individu pada fenomena menjadi deskripsi tentang esensi atau inti sari universal. (Van Manen dalam Creswell, 2014: 105).

Dengan mengumpulkan data dari individu yang telah mengalami fenomena tersebut, dan mengembangkan deskripsi gabungan tentang esensi dari pengalaman tersebut bagi semua individu itu. Deskripsi ini terdiri dari “apa” yang mereka alami dan “bagaimana” mereka mengalaminya. (Moustakas dalam Creswell, 2014: 105).

Segmentasi dilakukan untuk memenuhi dan memuaskan keinginan konsumen. Dalam hal ini konsumen sebagai audiens yang dituju adalah penonton siaran televisi. Segmentasi demografi yaitu segmentasi konsumen berdasarkan segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan, misalnya: usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, pendidikan tertinggi yang dicapai, jenis pekerjaan konsumen, tingkat penghasilan, agama, suku, dan sebagainya. (Morissan, 2010: 59).

Pada segmentasi geografis, pasar dibagi-bagi ke dalam beberapa unit geografis yang mencakup suatu wilayah negara, provinsi, kabupaten, kota hingga lingkungan perumahan. (Morissan, 2010: 64).

### **3. Metode, Hasil, dan Media Perancangan**

#### **3.1 Data**

Data pada penelitian didapatkan melalui observasi lokasi penelitian, wawancara, dan sumber lain seperti artikel dan skripsi terkait tema pada penelitian. Dari data yang telah didapatkan kemudian penulis meneliti data yang dibutuhkan. Penarikan kesimpulan didapatkan berdasarkan hasil data yang diperoleh.

#### **3.2 Data Pendukung**

Penulis mengumpulkan data dengan metode kualitatif. Dengan menggunakan metode kualitatif, penulis mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi lapangan.

##### **A. Khalayak Sasar**

Konten yang diberikan pada program *feature* televisi juga banyak yang kurang menarik bagi remaja. Maka dari itu sangat diperlukan sebuah acara televisi yang ringan dan menghibur dengan konten informasi yang edukatif bagi remaja.

### 3.3 Analisis

### 3.4 Hasil Analisis

Berdasarkan pemaparan data di atas, dapat disimpulkan bahwa industri perak mengalami krisis yang terlihat dari industri perak mulai ditinggalkan. Ini terjadi karena adanya beberapa faktor seperti berkurangnya pesanan terhadap kerajinan perak dan tidak ada ketertarikan anak muda terhadap kerajinan perak. Minimnya pendapatan pengrajin perak juga membuat para pengrajin beralih profesi. Gaya hidup dan selera konsumen juga berubah. Di sisi lain, industri perak termasuk peninggalan leluhur. Ukiran pada produk kerajinan sangat bernilai seni dengan motif-motif dari kerajaan Mataram seperti bunga-bunga, daun, dan hewan. Industri perak menjadi ciri khas Kotagede yang menjadikan salah satu objek wisata di Yogyakarta. Maka dari itu, dibutuhkan media informasi tentang industri perak berupa program *feature* televisi. Dengan adanya program *feature* televisi, informasi dapat disampaikan kepada audiens khususnya remaja. Dengan kemudahan mendapatkan informasi, remaja diharapkan dapat mengetahui salah satu peninggalan leluhur dan kerajinan yang tradisional.

## 4. Konsep dan Perancangan

### 4.1 Konsep Perancangan

Kerajinan perak di Kotagede merupakan warisan leluhur sejak kerajaan Mataram berdiri. Dahulu kerajinan perak adalah primadona para penghuni kerajaan Mataram. Namun seiring berjalannya waktu, kini kerajinan perak dapat dimiliki oleh semua kalangan masyarakat. Tetapi perkembangan zaman membuat selera masyarakat pun berubah sehingga peminat kerajinan perak ikut menurun. Saat ini media informasi dan pengetahuan telah berkembang dan dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat. Salah satu media yang populer adalah televisi. Maka dari itu penulis merancang program *feature* televisi tentang industri lokal yang ada di wilayah Indonesia salah satunya industri perak yang ada di Kotagede. Program *feature* televisi yang berjudul Lokal Indonesia. Tujuan dibuatnya program ini adalah untuk memberikan informasi tentang industri perak Kotagede yang memuat informasi dan edukasi termasuk pengetahuan sejarah singkat seputar kerajinan perak yang bermanfaat untuk audiens. Selain itu, program ini memberikan edukasi seputar industri lokal kepada remaja berusia 13-21 tahun. Edukasi yang diberikan meliputi latar belakang industri lokal pada setiap episodenya. Manfaat utama yang diberikan program ini adalah pengetahuan tentang suatu produk yang diproduksi oleh industri lokal.

### 4.2 Konsep Kreatif

#### a. Genre

Program *feature* televisi jenis ini memberikan deskripsi serta penjelasan terhadap topik yang dibahas secara detail. Dengan pembahasan yang detail, audiens dapat mengetahui sejarah tentang kerajinan perak berasal dan wilayah Kotagede itu sendiri. Program *feature* televisi jenis interpretatif pada program acara Lokal Indonesia memberikan informasi dengan lengkap kepada audiens agar mengetahui bahwa salah satu budaya warisan leluhur ada di Kotagede dan salah satu objeknya adalah kerajinan perak.

#### b. Pendekatan Visual

Visual yang ditampilkan pada program *feature* televisi ini memuat kesan sederhana yang estetis. Pada pengambilan gambar suasana, diutamakan menggunakan ukuran gambar *extreme long shot* (ELS) agar audiens dapat dengan nyaman melihat peristiwa atau pemandangan pada sebuah panorama. Dengan berdasarkan tujuan untuk memberikan informasi dan juga edukasi, pengambilan gambar akan lebih detil sehingga audiens dapat dengan jelas mendapatkan informasi tersebut. Komposisi yang digunakan untuk penyampaian informasi pada program *feature* televisi ini pun umum seperti pada program *feature* televisi yang lainnya seperti narasi dan wawancara.

### 4.3 Pra Produksi

Sebagai tahapan awal pada pra produksi perancangan program *feature* televisi ini penulis melakukan survei dan observasi ke lokasi. Wawancara dengan narasumber yang terkait juga dilakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk perancangan program acara.

#### 4.4 Produksi

Pada tahap produksi proses pengambilan gambar berlokasi di Yogyakarta dan Bandung. Produksi berlangsung selama 6 hari dengan perlengkapan sesuai dengan kebutuhan. Adegan yang diambil setiap harinya dicatat untuk keperluan editing pada tahap pasca produksi.

#### 4.5 Pasca Produksi

Setelah menyelesaikan proses produksi, tahap selanjutnya adalah editing. *Footage* hasil produksi yang telah disortir per segmen akan digabungkan dalam satu *sequence*.

### 5. Kesimpulan

Dari perancangan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa industri lokal yang minim peminatnya sangat berpengaruh terhadap para pengrajin. Salah satu produk lokal kerajinan yaitu kerajinan perak masih memerlukan minat pasar agar produktivitas tetap berjalan. Di Kotagede, walaupun jumlah toko perak bertambah, itu tidak mempengaruhi bertambahnya pembeli. Pada industri perak sendiri, pengrajin perak banyak yang beralih profesi karena kehilangan pasarnya. Salah satu penyebab berkurangnya pengrajin perak adalah tidak ada regenerasi pengrajin.

Regenerasi pengrajin menjadi sangat terhambat karena minat anak muda terhadap pekerjaan sebagai pengrajin perak nyaris tidak ada karena dianggap tidak mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari yang semakin lama semakin meningkat. Media informasi yang populer di masyarakat adalah televisi. Televisi dapat menjangkau penonton secara merata. Dengan pendeskripsian makna umum dari beberapa individu yang mengalami pengalaman yang sama dari fenomena industri perak, media untuk memberikan informasi lengkap dan luas adalah *feature* televisi. Dengan konten yang ringan *feature* televisi mampu memberikan liputan yang rinci tentang topik yang dibahas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fachruddin, Andi. (2014). *Dasar-dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mabruri, Anton. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV Format Acara Drama*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sarumpaet Sam, dkk. (2012). *Job Description Pekerja Film*. Jakarta: FFTV-IKJ.
- Wibowo, Fred. (2009). *TEKNIK PRODUKSI PROGRAM TELEVISI*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

#### SUMBER LAIN

- Anonim. (2012). Pengembangan Sistem Multimedia
- Anonim. (2012). TV BROADCASTING DASAR-DASAR PRODUKSI ACARA RADIO/TV
- Anonim. Riwayat Berdirinya Koperasi Produksi Pengusaha Perak Yogyakarta (KP3Y)
- Armiyati, Laely. (2014). Industri Perak Kotagede Yogyakarta Melawan Badai Krisis.
- Daliman. (2000). Peranan Industri Seni Kerajinan Perak di Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Pendukung Pariwisata Budaya. *Humaniora* Vol. XII No. 2.
- Pariwisata Seni dan Budaya Kota Yogyakarta. (2001). Kotagede The Legend of Jogja.
- Septarina, Sri Wahyuning. Alvin, Alfianus. (2016). Perancangan Video Dokumenter "The History of Cathedral Jakarta". *Jurnal Ruparupa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Bunda Mulia* Volume 5 Nomor 1.