

## Peran Produser pada Program *Feature* Televisi “Geliat Budaya Ngopi di Pontianak”

### *The Role of Producer in Television Feature Program “Geliat Budaya Ngopi di Pontianak”*

Faiz Iqbal Maulid<sup>1</sup>, Siti Sarifah<sup>2</sup>, Tri Anggraeni<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen Produksi Berita, Jurusan Penyiaran,  
Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta

Jln. Magelang Km. 6 Yogyakarta 55284

Email: faiziqbalmlid@gmail.com<sup>1</sup>, siti01@mmtc.ac.id<sup>2\*</sup>, tri.anggraeni@mmtc.ac.id<sup>3</sup>

\*Corresponding author

#### **Abstract**

Pontianak has a great business potential in the coffee sector and eventually makes it as the largest coffee exporting city in Indonesia. Then this is an interesting theme to be made into a feature format of television program. This program will especially attract more to urban people who want to know more about simple activities that affect the level of happiness in Indonesia. This scientific work discusses the role of the producer in making a feature program titled "Geliat Budaya Ngopi di Pontianak" which contains a feature format with the theme of human interest, as well as informative and entertaining feature program. The creation of this program went through pre-production, production and post-production stages. Producer plays an important role in the content of a program. Producer is required to take concern and combine the elements in planning, producing, and broadcasting a television program in order to get high quality production results. These elements include production materials, production facilities, production costs, human resource management, as well as the stages of production implementation. This feature program combines several sub-formats such as vox pop, statements, and narratives that support the information and visuals.

**Key words:** role of producer, television feature, drinking coffee, Pontianak.

#### **Abstrak**

Pontianak memiliki potensi bisnis yang besar di bidang perkopian dan akhirnya menjadikannya sebagai kota ekspor kopi terbesar di Indonesia. Hal ini menarik untuk diangkat menjadi program televisi berformat *feature*, terutama bagi masyarakat perkotaan yang ingin mengenal lebih dalam mengenai kegiatan simpel namun mempengaruhi tingkat kebahagiaan di Indonesia. Karya ilmiah ini membahas tentang peran produser dalam pembuatan program *feature* bertajuk “Geliat Budaya Ngopi di Pontianak” yang mengandung format *feature* bertema *human interest*, informatif, dan menghibur. Penciptaan program ini melalui tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Produser memegang peranan penting dalam konten sebuah program. Dituntut untuk memperhatikan dan menggabungkan elemen-elemen dalam merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan suatu program acara televisi agar mendapatkan hasil produksi yang berkualitas tinggi. Elemen-elemen itu meliputi materi produksi, sarana produksi, biaya produksi, pengaturan sumber daya manusia, dan tahap pelaksanaan produksi. Program *feature* ini mengkombinasikan beberapa *sub-format* seperti *voxpath*, *statement*, dan narasi yang mendukung informasi serta visual.

**Kata kunci:** peran produser, *feature* televisi, *ngopi*, Pontianak.

## PENDAHULUAN

Media saat ini telah berkembang sangat pesat. Terbukti dengan munculnya berbagai *gadget* yang memudahkan pengaksesan informasi secara *mobile* atau *viral*. Mulai dari membaca (*e-book*, *blog*, *digital magazine*, dan lain-lain), hingga mengakses informasi dengan cara *streaming* (*live chat*, *TV online*, dan lain-lain). Dalam perkembangannya, televisi sebagai media yang mengakses informasi memiliki tantangan yang tinggi dengan munculnya media *online*.

Kebutuhan masyarakat untuk memperoleh informasi dalam negeri semakin meningkat. Keinginan dan waktu yang dimiliki untuk mengetahui informasi menjadi lebih banyak. Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi mempengaruhi tingkat kebahagiaannya. Setiap individu memiliki keingintahuan yang besar dan berusaha untuk mencari informasi mengenai hal-hal baru sehingga pemenuhan akan kebutuhan informasi menjadi salah satu variabel yang dapat meningkatkan kebahagiaan masyarakat.

Sampai saat ini, masyarakat gencar menerapkan pola hidup bahagia versi mereka masing-masing, dan hal ini dilakukan di seluruh dunia. Salah satu contoh yang dapat dijadikan acuan terkait ini adalah kota Pontianak, Kalimantan Barat, yang memiliki potensi bisnis yang besar di bidang perkopian. Pontianak juga terkenal dengan kehidupan yang serba santai namun serius. Kegiatan yang paling sering dilakukan bahkan menjadi kebiasaan warga Pontianak setiap hari adalah *ngopi*, yang merupakan kegiatan minum kopi sambil berbincang ria.

Kopi merupakan minuman yang sangat familiar bagi seluruh masyarakat, kegiatan ini sudah dijadikan budaya di Pontianak hampir puluhan tahun dari awal

kemerdekaan (Prihatini, 2017). Berbeda dengan *ngopi* di kota lain, Pontianak menjaga kegiatan *ngopi* ini menjadi sangat sederhana. Mereka memanfaatkan kegiatan kopi sebagai sarana bersosialisasi, bercanda tawa, berbincang bisnis, dan masih banyak lagi kegiatan sosial yang dilakukan saat *ngopi*.

Budaya *ngopi* berawal dari pertemuan bisnis di bidang kopi oleh bangsa Tiongkok di tanah Kalimantan Barat, tepatnya di Kota Pontianak, pada awal kemerdekaan Indonesia. Budaya itu akhirnya menjadikan Kota Pontianak sebagai kota ekspor kopi terbesar di Indonesia. Hal ini menarik untuk diangkat menjadi program televisi berformat *feature*, terutama bagi masyarakat perkotaan yang ingin mengenal lebih dalam mengenai kegiatan simpel namun mempengaruhi tingkat kebahagiaan di Indonesia.

Menurut Wibowo (2009: 186), "*feature* merupakan suatu format program yang membahas satu pokok bahasan, satu tema diungkapkan lewat berbagai pembahasan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis". Program ini menceritakan tentang suatu tempat, kehidupan atau sejarah seorang tokoh atau suatu masyarakat. Gaya atau cara penyajian *feature* sangat beragam, baik dalam teknik pengambilan gambar, teknik *editing*, hingga teknik penceritaannya. Selain itu, pada umumnya tayangan-tayangan *feature* mengemas informasinya menggunakan bahasa yang kekinian dan gaul sehingga pesan yang disampaikan mudah dimengerti oleh penonton.

Menurut pendapat Latief dan Utud (2017: 20), sebuah produksi dapat dikatakan sukses jika ada peran produser yang baik dalam mengelola manajemen produksi. Peran produser merupakan hal yang penting. Pada saat produksi berlangsung, produser mengendalikan semua kru dan menyiapkan

segala keperluan sehingga mampu menghasilkan hasil produksi yang maksimal. Produser juga berperan dalam pengembangan ide yang menjadi acuan dalam memproduksi sebuah paket program *feature*.

Karya ilmiah ini membahas tentang peran produser dalam pembuatan program *feature* bertajuk “*Geliat Budaya Ngopi di Pontianak*” yang mengandung format *feature* bertema *human interest*, informatif, dan menghibur. Program ini membahas tentang budaya *ngopi* sederhana yang dapat sangat membantu mempengaruhi tingkat kebahagiaan di Kota Pontianak, dari berbagai aspek, mulai dari aspek budaya, sosial, hingga aspek ekonomi-bisnis yang menjadi faktor penting bagi kehidupan masyarakat Kota Pontianak.

Menurut Kusumaningrat (2009: 219):

*Feature human interest* merupakan berita yang dibuat menarik dengan dibubuhi sentuhan perasaan manusia. Cara penulisannya lebih ditekankan pada maksud menghibur, menimbulkan rasa heran, geli, takjub, cemas, terharu, kasihan, jengkel, atau untuk mendidik, menambahkan pengetahuan, dan sebagainya. Terdapat sepuluh unsur *human interest* yakni ketegangan, ketidaklaziman, minat pribadi, konflik, simpati, kemajuan, seks, usia, binatang, dan humor.

Menurut Bignell (2004: 99), produser bertanggung jawab atas anggaran, perencanaan, dan pembuatan program televisi atau serangkaian program. Selain itu, pada Latief dan Utud (2017: 27), “produser identik dengan bos yang memiliki banyak uang juga pencipta karya seni yang dapat membuat banyak orang terhibur, bahagia, sukses, sedih, marah, jengkel, dan bersahabat”. Tugas produser adalah

membuat program televisi yang berkualitas. Menurut Wibowo (2009 : 23), tugas produser dalam merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan suatu program acara televisi, diantaranya materi produksi, sarana produksi, biaya produksi, penyusunan organisasi dan SDM, dan tahap pelaksanaan produksi.

## METODE PENCIPTAAN

Penciptaan karya ini melalui tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi, serta menggunakan teori manajemen produser menurut Wibowo (2009: 23).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program *feature* televisi “*Geliat Budaya Ngopi di Pontianak*” memiliki format *human interest* dan informasi yang saling berkaitan satu sama lain dan disesuaikan dengan pembahasan topik yang diangkat. Penggunaan format *human interest* pada karya ini bermaksud untuk menghibur penonton lewat sentuhan manusiawi dan perasaan manusia.

Pada tahap praproduksi, penulis melakukan tugas dan tanggung jawab sebagai produser berikut:

1. Menentukan tema dan topik materi yang diproduksi.

Pada subtahap ini penulis menggali ide atau gagasan dari fenomena-fenomena yang terjadi di sekitar tempat tinggal penduduk dan selanjutnya penulis kembangkan sebagai materi produksi program *feature* yang diangkat.

2. Melakukan riset sesuai dengan tema dan topik yang telah ditentukan guna mengumpulkan data berupa hasil dari observasi langsung dari beberapa warung kopi di Pontianak. Riset yang penulis lakukan dengan *survey* lokasi ke tempat yang menjadi topik bahasan

penulis yaitu warung kopi Asiang. Selain itu penulis juga melakukan pencarian materi melalui internet, buku mengenai sejarah kopi di Kalimantan Barat, dan wawancara dengan Budayawan Kalimantan Barat dan Asosiasi Warung Kopi Pontianak. Hasil riset kemudian dijadikan topik bahasan.

3. Merencanakan pesan kepada penonton dan merencanakan agar pesan disampaikan dengan sederhana melalui manajemen produser.
4. Seperti yang dikemukakan oleh Anggraenii (2015):

Merencanakan alur penulisan cerita. Tahapan ini dilakukan dengan cara menyusun rubrik/topik yang hendak diletakkan pada urutan pertama, kedua, ketiga, dan seterusnya. Penulis menyusun rubrik yang ringan dan menarik di awal dan akhir acara.

Pada tahap produksi, informasi dan data diolah menjadi sinopsis dan *treatment*. Setelah itu, penulis membuat *full script* dan *shooting list* yang dijadikan pedoman pada proses produksi. Proses produksi dilakukan dengan melakukan *shooting* dan wawancara. Berikutnya pada tahap pascaproduksi dilakukan kegiatan *mixing* dan *editing*.

Karya *feature* "Geliat Budaya Ngopi di Pontianak" ditayangkan setiap hari Sabtu pukul 09.00 WIB pada kanal YouTube IMFaiz. Hal ini karena program *feature* yang dibuat merupakan konten pagi, bermaksud untuk memberikan kesegaran kepada penonton setia. Selain itu juga karena platform YouTube sangat mudah diakses oleh masyarakat.

Sasaran atau target *audience* dari program *feature* ini adalah masyarakat sosial menengah ke atas yang berusia sekitar 18 sampai 40 tahun. Kisaran usia tersebut dapat memahami maksud yang disampaikan di

dalam *feature* ini. Penulis ingin menyampaikan pesan yang mudah dimengerti dan diterima.

Seorang produser memegang peranan penting dalam konten sebuah program. Memahami keseluruhan produksi secara mendalam dapat memudahkan produser dalam mengelola manajemen yang baik, karena dapat menjamin kelancaran produksi. Teknik manajemen yang baik dalam sebuah produksi program juga harus diperhatikan oleh seorang produser. Seorang produser dituntut untuk memperhatikan dan menggabungkan elemen-elemen dalam merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan suatu program acara televisi agar mendapatkan hasil produksi yang berkualitas tinggi. Elemen-elemen itu meliputi materi produksi, sarana produksi, biaya produksi, pengaturan sumber daya manusia, dan tahap pelaksanaan produksi (ditunjukkan pada Tabel 1 – 5. Kelima hal ini pada akhirnya menghasilkan satu kesatuan produksi yang berkualitas. Produser harus memastikan semua perencanaan sudah dilakukan dengan matang, materi lengkap, dan keuangan tidak berlebih. Semua itu agar jalannya produksi program dapat maksimal dan tidak mengalami banyak kendala, dimulai dari kru yang bekerja hingga hasil produksi itu sendiri.

Agar informasi dalam *feature* ini tersampaikan dengan baik kepada *audience*, produser harus mengembangkan narasi, grafis, data, dan visual, karena aspek tersebut dapat memperjelas informasi yang disampaikan. Selain itu dalam karya ini terdapat *sub format vox pop, statement*, dan narasi yang menghasilkan sebuah program yang tidak monoton. Hal ini dapat membuat *audience* mendapatkan informasi yang dapat memperluas pengetahuannya mengenai budaya sederhana.

Tabel 1 Jadwal Kegiatan Praproduksi (Bulan Maret)

No.	Keterangan	Tanggal																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1.	Penentuan Ide dan Tema		■	■	■	■																										
2.	Riset Materi							■	■	■	■	■	■																			
3.	Riset Pemetaan Warung Kopi										■																					
4.	Observasi warung kopi												■																			
5.	Pembuatan Sinopsis, <i>Treatment</i> , dan Naskah																	■														
6.	Rapat <i>All-crew</i>		■			■			■			■			■			■			■			■			■					

Tabel 2 Jadwal Kegiatan Produksi (Bulan Maret)

No.	Keterangan	Tanggal					
		19	20	21	22	23	24
1.	Proses Produksi	■		■	■	■	■
2.	Wawancara	■		■	■	■	■

Tabel 3 Jadwal Kegiatan Pascaproduksi (Bulan April)

No.	Keterangan	Tanggal														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.	Pemilihan <i>shot</i> visual		■	■	■	■										
2.	<i>Editing</i> proses												■	■	■	■

Tabel 4 Sinopsis

Kategori	Informasi
Mata Acara	Point of View (POV) Indonesia
Format	<i>Feature</i>
Durasi	15 Menit
Produser	Faiz Iqbal Maulid
Pengarah Acara	Faiz Iqbal Maulid
Penulis Naskah	Faiz Iqbal Maulid
<p>Program <i>feature</i> “<i>Geliat Budaya Ngopi Di Pontianak</i>” diawali dengan pembahasan tentang sejarah kebiasaan <i>ngopi</i> sederhana yang akhirnya menjadi budaya di sana. Kota Pontianak dijuluki juga dengan kota seribu warung kopi di Indonesia, sebab banyak pedagang kopi dari Cina pada zaman kemerdekaan yang berlabuh di tanah Kalimantan Barat. Setelah itu, ditampilkan deskripsi tentang fenomena budaya <i>ngopi</i>, kegiatan masyarakat, produk-produk kopi yang digunakan di Pontianak, cara meracik kopi unik ini, hingga warung kopi sederhana yang dijadikan sebagai bisnis utama masyarakat. Selanjutnya, disajikan informasi tentang potensi budaya <i>ngopi</i> yang dijadikan sebagai destinasi wisata utama di Pontianak oleh pemerintah Kota Pontianak untuk menjadi “<i>coffee street</i>”.</p>	

Tabel 5 Rincian Biaya Produksi

No.	Rincian	Jumlah (Rp)
1.	a. Transportasi pesawat b. Test Swab COVID-19 semua kru produksi	Rp 1.500.000 Rp 3.500.000
2.	Riset	Rp 54.000
3.	Menghubungi Narasumber	Rp 100.000
4.	a. Kertas b. Pencetakan c. ATK	Rp 200.000 Rp 75.000 Rp 25.000
5.	Biaya tak terduga	Rp 100.000
	<b>Total Anggaran</b>	<b>Rp 5.554.000</b>

Berikut ini peran produser pada produksi *feature human interest* yang terdapat pada konseptual program *feature* televisi “*Geliat Budaya Ngopi di Pontianak*”:

#### 1. *Sequence 1*

Opening *sequence* pertama diawali dengan menampilkan cuplikan atau *teaser* dari Kota Pontianak dan Sungai Kapuas, yang menjadi *highlight* latar dari *feature* Budaya Ngopi. Berikutnya menampilkan gambar tentang Kota Pontianak secara umum sebelum masuk ke budaya *ngopi*. Pada *opening*, terdapat narasi “*INI ADALAH BUDAYA NGOPI SEDERHANA DI PONTIANAK*” yang merupakan narasi pembuka yang elegan. Narasi tersebut memiliki makna yang menggambarkan keseluruhan materi produksi.

Selanjutnya adalah bagian *treatment*, yaitu “*Grafis tentang sejarah awal kopi masuk ke Kalimantan Barat*” dan “*Grafis denah lokasi pemetaan warung kopi di Pontianak*”. Penulis sebagai produser menunjuk seorang *graphic designer* untuk mengerjakan *motion graphic*. Setelah itu penulis meminta penulis naskah untuk bekerja berdampingan dengan *graphic designer* agar visual dan narasi dapat selaras. Kedua proses ini memakan waktu 2 minggu pengerjaan agar persiapan materi hingga kru produksi dapat matang. Sesuai dengan teori empat fungsi dasar manajemen produser tentang pengarahan (*directing*) dan pengorganisasian (*organizing*), penulis memetakan kebutuhan SDM dan materi di tiap *sequence*-nya agar isi dari *sequence* tersebut tidak berantakan.

Pada *scene 2* terdapat *vox pop* oleh dua orang penggiat kopi di Pontianak. Pengambilan dua orang untuk *vox pop* bertujuan untuk menambah informasi

tentang tanggapan masyarakat tentang budaya *ngopi*.

Pada *sequence* ini *opening* disampaikan melalui narasi pengenalan beserta grafis untuk menunjukkan judul *point of view* Indonesia. Pengenalan *sequence* pertama menggunakan grafis dan *opening* lewat *host*. Produser telah mengelola kebutuhan materi dalam produksi sehingga program ini lebih menarik. Manajemen SDM dan *job description* yang baik juga dilakukan untuk memperlengkap unsur-unsur yang dapat meningkatkan kualitas produksi, sesuai dengan teori.

Pada *Sequence* 1, penulis lebih fokus pada isi dan penyampaian visual serta narasi pada sejarah kopi hingga menjadi budaya di Kalimantan Barat. *Sequence* 1 merupakan *sequence* yang disiapkan dalam waktu paling lama dan rumit. Produser membutuhkan waktu 2 minggu untuk mengemas *sequence* 1 ini. Seperti dilihat pada *treatment* di atas. Budaya *ngopi* ini digunakan sebagai salah satu aktivitas perekonomian yang sedang berlangsung saat ini yaitu menghadirkan warung kopi yang dibangun oleh masyarakat.

*Sequence* 1 ini menunjukkan pemanfaatan individu yang baik di tiap unsur yang dibutuhkan serta *planning* yang matang sesuai dengan teori Manajemen Produser. Salah satunya adalah *workflow* bersama yang diterapkan untuk *graphic designer* dan penulis naskah agar naskah dan visual dapat selaras tanpa ada kesalahan atau kekeliruan. Selain itu, sebagai penutup *sequence* 1, ada *statement* dari narasumber yang merupakan seorang budayawan yang menjelaskan mengenai

sejarah *ngopi* yang menjadi budaya di Pontianak dari dulu hingga sekarang.

## 2. *Sequence* 2

Pada *Sequence* dua ini, penulis lebih fokus kepada *human interest* yaitu kehidupan masyarakat Kota Pontianak, khususnya untuk masyarakat yang gemar *ngopi*. *Sequence* ini juga memperlihatkan sudut pandang dari pedagang warung kopi. Penulis menggunakan teori *feature human interest* oleh Kusumaningrat (2009: 219) dengan membawakan sentuhan manusiawi pada karya ini.

Seperti yang dapat dilihat pada bagian *treatment*, “Visual Asiang menjelaskan sembari meracik kopi” dan pada judul *sequence* 2 “Fenomena budaya *ngopi*, kegiatan wajib masyarakat Pontianak”, lebih banyak menunjukkan raut ekspresi manusia dan kehidupan sosial. Aktivitas yang ditunjukkan pada *sequence* 2 ini merupakan salah satu ujung tombak dari budaya *ngopi*, yaitu warung kopi atau warkop. Keberadaan warung kopi berfungsi untuk menghidupkan budaya *ngopi*.

Penulis mengemasnya dengan sangat detail. Mulai dari Produk-produk kopi yang digunakan di warung kopi, kopi yang digunakan, hingga proses peracikannya, semua berbalut kesederhanaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan keberadaan *host* yang secara santai menjelaskan, serta *statement* bersama dengan pemilik warung kopi Asiang. Pada *scene* ini penulis menggunakan teori fungsi produser dalam menyusun materi agar materi tersebut berjalan sesuai dengan *planning* dan pendekatan *human interest* tersampaikan ke penonton.

Pada bagian *treatment* "On-cam Faiz menjelaskan secara singkat tentang kegiatan yang ada di warung kopi Asiang" dan "Statement pedagang warung kopi paling terkenal di Pontianak, Asiang", penulis lebih menonjolkan inti dari topik yang penulis angkat, yaitu pemilik warung kopi.

Penulis bersama *crew news assistant* mengambil subjek pemilik warung kopi legendaris di Pontianak, Asiang. Pemilihan Asiang sebagai subjek utama *sequence 2* ini melalui banyak pertimbangan yang merupakan bagian dari tugas produser bersama dengan *news assistant* pada perencanaan materi produksi yang berguna untuk memilih dan memastikan subjek materi.

Di Pontianak, ada banyak pedagang warung kopi yang terkenal, namun *crew news assistant* memilih Asiang karena dianggap sebagai individual yang dermawan dan *crew* tidak harus memungut biaya untuk bekerja sama dengannya.

Pengemasan materi di *scene* ini memadukan dua tipe pengambilan gambar, yaitu *interactive* dan *observational*, yang bertujuan agar penonton dapat merasakan sensasi yang berbeda saat menonton sebuah tayangan *feature*. Sebagai contoh, *host* berperan juga sebagai juru kamera, bergaya *vlog* (*video blog*), gambar menjelaskan Asiang yang sedang meracik kopi. Setelah itu, *host* menanyakan langsung melalui *voice over* dan langsung dijawab oleh narasumber.

*Host* pada *sequence* ini berperan sebagai penengah, antara narasumber, narasi, dan informasi. Keberadaan *host* digunakan sebagai pendekatan hubungan kerja kemanusiaan agar penonton mengetahui hanya dengan

menonton program ini. *Host* juga ditugaskan untuk menggunakan masker selama proses syuting sesuai dengan kebijakan protokol kesehatan yang dibuat oleh produser.

*Sequence 2* ditutup dengan *statement* dari Asiang sembari meracik kopi, mengenai teknik khusus yang digunakan mayoritas pedagang warung kopi di Pontianak. Seluruh narasi dan *statement* diberi transkrip kata.

### 3. *Sequence 3*

*Sequence 3* merupakan *sequence* akhir di program ini, dibuka dengan menyebutkan kesimpulan tentang budaya *ngopi* yang menjadi budaya serta hiburan bagi masyarakat. Selain itu juga beberapa aktivitas hiburan yang bisa dilakukan sambil *ngopi*, antara lain memancing, mengobrol, dan *nongkrong* di tepi Sungai Kapuas.

*Sequence* ini lebih berfokus pada sudut pandang pemerintah terhadap budaya *ngopi*. Pemerintah Kalimantan Barat ingin memperlebar kawasan wisata *ngopi* supaya menjadi kawasan *coffee-street* nomor 1 di Indonesia. Kedua poin ini didukung dengan visual dan narasi yang jelas serta kemasan yang menarik mata.

Pada *sequence* ini terdapat wawancara dengan Kepala Bidang Pariwisata, Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat – Mustarudin – membahas mengenai potensi budaya *ngopi* di Kalimantan Barat. Wawancara ini dilakukan secara *online* guna mengantisipasi ketidakhadiran narasumber di lapangan akibat pandemi Covid-19, untuk menghemat biaya atau *budget* produksi dan meminimalisasi tenaga *crew*. Wawancara secara *online*



menambah kesan kekinian, hemat biaya, dan modern. Wawancara tersebut juga didukung oleh visual yang memaparkan kegiatan *ngopi* yang biasa dilakukan oleh masyarakat Kota Pontianak. *Feature* ini ditutup dengan narasi dari narator yang menjelaskan tentang potensi dari budaya *ngopi* ini.

Penulis juga menemukan bahwa diperlukan satu peran lain pada pembuatan program ini, yaitu *production assistant*, yang bertugas untuk mengurus semua kebutuhan narasumber, baik dari urusan teknik, pembiayaan, jadwal, dan teknis secara *offline* maupun *online*.

Produser dituntut untuk mengelola manajemen dengan sangat baik dari proses praproduksi hingga pascaproduksi. Produser yang baik harus bisa mengatasi setiap masalah yang ada. Pada saat produksi dapat terjadi suatu kendala yang diakibatkan kelemahan pada tahap pemetaan *job description*. Masalah pemetaan itu dapat diatasi dengan melakukan proses selektif atau *screening* agar tidak ada SDM yang bekerja di luar *job description*-nya. Kendala lainnya adalah adanya pandemi Covid-19 yang membuat banyak tempat atau spot visual memerlukan perizinan ketat. Pandemi Covid-19 juga menimbulkan terjadinya keterbatasan dalam melakukan observasi dan riset.

## SIMPULAN

Karya *feature* televisi ini membahas mengenai budaya *ngopi* yang ada di Kota Pontianak untuk masyarakat, dengan fokus pada peran produser. Pembuatan program ini memiliki *job description* yang lengkap, peran-peran yang dibutuhkan untuk dapat menghasilkan program *feature* yang berkualitas, dan menyuguhkan gambaran

tentang strukturnya. Program ini informatif, mengangkat tentang kegiatan sederhana yaitu *ngopi* yang akhirnya resmi menjadi budaya di kota Pontianak dan tidak banyak diketahui oleh masyarakat luas. Kemudian mengerucut ke penjelasan yang menarik mengenai sejarah *ngopi* hingga *ngopi* yang menjadi ladang bisnis oleh masyarakat kota Pontianak. Program ini memberikan esensi nilai rasa, menyuguhkan nilai sosial, budaya, dan ekonomi melalui keseluruhan cerita dan teknik produksi.

## Daftar Pustaka

- Anggraeni, T. D. (28 Juli 2015). *Contoh Proposal Naskah*. Dikutip 23 Juli 2023 dari <https://www.scribd.com/doc/272782498/CONTOH-PROPOSAL-NASKAH-docx>.
- Kusumaningrat, H. & Kusumaningrat, P. (2009). *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Latief, R. & Utud, Y. (2017). *Menjadi Produser Televisi*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Prihatini, D. (28 Agustus 2017). Warga Pontianak Jadikan Minum Kopi sebagai Budaya. Dikutip pada 12 Februari 2021 dari <https://lifestyle.okezone.com/read/2017/08/28/298/1764911/warga-pontianak-jadikan-minum-kopi-sebagai-budaya>.
- Wibowo, F. (2009). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.