

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya

2.1.1 Kok Bisa?- Seberapa Banyak Makanan yang terbuang di Dunia ini?



Gambar 2.1 Kok Bisa? – Seberapa Banyak Makanan yang terbuang di Dunia ini?

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Tinjauan karya pertama yang penulis jadikan referensi adalah dari kanal YouTube Kok bisa? yang berjudul “Seberapa Banyak Makanan yang Terbuang di Dunia ini?” Dikutip dari *Kumparan.com* (2017) , *Channel* YouTube ini dikelola oleh Ketut Yoga dan Gerald Bastian. Bermula dari rasa penasaran Yoga yang awalnya melihat acara televisi dan YouTube tidak memiliki program yang bermutu, akhirnya kanal YouTube ini pun dibuat. Saat ini, Kok bisa? sudah memiliki *subscribers* sebanyak 3,63 juta.

Konten video yang ditampilkan umumnya berbasis konten kreatif edukasi yang memunculkan ide-ide menarik yang selalu ditanyakan berdasarkan rasa penasaran dari masyarakat. Tak jarang, pertanyaan unik dan *random* seperti “Mengapa manusia bisa cadel?” dan “Kenapa makanan pokok kita nasi?” pun coba dijawab oleh Kok Bisa? dengan menghadirkan konten video berisi topik terkait sebagai jawaban

Proses produksi konten memerlukan sedikitnya tiga hari hingga tiga minggu untuk pencarian ide, riset, hingga akhirnya video siap tayang. Proses pencarian data dan risetpun dilakukan secara matang dan tidak sembarangan. Kok Bisa? mencari data dari buku, jurnal internasional, dan *website* resmi. Kok Bisa? memegang teguh prinsip bahwa data yang valid ialah tombak utama untuk mendidik khalayak, terutama di era hoaks gencar beredar seperti sekarang ini. Dalam hal ini Kok Bisa? sebagai media massa berbasis web telah menerapkan salah satu syarat dari pers yang bertanggung jawab, yaitu media harus menyajikan berita peristiwa sehari-hari yang dapat dipercaya, lengkap, dan cerdas dalam konteks yang memberikan makna (Ali, 2012).

Sebagai sebuah konten, Kok bisa? Menggunakan teknik *story telling* dengan mengandalkan kekuatan *motion graphic* di dalamnya. Seiring berkembangnya teknologi digital yang semakin pesat, *motion graphic* menjadi peranan yang sangat penting baik di internet atau dunia penyiaran. Hal ini karena *motion graphic* dapat membuat tampilan konten terlihat jauh

lebih kreatif dan menarik untuk ditonton. Dalam *story telling*, *motion graphic* memiliki peran yang penting untuk dapat menceritakan sebuah cerita secara dinamis dan dibumbui dengan efek-efek animasi kepada khalayak (Agung, 2020).

Kok bisa? dengan konten yang berjudul “Seberapa Banyak Makanan yang Terbuang di Dunia ini?” menjadi referensi penulis dalam pembentukan karya program TV *Minimalife* dengan kesamaan topik yaitu *food waste*. Penulis ingin mengadaptasi konsep *story telling* dengan bahasa yang mudah untuk dimengerti dan juga visual yang menarik seperti *motion graphic* dalam menampilkan data-data sehingga audiens merasa terhibur dan tidak bosan.

Menurut studi Profesor Jennifer Aaker dari Universitas Stanford, hanya hanya 5 persen dari mahasiswa yang ia teliti dapat mengingat angka-angka statistik, sementara, 63 persen mahasiswa justru dapat mengingat cerita. Beragam penelitian mengenai memori manusia juga membuktikan bahwa fakta-fakta kritis, data, dan analisis akan lebih menggugah emosi bila dikaitkan dengan cerita tertentu. Bahkan, penyajian materi dengan cara demikian dapat lebih menggerakkan orang untuk mengambil tindakan. Dengan demikian, *story telling* dianggap memiliki kekuatan menggerakkan audiens untuk melakukan suatu tindakan yang dikehendaki. Dalam hal ini, berarti ingin mengajak audiens untuk berhenti untuk membuang-buang makanan (Kompas.com, 2021).

Karena tema mengenai *food waste* berkaitan erat dengan banyak data statistik, maka *Minimalife* juga akan meniru Kok Bisa? untuk mencari data yang absah sehingga dapat mengedukasi masyarakat tanpa adanya hoaks. Sayangnya, Kok Bisa? hanya berdurasi singkat selama kurang lebih tiga menit saja. Hal ini yang menjadikan konten tersebut tidak membahas sebuah tema secara lengkap. Oleh karena itu, *Minimalife* akan mengisi celah tersebut dengan memaparkan konten yang berdurasi lebih panjang sehingga dapat membahas secara lebih lengkap dan mendalam.

2.1.2 CNA Insider - Why Are We Throwing Away Perfectly Edible Food?



Gambar 2.2 CNA Insider - *Why Are We Throwing Away Perfectly Edible Food? | Food, Wasted 1/3*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Karya kedua yang penulis jadikan sebagai referensi berasal dari Youtube Channel CNA Insider yang berjudul “*Why Are We Throwing Away Perfectly Edible Food?*”. CNA Insider adalah singkatan dari Channel News Nusantara

Asia. CNA stasiun televisi berita yang berbasis di Singapura. Namun, seiring berkembangnya zaman, sekarang CNA memiliki akun YouTube *channel* sebagai sarana untuk mendistribusikan beritanya. CNA memiliki 903 ribu *subscribers*. Basis dari setiap konten yang disajikan oleh CNA adalah *feature investigative*.

Feature investigative merupakan suatu teknik mencari dan melaporkan sebuah berita dengan cara pengusutan. Menurut Michell V Charnley (1996) dalam bukunya yang berjudul “Reporting”, yang dimaksud dengan laporan investigatif adalah laporan yang bersifat mendalam untuk disajikan kepada publik. Syarat mutlak untuk membuatnya adalah harus objektif/tidak memihak, cek dan *recheck*, serta mengusut secara teliti.

Konten ini menjadi referensi penulis dengan kesamaan topik yang dibahas seputar dengan *food waste*. Penulis ingin mengadaptasi pengambilan gambar yang mengandalkan unsur *visual story telling* dan juga pengambilan gambar/*footage* dengan angle yang menarik serta sesuai dengan topik yang sedang dibahas. Selain itu, adanya pembawa acara yang ikut menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami juga menjadi alasan penulis memilih program ini menjadi referensi sehingga pembawa acara seolah-olah sedang bercerita dan berbicara kepada audiens sehingga audiens dapat merasakan dan mengerti mengenai apa yang diceritakan.

CNA Insider pada episode ini memberi gambaran secara umum tentang *food waste* yang ada di tiga negara, yaitu Singapura, Hongkong, dan Taiwan.

Selain itu, CNA juga mengambil unsur *value hero* di dalamnya, yaitu membahas kisah orang-orang yang berkontribusi bagi negara untuk mengurangi *food waste*. *Value hero* juga akan dimunculkan dalam program *Minimalife* dengan topik *food waste and mindful eating*. *Minimalife* akan menampilkan *value hero* berupa organisasi nirlaba, yaitu Food Cycle Indonesia yang justru memberikan dampak positif terhadap pengurangan sampah makanan di Indonesia. Pembahasan yang diangkat oleh *Minimalife* hanya berfokus kepada masalah *food waste* di negara Indonesia saja serta mengaitkannya dengan solusi *mindful eating*.

Dalam konten yang berjudul “*Why Are We Throwing Away Perfectly Edible Food?*”, CNA sudah sangat baik mengemas produk jurnalistik ini. Pengambilan gambar yang bagus, narasi yang apik dan sesuai alur, visual yang menarik dalam menyajikan data dan perumpamaan, serta memunculkan *value hero* di dalamnya. Hal ini sejalan dengan salah satu unsur cerita yang baik menurut Steve Denning yang dilansir dalam *Kompas.com* (2021) , yaitu sebuah cerita perlu memiliki “pahlawan” yang menjadi fokus cerita.

2.1.3 Program TV Laptop Si Unyil



Gambar 2.3 Program TV Laptop Si Unyil

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Program Laptop si Unyil adalah program yang pertama kali tayang pada 19 Maret 2007 setiap Senin sampai Jumat pukul 13.00-13.30 WIB. Namun sekarang, Laptop si Unyil telah berubah nama menjadi Si Unyil dengan konsep yang sama, yaitu mengangkat karakter klasik Si Unyil karya Drs.Suyadi atau yang lebih dikenal sebagai Pak Raden. Program ini merupakan sebuah program berbasis edukasi yang membahas dan menggali semua hal yang berkaitan dengan teknologi dan ilmu pengetahuan. Walaupun Si Unyil merupakan program televisi yang disiarkan melalui TV nasional, tetapi sekarang program ini juga dapat disaksikan melalui kanal YouTube EDUTAINMENT TRANS7 OFFICIAL.

Program ini telah menerima apresiasi dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai program anak dan kartun yang menginspirasi dan kaya akan muatan edukasi. Program ini menerapkan konsep edukasi dan hiburan.

Bukan hanya hiburan semata, melainkan juga penerapan edukasi yang kuat menjadikan program ini begitu diapresiasi oleh masyarakat.

Menurut Ardianto (2005, p.128), ada empat macam fungsi dari televisi, yaitu fungsi memberi informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur, dan fungsi membujuk. Dalam hal ini, Si Unyil telah menerapkan tiga dari empat fungsi, yaitu sebagai fungsi memberi informasi, fungsi mendidik/memberikan edukasi ke masyarakat, dan fungsi menghibur.

Pada keempat fungsi tersebut, masih ada satu fungsi yang tidak diterapkan oleh Si Unyil yaitu fungsi membujuk. Dalam hal ini, *Minimalife* ingin menerapkan tiga fungsi tersebut dan mengisi kekosongan celah yang belum diterapkan Si Unyil, yaitu fungsi membujuk. *Minimalife* akan mengajak dan membujuk audiens untuk bisa menerapkan gaya hidup minimalis dengan tidak membuang-buang makanan, serta mengajak para audiens untuk menerapkan konsep mindful eating agar dapat bersikap lebih bijak dalam menyikapi makanan.

Dalam program ini, penulis ingin mengadaptasi konsep penulisan naskah yang menarik, pemilihan kata yang santai namun tetap informatif, dan gaya tutur bercerita si Unyil yang khas dan memperhatikan intonasi dalam menyampaikan informasi. *Visual effect* yang dipakai dalam program Si Unyil sangat menarik, tetapi terkadang ada *visual effect* yang terlalu berlebihan dan lebih cocok diterapkan untuk target audiens anak-anak. Oleh karena itu, penulis ingin mengadaptasi bagaimana program ini mengemas

visual effect yang menarik tanpa menggunakan *effect* yang terlalu berlebihan sehingga sesuai dengan target audiens *Minimalife*, yaitu generasi milenial.

Program ini juga menggunakan *sound effect* dan *backsound* yang menarik. Efek suara digunakan untuk menekankan informasi yang hendak disampaikan, memberikan kesan realita di dalam ruang cerita, menciptakan ilusi dan juga *mood* dalam cerita. *Backsound* yang ada di dalam program ini juga berganti-ganti dan disesuaikan dengan suasana yang sedang dibahas sehingga dapat menggugah emosi penonton. Oleh karena itu, penulis ingin mengadaptasi bagaimana mereka dapat dengan baik menempatkan *sound effect* dan *backsound* di setiap bagian konten agar dapat memainkan emosi penonton.

2.1.4 Filantropi - Herman Andryanto - FoodCycle Indonesia | Eps. 10



Gambar 2.4 Filantropi - Herman Andryanto - FoodCycle Indonesia | Eps. 10

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Filantropi adalah sebuah acara talk show yang tayang di DAAI TV setiap Kamis dan Jumat pukul 19.00 WIB. Seperti program TV acara

20

Program TV Minimalife..., Maria Esmeralda, Universitas Multimedia Nusantara

lainnya, Filantropi juga diunggah melalui media sosial, yaitu YouTube dalam kanal YouTube Filantropi. Saat ini Filantropi memiliki *subscribers* sebanyak 5,7 ribu.

Dalam hal ini *Minimalife* akan mengadaptasi konsep *talk show* yang disajikan oleh Filantropi dalam program TV nya. Selain itu, *Minimalife* juga akan menjadikan video di atas sebagai referensi untuk pengambilan gambar yang multi camera, dan menyertakan *footage* kegiatan yang dilakukan oleh Food Cycle serta wawancara pihak lain seperti masyarakat umum yang begitu antusias dengan adanya kehadiran Food Cycle. Pengemasan konten yang dilakukan Filantropi begitu menarik sehingga tidak membuat audiens merasa bosan walaupun hanya sebatas obrolan dua orang saja. Oleh karena itu, penulis ingin mengadaptasi konsep bagaimana Filantropi mengemas sebuah *talk show* tersebut.

Meskipun sama-sama mengangkat tema seputar Food Cycle Indonesia, tetapi Filantropi mengemas konten tersebut selama 24 menit, sedangkan *Minimalife* hanya mengemasnya selama 13 menit saja. Program Filantropi tersebut hanya berfokus kepada satu program Food Cycle, yaitu *A Blessing to Share*, sedangkan *Minimalife* akan mencoba untuk memaparkan beberapa program yang ada di Food Cycle Indonesia, tidak hanya program *A Blessing to Share* saja sehingga masyarakat/audiens bisa lebih mengetahui apa saja kegiatan/program yang dilakukan oleh Food Cycle sendiri.

Minimalife juga akan memberikan informasi kepada audiens bagaimana cara untuk berkontribusi terhadap organisasi tersebut sehingga masyarakat yang tertarik bisa ikut bergabung untuk mendukung program-program Food Cycle. *Minimalife* juga akan memberikan profil singkat tentang Food Cycle di awal *talk show* sebagai pengenalan awal agar masyarakat/audiens bisa mengetahui Food Cycle secara singkat dan kemudian baru mengetahui lebih dalam melalui penjelasan narasumber yang ada di dalam *talk show* tersebut.

Berdasarkan keempat tinjauan karya sejenis yang digunakan penulis sebagai referensi dan inspirasi, terdapat kelebihan dari program *Minimalife* dibandingkan karya-karya sejenis terdahulu, yaitu sebagai berikut.

1. Program *Minimalife* menggabungkan berbagai format dari keempat karya terdahulu tersebut seperti penggabungan format *talk show*, narasi *story telling*, dan juga *motion graphic* ke dalam satu program acara televisi. Selain itu *Minimalife* juga menambahkan drama, vox pop, dan juga wawancara dari berbagai narasumber.
2. Program *Minimalife* dikemas secara lebih komprehensif dan mendalam terkait isu *food waste* karena berdurasi lebih panjang dibanding karya-karya sejenis terdahulu, yaitu 60 menit.
3. Program *Minimalife* tidak hanya menyuguhkan isu terkait sampah makanan, tetapi juga memberikan solusi terhadap masalah sampah makanan, yaitu *mindful eating*.

4. Program *Minimalife* mengaplikasikan empat fungsi dari televisi, yaitu fungsi memberi informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur, dan fungsi membujuk. Dalam hal ini *Minimalife* memberikan informasi kepada khalayak terkait isu *food waste* dan juga *mindful eating*. Selain itu, *Minimalife* juga dikemas secara ringan dan menggabungkan berbagai kreasi sehingga dapat memberi hiburan kepada audiens. Program ini juga menjadi sarana untuk mendidik masyarakat terkait bahaya *food waste* serta nilai-nilai moral untuk bisa lebih menghargai makanan. Dengan gaya *story telling* yang diterapkan oleh *Minimalife* menjadi salah satu cara untuk bisa mengajak dan membujuk audiens untuk bisa menerapkan gaya hidup minimalis dengan tidak membuang-buang makanan, serta mengajak para audiens untuk menerapkan konsep *mindful eating* sebagai salah satu solusi untuk mengurangi sampah makanan.

2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

2.2.1 Gaya Hidup Minimalis

Seringkali, konsep gaya hidup dan kepribadian selalu disamakan, padahal keduanya berbeda. Gaya hidup lebih menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan kehidupan, menggunakan uang, dan memanfaatkan waktunya. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang membelanjakan uang dan mengalokasikan waktu karena tidak menutup kemungkinan bahwa seseorang

akan mengeluarkan biaya dan waktu untuk mencapai tujuan yang diinginkannya (Minor dan Mowen, 2002).

Secara luas, gaya hidup diartikan sebagai bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Gaya hidup seseorang dengan yang lain akan berbeda. Bahkan, gaya hidup seseorang akan selalu berubah seiring berjalannya waktu. Namun demikian, gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen (Setiadi, 2003).

Gaya hidup minimalis adalah sebuah konsep yang mengajarkan seseorang untuk menjalani hidup dengan barang sedikit dan sederhana mungkin, tetapi tetap bermanfaat secara maksimal. Gaya hidup ini didasari oleh pemikiran bahwa setiap orang memiliki sesuatu yang tidak terlalu dibutuhkan. Gaya hidup ini juga berfokus untuk memberikan dampak besar kepada orang lain dan juga lingkungan sekitar. Inti dari gaya hidup ini adalah untuk meninggalkan sikap boros dan berlebihan sehingga membentuk hidup yang lebih sederhana namun berkualitas (Perdana, 2021).

Gaya hidup ini sering dikaitkan dengan *zero waste lifestyle* (hidup nol sampah), yang juga merupakan upaya untuk memberikan dampak baik bagi lingkungan (Pradita, 2021). Tidak selalu berkaitan dengan barang, gaya hidup minimalis dapat juga diterapkan dalam seluruh aspek kehidupan, seperti

contohnya bijak dalam mengelola makanan, selalu menghabiskan makanan, membeli makanan secukupnya sesuai dengan kebutuhan, dan lain sebagainya. Dengan menerapkan gaya hidup tersebut diyakini dapat mengurangi sampah makanan yang kemudian dapat berdampak baik pada lingkungan.

2.2.2 Food Waste

Menurut The Food and Agriculture Organization (FAO), *food waste* atau sampah makanan merupakan jumlah sampah yang dihasilkan pada saat proses pembuatan makanan maupun setelah kegiatan makan yang berhubungan dengan perilaku penjual dan konsumennya. Terdapat tiga definisi yang mengklasifikasikan *food waste* yaitu sebagai berikut.

1. Limbah makanan dilihat sebagai “produk limbah dari produksi, pengolahan, distribusi, dan konsumsi makanan” (Okazaki et al. 2008).
2. Mirip dengan FAO (1981), tetapi juga mencakup “bahan yang dapat dimakan yang secara sengaja diberikan kepada hewan atau merupakan produk sampingan dari pengolahan makanan yang dialihkan dari makanan manusia” (Stuart, 2009).
3. Seperti definisi yang dibuat oleh FAO (1981) dan tetapi juga termasuk “kelebihan gizi - kesenjangan antara nilai energi dari makanan yang dikonsumsi per kapita dan nilai energi dari makanan yang dibutuhkan per kapita” (Smil, 2004).

Indonesia merupakan negara dengan peringkat kedua sebagai penghasil sampah makanan tertinggi di dunia. Satu Orang di Indonesia diperkirakan

menghasilkan limbah makanan sebesar setengah kilogram perhari atau 184 kilogram setiap tahunnya (Bappenas, 2021). Padahal, dikutip dari *Waste4Change* , hampir 13 juta ton makanan yang terbuang di Indonesia setiap tahunnya bisa memberi makan sekitar 28 juta orang.

Kemudian, data yang didapatkan dari UN Environment menunjukkan bila *food waste* di Indonesia disandingkan dengan negara-negara yang ada di dunia, hasilnya akan menjadi emitor gas rumah kaca terbesar ketiga setelah negara Tiongkok dan 22 Amerika Serikat. *Food waste* berkontribusi menghasilkan gas metana yang berpotensi sebagai gas rumah kaca, meningkatkan pemanasan global 34 kali lebih banyak dibandingkan dengan gas karbon dioksida, permintaan tinggi pada lahan pertanian yang harus membat pohon-pohon di hutan, dan membuang-buang sumber persediaan air yang tersedia (Rowe et al., 2015)

Lebih lanjut menurut Rowe (2015), dari aspek sosial, *food waste* dapat menyebabkan terjadinya peningkatan harga pangan. Hal ini disebabkan karena makanan semakin langka dan menjadi sulit untuk didapat terutama pada kaum miskin sehingga dapat memicu terjadinya gizi buruk. Dari aspek ekonomi, akibat yang ditimbulkan oleh sampah makanan yaitu memicu terjadinya pemborosan uang terutama bila makanan tersebut tidak dikonsumsi lalu dibuang begitu saja.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa *food waste* merupakan masalah serius yang perlu untuk diatasi. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk

mengangkat isu *food waste* agar isu ini semakin diketahui oleh masyarakat luas. Tak sampai di situ, penulis juga berharap dapat mengedukasi masyarakat agar lebih peduli dengan isu ini, sehingga jumlah *food waste* terutama di Indonesia dapat berkurang dan kelestarian lingkungan dapat terjaga.

2.2.3 Mindfulness dan Mindful Eating

Mindfulness secara historis dikenal sebagai praktik utama dalam ajaran agama Buddha dan tradisi spiritual yang menekankan aktivitas meditasi (Keng et al., 2011). Istilah *mindfulness* muncul dari kata sati yang berasal dari bahasa Pali dan memiliki arti kesadaran (*awareness*), perhatian (*attention*), dan mengingat atau *remembering* (Bodhi, 2000; Brown, Ryan, & Creswell, 2007). Selain itu, istilah tersebut diyakini juga berasal dari bahasa Sanskerta “*Smṛti*” yang berarti mengingat (Williams, Leumann, & Capeller, 2004).

Mindfulness secara terminologi berasal dari kata *mind* yang memiliki arti akal, pikiran, menyadari atau memperhatikan, dan perhatian. *Mindful* dalam hal ini berarti kesadaran terhadap ingatan atau kenangan, penuh pikiran, sadar, dan bertujuan dalam melakukan sesuatu sehingga membentuk keadaan atau sifat (*state*) menjadi penuh perhatian atau *being mindful/mindfulness* (Sun, 2014). Meskipun demikian, perkembangan tentang *mindfulness* sudah meluas ke berbagai bidang keilmuan lainnya

yang teruji secara empiris dan saintifik, terlepas dari agama, etis, spiritual, maupun ideologi (Walach et al., 2007).

Adapun Shapiro & Carlson (2009) memahami *mindfulness* sebagai aktivitas mengingat untuk memberikan perhatian atas pengalaman yang terjadi saat ini. Sedangkan Lebon (2014) mengartikan *mindfulness* sebagai kemampuan individu dalam menyadari dan memperhatikan apa yang sedang terjadi.

Berdasarkan pemaparan di atas mengenai *mindfulness*, dapat disimpulkan bahwa *mindfulness* merupakan sebuah kondisi mental di mana individu mampu mengarahkan perhatian pikiran dan perasaan secara penuh dan sadar atas suatu aktivitas yang sedang dilakukan atau yang terjadi di sekitarnya tanpa menilai baik atau buruk. (Siegel, 2007). Oleh karena itulah, *mindfulness* kemudian dapat diterapkan dalam berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk kaitannya dengan makanan, yaitu dengan menerapkan *mindful eating*.

Mindful eating merupakan salah satu pengembangan konstruk psikologi dalam meninjau kaitan *mindfulness* dalam perilaku atau aktivitas makan manusia. Pada awalnya, *mindful eating* diterapkan sebagai salah satu pendekatan berdasarkan *mindfulness* dalam menangani permasalahan makan pada remaja maupun orang dewasa, seperti gangguan *binge eating*, *anorexia nervosa*, *bulimia nervosa*, maupun praktik diet yang dilakukan

orang normal untuk mencapai proporsi tubuh tertentu (Framson et al., 2009).

Secara terminologi, *mindful eating* berasal dari bahasa Inggris yang terdiri atas dua kata, yaitu *mindful* yang berarti perhatian penuh dan *eating* yang berarti makan. Konsep baru ini dikembangkan oleh peneliti dan praktisi ahli gizi dalam memahami serta memodifikasi perilaku makan yang lebih baik (Framson et al., 2009).

Berbasis pendekatan *mindfulness*, *mindful eating* berdiri sebagai sebuah kemampuan individu dalam menghadirkan perasaan dan pikiran dalam aktivitas makan, mengingatnya, memperhatikan apa yang dimakannya (tekstur, warna, rasa), dan juga mengetahui kapan perasaan atau pikiran tersebut teralihkan pada hal lain (Khan & Zadeh, 2014).

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa *mindful eating* merupakan kondisi mental yang mengarahkan pikiran dan perasaan secara penuh dalam aktivitas makan dengan dicirikan adanya pengamatan terhadap makanan yang diasup (baik rasa, warna, aroma, tekstur), menyadari dirinya pada saat ini (*present moment*) yang sedang makan, tidak terganggu atau tergesa-gesa karena hal lain, memiliki kontrol atau kendali atas perilaku makan yang sedang dilakukan (berhenti jika sudah kenyang), dan tidak menjadikan makan sebagai pengalihan atas kondisi perasaan atau pikiran tertentu.

Konsep baru tentang *mindful eating* dikembangkan oleh Framson et al (2009) dengan memaparkan lima domain di dalamnya antara lain sebagai berikut.

1. *Disinhibition*

Disinhibition merupakan predisposisi negatif yang artinya yaitu seseorang tidak mampu dalam mengendalikan diri atau menghentikan makannya ketika sudah merasa kenyang. Seseorang dengan kondisi ini cenderung untuk mengonsumsi makanan secara terus menerus meskipun mereka telah merasa kenyang. Ciri yang dimunculkan dapat berupa perilaku pengabaian konvensi sosial, kecenderungan impulsif, dan penilaian risiko yang kurang baik yang dapat diakibatkan oleh pola makan tertentu.

2. *Awareness*

Awareness berkaitan dengan perhatian serta kesadaran atas tampilan, rasa, dan aroma dari makanan yang diasup. *Awareness* melibatkan pengalaman fisiologis dan psikologis individu ketika sedang makan, misalnya dengan aktivitas mengunyah dengan tenang, mengetahui rasa manis ataupun bentuk tampilan dalam wadah, mengetahui dampak makanan yang diasup bagi kondisi emosi, dan lain sebagainya.

3. *External cues*

Domain *external cues* menekankan pada respons individu terhadap pengaruh eksternal yang berkaitan dengan perilaku makan, seperti iklan makanan, ketersediaan makanan lebih di sekitar individu, atau makan karena adanya *setting* situasi yang menyediakan jenis tertentu.

4. *Emotional Response*

Respons emosional merupakan domain individu dalam mengonsumsi makanan ketika sedang mengalami atau merasakan kondisi tertentu pada diri sendiri yang cenderung negatif, seperti stres, sedih, dan lain sebagainya. Dengan *mindful eating*, individu dilatih untuk tidak larut dalam pengalaman internal atau pikiran yang datang dan pergi begitu saja sehingga mampu mengkompromikan keinginan makan atau keadaan lapar. Seseorang dengan kondisi ini akan cenderung sulit untuk berpikir ketika lapar ataupun sulit menahan rasa lapar sehingga menyebabkannya harus merealisasikan keinginan makan pada saat itu juga.

5. *Distraction*

Distraction adalah gangguan-gangguan yang muncul selama melakukan aktivitas makan sehingga menyebabkannya tidak terstruktur. Artinya bahwa jika individu menerapkan *mindful eating*, maka perhatiannya tidak mudah teralihkan oleh gangguan-

gangguan yang mungkin muncul ketika ia sedang makan, seperti makan sambil mengerjakan sesuatu yang lain, mengonsumsi camilan (*snack*) ketika bosan, dan lain sebagainya.

Korelasi antara *mindful eating* dan *food waste* adalah *mindful eating* dapat membantu untuk mengurangi jumlah sampah organik dan sampah sisa makanan (*food wastage*). Dikutip dari *zerowaste.com*, ada beberapa aksi yang dapat dilakukan dalam menerapkan konsep *mindful eating*, di antaranya, yaitu membuat *planning* yang lebih baik sebelum membeli bahan makanan, menyimpan bahan makanan dengan baik agar dapat digunakan dalam jangka panjang, memasak atau membeli makanan sesuai dengan kebutuhan (sesuai porsi makan kita), menghindari makanan yang tidak disukai, serta selalu menghabiskan makanan. Dengan menerapkan konsep tersebut, setidaknya sudah ada aksi untuk membantu mengurangi jumlah sampah makanan yang akan berdampak baik kepada semua aspek, seperti aspek ekonomi, kelestarian lingkungan, mencegah gizi buruk, dan lain sebagainya.

2.2.4 Karakteristik Televisi

Sebagai salah satu media massa yang sudah berkembang sejak lama, televisi memiliki beberapa karakteristik yang hingga sekarang dirasakan oleh masyarakat. Berikut aspek-aspek yang menjadi karakteristik dari televisi (Ardianto & Komala, 2004, p. 137-139).

1. Audiovisual

Televisi digolongkan sebagai media penyiaran. Televisi memiliki kelebihan dibanding radio. Salah satunya yaitu, audio visual yang memungkinkan indera pendengaran dan penglihatan berkolaborasi secara langsung lewat tayangan di dalamnya sehingga hal ini memungkinkan penonton untuk melihat sekaligus mendengar secara langsung.

2. Proses Berpikir dalam Gambar

Merangkai sebuah program di televisi tentunya dibutuhkan kerangka berpikir sebelumnya. Pertama adalah visualisasi, di sini pengarah acara merangkai agar gambar memiliki makna tersendiri. Kemudian, di tahap kedua adalah penggambaran, yaitu merangkai gambar sedemikian rupa sehingga mempunyai komunitas dan mengandung makna.

3. Satu Arah

Setiap program yang disiarkan di televisi baik direkam atau disiarkan secara langsung hanya bisa dinikmati penonton, karena penonton tidak dapat melakukan intervensi mengenai disiarkannya atau tidak suatu acara di televisi. Sehingga, penonton hanya dapat menikmati sebagaimana program TV tersebut disusun.

4. Pengoperasian yang Kompleks

Dalam produksi TV, ada beberapa aspek yang harus dipenuhi, mulai dari teknis alat, pengeditan, *talent manager*, dan masih banyak lagi. Oleh karena itu, produksi program TV memerlukan pengoperasian yang kompleks dan hasilnya dapat menjadi lebih baik jika dilakukan dengan orang yang terampil dan terlatih.

5. Terbuka

Siaran televisi memiliki sifat terbuka, karena ketika siaran televisi sedang mengudara maka masyarakat yang tinggal di jangkauan daya pancar siarannya terbuka untuk menonton tayangan tersebut. Sehingga, tidak ada lagi batas geografis, usia, atau akademis dari khalayak, siapa saja dapat mengakses televisi. Namun, televisi juga bisa mengatur akses umur yang timbul dengan cara mengatur jam tayang.

6. Selintas

Pesan-pesan yang disampaikan oleh televisi hanya dapat dilihat dan didengar sepintas, kecuali jika diadakan siaran ulang atau direkam oleh penontonnya. Sifatnya yang hanya dapat dilihat sepintas ini sangat memengaruhi cara-cara dalam penyampaian pesan yang harus mudah dimengerti, menarik, dan dapat dicerna oleh khalayak tanpa menimbulkan kejenuhan.

Namun demikian, beberapa karakteristik yang dimiliki oleh televisi sudah tidak lagi sesuai dengan adanya perkembangan teknologi dan munculnya media baru. Karakter yang tidak lagi relevan yaitu televisi bersifat selintas dan satu arah. Hal ini disebabkan karena sudah adanya platform media baru berbasis audio visual seperti YouTube. Dengan adanya YouTube, audiens dapat berulang kali menyaksikan siaran ulang karena video tersebut tidak akan hilang dan selalu ada di platform tersebut. Selain itu, disediakan pula fitur komentar, sehingga dapat terjadi komunikasi dua arah antara audiens dan pembuat konten. Oleh karena itu, penulis memilih untuk mendistribusikan konten ke platform YouTube, sehingga penulis dapat berkomunikasi dan mendapatkan *feedback* dari audiens. Selain itu, alasan penulis memilih YouTube adalah karena platform ini banyak diminati oleh masyarakat sehingga dapat menjangkau audiens lebih luas.

2.2.5 Program Televisi

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. (Morissan, 2008). Sedangkan *television programming* diartikan sebagai penjadwalan atau perencanaan siaran televisi dari hari ke hari (*horizontal programming*) dan 20 dari jam ke jam (*vertical programming*) setiap harinya. Media televisi hanya mengistilahkan *programming* atau pemrograman (Soenarto, 2007).

Menurut Morissan (2008), program TV dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu sebagai berikut

1. Berita

a) *Hard News* (berita keras)

Berita keras (*hard news*) adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera diberitakan oleh media. Sifatnya harus segera ditayangkan agar dapat diketahui audiens dengan cepat. Dalam hal ini berita keras dapat dibagi ke dalam beberapa bentuk berita yaitu:

- *Straight News*

Straight News berarti berita “langsung”. Maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting mencakup 5W+1H (*who, what, where, when, why, dan how*) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terkait waktu (*deadline*) karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada audiens

- *Feature*

Feature merupakan program berita ringan dan menarik, misalnya informasi mengenai tempat makan yang enak atau tempat liburan yang menarik.

Pengertian “menarik” di sini adalah informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Tidak terlalu terikat dengan waktu penayangan dan bersifat *timeless*. Namun karena durasinya singkat (kurang dari lima menit) dan ia menjadi bagian dari program berita, maka *feature* masuk ke dalam kategori *hard news*. Jika *feature* terkait dengan peristiwa penting atau terkait dengan waktu harus segera disiarkan dalam suatu program berita disebut dengan *news feature*.

- *Infotainment*

Berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (selebritas, pemain sinetron, penyanyi, dan lain sebagainya). *Infotainment* adalah salah satu bentuk berita keras karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan.

b) *Soft News* (berita lunak)

Soft news adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat segera ditayangkan. Program yang masuk ke dalam kategori berita lunak adalah :

- *Current Affair*

Program yang menyajikan informasi terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam, cukup terikat dengan waktu. Batasannya adalah bahwa selama isu yang dibahas masih mendapat perhatian khalayak maka *current affair* dapat disajikan. Misalnya, program yang menyajikan cerita mengenai kehidupan masyarakat setelah ditimpa bencana alam dahsyat, seperti gempa bumi atau tsunami.

- *Magazine*

Diberi nama *magazine* karena topik atau tema yang disajikan mirip dengan topik-topik atau tema yang terdapat dalam suatu majalah. *Magazine* adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam, dengan kata lain *magazine* adalah *feature* dengan durasi lebih panjang, ditayangkan pada program tersendiri yang terpisah dari program berita.

- Dokumenter

Dokumenter adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. Misalnya, menceritakan

mengenai suatu tempat, kehidupan, atau sejarah seorang tokoh, kehidupan atau sejarah suatu masyarakat (misalnya suku terasing) atau kehidupan hewan di padang rumput dan sebagainya. Suatu program dokumenter ada kalanya dibuat seperti membuat sebuah film sehingga sering disebut dengan film dokumenter.

- *Talk Show*

Program *talk show* adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu dipandu seorang pembawa acara. Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

2. Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan menghibur audiens dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (*game*), musik dan pertunjukan.

- Drama

Program drama adalah pertunjukan “*show*” yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi. Dengan demikian, program drama biasanya menampilkan sejumlah pemain yang memerankan tokoh tertentu. Suatu drama akan mengikuti kehidupan atau petualangan para tokohnya. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinetron dan film.

- Permainan atau *Game Show*

Suatu bentuk atau program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu atau pun kelompok (tim) yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu, menjawab pertanyaan, dan atau memenangkan suatu bentuk permainan.

- Musik

Program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu video klip atau konser. Program musik ini dapat dilakukan di lapangan (*outdoor*) ataupun di dalam studio (*indoor*). Program musik di televisi sangat

ditentukan dengan kemampuan artis yang menarik audiens, tidak saja dari kualitas suara namun juga berdasarkan bagaimana mengemas penampilannya agar menjadi menarik.

- **Pertunjukan**

Pertunjukan adalah program yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio, di dalam ruangan ataupun di luar ruangan. Jika mereka yang tampil para musisi, maka pertunjukkan itu menjadi pertunjukkan musik, jika yang tampil justru masak, maka pertunjukkan itu menjadi pertunjukkan memasak, begitu juga pertunjukkan sulap wayang, lenong, dan lain-lain

2.2.6 Feature Reporting

Program *feature* kerap dianggap mampu menjadi *counter* program, karena menyajikan kegiatan manusia sehari-hari yang membutuhkan interaksi, rekreasi, pengetahuan, pemecahan masalah, atau sekadar informasi mengenai makanan yang lezat. *Feature reporting* merupakan bagian dari *soft news*, bukan informasi yang harus dipublikasikan secara cepat agar tetap bermanfaat (Fachruddin, 2012, p. 223).

Menurut Andi Fachruddin dalam buku berjudul “Dasar-dasar Produksi Televisi” (2012), terdapat tiga bentuk kemasan *feature reporting* di televisi yang dapat diproduksi:

1. *Feature reporting* dengan durasi singkat yang dapat disisipkan berdampingan dengan *hard news*. Berita ringan yang dimaksud seperti informasi yang lucu, unik, aneh, dan menimbulkan kekaguman. Misalnya, penjual soto tangkar betawi dan manfaat jalur sepeda

2. *Feature reporting* yang terikat dengan peristiwa penting atau berdekatan dengan jadwal penayangan *hard news* yang menjadi pusat perhatian. Durasinya lebih panjang dibandingkan kemasan *feature* sebelumnya, tetapi harus segera dipublikasikan karena memiliki unsur daya tarik dari sumber berita utamanya. Misalnya, aktivitas para atlet setelah berjuang merebut medali di Olimpiade.

3. *Feature reporting* sebagai program reportase yang dikemas luas dan mendalam, ditambah dengan sentuhan aspek *human interest* agar lebih dramatis. *Feature reporting* bertujuan untuk menghibur dan mendidik, sehingga dapat berdiri sendiri sebagai program. Program TV *Minimalife* masuk dalam kemasan *feature reporting* yang satu ini.

Pada dasarnya, *feature reporting* dapat dipublikasikan kapan saja sesuai dengan kesepakatan tim produksi. Selanjutnya, *feature reporting* dapat didefinisikan sebagai suatu jenis berita yang membahas pokok bahasan atau tema yang disajikan dengan berbagai kreasi. Kreasi yang dimaksud yaitu narasi, wawancara, vox pop, musik, sisipan puisi, ataupun sandiwara pendek yang dipandu oleh host (Fachruddin, 2012, p. 223).

Feature reporting mengandung informasi yang bobotnya ringan, artinya berbeda dengan straight news yang langsung mengarah pada pokok persoalan. Pemaparan bahasanya bertutur dan sifat laporannya investigatif, sehingga *feature reporting* kerap disebut sebagai liputan mendalam yang disusun atas opini, dokumenter, dan juga ekspresi (Fachruddin, 2012, p. 223).

2.2.7 Generasi Milenial

Generasi milenial atau generasi Y juga akrab disebut sebagai me generation atau echo boomers. Secara harafiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. Akan tetapi generasi milenial pertama kali berasal dari *millennials* yang diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika, yaitu William Strauss dan Neil Howe dalam buku mereka di tahun 1991 yang berjudul “Generations: The History of America's Future 1584-2026” (Republika, 2016).

Strauss dan Howe (2000) membuat teori perbedaan generasi berdasarkan pada persamaan kurun waktu tahun lahir yang meliputi

generasi lost, generasi *government issue*, generasi *silent*, generasi *boom*, generasi X, dan generasi milenial.

Tabel 2.1 Perbedaan Generasi William Strauss dan Neil Howe

No.	Generasi	Tahun Kelahiran
1.	Lost	1883-1900
2.	Government Issue	1901-1924
3.	Silent	1925-1942
4.	Boom	1943-1960
5.	X	1961-1981
6.	Millennial	1982-2002

Sumber : Strauss and Howe (2000)

Terdapat hal yang menarik dari pendapat Strauss dan Howe (2000) adalah terdapat kecenderungan setiap generasi akan cenderung menjadi oposisi generasi lainnya. Hal ini dikarenakan setiap generasi akan mencoba untuk memperbaiki dan mengkompensasi atas apa yang mereka persepsikan terhadap generasi di atasnya atau generasi yang berkuasa saat itu, sehingga akan memunculkan sebuah siklus generasi.

Menurut Strauss dan Howe (2000), terdapat tiga faktor yang memengaruhi sebuah generasi, yaitu sebagai berikut.

1. *Perceived membership*

Persepsi individu terhadap sebuah kelompok di mana mereka tergabung di dalamnya, khususnya pada masa-masa remaja sampai dengan masa dewasa muda.

2. *Common belief and behaviours*

Sikap terhadap keluarga, karier, kehidupan personal, politik, agama, dan pilihanpilihan yang diambil terkait dengan pekerjaan, pernikahan, anak, kesehatan, kejahatan.

3. *Common location in history*

Perubahan pandangan politik, kejadian yang bersejarah, contohnya seperti perang, bencana alam, yang terjadi pada masa-masa remaja sampai dengan dewasa muda.

Selain Strauss dan Howe, beberapa peneliti lain juga turut membuat pengelompokkan generasi milenial dengan memakai penamaan dan tahun kelahiran yang berbeda-beda di setiap generasi. Namun demikian, perbedaan tersebut memiliki definisi atau makna yang sama secara umum. Seperti contohnya menurut Zemke, Raines & Filipczack (2000), milenial adalah orang yang lahir di tahun 1980 hingga 2000 atau disebut juga generasi the nexters, sedangkan menurut Carlson (2008) milenial adalah orang dengan rentang tahun kelahiran 1983 hingga 2001 atau disebut juga generasi new boomers. Namun menurut Strauss dan Howe (2000), generasi milenial atau Y merupakan generasi dengan rentang waktu tahun kelahiran 1982 hingga 2002.

Dalam karya *Working with Generations X and Y In Generation Z Period: Management of Different Generations in Business Life* (Berkup,

2014), disebutkan bahwa Generasi Y (Generasi Milenial) adalah mereka yang lahir antara tahun 1980 sampai 2001.

Pendapat ini mirip dengan pendapat yang menyebutkan bahwa generasi milenial adalah populasi yang lahir antara tahun 1980 sampai 2000 menurut Stafford & Griffis (2008). Sementara itu menurut United States Census Bureau (2015) generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1982 sampai 2000.

Selain berbagai pendapat di atas, terdapat beberapa pendapat mengenai generasi milenial dari peneliti di dalam negeri. Pendapat pertama menyebutkan bahwa Generasi Milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun 2000 (Ali & Purwandi, 2017). Dilansir dari *Sindonews.com* (2015), ada juga pendapat lainnya yang menggunakan tahun lahir mulai 1980-an sampai dengan tahun 2000-an untuk menentukan generasi milenial (Madiistriyatno & Hadiwijaya, 2019).

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan 2000. Untuk penelitian ini, konsep generasi milenial Indonesia adalah penduduk Indonesia yang lahir antara tahun 1980-2000 (Madiistriyatno & Hadiwijaya, 2019).

2.2.7.1 Karakteristik Generasi Milenial

Generasi milenial merupakan salah satu generasi yang banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS,

instant messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter, dengan kata lain generasi milenial adalah generasi yang tumbuh pada era internet *booming* (Lyons, 2004). Lyons (2004) mengungkapkan ciri-ciri generasi milenial sebagai berikut.

1. Memiliki karakteristik yang berbeda tergantung di mana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya.
2. Memiliki pola komunikasi yang sangat terbuka dibanding generasi sebelumnya.
3. Pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi.
4. Lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan yang terjadi di sekelilingnya.
5. Memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan.

Ali dan Purwandi (2017) menyimpulkan ada tiga karakteristik generasi milenial yaitu *Creative, Connected, dan Confidence (3C)*.

1. *Creative*, yaitu mereka yang berpikir *out of the box* dan kaya akan ide gagasan yang cemerlang. Generasi milenial adalah generasi yang kreatif, salah satu buktinya adalah pertumbuhan *start up* digital dan industri kreatif lain, seperti Go-jek yang didirikan oleh Nadiem Makarim yang merupakan buah kreativitas generasi milenial.

2. *Connected*, yaitu mereka yang pandai bersosialisasi terutama dalam komunikasi yang mereka ikuti. Mereka juga selalu aktif berselancar di sosial media dan internet. Generasi milenial sangat fasih menggunakan facebook, twitter, instagram, dan media sosial yang lain dan menjadi kebutuhan utama.

3. *Confidence*, yaitu mereka yang sangat percaya diri, berani mengemukakan pendapat, dan tidak sungkan berdebat di depan publik maupun media sosial.

Melihat karakteristik generasi milenial yang berpikir *out of the box* dan kaya akan ide gagasan cemerlang mengindikasikan bahwa mereka ingin selalu berdampak untuk sekitar dengan inovasi-inovasi yang ditawarkannya. Oleh karena itu, target audiens dari karya ini adalah generasi milenial. Di samping menurut survei bahwa generasi ini gemar membuang makanan, tetapi di sisi lain generasi ini juga ingin berdampak baik bagi sekitarnya. Diharapkan karya ini dapat membuat generasi milenial untuk bisa memberikan dampak positif terhadap pengurangan *food waste* di Indonesia.