

Penerapan Alur Campuran Dalam Penulisan Naskah *Feature* Televisi “Interaksi” Edisi “Kopi Keliling”

Kusumo Gambriyanto¹, Annisa Nuralifa Amalia², Susilawati³

^{1,2}Program Studi Manajemen Pemberitaan, Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta

³Program Studi Manajemen Teknik Studio Produksi, Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta

Jl. Magelang No.KM.6, Mlati, Sleman, D. I. Yogyakarta 55284

Gambriyanto.ky@gmail.com

ABSTRAK

Komoditas kopi memegang peranan penting bagi sumber pendapatan devisa negara dan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia. Program *Feature* Televisi “Interaksi” Edisi “Kopi Keliling”, menerapkan alur campuran sesuai yang telah direncanakan Bersama tim. Tujuan karya dengan format *feature* wawancara ini mengandung visual dan juga audio yang dikemas dengan ringan. Metode yang merupakan metode kualitatif dengan menerapkan alur campuran pada penulisan naskah dengan diisi narasumber yang memiliki kapabilitas terhadap topik terkait. Alur campuran merupakan gabungan antara alur cerita maju dan mundur yang akan menyuguhkan peristiwa yang dimulai dari tengah cerita. Penerapan alur campuran pun bergantung pada pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada narasumber. Dengan menerapkan metode ini maka didapat tayangan yang informatif, mengedukasi, dan juga menarik bagi audien.

Kata Kunci: Alur Campuran, *Feature* Televisi, Kopi Keliling.

ABSTRACT

The coffee commodity plays an important role as a source of foreign exchange for the country and a source of income for no less than one and a half million coffee farmers in Indonesia. Television Feature Program "Interaction" Edition of "Kopi Keliling", implementing a mixed flow according to what has been planned with the team. The purpose of this work with an interview feature format is to contain visuals as well as audio which is packaged lightly. The method is a qualitative method by applying a mixed flow in script writing filled with sources who have capabilities on related topics. Mixed plot is a combination of forward and backward storylines that will present events starting from the middle of the story. The application of mixed flow also depends on the questions that will be given to the speakers. By applying this method, you can get informative, educational, and interesting impressions for the audience.

Keyword: *Mix plot, Television Feature, Kopi Keliling.*

PENDAHULUAN

Televisi adalah jenis media massa yang hingga saat ini diminati masyarakat luas, dikarenakan sifatnya yang audio visual sehingga masyarakat dapat merasakan apa yang sedang ditayangkan televisi tersebut. Televisi pada saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia,

hampir semua orang menghabiskan waktunya dengan menonton televisi. Bagi banyak orang televisi adalah teman, televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu. (Morissan, 2008:01).

Menurut M.A. Morissan dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Media Penyiaran:

Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi” (2011:221), adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam, dengan kata lain *feature* dengan durasi yang lebih panjang, ditayangkan pada program tersendiri yang terpisah dari program berita. *Feature* wawancara dikhususkan untuk membahas suatu dialog antara jurnalis dengan tokoh yang diwawancarai, seperti artis, atau tokoh masyarakat. Terkadang *feature* ini ditulis dengan format tanya jawab.

Alur (*plot*) merupakan pola pengembangan cerita yang terbentuk oleh hubungan sebab akibat ataupun bersifat kronologis (kejadian/peristiwa). Pola pengembangan cerita suatu cerpen beragam. Pola-pola pengembangan cerita harus menarik, mudah di pahami, dan logis (masuk akal), Suherli (2017). Alur campuran merupakan gabungan antara alur cerita maju dan mundur. alur campuran akan menyuguhkan peristiwa yang dimulai dari tengah cerita (Kumparan, 2020). Dalam hal ini, penulis membuat sebuah *feature* dengan alur tersebut agar narasumber dapat dengan mudah dan bebas menceritakan mengenai usaha kopi keliling, mulai dari awal mula dibangunnya usaha dan kondisi penjualan saat ini. Sehingga, penonton pun dapat ketarik lebih dalam ke dalam runtutan peristiwa.

Inspirasi penulis dalam pembuatan *feature* televisi adalah *feature* Kerah Biru “Starling: Gowes Untuk Cari Uang Bukan Untuk Pamer!” yang diunggah pada kanal youtube Asumsi. *Feature* tersebut juga merupakan *feature* wawancara dan menerapkan alur campuran. Pada isi karya *feature* tersebut lebih fokus kepada suka dan duka penjualan Starbucks keliling. Program ini membahas mengenai kehidupan para penjual kopi keliling di ibu kota. Berbekal sepeda yang mereka modifikasi agar bisa mengangkut air dan kopi kemasan dari berbagai jenis produk, mereka bisa menjangkau lokasi keramaian. Pelanggannya pun dari berbagai kalangan. Akan tetapi, tantangan terberat mereka adalah harus kucing-kucingan dengan Satpol PP.



**Gambar 1 Program: Kerah Biru
“Starling: Gowes Untuk Cari Uang Bukan
Untuk Pamer!”
(Sumber: youtube Asumsi diakses
pada 27 Desember 2022)**

Selain itu program Distrik edisi "Distrik Matraman: Bukan Sekedar Celurit Mistar dan Batu Terbang Pelajar" membahas mengenai Matraman, salah satu kecamatan di Jakarta Timur yang menyimpan cerita dan sejarah yang besar. Mulai dari cerita kelim

tentang tawuran warga sampai kuliner legendaris bisa diceritakan oleh warga dan tokoh-tokoh yang merepresentasikan Matraman. Meski menggunakan format program yang sama, yaitu *feature* wawancara, hal berbeda yang paling menonjol adalah penggunaan alur campuran yang penulis terapkan pada naskah *feature* televisi Interaksi edisi “Kopi Keliling” menjadi ciri khas dari karya yang penulis produksi.



Gambar 2 Program: Distrik "Distrik Matraman: Bukan Sekedar Celurit Mistar dan Batu Terbang Pelajar"

Berdasarkan pendekatan pada kedua karya tersebut, penulis membuat karya yang berbeda dengan menggunakan penggabungan karya-karya yang sudah ada tersebut tanpa adanya unsur plagiarisme, namun terdapat beberapa pengembangan, perubahan dan inovasi yang akan diciptakan.

METODE PENELITIAN

Ide penciptaan karya produksi *feature* televisi Interaksi edisi “Kopi Keliling” ini berawal dari keinginan penulis untuk Memperoleh tayangan yang mendidik untuk mengenal dan mencintai budaya maupun kultur yang ada di Indonesia. Setelah yakin

dengan tema tersebut, kami memutuskan untuk membawakan program ini dengan format *Feature* televisi agar informasi dan konten yang ingin disampaikan dapat diterima masyarakat dengan baik dan tidak membosankan. Penulis sebagai penulis naskah, menaruh fokus pada alur *feature* campuran agar alur cerita yang akan ditayangkan pada program ini menjadi dinamis dan tidak membosankan.

Alur (plot) merupakan pola pengembangan cerita yang terbentuk oleh hubungan sebab akibat ataupun bersifat kronologis (kejadian/peristiwa). Pola pengembangan cerita suatu cerpen beragam. Pola-pola pengembangan cerita harus menarik, mudah di pahami, dan logis (masuk akal). Suherli (2017)

Pada produksi karya *feature* televisi Interaksi edisi “Kopi Keliling” penulis yang bertugas sebagai penulis naskah atas diskusi dengan tim menerapkan alur yaitu alur campuran dengan tujuan agar para narasumber dapat bercerita dengan leluasa sehingga penonton dapat turun masuk ke dalam cerita dan merasakan pasang surutnya narasumber.

Dalam *website* (haloedukasi.com) Alur campuran merupakan gabungan dari alur maju dan alur mundur, Biasanya cerita ini dimulai di tengah-tengah. Sementara cerita berkembang maju, beberapa kali ditampilkan beberapa potongan *flashback* yang

menjelaskan latar belakang cerita. Dalam penggunaan alur ini tidak mesti alur progresif lebih dahulu kemudian alur *flashback*. Hal ini sangat bergantung pada kepiawain penulis dalam merangkai imajinasinya menjadi untaian cerita yang menarik.

Media yang digunakan untuk menayangkan program Magazine Show ini adalah Televisi dan Youtube.

Pada proses penciptaan karya ini, terbagi menjadi 3 tahap, yaitu:

1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi penulis dan tim melakukan diskusi mengenai ide, topik, dan angle pada tanggal 17 Desember 2022. Hasil dari diskusi tersebut, menghasilkan tiga topik pembahasan yaitu, Kopi Suroloyo, Kopi Merapi, dan Kopi Keliling.

Setelah menentukan tiga topik yang salah satunya akan diangkat menjadi *feature* televisi, penulis dan tim melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing. Dari hasil konsultasi tersebut, dengan berbagai diskusi mengenai kondisi dan kelancaran produksi, maka dipilih lah topik Kopi Keliling untuk diangkat menjadi *feature* televisi dengan format penyajian *feature* wawancara dan menggunakan alur campuran.

Kemudian berdasarkan hasil konsultasi dengan dosen mengenai judul proposal, penulis menggunakan judul “Penerapan Alur Campuran Dalam Penulisan Naskah *Feature* Televisi Interaksi edisi Kopi

Keliling”. Lalu, penulis melakukan observasi baik melalui internet maupun datang langsung ke lapangan pada tanggal 20 Februari 2023 di daerah Boyolali. Kemudian setelah mendapatkan data-data dari lapangan mengenai topik yang diangkat, penulis melakukan penulisan naskah awal untuk acuan Pengarah Acara (PA) dalam membuat treatment dan shotlist

2. Produksi

Pada proses produksi *feature* televisi “interaksi” edisi “kopi keliling”, shooting dilakukan di beberapa tempat dengan hari yang berbeda. dimulai pada tanggal 25 Februari 2023 di Kereta Kopi yang berlokasi di Kota Baru, Yogyakarta. Shooting dimulai di pagi hari dengan pengambilan gambar oleh cameraman dan diarahkan oleh PA, penulis sebagai penulis naskah, ikut berkoordinasi dengan PA mengenai gambar yang diambil agar sesuai dengan penggambaran yang ada pada naskah.

Pengambilan gambar *host* yang memandu acara juga dilakukan, penulis membantu PA dalam *briefing host* sebelum mulai mengenai naskah. Setelah pengambilan *stock footage*, *shooting* dilanjutkan dengan pengambilan statement narasumber atau proses wawancara dari Andre Salim (pelaku usaha) dan Febby Dyah (konsumen). Penulis sebagai penulis naskah, di sini bertugas untuk menjadi *interviewer* agar statement narasumber dapat sesuai dengan bayangan

pada naskah awal. *Shooting* dilanjutkan pada siang hari di Jalan Malioboro untuk pengambilan *opening scene* dari *host* dan pengambilan *ambience* dari Malioboro.

Selanjutnya *shooting* berlanjut di hari kedua pada tanggal 4 Maret 2023, pengambilan gambar berlanjut ke Titik Senja Kopi yang berlokasi di Boyolali. Sama seperti *shooting* di Yogyakarta, pengambilan gambar diawali dengan fokus pada kehidupan kota Boyolali khususnya di daerah simpang lima. Dilanjutkan dengan pengambilan gambar di tempat titik senja kopi berjualan, yaitu di sawah dlingo tlatar juga pengambilan *statement* narasumber, melakukan wawancara dengan Yohanes (pelaku usaha), dan Alfian (konsumen).

Di luar dua jadwal *shooting* tersebut, terdapat proses produksi tambahan seperti melakukan *take voice over* pada tanggal 6 Maret 2023, pengambilan suara menggunakan *volunteer* dan dipimpin oleh Produser, PA, dan penulis yang berperan sebagai Penulis Naskah. Pada tahap ini, terjadi beberapa penyesuaian naskah, agar mudah diucapkan oleh *voice artist*. Penambahan jadwal pengambilan gambar juga dilakukan, yaitu pada tanggal 1 Februari 2023 di Tugu Yogyakarta dan 14 Februari 2023 di Boyolali untuk penambahan *stock footage*.

3. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, penulis sebagai penulis naskah melakukan transkrip

hasil wawancara pada tanggal 15 Maret 2023 hingga 19 Maret 2023. Transkrip tersebut merupakan hasil wawancara penulis dengan empat narasumber, yaitu Andre Salim (pelaku bisnis kereta kopi di Yogyakarta), Febby Dyah (konsumen kereta kopi, Yogyakarta), Yohanes (pelaku bisnis titik senja kopi, Boyolali), dan Alfian (konsumen titik senja kopi, Boyolali). Penulis juga melakukan perubahan naskah awal selama masa pengeditan tayangan oleh *editor*, penulis juga membantu *editor* mengedit visual, menyesuaikan *footage* yang sudah ditake. Setelah editing selesai dan bahan tayang sudah jadi, penulis pada tahap ini membuat naskah final yang sudah sesuai hasil tayang dan memastikan bahwa tayangan sudah sesuai dengan yang diterapkan pada *feature* ini yaitu alur campuran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

“Penerapan Alur Campuran Dalam Penulisan Naskah *Feature* Televisi “Interaksi” Edisi “Kopi Keliling”, penulis menerapkan gaya alur campuran dalam naskah *feature* “Interaksi”. Memainkan permainan alur di dalamnya, dimulai dengan timeline masa kini, lalu ditarik mundur dengan menggambarkan masa lalu, kemudian ditarik kembali ke masa saat ini serta pengharapan di masa depan dari narasumber di akhir tayangan.

Program *feature* televisi “Interaksi” edisi “Kopi Keliling” menceritakan tentang hadirnya tren kopi keliling yang merupakan versi upgrade dari *starling* dengan menjajakan kopi yang berbeda dengan yang *starling* buat. Jika *starling* menyajikan kopi sachet, beda hal-nya dengan kopi keliling yang menyajikan kopi sekelas *coffee shop*, seperti menggunakan teknik manual brew, cold brew, v60, dan yang lainnya. Kopi keliling juga menggunakan biji kopi pilihan seperti arabika dan atau robusta.

Keunikan dari program *feature* ini mengenai uniknya perkembangan zaman masa kini, bagaimana kopi sekelas *coffee shop* yang selalu dipandang memiliki harga yang tidak murah dan hanya dapat dinikmati oleh kalangan menengah ke atas, kini dapat dijual secara keliling dan ditemukan di kawasan pedestrian, kompleks, bahkan di pinggir sawah dan dijual dengan harga yang lebih murah, sehingga kopi sekelas *coffee shop* tersebut dapat dinikmati oleh semua kalangan yang melewati lokasi pada saat kopi keliling tersebut menggelar tendanya dan berjualan.

Merujuk pada sifat alur campuran itu sendiri, yaitu penggabungan antara alur maju dan alur mundur, sehingga karya yang dihasilkan dapat membuat penonton terbawa lebih masuk ke dalam dan memahami emosional perjuangan membangun usaha

kopi keliling berdasarkan cerita yang diceritakan oleh narasumber.

Program *feature* televisi ini diawali dengan *eye catcher* berupa penampilan gambar dari kehidupan jalanan kota Yogyakarta di daerah Tugu, sekitar jalan menuju jalan Malioboro, dan diakhiri dengan gambar *host* yang menikmati segelas kopi. Lalu, dilanjut dengan *id’s program* dari program “Interaksi” berupa *motion grafis* sebuah kendaraan bermotor.

Program *feature* televisi Interaksi ini merupakan jenis *feature wawancara*. Sehingga, *statement* dari narasumber pada tayangan ini juga mengambil peran penting dalam berjalannya tayangan. Pada tayangan *feature* ini terdapat 4 *sequence*, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Sequence* pertama — Pengenalan Kopi Keliling

Dalam *sequence* pertama karya *feature* televisi “Interaksi” Edisi “Kopi Keliling” tersebut yang mana sebagai pembuka, dimulai dengan menjelaskan mengenai waralaba bidang per-kopian di Yogyakarta selama era *pandemic* yang justru jumlahnya kian meningkat. Hal ini menggambarkan minat yang besar dari warga Yogyakarta terhadap kopi.

Masuk ke dalam pembahasan mengenai tren kopi keliling yang berasal dari tren *starling* dari ibu kota. Hal yang membedakan adalah, jenis kopi yang

dijual dan cara penyajiannya. Jika pada starling, kopi yang dijual adalah kopi sachet, kopi keliling hadir dengan menyajikan kopi se-kelas yang ada di coffee shop dan yang paling mencolok adalah cara pengolahannya, hal tersebut diperkuat dengan statement dari narasumber kami yang merupakan pengusaha di bidang kopi keliling di Yogyakarta dan Boyolali.

2. Sequence kedua — Pasang Surut Kopi Keliling di Jogja

Pada sequence kedua, para pelaku usaha kopi keliling melanjutkan kisahnya dengan menceritakan awal mula usahanya dibangun, menjual cerita suka dan duka yang dirasa dalam merintis usaha kopi keliling. Dalam hal ini, penulis menunjukkan alur mundur atau kilas balik, yang mana sebelumnya pada sequence pertama, tayangan dimulai pada timeline masa kini.

Dilanjut dengan peranan sosial media dalam penjualan. Pada zaman ini, sosial media memegang andil dalam mempromosikan produk yang dijual oleh para pengusaha dengan memberikan respon langsung kepada penggunanya. Pada sequence kedua ini, para narasumber bercerita mengenai penjulalan-penjualan yang dipengaruhi sosial media dan telah berhasil didapatkan selama membangun

usahanya. Di Sequence ini juga memaparkan kondisi alam yang menjadi salah satu faktor penting dalam berjalannya sebuah usaha di bidang kopi keliling dikarenakan mempengaruhi pendapatan

3. Sequence ketiga — Kesan dan Minat Dalam Penjualan/Pembelian Kopleng

Pada sequence terakhir ini, merupakan final dari runtutan cerita yang telah diceritakan oleh narasumber. Di sequence ini, fokus kepada kesan dan juga minat terhadap kopi keliling baik menurut pelaku usaha ataupun konsumen. Pada hal ini, narasumber yang mewakili konsumen, memberi impressi terhadap tren kopi keliling yang lebih merakyat meskipun hadir dengan menyediakan kopi sekelas coffee shop.

Sequence ketiga ini juga menggambarkan harapan-harapan dari pelaku usaha terhadap usaha mereka di bidang kopi keliling ini. Banyaknya, berharap secara sosial seperti adanya yang ingin mengikuti jejaknya dalam membangun usaha sehingga dapat membuka lapangan kerja dan mengangkat derajat orang tersebut, hingga penyebaran pengetahuan mengenai dunia kopi terhadap masyarakat lewat tren kopi keliling yang lebih merakyat tersebut.

Alur campuran untuk membentuk alur cerita dengan tujuan, audien akan dapat lebih dalam merasakan kisah-kisah yang dipaparkan narasumber, seperti keadaan masa kini dari usahanya, kilas balik ketika narasumber membangun usaha, serta harapan-harapan yang diharapkan narasumber untuk usahanya. Berikut breakdown dari karya *feature* televisi “Interaksi” Edisi “Kopi Keliling”:

1. Id’s Program

Id’s Program ciri khas karya *feature* televisi program Interaksi menampilkan karakter 3D yang mengendarai vespa. Menunjukkan perjalanan program Interaksi yang menjadikan jalan sebagai lokasi utama dalam memproduksi sebuah tayangan.

[...] AKU BAKAL NGAJAK KALIAN UNTUK MENGENAL LEBIH DALAM PERKEMBANGAN KOPI KELILING// GIMANA SIH PERKEMBANGANNYA/ DAN APA ITU KOPI KELILING DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA? SO JANGAN KEMANA-KEMANA/ STAY TUNE TETAP DI INTERAKSI//



Makna dari Interaksi-pun tergambarkan pada logo program melalui bentuk gelembung obrolan yang ada pada logo program.



2. Opening

Pada pembuka di karya skripsi *feature* televisi Interaksi ini menayangkan eye catcher berupa *footage* hiruk pikuk jalan raya di sekitaran tugu putih hingga jalan menuju Malioboro dalam bentuk timelapse, juga sedikit cuplikan dari host acara yang sedang meminum se-cup kopi. Setelah muncul Id’s program, tayangan dibuka oleh host yang sedang berjalan kaki, lalu duduk di kawasan pedestrian jalan Malioboro, menggiring penonton untuk tahu terlebih dahulu akan topik dan lokasi yang diangkat pada tayangan kali ini, hal tersebut ada pada naskah dari host :

3. Sequence pertama — Pengenalan Kopi Keliling

Pada sequence pertama dari tayangan *feature* ini dimulai dengan fokus pada penjelasan apa itu kopi keliling. Pada naskah yang dinarasikan oleh berbentuk voice over, menjelaskan awal mula dari tren kopi keliling.

[...] KOPLING ATAU KOPI HADIR SEBAGAI IDE BISNIS BARU YANG TERINSPIRASI DARI TREN STARLING ATAU STARBUCKS KELILING DI IBU KOTA// JIKA STARLING MENGGUNAKAN KOPI SACHET/ KOPLING MENGGUNAKAN BIJI KOPI ASLI YANG DIOLAH //

Alur campuran dalam naskah karya skripsi ini, alur dimulai pada present day atau klimaks, tergambar pada naskah voice over dan statement narasumber, yang menceritakan proses penyajian kopi kepada konsumen, yang mana dalam hal ini timeline cerita dimulai ketika usaha kopi keliling sudah dibangun dan berjalan.

[...] UNTUK CARA PENGOLAHAN KOPINYA SANGAT BERVARIATIF / TERGANTUNG DARI BEBERAPA TEMPAT KOPLING ITU SENDIRI// MISALNYA DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK MANUAL BREW ATAU ESPRESSO/ NAMUN HAL INI BISA DISIASATI DENGAN MENYEDIAKAN STOCK BERUPA MOCHA SEHINGGA DAPAT MEMUDAHKAN PENJUALAN//

Dikarenakan *feature* kali ini hadir dengan format *feature* wawancara, komposisi dari tayangan *feature* ini banyaknya menayangkan narasumber. Ceritapun berjalan berdasarkan statement yang dilontarkan. Pada sequence pertama ini, masa kini didukung dengan statement narasumber pada kolom naskah nomor 7 dan 8 mengenai proses penyajian kopi kepada konsumen, yang mana berada pada timeline ketika usaha sudah berdiri sebagai berikut:

Q: Proses penyajian Kopi ke konsumennya seperti apa?

“Saya ga ada kopi lokal atau roastingan lokal, semua dari sumatera. Kopi sudah dalam keadaan bubuk jadi mereka tinggal nyeduh, nah nanti ada satu produk kita yang cukup populer namanya cold brew, nah kalau itu saya udah bikin dari rumah. Jadi mereka tinggal jualan.” —Andre Salim (Kereta Kopi, Yogyakarta)

“kalau ada costumer itu saya menawarkan, ketika dia bingung saya merekomendasikan menu saya, nanti kalau emang ada orang yang tertarik untuk manual brew saya kasih v60 atau Japanese. Nah biasanya kalau v60 atau Japanese itu saya nge-grind, saya ngegiling di sini, bener-bener life bar, jadi costumer sama saya itu ada interaksi, bisa tanya-tanya, kopi apa jenisnya apa.”—Yohanes (Titik Senja Kopi, Boyolali)

4. Sequence kedua — Pasang Surut Kopi Keliling di Jogja

Sequence kedua memasuki alur mundur, membahas mengenai past day atau masa lalu dari narasumber. Sebelum masuk ke dalam pasang surut usaha kopi keliling yang dibangun oleh narasumber, penulis terlebih dahulu menulis kilas balik dari perkembangan coffee shop di Yogyakarta dan dinarasikan dengan voice over , sebagai berikut:

[...] KOPI MENJADI PRIMADONA TERSENDIRI/ TERLEBIH DI YOGYAKARTA// HAL INI TERBUKTI DENGAN BERMUNCULANNYA KEDAI-KEDAI KOPI PADA ERA PANDEMI ATAUPUN DI ERA PASCA PANDEMI// PADA ERA SEBELUM PANDEMI DI TAHUN 2017 SAJA/ JUMLAH KEDAI KOPI DI YOGYAKARTA SUDAH MENYENTUH ANGKA 1.200 KEDAI/ DAN ANGKA TERSEBUT KIAN MENINGKAT SELAMA PANDEMI DAN MENYENTUH HINGGA LEBIH DARI 3.000 KEDAI KOPI//

Setelah narasi menyebutkan mengenai perkembangan coffee shop di Yogyakarta, penulis sebagai penulis naskah mulai Kembali menggiring alur ke topik utama yaitu hadirnya bisnis baru di bidang perkopian berupa Kopi Keliling:

[...] SEMAKIN PESAT PERKEMBANGAN PENYAJIANNYA / KOPI TIDAK HANYA DIJAJAKAN DI BANGUNAN PERMANEN / TETAPI JUGA DISAJIKAN LANGSUNG DENGAN MENGENDARAI BESI TUA MENGELILINGI KOTA// BUKAN BERALASKAN BANTALAN-BANTALAN SOFA/ KONSUMEN DARI KOPI KELILING INI MENIKMATI SECANGKIRNYA KOPINYA DI TEPIAN JALAN BAHKAN DI PINGGIR SAWAH SEMBARI MENIKMATI PEMANDANGAN //

[...] SEMAKIN PESAT PERKEMBANGAN PENYAJIANNYA / KOPI TIDAK HANYA DIJAJAKAN DI BANGUNAN PERMANEN / TETAPI JUGA DISAJIKAN LANGSUNG DENGAN MENGENDARAI BESI TUA MENGELILINGI KOTA// BUKAN BERALASKAN BANTALAN-BANTALAN SOFA/ KONSUMEN DARI KOPI KELILING INI MENIKMATI SECANGKIRNYA KOPINYA DI TEPIAN

JALAN BAHKAN DI PINGGIR SAWAH SEMBARI MENIKMATI PEMANDANGAN //

Berjalannya tayangan ini kembali diambil alih perannya oleh narasumber. Sebagai penggambaran cerita yang ditarik ke masa lalu, narasumber melakukan kilas balik dengan menceritakan awal dari narasumber dalam merintis usahanya di bidang kopi keliling, hal ini sesuai dengan teori alur, Alur (plot) merupakan pola pengembangan cerita yang terbentuk oleh hubungan sebab akibat ataupun bersifat kronologis (kejadian/peristiwa). Pola pengembangan cerita suatu cerpen beragam. Pola-pola pengembangan cerita harus menarik, mudah di pahami, dan logis masuk akal Suherli (2017), dengan statement di pada kolom naskah nomor 11 dan 12 yang mewakili sebab dari dari suatu peristiwa sebagai berikut:

Q: Awal mula berdirinya usaha kopi keliling?

“Awal berdirinya kereta kopi dari kebangkrutan saya tahun 2017, saya hijrah dari riau ke jogja karena ditarik sama bapak angkat saya, dia telfon dia melihat kondisi saya tidak memungkinkan, akhirnya saya ditarik ke sini (jogja), babak belur, hancur habis, 0 lagi, dan saya dimodali dengan roda 3 ini. Awalnya ya kita ngopi bareng, saya bikin kopi, saya bawa kopi dari sumatera, kita duduk ngopi, dan beliau bilang “ini ada masa depan, nak”, dia bilang “yuk kita

pikirin, gimana kita jualan.” nah, singkat cerita, saya jualan dan itu ga gampang ternyata. Butuh waktu sekitar 6 bulan saya pulang balik yang jualannya 3 cup, 4 cup, dan di situ hati saya sedih dan ya saya bilang kalau tuhan ga tolong, habis lah semua inI. Hari senin saya jualan lagi, belum terjadi apa-apa, hari selasa, saya nongkrong di sini, saya lihat di sini rame, terus saya buka di sini, hari berlalu terus, naik 15, 20 cup, wah saya suka cita sekali, saya seneng banget. Nah kena lah covid, kita tutup 2 bulan, anak-anak nganggur, akhirnya kita setelah itu kita mulai lagi, akhirnya kita buka Puji Tuhan sampe hari ini.” —Andre Salim (Kereta Kopi, Yogyakarta)

”Kenapa kok saya bisa jualan kopi keliling itu yang pertama, tentunya saya sendiri itu jenuh sama suasana café di indoor yang Cuma ketemunya tempat duduk, gaada view, cuma bangunan, kan bosan kan, maka dari itu yaudah aku pengen bikin sama-sama minuman kopi, kopi asli bukan kopi sachet cuma disajikannya dengan cara yang berbeda. Di sini bisa dapet view, kalau pas cerah juga bisa dapet sunset, dengan kualitas kopi antara yang di sini sama yang di café sama rasanya.”—Yohanes (Titik Senja Kopi, Boyolali)

Pergantian alur terjadi masih pada sequence kedua, dikarenakan sequence ini lah yang merupakan isi dari tayangan. Jika di awal, alur masuk ke timeline masa lalu,

masih di sequence yang sama, alur kembali ditarik maju ke present day dimana usaha dari narasumber telah berdiri. Membahas mengenai sosial media yang ikut andil dalam pemasaran dari kopi keliling, hal ini lah yang membedakan kopi keliling dengan starling yang menjadi cikal bakal dari kopling atau kopi keliling. Penulis memberikan bridging berupa voice over sebelum masuk ke statement narasumber sebagai berikut:

[...] PADA ZAMAN INI/ SOSIAL MEDIA MEMILIKI FUNGSI SALAH SATUNYA SEBAGAI MEDIA YANG DIGUNAKAN UNTUK MEMPROMOSIKAN PRODUK OLEH PARA PELAKU USAHA// SOSIAL MEDIA MEMILIKI RESPON SECARA LANGSUNG DENGAN PENGGUNA// DENGAN MENGENALKAN MEREK DAN MEMBERI IMPRESI YANG BAIK/ MAKA RASA PERCAYA MASYARAKAT AKAN BERTAMBAH DAN BISA MENINGKAT DAN BISA MENINGKATKAN KONVERSI PROMOSI KE PENJUALAN/ SEHINGGA MEMUDAHKAN MEREKA UNTUK MENJANGKAU PRODUK TERSEBUT//

Bridging tersebut diperkuat dengan statement dari narasumber pada kolom naskah nomor 14 dan 15 mengenai peranan sosial media terhadap promosi dari usaha mereka di bidang kopi keliling:

Q: pengaruh sosial media dalam promosi dari usaha kopi keliling?
“Pengaruhnya mungkin sekitar 40%, yang 60% ini pengaruhnya dari temen ke temen. Makanya saya bilang digital marketing sangat perlu, sampai hari ini pun kita banyak dibantu dari java foodie, dan juga dari

beberapa temen-temen kulineran, banyak yang dateng ke sini, ya mereka nyoba sendiri.” —Andre Salim (Kereta Kopi, Yogyakarta)

“Kalo saat ini, yang namanya usaha tidak lepas dari lingkup sosial media. Karena menurut saya kalo Cuma pake, kalo orang jawa tuh ngomongnya getok tular, jadi getok tular tuh antara costumer satu ke costumer lain, nah itu kan sekarang udah lama, makanya dari itu saya inisiatif untuk bikin ada Instagram, ada tiktok, kadang pake WA, kadang saya nge-share di facebook. Nah tapi yang paling signifikan yang sekarang paling nge-hype itukan pake tiktok kak, dengan kita bikin konten dan lain-lain, kita FYP, banyak dikenal orang. Nah yang kedua, pernah dulu saya awal-awal ngerintis, pake Instagram, dari followers saya masih 0 sampe sekarang baru sekitar 500-an, itu saya bekerja sama dengan media partner, kebetulan saya pake akun Dolan Boyolali, Solo Info, dan lain-lainnya. Ketiga, dengan adanya kreativitas penulis di bidang kopi di starling tentunya ada juga beberapa media yang mau meliput, kemarin terakhir tuh ada di solo tuh stasiun apa aku lupa, terus juga ada majalah, dan lain-lain, itu juga mendukung nama dari titik senja, jadi orang banyak tau”—Yohanes (Titik Senja Kopi, Boyolali).

Selanjutnya statement mengenai peranan dari sosial media terhadap promosi kopi keliling, tayangan masih dikendalikan

oleh vt dari narasumber yang selanjutnya para narasumber akan menceritakan mengenai plus dan minus dalam usaha yang dibangunnya, yaitu kopi keliling yang dapat disimpulkan, di luar dari peranan sosial media, kondisi alam sangat mempengaruhi penjualan, statement tersebut :

Q: plus dan minus dari menjual kopi keliling ini seperti apa?

“Keuntungannya pasti nambah temen ya, selain dari finansial. Selain dari finansial, saya nambah temen, temen saya jadi ta,bah banyak di sini. Saya jadi perlu apa apa jadi inget saya punya temen di kereta kopi yang punya ini itu. Terus kalau kerugiannya, rugi ga ada sih mungkin kesulitannya, kalau kerugian ga ada, kalau kesulitannya adalah ketika hujan, kita harus tutup, ga bisa jualan cuma itu aja” —Andre Salim (Kereta Kopi, Yogyakarta)

“Kalau untuk segi untungnya itu kan Namanya kita jualan di luar kan ga bisa lepas dari yang Namanya kondisi alam, kalau hujan ya dinikmati, ga usah banyak nyebut, namanya orang jualan kan, udah hujan, sepi, yaudah dinikmati. Kalau pas untung tuh ya pas cerah, kita dapet sunset, biasanya tuh rame, kalau udah hujan ya udah gini apa adanya, ga usah dibikin pusing, yaudah jalan wae gitu. Kalau sehari pas cerah, paling rame dulu pernah 125-an cup satu hari. Tapi kalau pas sepi gini yo 6, 7, 8, 10, tergantung cuaca

kak kalau jualan di luar.”—Yohanes (Titik Senja Kopi, Boyolali).

5. Sequence ketiga — Kesan dan Minat

Dalam Penjualan/Pembelian Kopling.

Sequence ketiga ini kembali kepada klimaks dari tayangan *feature* Interaksi edisi Kopi Keliling ini. Setelah pada sequence pertama, menerapkan timeline masa kini, dilanjut dengan sequence kedua yang penulis terapkan timeline masa lalu dan kembali ke masa kini, sebagai closure, penulis dan tim mengangkat mengenai pengharapan para pelaku usaha kopi keliling terhadap usahanya. Namun, sebelum itu tayangan pada sequence ketiga ini didahului oleh Host yang melakukan bridging mengenai sequence sebelumnya.

[...] NAH TERNYATA SOSIAL MEDIA SEPENTING ITU UNTUK PENJUALAN/ GIMANA? KALIAN UDAH PENGEN NGOPI BELUM? APA JANGNA-JANGAN BELUM TAU NIH PENGEN NGOPI APA? KALAU KAYAK GITU KITA LANGSUNG TANYAIN AJA KE KOSTUMER/ KOPI FAVORITE DI SINI TUH APA SIH?//

VT narasumber dari kalangan konsumen, pada sequence ketiga ini ditutup dengan menerapkan timeline masa depan digambarkan oleh pengharapan para narasumber merupakan akibat dari jerih payah narasumber dalam membangun bisnis di bidang kopi keliling berdasarkan hubungan sebab akibat sesuai teori alur menurut Suherli.

[...] USAHA KOPI KELILING INI MENJADI SECERCAH HARAPAN / BAGI PARA PENJUALNYA // MENJADI DEKAT DENGAN PELANGGAN DAN MENYEDIAKAN TEMPAT UNTUK BERKUMPUL / MEMBUAT KOPI KELILING MENJADI TERASA SPESIAL //

Timeline masa depan yang berisi pengharapan tersebut dikuatkan statement narasumber pada kolom naskah nomor 23 dan 24, sebagai berikut:

Q: harapan dari usaha yang dibangun seperti apa?

“Saya itu bergerak dalam social entrepreneur sebenarnya, Jadi bapak angkat saya pendeta, dia suka kemana-kemana dan punya anak rohani, terus ditarik anak ini, maaf, mereka kaum marjinal yang dengan secara finansial ga punya uang tapi males. Pola itu yang kami ubah, puji tuhan itu kami ubah, mereka bisa beli motor sendiri, handphone sendiri, dan itu suatu pencapaian Nah yang dulu tidak punya harapan, artinya ga mungkin mereka punya motor kalau ga nyolong, sekarang mereka udah bisa kerja, bahkan saya ga ngawasin 100%, saya kasih kepercayaan/trust kepada mereka tentunya dengan system. Ada beberapa system yang saya berikan itu longgar, pasti banyak kehilangan tapi puji tuhan selama ini tidak ada. Harapannya ada orang mau nerusin lah, mengangkat kaum kaum marjinal yang dipandang sebelah mata sama orang, dianggap mereka ga punya masa depan, banyak di sekitar kita. Saya mulai dari

skala ekcil, paling beberapa orang lah.” — Andre Salim (Kereta Kopi, Yogyakarta)
“Harapannya untuk usaha saya ini walaupun ini tempatnya di desa, di pertengahan sawah, yang utama adalah untuk mengedukasi orang awam, jadi ketika ada orang baru datang, kalau misalnya dia tuh terbiasa sachetan, tak edukasi, “oh kopi tuh ngga Cuma kapal api loh, ga cuma manis sama pahit.” Di manual brew tuh banyak kok pake metode yang lain, kebetulan kalau saya kan Cuma bawa v60, sebenarnya ada banyak dripper, missal v60, calita, calita w, dan yang lain-lain, sebenarnya banyak metode untuk manual brew. Nah ketika ada costumer baru yang datang, dan dia masih buta tentang kopi, yang dia Cuma tau “ah udah lah yang penting aku ngopi karo ngerokok” kan itu kurang mengedukasi. Adanya saya ini, di desa ini, ketika ada orang datang, saya edukasi, “oh mas kopi tuh ada beberapa jenis, arabika, robusta, terus ada riberika kalau pas ada stocknya.”—Yohanes (Titik Senja Kopi, Boyolali).

SIMPULAN

Produksi penciptaan karya Program Fecture Televisi “Interaksi” Edisi “Kopi Keliling”, penulis sebagai penulis naskah atau script writer telah menjalani tugasnya dengan menerapkan alur campuran sesuai yang telah direncanakan Bersama tim. Karya dengan format *feature* wawancara ini

mengandung visual dan juga audio yang dikemas dengan ringan untuk menyajikan tayangan yang informatif, mengedukasi, dan juga menarik bagi audien.

Secara garis besar, penerapan alur campuran pada karya ini, penulis memainkan timeline pada naskahnya. Penerapan alur campuran ini juga dirasa selaras dengan format acara, yaitu *feature* wawancara sehingga, penerapannya mudah diaplikasikan dengan menggiring para narasumber untuk bercerita, dimulai dengan memberikan pertanyaan yang mewakili setiap timelinenya.

Karya skripsi *feature* televisi “Interaksi” Edisi Kopi Keliling ini memberikan informasi mengenai tren kopi keliling yang hadir di Yogyakarta dan Boyolali, berawal dari tren starling di Jakarta. *Feature* televisi ini dibuat dengan format *feature* wawancara dan dikerjakan secara membentuk tim produksi. Pada produksi ini, penulis berperan sebagai penulis naskah dengan membuat script banyak ber-koordinasi dengan pengarah acara dan *editor* untuk menciptakan tayangan yang selaras.

DAFTAR PUSTAKA

- Rosmadi, M. L. 2014. “Industri Kreatif Dalam Menghadapi Pasar Bebas Asean Tahun 2015”. *Jurnal Wawasan Hukum*, 30(1), 97.
- Shofa, I., & Nugroho, D. 2018. “Pertumbuhan dan Strategi

- Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang". Jurnal Pangripta, 1(1), 75.
- Haerisma, A. S. 2018. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran". Jurnal Al-Amwal, 10(1), 92.
- Sadilah, E. 2010. "Industri Kreatif Berbasis Ekonomi Kreatif". Jurnal Jantra, V(9), 720.
- Ningsih, C. 2014."Sinergitas Industri kreatif Berbasis Pariwisata Dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi". Jurnal Manajemen Resort & Leisure, 11(1), 59.
- Ahmed, M., & Zahid, Z. 2014." Role of Social Media Marketing to Enhance CRM and Brand Equity in Terms of Purchase Intention". Asian Journal of Management Research, 4(3), 546.
- Pane, E. 2014. "Tingkat Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Produk Industri Kecil dan Menengah". Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, 5(1), 13.

Buku/e-Book

- Rahardjo, P. 2012. *KOPI: Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media.
- Kuswandi, W. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Sony Set. 2008. *Menjadi Perancang Program TV Profesional*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Charnley, M.V. 1985. *Reporting*. New York: Rinehart & Winston Publ.
- Fachruddin, A. 2012. *Dasar-dasar Produksi Televisi (Produksi Berita, Feature, Laporan Ivestigasi, documenter, dan Teknik Editing)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

- Suprpto, T. 2013. *Berkarier di Bidang Broadcasting*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Moleong, L. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Skripsi

- Regina, Helsa. 2018. Pembuatan program televisi *feature* berbasis internal rhythm berjudul semanggi surabaya. program sarjana terapan stikom Surabaya

Surat Kabar Online

- Serafica, G. (2022, 18 June). Penulis Sekenario: Pengertian, Peran, dan Langkah-langkahnya. *Kompas Media*. Retrieved January 30, 2023, from <https://www.kompas.co.id>.
- Husen, M. (2022, 12 January). Sinopsis Adalah Ringkasan Singkat, Ini Penjelasanannya. *Kata Data*. Retrieved January 30, 2023, from <https://www.katadata.co.id>