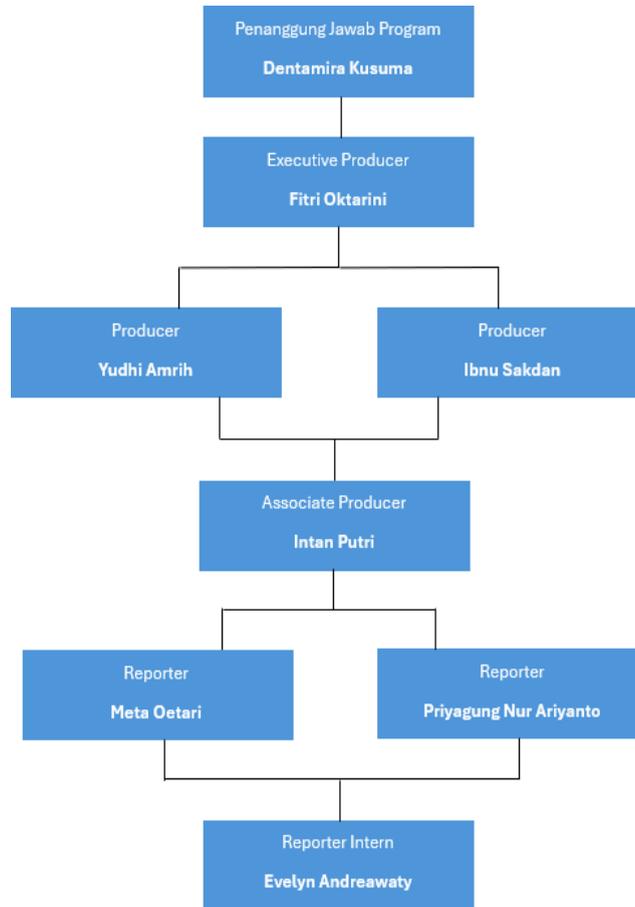


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi



**Tabel 3. 1** Struktur Kepemimpinan Program *Cerita Rasa*  
(Sumber: *Kompas TV*)

*Cerita Rasa* berada dalam pengawasan Penanggung Jawab Program, Dentamira Kusuma. Selanjutnya, program dikelola oleh Produser Eksekutif, yakni Fitri Oktarini. Kemudian ada dua Produser, yakni Yudhi Amrih dan Ibnu Sakdan. Tidak semua program di *Kompas TV* memiliki dua Produser. Namun, keberadaan dua Produser di *Cerita Rasa* disebabkan oleh dua peran yang dibebankan pada Ibnu Sakdan, yang juga dikenal sebagai Benu Buloe, yang juga menjadi *Host Cerita Rasa*. Oleh sebab itu, perlu ada satu Produser lagi yang fokus pada teknis dan pengolahan konten.

Kemudian di bawah Produser ada *Associate Producer*, Intan Putri, dan dua Reporter yakni Meta Oetari dan Priyagung Nur Ariyanto. Posisi Reporter *Intern* adalah setelah kedua reporter tersebut. Bersama dengan reporter lain, penulis bertanggung jawab langsung kepada *Associate producer*.

### 3.2. Tugas, Uraian, dan Teori/Konsep Kerja Magang

Beban kerja penulis sebagai Reporter *Intern* kurang lebih sama dengan Reporter tetap, yakni membuat rancangan liputan, menghubungi narasumber, liputan lapangan, menyusun naskah, serta melakukan *roughcut*. Dalam tim *Cerita Rasa*, seluruh jajaran kecuali *Executive Producer*, akan melakukan liputan lapangan. Kegiatan ini diadakan setiap minggu dengan tema yang berbeda-beda, sesuai dengan tema yang diajukan PIC liputan.

Setiap anggota memiliki penilaian dari perusahaan, yang salah satunya adalah jumlah episode yang diproduksi. Oleh karena itu, hasil liputan akan mengatasmakan PIC liputan pekan itu. Sistem inilah yang dipakai juga oleh mentor untuk menilai penulis. Misalnya, saya menjadi PIC liputan dengan tema Imlek, maka episode dari liputan tersebut akan dihitung sebagai episode yang saya produksi.

Selama magang di *Cerita Rasa*, penulis memproduksi empat episode. Sampai laporan ini diketik sudah ada dua episode yang tayang, yakni episode spesial Imlek berjudul *Kuliner Imlek Simbol Hoki, Gong Xi Fa Cai, Martabak Naik Kelas, dan Serba Kuliner Italia, Mamma Mia!*



**Gambar 3. 1** Episode perdana penulis berjudul

*Kuliner Imlek Simbol Hoki, Gong Xi Fa Cai*

(Sumber: Youtube *Kompas TV*)



**Gambar 3. 2** Episode karya penulis lainnya berjudul *Martabak Naik Kelas*

(Sumber: Youtube Kompas TV)

Selain tiga episode di atas, penulis juga terlibat dalam episode-episode lain. Sampai laporan ini ditulis, episode yang penulis bantu proses liputannya dan sudah tayang berjudul *Ketupat Warisan Budaya Nusantara*, *Nikmati Kuliner Nusantara di PIK 2*, dan *Nikmati Kuliner Under 50k di Pantai Indah Kapuk*.

Dalam proses membuat rancangan liputan, saya berdiskusi dengan *Associate Producer* yang menjadi mentor saya. Sesekali, saya juga bertukar pendapat dengan reporter tetap supaya perencanaan tema saya semakin mantap. Setelah menemukan tema yang sesuai, saya akan mulai riset mandiri, guna menentukan kuliner apa yang akan dibahas dan juga mencari narasumber rumah makan atau kedai yang bisa disambangi untuk liputan.

*Cerita Rasa* bukan hanya mengedepankan poin menghibur saja, melainkan juga harus dapat mengedukasi penonton. Misalnya, mencantumkan sejarah makanan, manfaat makanan tersebut, fakta menarik kuliner, dan lain sebagainya. Nilai edukasi inilah yang juga menjadi bahan riset penulis saat mempersiapkan tema.

Penulis juga ditugaskan untuk memegang sosial media Instagram *Cerita Rasa*. Setiap pekan, penulis ditugaskan mengunggah konten promo program di laman Instagram *Cerita Rasa*. Sesekali, penulis juga mengajukan poster program ke divisi promo dan melakukan *request merchandise*. *Merchandise* ini akan diberikan kepada narasumber selesai liputan.

### 3.2.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Berikut ini uraian kerja penulis selama magang di *Cerita Rasa Kompas TV*.

**Tabel 3. 2 Penjabaran Kinerja Penulis**

Pekan	Tugas yang dilakukan
Pekan 1 (2 Januari 2025)	Office Tour
Pekan 2 (6-10 Januari 2025)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Membantu membuat jadwal tahunan dan mencari ide liputan untuk rapat proyeksi bulanan, belajar potong durasi, dan riset bahan penaskahan dan grafis.</li><li>- Menghadiri rapat program kolaborasi bersama <i>Dompot Dhuafa</i>, riset bahan liputan spesial imlek.</li><li>- Riset lokasi liputan imlek dan riset topik untuk segmen 1 dan 2</li><li>- Membuat kerangka liputan imlek, melakukan revisi kerangka liputan, dan mencari talent</li></ul>
Pekan 3 (13-17 Januari 2025)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Melakukan liputan Imlek segmen 1 di Mercure Hotel PIK Jakarta</li><li>- Melakukan liputan Imlek segmen 2 di Pantjoran Tea House Pancoran Glodok dan cicil foldering footage</li><li>- Melakukan liputan Imlek segmen 3 di Rumah warga di Serua, Ciputat dan melanjutkan foldering footage sampai selesai</li><li>- Pembuatan naskah liputan Spesial Imlek</li><li>- Penyelesaian naskah liputan spesial imlek dan import video ke FCP</li></ul>

<p>Pekan 4 (20-24 Januari 2025)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Roughcut footage liputan Imlek</li> <li>- Masuk Proses Editing</li> <li>- Potong durasi</li> </ul>
<p>Pekan 5 (28-31 Januari 2025)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisi edit dari mentor</li> <li>- Mengajukan poster promo</li> <li>- Preview poster promo dan MOA</li> <li>- Riset topik liputan 3-5 Februari 2025</li> </ul>
<p>Pekan 6 (3-7 Februari 2025)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liputan Episode Martabak ke Martabak Mekar, backup file</li> <li>- Liputan Episode Martabak ke Martabak Kubang Hayuda, backup file</li> <li>- Liputan Episode Martabak ke Martabak Djuara, backup file</li> <li>- Liputan Episode Ramadan ke RS Brawijaya Antasari</li> <li>- Foldering File hasil liputan Martabak</li> </ul>
<p>Pekan 7 (10-14 Februari 2025)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riset hasil liputan yang ingin dibuat recap untuk episode puasa</li> <li>- Cicil Naskah episode puasa</li> <li>- Melanjutkan skrip Eps Ramadhan</li> </ul>
<p>Pekan 8 (17-21 Februari 2025)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melanjutkan skrip Eps Ramadhan</li> <li>- Rough cut Episode Ramadhan, Melanjutkan foldering liputan martabak dan menguploadnya ke hard disk editing</li> <li>- Rough cut Episode Ramadhan</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Input VO Ramadhan</li> <li>- Cut VO Ramadhan</li> </ul>
Pekan 9 (24-28 Februari 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengajukan poster promo episode ramadhan 1</li> <li>- Revisi naskah untuk menambah GFX</li> <li>- Finalisasi poster promo</li> <li>- Stand by editing di kantor dan membantu preview episode ramadhan yang sudah selesai diedit</li> </ul>
Pekan 10 (3-7 Maret 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Request materi MoA untuk sosmed</li> <li>- Mengajukan poster promo</li> <li>- Mengedit MoA untuk diposting di sosmed</li> <li>- Training handle sosmed <i>Cerita Rasa</i></li> </ul>
Pekan 11 (10-14 Maret 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Input GFX eps Ramadhan 5</li> <li>- Potong durasi eps ramadhan 5</li> <li>- Membuat cover reels untuk MoA promosi minggu depan</li> <li>- Preview eps Ramadhan 5</li> <li>- Meminta MoA ke <i>library</i> programming untuk keperluan sosial media <i>Cerita Rasa</i></li> </ul>
Pekan 12 (17-21 Maret 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengajukan poster promo dan meeting</li> <li>- Membuat naskah eps Martabak</li> <li>- Melanjutkan pembuatan naskah eps Martabak</li> <li>- Revisi naskah Eps Martabak</li> </ul>

<p>Pekan 13 (24-28 Maret 2025)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengumpulkan materi promo untuk eps ramadhan 5</li> <li>- Mengajukan promo video dan poster untuk eps ramadhan 5</li> <li>- Mengumpulkan materi promo untuk eps spesial idul fitri</li> <li>- Mengajukan promo video dan poster untuk eps spesial idul fitri</li> <li>- Mengumpulkan materi promo untuk eps Puncak yang tayang 5 April</li> </ul>
<p>Pekan 14 (31 Maret 2025)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari dan menghubungi narasumber untuk liputan kuliner Italia</li> </ul>
<p>Pekan 15 (7-11 April 2025)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Roughcut Eps Madiun seg 1, melanjutkan roughcut eps martabak</li> <li>- Melanjutkan roughcut eps martabak dan mempersiapkan edit eps martabak seg 2</li> <li>- Mempersiapkan edit eps martabak seg 3 dan request <i>merchandise</i> liputan</li> <li>- Mencari dan menghubungi narasumber untuk liputan kuliner Italia</li> <li>- Mempersiapkan <i>merchandise</i> dan perlengkapan liputan kuliner Italia 14-16 April 2025</li> </ul>
<p>Pekan 16 (14-18 April 2025)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liputan Kuliner Italia ke Hoz Pasta Pamulang, posting konten IG <i>Cerita Rasa</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liputan Kuliner Italia ke One Piezza PIK, posting konten IG <i>Cerita Rasa</i></li> <li>- Liputan Kuliner Italia ke Kai Lab Cooking Class, posting konten IG <i>Cerita Rasa</i></li> <li>- Meeting tim Mami Fitri, posting poster promo episode "Manis Segar Sajian Mak Nyes"</li> <li>- Posting konten IG <i>Cerita Rasa</i></li> </ul>
Pekan 17 (21-26 April 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat naskah dari liputan kuliner Italia, membantu survei kontak liputan kuliner tema "kaki sapi", posting konten IG <i>Cerita Rasa</i>, req <i>merchandise</i></li> <li>- Menyelesaikan naskah dari liputan kuliner Italia, posting promo IG <i>Cerita Rasa</i></li> <li>- Dubbing VO untuk liputan kuliner Italia, posting konten IG <i>Cerita Rasa</i></li> </ul>
Pekan 18 (28-30 April 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Roughcut eps kuliner Italia, posting konten IG <i>Cerita Rasa</i></li> <li>- revisi dubbing VO</li> <li>- Survei Lokasi liputan dengan tema "Hidangan Kaya Omega-3", cek editing eps kuliner Italia</li> </ul>
Pekan 19 (1-2 Mei 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posting konten IG <i>Cerita Rasa</i></li> <li>- persiapan <i>merchandise</i> narasumber dan SC liputan Balikpapan</li> </ul>
Pekan 20 (5-9 Mei 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liputan Kuliner Kaya Omega-3 dan copy materi</li> <li>- Membuat naskah Kuliner Kaya Omega-3</li> </ul>
Pekan 21	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liputan Tema Kuliner Nyempil</li> </ul>

(12-16 Mei 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Foldering File Kuliner Kaya Omega-3</li> </ul>
Pekan 22 (19-23 Mei 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Foldering File Kuliner Kaya Omega-3</li> <li>- Riset tempat dan kontak untuk liputan PIK 2</li> <li>- Roughcut video liputan eps Omega-3</li> <li>- Membuat <i>Mastershoot</i> Episode Martabak dan mengisi form Metadata</li> </ul>
Pekan 23 (26-30 Mei 2025)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liputan Blokingan Cerita Rasa x PIK 2</li> <li>- Membantu pembuatan LPJ liputan, upload sosmed <i>Cerita Rasa</i> untuk episode PIK 2</li> </ul>

### 3.2.2 Teori yang Relevan dengan Kerja Magang

#### 1) *Lifestyle Journalism*

Menurut Hanusch (2013), *lifestyle journalism* adalah rumpun jurnalisme yang menempatkan audiens sebagai konsumen, yang mengabarkan informasi dan saran yang faktual mengenai barang dan jasa yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dengan gaya penyampaian yang lebih menarik, cenderung dapat menghibur.

Ditegaskan Peter Cole (2005), dalam Hanusch, bentuk jurnalisme ini muncul pada 1950-an sampai 1960-an akibat kemajuan teknologi saat itu. Kondisi ini memungkinkan media cetak meningkatkan jumlah produksi dan mencetak koran dengan ukuran sepuluh kali lebih besar. Fenomena ini menjadi peluang media untuk memperkaya topik pembahasannya sehingga bukan hanya mewartakan berita-berita serius (*hard news*), melainkan juga membahas berita-berita ringan (*soft news*) yang dekat dengan masyarakat. Proses inilah yang disebut tabloisasi.

Hanusch (2013) mencantumkan bahwa topik-topik yang termasuk dalam jurnalisme gaya hidup adalah hal-hal seputar rekreasi, kuliner, anak dan edukasi; teknologi, berkebun, serta properti dan rumah. Oleh karena kedekatan topik pembahasannya dengan kehidupan manusia, Hanusch menyebutkan bahwa hasil jurnalisme gaya hidup adalah “berita yang dapat dipakai”. Meskipun demikian, karena lingkup pembahasannya yang luas, masih banyak penelitian yang membahas *lifestyle journalism* sehingga rumpun jurnalisme ini belum banyak didalami.

Jika dilihat dari topik pembahasannya, jurnalisme gaya hidup sedikit berbeda karena lebih punya orientasi ke arah ekonomi. Hal ini pula yang membuat beberapa pihak mengatakan bahwa jurnalisme gaya hidup agak sedikit menggeser peran jurnalis sebagai *watchdog*. Namun, Hanusch mengatakan bahwa setidaknya ada lima peran jurnalis dalam ranah jurnalisme gaya hidup, yakni sebagai mediator kebudayaan, kritikus, penghibur, informan, dan penjelajah sehingga meskipun tidak menjalankan peran pengawasan, setidaknya jurnalis *lifestyle* punya lima peranan lain. Hanusch mencoba menjabarkan pandangan Elfrich Fürsich dengan membagi tiga dimensi jurnalisme gaya hidup, yakni menyediakan saran, pemberi ulasan fungsi, dan fungsi pemasaran.

Penulis menemukan *Cerita Rasa* memenuhi dimensi untuk menginformasikan dan memasarkan informasi mengenai kuliner serta destinasi tempat yang bisa dikunjungi audiens. Kemudian, hasil liputan *Cerita Rasa* juga dapat memasarkan restoran atau kedai yang dikunjungi. Tayangan ini juga sekaligus dapat mempromosikan kuliner yang sedang diliput sehingga dikenal khalayak.

## 2) *Gastronomy Journalism*

Menurut Gillespie & Cousins (2001), gastronomi adalah seni dan ilmu untuk menciptakan makanan yang baik. Singkatnya, ilmu ini membahas bagaimana makanan itu bisa dinikmati. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, *gastronomy journalism* atau jurnalisme kuliner adalah salah satu topik pembahasan dalam jurnalisme gaya hidup yang membahas hal-hal seputar makanan. Tidak hanya memberikan testimoni rasa atau rekomendasi kuliner yang enak atau sedang naik daun saja, tetapi juga tentang cara memasaknya,

sejarah dan filosofi makanan juga menjadi pembahasannya. Tujuan *gastronomy journalism* adalah untuk memberikan informasi dan rekomendasi faktual dan dapat dipercaya mengenai pangan.

Tujuan ini sejalan juga dengan pengalaman penulis di program *Cerita Rasa* terutama saat melakukan riset. Setiap akan liputan, penulis akan melakukan riset. Baik secara daring maupun turun langsung ke lapangan. Hal ini semata-mata untuk memastikan keberadaan restoran dan menghubungi pemilik langsung di tempat. Kemudian, selama liputan berjalan, penulis selalu menanyakan pertanyaan-pertanyaan kecil yang belum diinformasikan oleh *host* dalam *Piece to Camera* (PTC). Informasi ini akan penulis gunakan dalam proses penulisan naskah sehingga narasi yang disampaikan kaya akan informasi. Contohnya, dalam liputan bertema kuliner Italia. Penulis menemukan dua jenis saus yang mirip secara tampilan tetapi punya nama yang berbeda, saus *pomodoro* dan saus *bolognese*. Supaya informasi ini bisa penulis masukkan dalam naskah, maka penulis bertanya kepada *chef* dan pemilik resto yang telah lama berkecimpung di dunia kuliner Italia.

Saat episode hendak tayang, penulis akan menghubungi kembali narasumber untuk *crosscheck* informasi yang akan ditayangkan. Hal ini penulis lakukan untuk memastikan informasi yang disampaikan dalam program *Cerita Rasa* faktual dan dapat dipercaya. Dalam narasi *voice over* untuk *host*, terselip kalimat persuasif yang mengajak audiens untuk berkunjung dan ikut mencoba masakan yang disantap *host*. Inilah yang jadi perwujudan mempromosikan sekaligus menyarankan makanan atau restoran yang diliput.

### 3) Teori Hiperealitas

Teori ini dikemukakan oleh Jean Baudrillard, seorang sosiolog berkebangsaan Prancis yang mengatakan bahwa masyarakat modern hidup dalam dunia hiperrealitas, yang mana representasi realitas oleh media mampu menggantikan realitas itu sendiri (Jenkins & Hinnant, 2019). Dari studinya, Baudrillard menemukan bahwa gambar-gambar yang ditampilkan di majalah tentang gaya hidup seperti mode, budaya *fine dining*, perabotan rumah mewah, dan *travelling*, menumbuhkan sifat konsumerisme. Hal ini menyebabkan orang banyak membeli barang-barang yang tidak sesuai kebutuhan, tetapi sebagai

simbol taraf hidup tertentu yang ingin dicapai. Hal ini disebabkan beberapa barang menjadi simbol pencapaian taraf hidup.

Teori ini penulis pakai untuk memperlihatkan keunggulan televisi untuk meyakinkan masyarakat untuk mengikuti saran atau informasi yang tampil di media. Hal ini disebabkan citra makanan dapat langsung tersampaikan lewat visual video sehingga memudahkan penonton menangkap imaji kuliner yang disiarkan. Oleh karena itu, televisi jadi media yang tepat untuk mewujudkan tujuan *lifestyle journalism*, yakni memberi informasi dan saran yang faktual dan dapat dipercaya. Kemudian, keunggulan televisi juga mempermudah fungsi pemasaran atau komersial.

#### 4) Mata kuliah *audio storytelling* dan *interview and reportage*

Dalam mata kuliah *audio storytelling* yang penulis ambil saat semester tiga, mahasiswa diajarkan untuk membuat siniar. Mulai dari proses praproduksi, produksi, sampai pascaproduksi. Dalam proses produksi, mahasiswa diajarkan untuk membuat naskah siniar. Ada aturan untuk membuat naskah siniar. Misalnya, menggunakan huruf kapital, penggunaan tanda garis miring untuk menggantikan fungsi titik dan koma, serta menulis kata asing sesuai pelafalannya dan pemenggalannya. Aturan-aturan ini ternyata dipakai juga dalam membuat naskah liputan sehingga penulis tidak kaget dalam membuat naskah karena sudah terbiasa saat kuliah.

SCRIPT LIPUTAN KULINER ITALIA  
 PRODUCER : IBNU SAKDAN & YUDHI AMRIH  
 ASSPROD : INTAN PUTRI  
 REPORTER : EVELYN ANDREAWATY & PRIYAGUNG NUR ARIYANTO

OPENING	
KETERANGAN	VO
	CYAO (asli: Ciao!) FOOD LOVERS!!/ PEKAN INI/ BENU BERKELILING JAKARTA DAN TANGERANG/ MENCARI KULINER ITALIA YANG UNTUNG BUANYAK!! ALIAS ENAK DAN TERJANGKAU!! EMANG ADA YA?// PENASARAN? YUK IKUTI BENU!!
SEG 1: HOZ PASTA	
KETERANGAN	VO
	MENEPI DARI JAKARTA/ BENU MAMPIR KE PAMULANG// DI SINI/ ADA RESTORAN SPESIALIS PASTA YANG OTENTIK ITALIA TAPI RAMAH KANTONG LHO FOODLOVERS//
	NGGAK TANGGUNG-TANGGUNG/ CHEF SEKALIGUS OWNER RESTORAN INI/ PERNAH MEMENANGKAN KOMPETISI MASAK NASIONAL TUJUH KALI BERTURUT-TURUT!!

**Gambar 3.3** Contoh naskah buatan penulis yang menerapkan hasil pembelajaran kelas *audio storytelling*.

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Selain *audio storytelling*, mata kuliah yang juga berpengaruh dalam proses magang penulis adalah mata kuliah *interview and reportage*. Pada mata kuliah ini, penulis belajar bagaimana mempersiapkan diri untuk melakukan liputan. Dikutip dari Sally Adams (2001), disebutkan bahwa ada beberapa karakter yang harus dimiliki seorang jurnalis seperti: rasa ingin tahu yang tinggi, kemampuan menarik perhatian narasumber, keterampilan observasi, kegigihan, fleksibel dan adil (Adams, 2001).

Karakter-karakter ini penulis pelajari dalam kuliah dan ternyata relevan dengan keadaan di lapangan. Untuk mendapatkan informasi yang diinginkan, tentu penulis harus bisa mencari narasumber yang tepat. Kemudian, penulis juga harus bisa melakukan pendekatan yang sesuai agar narasumber leluasa menyampaikan berbagai informasi yang menguntungkan. Penulis juga diajarkan makna istilah *off the record* yang artinya informasi dari narasumber tersebut tidak boleh dimasukkan dalam produk jurnalisme. Seringkali penulis juga menemukan narasumber yang demikian sehingga penulis sebagai jurnalis harus menghargai permintaan narasumber.

### **3.2.2 Konsep yang Relevan dengan Kerja Magang**

#### **1) Riset tema**

Pada bagian ini, penulis harus mencari kuliner yang menarik untuk dibahas. Ada beberapa poin yang diutamakan untuk menentukan narasumber, yakni mengutamakan restoran atau kedai yang sudah terkenal atau sudah lama berdiri (*prominance*), dan mencari tempat yang menyajikan porsi besar, murah, dan terkenal enak (*proximity*). Biasanya, penulis juga sekaligus membuat kerangka liputan sehingga hasil akhirnya dapat diprediksi.

Contohnya, saat mengerjakan episode kuliner serba omega-3. Karena episode tersebut adalah karya penulis yang terakhir saat magang, *associate producer* dan reporter lain mengusulkan penulis membuat karya dari makanan favorit penulis, ikan dan hasil laut. Akhirnya, tercetuslah tema kuliner serba omega-3. Untuk mencari narasumber, penulis menggunakan sosial media Instagram dan Tiktok, serta bertanya langsung kepada para mentor.

## 2) Mencari kontak dan menghubungi narasumber

Penulis menelusuri sosial media untuk mencari narasumber berpotensi untuk diliput. Pertama, penulis akan mengetik *keyword* di kolom pencarian Tiktok dan Google. Kemudian, penulis akan melihat konten tentang restoran tersebut. Selanjutnya, penulis mencari kontakannya melalui Instagram. Karena biasanya tercantum tautan nomor telepon pada laman sosial media tersebut.

Tak jarang juga, penulis harus mencari narasumber yang tidak punya sosial media sehingga harus menggunakan fitur *Street View* dari Google Maps untuk melihat nomor telepon yang tertera di spanduk restoran atau kedai. Jika sudah menemukan nomor teleponnya, penulis akan menghubungi lewat Whatsapp, fitur *Direct Message* Instagram, dan kadang juga lewat *e-mail*.

Pada tahap ini, penulis menginfokan bahwa *Cerita Rasa* tertarik untuk mengunjungi restoran atau kedai untuk membuat liputan sekaligus mendiskusikan waktu yang tepat untuk liputan.

Contohnya saat menghubungi narasumber kedai masakan padang *Iko Bana Masakan Padang* di jalan Gandaria, Jakarta. Kedai ini penulis ketahui setelah berdiskusi dengan *executive producer* yang mengaku sering menyambangi tempat itu.

Namun, kedai ini tidak terdaftar di Instagram atau Tiktok. Bahkan, tidak ada alamatnya di *Google Maps*. Akhirnya, penulis berinisiatif menggunakan fitur *google street view* untuk melihat lokasi jualan secara daring, dengan harapan dapat menemukan nomor telepon yang ada di spanduk kedai. Hasilnya, penulis menemukan nomor telepon dari spanduk dan langsung menghubungi pemilik usaha untuk melakukan janji liputan.



### 3) Liputan lapangan

Waktu liputan untuk satu episode adalah tiga hari yang jatuh pada hari Senin, Selasa, dan Rabu. Sebelum berangkat ke lokasi liputan, penulis dan kru harus mengambil peralatan di *warehouse Kompas TV*, setelah itu kami berangkat. Waktu keberangkatan setidaknya satu sampai dua jam sebelum waktu yang dijanjikan dengan narasumber. Hal ini dilakukan untukantisipasi kemacetan dan memperbanyak waktu *briefing* dengan narasumber. Setelah sampai di lokasi, penulis akan meminta resto mempersiapkan makanan yang akan diambil *beauty shot*-nya sekaligus juga mengambil gambar proses masak di dapur. Setelah *beauty shot* selesai, dilanjutkan dengan sesi *review* makanan oleh *host* atau *Piece to Camera* (PTC). Setelah proses syuting selesai kru kembali ke Menara Kompas.

Contoh kejadian saat liputan lapangan adalah ketika hendak liputan ke *Martabak Mekar*, lokasi syuting dalam episode *Martabak Naik Kelas*. Sebelum liputan, penulis dibantu reporter dan *associate producer* menentukan jam kumpul (*crew call*), jam ambil peralatan di *warehouse*, dan jam keberangkatan kru ke lokasi. Setelah itu, penulis mengirim urutan waktu tersebut ke grup *Whatsapp* sehari sebelum liputan.

Penulis menetapkan waktu kedatangan kru sampai di lokasi maksimal setengah jam sebelum waktu janji liputan dengan narasumber. Kebiasaan ini berhasil menuai pujian dari narasumber *Martabak Mekar* yang mengaku pertama kali bertemu media yang tepat waktu dengan jadwal liputan.

Segera setelah sampai di lokasi liputan, penulis selaku PIC liputan akan menentukan proses apa yang harus didokumentasikan terlebih dahulu. Biasanya, penulis mulai dengan dokumentasi proses masak, adegan *host* berjalan ke lokasi, adegan *host* berbicara dengan pemilik usaha atau juru masak, *beauty shot* makanan yang akan diulas, dan diakhiri dengan adegan *host* mengulas makanan atau adegan *Piece to Camera* (PTC). Selama liputan berlangsung, penulis juga aktif mencatat hal-hal penting yang akan digunakan saat pembuatan naskah nanti. Informasi-informasi yang dicatat seperti sejarah usaha, promo terbaru, harga makanan, dan jam operasional.

#### 4) **Kopi materi**

Proses ini dilakukan segera setelah liputan selesai karena *SD Card* akan digunakan lagi di hari berikutnya. Ada dua kamera yang digunakan sehingga ada dua *SD Card* yang harus disalin ke *hard disk editing* di *booth editing* kantor. Kemudian, video-video tersebut harus dinamai ulang supaya dapat terbaca oleh aplikasi *editing*, Final Cut Pro (FCP). Penamaan ulang video dari *SD Card* satu dan yang lainnya juga harus dibedakan. Hal ini dilakukan agar sistem aplikasi FCP dapat memindai fail video yang telah diunggah dalam *hard disk* tanpa tertukar.

#### 5) **Folding**

Tahap ini penulis lakukan ketika proses liputan sudah selesai. Folding adalah proses mengklasifikasikan video-video yang telah disalin sebelumnya. Video-video ini akan dibagi ke dalam folder berbeda sesuai kategorinya. Folder-folder tersebut ada *Piece to Camera* (PTC), *chit-chat* yaitu dialog *host* dengan owner atau karyawan, *establish shot*, *beauty shot*, dan *stock shot*. Nama-nama folder tersebut akan berbeda-beda untuk setiap liputan karena akan menyesuaikan jenis shot apa saja yang didapatkan di lapangan.

Contohnya saat liputan episode *Martabak Naik Kelas* di Martabak Kubang Hayuda, Tebet. Klip yang penulis dapat bervariasi mulai dari adegan membuat kulit martabak, *gimmick host* membuat martabak, wawancara dengan pemilik, klip pengunjung, klip restoran, dan berbagai *beauty shot* yang juga disebut *packshot*. Video berjenis *packshot* adalah video yang paling banyak jumlahnya dari antara yang lain. Hal ini karena banyak mengambil gambar *close-up* dan *extreme close up* sehingga akan menegaskan tampilan makanan. Belum lagi makanan yang diulas tidak hanya satu, bisa tiga bahkan lebih. Oleh karena itu video jenis *packshoot* akan menghasilkan banyak sekali folder.

#### 6) **Penaskahan**

Pada tahap ini, naskah yang dimaksud tidak hanya berisi dialog *host* saja, tetapi juga termasuk teks *dubbing*, rancangan grafis atau animasi (GFX), serta keterangan shot apa saja yang ingin dimasukkan dalam produk akhir nanti.

Naskah ini disesuaikan juga dengan rancangan liputan yang sudah dibuat di awal. Jika naskah dirasa sudah selesai, penulis akan memberikan naskah tersebut kepada *Associate Producer* untuk dikoreksi dan dipoles kembali sehingga sesuai dengan standar *Cerita Rasa*.

Langkah pertama yang penulis lakukan untuk membuat naskah adalah menyelesaikan proses foldering sehingga penulis ingat konten-konten apa saja yang bisa penulis ceritakan dalam liputan. Kemudian, penulis juga akan membaca kembali catatan penulis pribadi penulis saat melakukan liputan. Informasi dan ide yang penulis dapatkan akan diolah menjadi narasi naskah. Selama menulis naskah, penulis harus memastikan narasi naskah informatif dan alurnya mudah dipahami.

#### 7) *Roughcut*

Seperti namanya, *roughcut* berarti potong kasar. Pada tahap ini, penulis menyisir *file dubbing* dan video PTC serta *chit-chat*, menyesuaikannya dengan naskah, kemudian disusun sesuai urutannya. Hasil *roughcut* inilah yang akan dilanjutkan oleh Editor. Fail yang penulis *roughcut* berasal dari video hasil foldering dan fail *dubbing host* yang masih mentah. Oleh karena itu, pada tahap ini penulis juga sekaligus mengedit fail *dubbing host*.

#### 8) Potong durasi

Proses ini dilakukan ketika video sudah selesai diedit. Durasi satu episode *Cerita Rasa* adalah 24 menit. Seperti namanya, dalam proses ini video final yang terlalu lama akan dipangkas lagi sehingga tetap sesuai durasi idealnya. Kemudian, editor akan merapikan lagi video tersebut yang kemudian akan di-*preview* bersama oleh tim redaksi. Proses ini dilakukan menggunakan komputer di *booth editing*. Strategi penulis untuk memotong durasi ini adalah dengan menonton ulang video final untuk menyisir ulang, mencari informasi berulang (*redundant*) yang akan penulis hilangkan salah satunya. Misalnya, dalam episode imlek, *host* sempat memberikan informasi mengenai sejarah dimsum sebagai bagian dari kuliner tahun baru Cina. Dialog tersebut penulis potong karena telah disampaikan melalui animasi grafis. Jika informasi tersebut tidak dihilangkan, informasi yang disampaikan akan mengulang

sehingga tidak efektif.

### 9) *Preview*

Pada tahap ini tim bersama-sama menonton dan mengevaluasi episode yang sedang diproduksi. Video *preview* biasanya dibagikan melalui grup *Whatsapp* yang kemudian seluruh tim akan memberikan evaluasinya melalui grup tersebut. Selanjutnya, evaluasi yang disampaikan tim akan diberikan kepada editor melalui PIC liputan untuk dilakukan revisi. Tahap *preview* bertujuan untuk melihat apakah video liputan sudah sempurna untuk ditayangkan atau belum.

Kesalahan-kesalahan yang sering penulis temui saat *preview* antara lain kesalahan penulisan nama makanan, kesalahan penulisan harga, tulisan yang terlambat muncul. Pernah penulis temui juga gambar yang tidak sesuai dengan dialog. Contohnya ketika dialog menyebutkan menu martabak kubang, tetapi gambar yang muncul adalah gambar teh talua. Tak jarang juga, ada gambar dari segmen lain yang tercampur dengan segmen yang lainnya. Padahal narasumber dalam setiap segmen berbeda sehingga perbedaannya tampak kontras.

### 10) Mengirim MOA ke server

Video episode yang akan tayang dimasukkan ke dalam server untuk dilakukan cek kualitas oleh tim QC. Jika episode yang sedang diproduksi belum masuk jadwal tayang, episode tersebut akan disimpan dalam *hard disk editing* sampai mendekati jadwal tayangnya. Video yang dimasukkan ke dalam server akan dibagi menjadi tiga segmen dengan format nama: “MOA (JUDUL EPISODE) | (TANGGAL TAYANG)”.

Setiap program diberikan folder tersendiri sehingga anggota tim QC sudah tahu program apa yang mengirim video tersebut. Kemudian, penulis menggunakan surel reporter tetap, menginformasikan pengunggahan video tersebut ke alamat surel tim QC. Untuk mengetahui apakah proses QC sudah dilakukan atau belum. Penulis akan menelfon tim QC menggunakan telepon kantor setiap hari Jumat jam 14.00, untuk menanyakan status tayangan oleh tim QC. Namun, jika QC gagal biasanya tim QC akan mengirim surel balasan

kepada tim, yang menunjukkan alasan tidak lolos QC dan perlu diperbaiki.

### **11) Mengajukan promo**

Pada tahap ini penulis mengirim foto-foto yang hendak dimasukkan dalam poster. Foto yang dipilih meliputi proses PTC dan *packshoot* menu yang di-*highlight*. Selain itu, penulis juga mengirim MOA yang siap tayang ke tim promo untuk dibuatkan video iklan tayangan. Video ini akan tampil di layar televisi juga akun sosial media Cerita Rasa. Biasanya penulis mengirim materi poster menggunakan *Whatsapp*. Sedangkan, materi untuk video promo penulis kirim menggunakan *google drive* atau bertukar *hard disk*. Output promo dalam bentuk poster maupun video akan dikirim melalui *Whatsapp*.

### **12) Mengunggah konten promosi tayangan di Instagram *Cerita Rasa***

Program *Cerita Rasa* tidak memiliki tim sosial media, penulis, reporter dan *associate producer* berperan menjadi admin sosial media *Cerita Rasa*. Pada tahap ini penulis akan mengunggah poster dan video promosi yang telah jadi ke Instagram *Cerita Rasa* dalam bentuk *post* dan *reels*. Kemudian, penulis juga akan mengunggah foto-foto proses PTC, *packshoot* menu yang di-*highlight*, chit-chat, dan proses masak, sejumlah 10 foto. Gambar-gambar tersebut diunggah dengan opsi *multiple post* di Instagram. Unggahan penulis yang pertama di *Cerita Rasa* diunggah pada 28 Februari dengan judul tayangan "*Puasa Lancar Timbangan Aman,*" sampai dengan tanggal 30 Mei, yakni tayangan berjudul "*Nikmati Kuliner Nusantara di PIK 2.*"

## **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Selama praktik kerja magang, ada beberapa kendala yang penulis temukan:

- 1) Penulis merasa kesulitan mencari topik liputan karena aturan perusahaan tidak memperbolehkan penulis melakukan liputan di luar wilayah Jakarta dan sekitarnya.
- 2) Anggota tim yang terlalu sedikit sehingga membuat tim kewalahan. Hal ini sangat berdampak apabila ada anggota yang izin atau dinas luar kota.

### **3.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Untuk mengatasi kendala-kendala di atas, penulis menempuh beberapa cara:

- 1) untuk mencari topik, penulis harus lebih banyak berkomunikasi dengan rekan sesama tim. Tujuannya adalah supaya penulis dapat bertukar pikiran dan mendapatkan ide menarik lain yang bisa dieksekusi,
- 2) penulis harus dapat mengatur waktu untuk bisa menyelesaikan semua tanggung jawab program ketika ada anggota yang terkendala. Mengingat kadang ada liputan yang sifatnya kerja sama perusahaan sehingga ada target yang harus dicapai.