

“PARENTING IBU BISA!”: PENYUTRADARAAN MAGAZINE SHOW TV

Apriani Dwi Resmiyati^{1*}, Ranang Agung Sugihartono²

^{1,2}Program Studi Film dan Televisi, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta

*corresponding author email: apriandwir@gmail.com¹

Abstrak

Fenomena ibu-ibu muda yang membutuhkan panduan dalam mengasuh anak menjadi tema penting untuk diangkat dalam program televisi. Penelitian artistik ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana program *magazine show* dirancang dan disutradarai dengan topik *parenting*. Penciptaan program ini dengan konsep penyutradaraan *what people want and need to see* dan dikreasi menggunakan SOP produksi televisi yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Penelitian artistik ini menghasilkan sebuah program acara *magazine show* berjudul *Ibu Bisa!* episode *Sabtu Bersama Ibu* dengan topik *parenting* yang terdiri atas enam rubrik dan disajikan dalam empat segmen. Program *Ibu Bisa!* berhasil diproduksi melalui pemilihan topik yang tepat, penentuan narasumber berkompeten, dan penerapan konsep visual (warna, animasi, *supers text*) yang dikemas sebagai kesatuan bentuk (*form*) dan isi (*content*). Sehingga, program ini dapat menjadi tayangan menarik dan memberikan nilai tambah bagi penonton ibu-ibu muda dalam memahami dan mengaplikasikan *parenting*.

Kata Kunci: Penyutradaraan, televisi, *magazine show*, *parenting*, penelitian artistik

Abstract

The phenomenon of young mothers preparing to raise children becomes an interesting theme to be presented in television programs. This artistic research aims to describe how magazine show programs are designed and directed with the topic of parenting. The creation of this program uses the concept of directing “what people want and need to see” and is created using television production SOPs, namely pre-production, production and post-production. This artistic research resulted in a magazine show program titled Ibu Bisa! the ‘Saturday with Mother’ (Sabtu Bersama Ibu) episode with the topic of parenting which consists of six rubrics and is presented in four segments. Ibu Bisa! program successfully produced through selecting the right topic, determining competent sources, and applying visual concepts (colors, animations, supers text) which is packaged as a unified form and content. So, that this program can become an interesting show and provide added value for viewers of young mothers in understanding and applying parenting.

Keywords: directing, television, magazine show, parenting

1. PENDAHULUAN

Orang tua menjadi faktor penting bagaimana terbentuknya karakter seorang anak dalam proses tumbuh kembangnya. Sebesar itu peran orang tua bagi anak sampai kalimat "anak adalah cerminan dari orang tua" masih populer digunakan hingga kini. Novialdy (2023) mengatakan teladan sikap orang tua sangat dibutuhkan bagi perkembangan anak-anak, karena anak-anak melakukan *modeling* dan imitasi dari lingkungan terdekatnya. Oleh sebab itu, pola asuh atau *parenting* merupakan hal yang fundamental dalam pembentukan karakter anak.

Setiap orang tua pastinya mempunyai referensi ilmu *parenting* yang berbeda-beda. Dulu, ibu muda lebih berorientasi kepada sumber informasi yang tidak lain adalah orang tua mereka atau orang yang dituakan dan dianggap lebih berpengalaman di lingkungannya. Namun, seiring berkembangnya teknologi informasi saat ini, hal tersebut bukan lagi sumber informasi yang mutlak. Telah terjadi pergeseran yang signifikan perihal mendapatkan akses informasi ilmu *parenting* dari berbagai media (Afrilia, 2017). Televisi menjadi salah satu media yang mampu memberikan akses informasi ilmu *parenting*. Afrilia (2017) dalam artikelnya menjelaskan bahwa media *audio visual* berperan banyak untuk ibu muda masa kini dalam mencari informasi mengenai *parenting*.

Tema *parenting* atau pola asuh terdengar sebuah topik yang berat untuk dinikmati sebagai tayangan televisi. Namun, hal tersebut yang membuat *parenting* menarik untuk ditampilkan dengan konsep penyampaian informasi yang ringan namun mendalam, menggunakan bahasa populer, dan pastinya menghibur. Topik *parenting* pun bisa menjadi sebuah materi yang faktual dan *timeless*, di mana materi yang disampaikan dengan fakta dan bisa dinikmati tanpa ada batas waktu. Satu topik *parenting* yang cukup luas pun dapat dikembangkan menjadi rubrikasi menarik berisi sub-topik *parenting* layaknya majalah cetak.

Dari uraian di atas, tema *parenting* sangat memungkinkan untuk dikemas menjadi sebuah tayangan televisi format *magazine show* supaya penonton memperoleh tayangan yang berisi informasi dan hiburan dengan nilai edukasi. Berbagai jenis program televisi sebagai media menawarkan berbagai informasi dan hiburan yang hampir tidak terbatas (Bignell & Woods, 2023). Selaras dengan pendapat Collie (2007) dalam buku *The Business of TV Production* menyatakan bahwa *magazine show* dirancang untuk mengemas informasi faktual "seukuran gigitan" dengan segmen yang menghibur atau istilah populer terbaru adalah "hiburan faktual (*factual entertainment*)". Oleh karena itu, penelitian artistik dengan fokus mencipta karya program acara televisi ini dikemas dalam format *magazine show* dengan tema *parenting* atau pola asuh berjudul *Ibu Bisa!*.

Umumnya *magazine show* memiliki pembukaan (*opening*) dan "pendekatan" yang dibawakan oleh *host*, kemudian disajikan dan/atau dengan animasi pendek (*bumper in* dan/atau *out*) sebagai penghubung segmen (Collie, 2007). Tidak jauh berbeda seperti format *magazine show* pada umumnya, program *Ibu Bisa!* ini juga dirancang menggunakan seorang *host* selama program berlangsung. Namun, adanya sedikit

modifikasi sesuai dengan perkembangan format *magazine show* saat ini. Program *Ibu Bisa!* terdiri dari *lead-in* yang dibacakan oleh *host* di studio dan konten dalam bentuk terpisah menjadi sebuah *content packages*.

Sebuah program *magazine show* dikemas melalui penyajian konten dan visualnya. Program *magazine Ibu Bisa!* juga tidak lepas dari peran dominan seorang sutradara dalam prosesnya. Sutradara televisi adalah seseorang yang menyutradarai program acara televisi yang terlibat dalam proses kreatif dari praproduksi hingga pascaproduksi, baik untuk drama maupun nondrama dengan lokasi studio (*indoor*) maupun alam (*outdoor*), dan menggunakan sistem produksi *single* atau *multi-camera* (Pangestu, 2020). Konsep penyutradaraan bisa disebut juga sebagai konsep menonton televisi. Naratama (2013, dikutip dalam Pangestu, 2020) menyatakan bahwa konsep menonton televisi terdiri atas tiga hal, yaitu: (1) *What people want to see*, (2) *What people need to see*, dan (3) *What people want and need to see*. Dengan demikian, seorang sutradara harus mampu menciptakan tontonan yang baik untuk masyarakat.

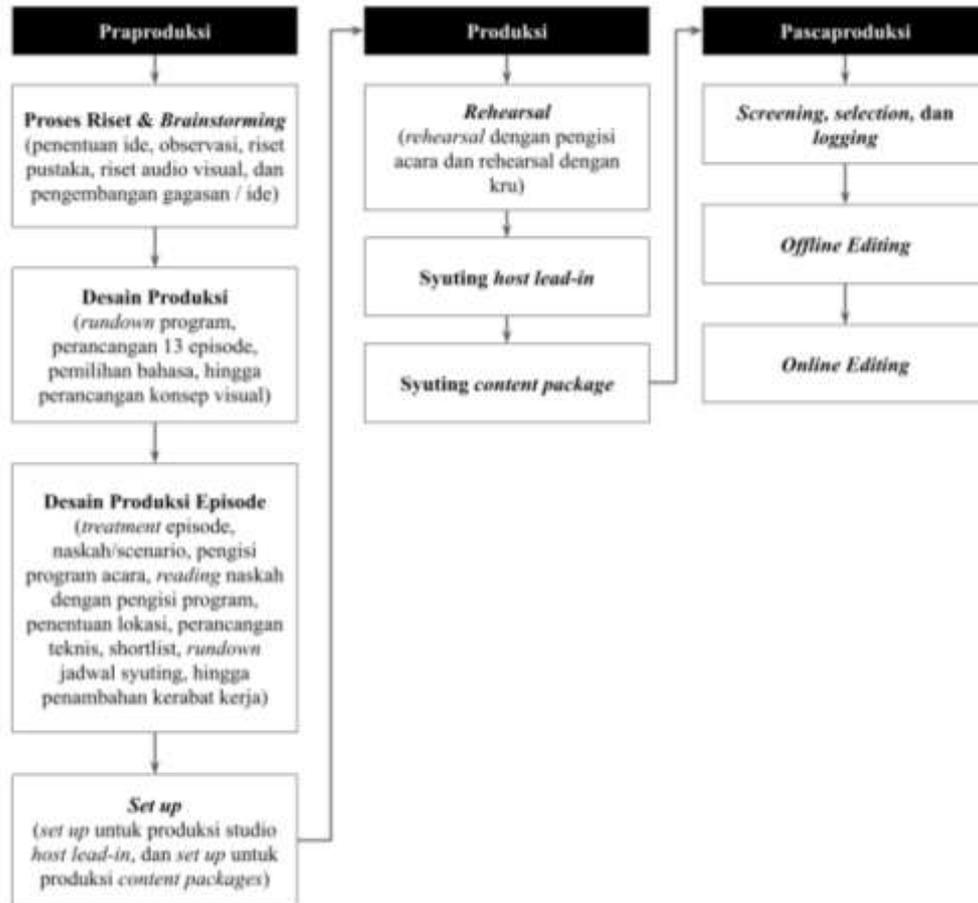
Penelitian artistik ini dilakukan dengan meninjau beberapa karya sebelumnya, yaitu *D'Tail* dan *iLook NET TV*. Tugas akhir penciptaan berjudul *Penyutradaraan Magazine D'Tail Episode Wedangan Pendopo dengan Komposisi Split Screen* oleh Ravik Dwi Pangestu (2019) menggunakan pengemasan format yang sama yaitu *magazine show*. *D'Tail* mengangkat tema desain interior, sedangkan *Ibu Bisa!* ini mengangkat tema *parenting* atau pola asuh sebagai pembedanya. Selain itu, program *iLook* (rilis tahun 2023) oleh NET TV menjadi bahan tinjauan dalam penciptaan program *Ibu Bisa!* ini dari segi pengemasan format acara *magazine show*. *iLook* membahas tentang *fashion* dan *style*, sedangkan *Ibu Bisa!* ini mengangkat tema *parenting*. Konsep pada bagian *lead-in host* di *iLook* menggunakan *background* warna polos atau foto *landscape*, sementara *Ibu Bisa!* menggunakan *background flat design 2D*. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan inovasi dalam penyutradaraan format *magazine show* dengan tema *parenting* atau pola asuh, tema yang sangat jarang diangkat ke dalam *magazine show*.

2. METODE PENELITIAN

Penciptaan program *magazine show* televisi ini termasuk ke dalam jenis penelitian artistik khususnya penelitian berbasis praktik (*practice based research*). Konsep penyutradaraan menggunakan model *what people want and need to see*. Ide gagasan penciptaan karya *magazine show* ini adalah bagaimana menciptakan program *magazine show* berjudul *Ibu Bisa!* yang disutradarai dengan topik *parenting* atau pola asuh. Metode penciptaan program acara *magazine show Ibu Bisa!* mengacu pada *Standard Operation Procedure* (SOP) produksi program televisi sebagai referensi dalam tahapan produksi. Menurut buku yang berjudul *Television Production Handbook* (edisi 11) karya Herbert Zettl (2012, dikutip dalam Wicaksono & Agustrijanto, 2022) disebutkan tiga tahap produksi, yaitu: *pre-production*, *production*, dan *post-production*.

Tahap praproduksi *magazine show* berjudul *Ibu Bisa!* ini mencakup: (a) proses riset & *brainstorming* (penentuan ide, observasi, riset pustaka, riset audio visual, dan pengembangan gagasan / ide); (b) desain produksi (*rundown* program, perancangan 13

episode, pemilihan bahasa, hingga perancangan konsep visual); (c) desain produksi episode (*treatment* episode, naskah/scenario, pengisi program acara, reading naskah dengan pengisi program, penentuan lokasi, perancangan teknis, *shortlist*, *rundown* jadwal syuting, hingga penambahan kerabat kerja); dan (d) *set up* (*set up* untuk produksi studio *host lead-in*, dan *set up* untuk produksi *content package*). Tahap produksinya meliputi: (1) *rehearsal* (*rehearsal* dengan pengisi acara dan *rehearsal* dengan kru), (2) syuting *host lead-in*, dan (3) syuting *content package*. Adapun tahap pascaproduksi meliputi: (1) *screening, selection*, dan *logging*; (2) *offline editing*; dan (3) *online editing*.



Gambar 1. Bagan proses produksi program *magazine show Ibu Bisa!*

[Sumber: Dokumentasi Chakim dan Resmiyati, 2023]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Riset & *Brainstorming*

Ide untuk memproduksi program *Ibu Bisa!* berawal dari sangat jarang nya program bertema *parenting* yang disiarkan melalui televisi. Riset awal dilakukan dengan mengamati beberapa stasiun televisi nasional seperti Trans 7, MNC TV, NET TV, dan Trans TV, dan ditemukan bahwa program *parenting* yang pernah ada biasanya menggunakan format *magazine*, seperti *Mom Squad* di NET TV dan *Modern Mom* di Trans7, keduanya bukan *magazine show*. Program ini memberikan informasi seputar pola asuh, kesehatan ibu dan anak, serta tips yang berguna. Berdasarkan hasil riset awal

tersebut, tercetuslah ide untuk merancang program televisi dengan tema *parenting* berformat *magazine show* sebagai referensi bagi ibu-ibu muda.

Riset dimulai dengan memahami *ilmu parenting*. Menurut Tarmuji (dalam Affrilia, 2017), *parenting* adalah proses merawat, membimbing, dan melatih anak yang penting dalam pembentukan kepribadian. Dengan perkembangan teknologi, ilmu *parenting* lebih mudah diakses, salah satunya melalui media audio visual. Penulis sebagai sutradara mengumpulkan berbagai topik *parenting* dari berbagai *platform* untuk merancang 13 episode musim pertama *Ibu Bisa!*

Tema-tema *parenting* yang ditemukan selama riset kemudian dikumpulkan dan diorganisasi menjadi rubrik-rubrik yang saling berkaitan dalam setiap episode. Riset audio visual juga dilakukan untuk memilih *treatment* program yang cocok, termasuk meninjau program televisi *iLook*. Selain itu, teknik *digital matte painting* dan *split screen* diadaptasi dari program seperti *Blue's Clues* dan *Master in The House*. Penggunaan teknik ini bertujuan membuat visual lebih menarik.

Teknik *matte painting* dipilih, tidak hanya karena memberikan visual yang menarik, tetapi juga berkesan modern. *Split screen* digunakan untuk membagi *frame* gambar menjadi dua bagian atau lebih, membantu penonton dalam menerima informasi. Adaptasi lain dari *Youtube Channel Parentalk ID* digunakan untuk menjaga materi *parenting* tetap menarik dan ringan. Keseluruhan referensi ini mempengaruhi penyusunan konsep yang diinginkan sutradara, menghasilkan program yang baru dan berbeda. *Ibu Bisa!* menyajikan tema *parenting* dengan penyajian yang diawali *lead-in host* diikuti *content package* yang tiap segmennya saling berkaitan, serta *treatment visual digital matte painting* dan *split screen* yang membuat tayangan memiliki *greget* dan mudah dipahami.

3.2. Konsep Program *Magazine Show Ibu Bisa!*



Gambar 1. Logo *Ibu Bisa!*
[Sumber: Dokumentasi Chakim dan Resmiyati, 2023]

Program acara *Ibu Bisa!* merupakan program *magazine show* yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai *parenting* pada ibu-ibu muda yang mulai menyadari pentingnya penerapan pola asuh anak sejak dini. Oleh karena itu, dengan semakin mudahnya akses informasi dan kesadaran untuk memberikan pola asuh anak sejak dini, program *Ibu Bisa!* ingin berperan dalam menyebarkan informasi yang berguna bagi

mereka yang sedang dan akan menjadi seorang ibu. Format *magazine show* yang digunakan oleh *Ibu Bisa!* terdiri dari *lead-in* yang dibacakan oleh *host* di studio dan konten dalam bentuk terpisah menjadi sebuah *content packages*. Format ini dipilih sutradara untuk penyajian topik *parenting* karena fleksibilitas *magazine show* dalam mengangkat berbagai topik. *Magazine show* juga dapat mengeksplorasi informasi yang beragam dan mendalam mengenai *parenting* dengan cara yang lebih ringan dan menghibur.

Program *Ibu Bisa!* mengusung tema *Parenting Ibu Muda* secara khusus menargetkan ibu-ibu muda berusia 20-45 tahun dan kalangan sosial menengah ke bawah sebagai penonton utamanya. Ini sejalan dengan pendapat bahwa penggunaan televisi untuk mengekspresikan identitas mereka (perempuan di rumah) (Bignell & Woods, 2023). Rumah atau *domestic* dilihat sebagai wilayah perempuan (Syuhudi, 2022). Peneliti sebagai sutradara memilih program *Ibu Bisa!* untuk ditayangkan pada hari Sabtu pukul 08:00–08:30. Pemilihan waktu tayang pada hari Sabtu dan pada jam tersebut didasarkan pada pemahaman bahwa hari tersebut merupakan akhir pekan di mana ibu dan anak berada di rumah. Televisi biasanya dikaitkan dengan rumah tangga (Bignell & Woods, 2023). Program ini ditayangkan di pagi hari agar ibu dan anak bisa menonton bersama sebelum melakukan aktivitas di akhir pekan. Penayangan program ini berdurasi selama 24 menit dengan tiga kali *commercial break*. Penayangan program selama 24 menit ini dianggap sesuai untuk menyampaikan informasi dengan padat dan jelas serta tidak meninggalkan kesan program tayangan yang berat dan membosankan karena durasi yang terlalu panjang.

Ibu Bisa! dapat diartikan secara harfiah bahwa seorang ibu bisa atau mampu dalam *parenting*, kemudian dengan adanya tanda baca "seru (!)" menjadi sebuah motivasi dari makna harfiah dari *Ibu Bisa!*. Selaras dengan judul tersebut, *Ibu Bisa!* mengusung *tagline* "Bersama *Ibu Bisa!*, ibu selalu bisa!" agar membangun semangat dan keyakinan bagi para ibu dalam menjalankan peran mereka sebagai orang tua ketika menonton program ini. Hal tersebut juga didukung pembawa acara yang diarahkan sutradara untuk bergaya tutur lebih santai dan kasual agar informasi yang disampaikan lebih mudah diterima oleh penonton.

3.3. Pemilihan Topik

Program *magazine show* berjudul *Ibu Bisa!* episode *Sabtu Bersama Ibu* memiliki enam (6) macam rubrik di dalamnya, yaitu: *For Your Bubi Information (FYBI)*, *Watch and Learn*, *Medic Talk*, *How to*, *Bonding Time*, dan *Rekomendasi Buku*. Rubrik-rubrik tersebut dikemas dalam empat (4) segmen dengan topik yang saling berkesinambungan dan bertahap.

3.3.1. Segmen 1

Segmen 1 terdiri dari dua rubrik, yaitu *For You Bubi Information (FYBI)* dan *Watch and Learn*. Kedua rubrik ini menghadirkan informasi *parenting* mengenai keterampilan hidup dasar untuk anak atau dikenal dengan *basic life skills*. Topik ini dipilih karena memiliki

peran penting dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran para ibu dalam mengajarkan keterampilan tersebut kepada anak-anaknya.



Gambar 3. Rubrik FYBI dan *Watch and Learn*
[Sumber: Program *Ibu Bisa!*, timecode 00:01:55 - 00:03:11 & 00:04:11 - 00:06:23]

Penelitian yang dilakukan oleh Heckman, Stixrud, dan Urzua (2006, dikutip oleh Prayudhani, 2019) menemukan bahwa perkembangan keterampilan non-kognitif, termasuk *life skills*, pada masa kanak-kanak memiliki hubungan positif dengan prestasi akademik, kesejahteraan sosial, dan keberhasilan dalam kehidupan dewasa. Hal ini mengkonfirmasi relevansi dan pentingnya topik *parenting* dalam segmen ini bagi *audiens* ibu-ibu muda.

3.3.2. Segmen 2



Gambar 4. Rubrik *Medic Talk*
[Sumber: Program *Ibu Bisa!*, timecode 00:09:21 - 00:10:48]

Segmen 2 hanya terdiri dari satu rubrik, yaitu *Medic Talk*, yang melakukan *interview* ke ahli psikologi (psikolog) tentang sistem *rewarding* untuk anak. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan ke psikolog berasal dari Sahabat Bubi (sebutan *audiens Ibu Bisa!*) di rumah. Sutradara memilih topik *rewarding* untuk memperjelas informasi dan

menghindari misinformasi terkait dengan topik ini di kalangan *audiens*, mengingat popularitas topik ini. Teori penguatan dalam pengasuhan anak, seperti yang dikemukakan oleh Santrock dalam bukunya *Child Development 15th Edition* (2020), menjelaskan bahwa memberikan *reward* atau penguatan yang tepat pada perilaku yang diinginkan dapat meningkatkan motivasi, kepatuhan, dan perkembangan positif anak. Oleh karena itu, informasi dan tips yang disampaikan dalam rubrik *Medic Talk* ini relevan dengan *parenting* dan dapat memberikan pemahaman yang berguna bagi ibu-ibu dalam mengasuh anak-anaknya.

3.3.3. Segmen 3



Gambar 5. Rubrik *How to*

[Sumber: Program *Ibu Bisa!*, *timecode* 00:15:00 - 00:18:05]

Setelah penonton mendapatkan informasi mengenai konsep *rewarding* pada segmen sebelumnya, rubrik *How to* dalam segmen 3 memberikan panduan langkah demi langkah dalam membuat kreasi *Rewarding Chart*. Topik terkait *rewarding* dan informasi pembuatan *rewarding chart* sangat relevan dengan *parenting*, karena memberikan strategi praktis bagi ibu-ibu dalam membentuk perilaku positif anak mereka. Dengan menggunakan *rewarding chart*, ibu dapat memberikan penguatan yang tepat dan memotivasi anak-anak untuk mencapai tujuan serta mengembangkan kebiasaan yang diinginkan. Informasi ini sangat cocok untuk *audiens* program *Ibu Bisa!* karena program ini fokus pada memberikan pengetahuan dan panduan praktis kepada ibu-ibu dalam mengasuh anak-anaknya.

3.3.4. Segmen 4

Segmen penutup di episode *Sabtu Bersama Ibu* ini menampilkan dua rubrik singkat yang memberikan kesan akhir yang menyenangkan. Salah satunya adalah rubrik kelima, yaitu *Bonding Time* yang menyajikan tips ringan untuk memperkuat *bonding* antara ibu dan anak. *Bonding* antara ibu dan anak sangat relevan dalam topik *parenting* karena memiliki peran positif pada perkembangan emosional, sosial, dan kesejahteraan anak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Feldman (2015) menyatakan *bonding* yang kuat antara ibu dan anak memiliki manfaat besar. Anak-anak yang memiliki ikatan yang erat

dengan ibu cenderung memiliki stabilitas emosi yang lebih baik, kemampuan sosial yang lebih tinggi, dan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi. Penelitian juga menunjukkan bahwa *bonding* yang kuat dapat melindungi anak dari gangguan mental dan masalah perilaku di masa depan.



Gambar 6. Rubrik *Bonding Time*
[Sumber: Program *Ibu Bisa!*, timecode 00:20:35]

Rubrik terakhir *Rekomendasi Buku* di episode ini menyajikan informasi mengenai rekomendasi dongeng, baik dari Nusantara maupun Barat yang cocok untuk dibacakan untuk anak. Aktivitas membacakan dongeng memiliki manfaat yang signifikan dalam *parenting*, seperti memperkaya keterampilan berbahasa anak, memperluas pengetahuan mereka tentang budaya dan tradisi, serta membangun ikatan emosional antara ibu dan anak melalui kegiatan bersama ini. Selain itu, dongeng juga berperan penting dalam mengembangkan imajinasi, kreativitas, dan pemahaman moral anak-anak. Dengan demikian, rubrik ini memberikan saran praktis dan bermanfaat bagi ibu-ibu dalam memilih dan membacakan buku dongeng yang mendukung perkembangan anak-anak mereka dalam lingkungan keluarga. Hal ini selaras dengan pendapat bahwa mereka merasa perlu adanya kontrol terhadap tayangan yang disaksikan keluarga (Wijaya, Rahmanto, & Muhammad, 2022).

3.4. Pemilihan Narasumber

Program acara *Ibu Bisa!* episode *Sabtu Bersama Ibu* memilih narasumber dengan cermat untuk memberikan wawasan praktis, ilmiah, dan inspiratif kepada penonton. Rubrik *Medic Talk* membahas tentang sistem *rewarding* anak dengan mengacu pandangan ahli, Ranita Widyaswati, seorang psikolog, dipilih sebagai narasumber yang mampu menjelaskan pola asuh dari perspektif psikologi.



Gambar 7. Ranita Widyaswati
[Sumber: Program *Ibu Bisa!*, timecode 00:11:00]

Ranita memiliki latar belakang pendidikan yang solid, dengan gelar sarjana dan magister dari Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sebagai seorang psikolog, dirinya bekerja di Psikolog Pusat Pembelajaran Keluarga (Puspaga) Kota Surakarta dan Biro Psikologi Smart Solindo Consultama. Ranita memiliki keahlian dalam bidang psikologi klinis dengan fokus pada konseling keluarga, konseling pernikahan, dan tumbuh kembang anak. Kredibilitas dan reputasinya sebagai seorang ahli psikologi menjadi faktor penting dalam pemilihan Ranita sebagai narasumber di rubrik *Medic Talk*.

Selain itu, kemampuan *public speaking* yang dimiliki oleh Ranita juga menjadi faktor pendukung yang signifikan. Saat pertama kali menerima kunjungan peneliti (sutradara) dan produser, Ranita dengan percaya diri dan jelas menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait dengan *parenting*. Bahasanya mudah dipahami dan penyampaiannya terstruktur dengan baik. Hal ini meningkatkan keyakinan sutradara untuk memilih Ranita sebagai narasumber yang mampu menyampaikan pesan dengan jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh penonton. Dengan mempertimbangkan reputasi, kredibilitas, dan kemampuan *public speaking* Ranita, sutradara yakin bahwa penonton akan mendapatkan wawasan yang praktis, ilmiah, dan inspiratif tentang pola asuh anak melalui rubrik *Medic Talk* dalam program *Ibu Bisa!*.

3.5. Penerapan Konsep Visual

Konsep visual digunakan dalam penerapan topik *parenting* dalam format *magazine show Ibu Bisa!*, yaitu konsep warna dan animasi, dengan penjelasan berikut.

3.5.1. Penerapan Konsep Warna

Program *Ibu Bisa!* memiliki berbagai elemen visual sebagai penunjang tayangan agar terlihat lebih menarik untuk ditonton. Konsep visual *Ibu Bisa!* dibagi menjadi tiga elemen penting, yaitu: warna, animasi, dan huruf.

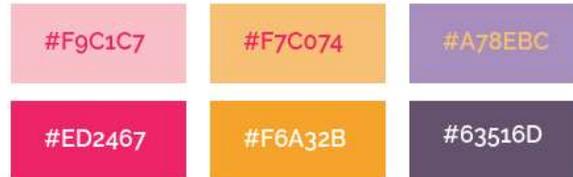


Gambar 8. Warna kamar anak sebagai referensi
[Sumber: Datacolor, 2020]

Warna merupakan unsur penting dalam desain (Supriyono, Idrus, Buana, Sihombing, & Noviar, 2019). Penggunaan warna yang tepat dan sesuai konsep publikasi, memungkinkan pesan visual lebih mengena, memengaruhi, dan memprovokasi emosi serta psikologi, termasuk pemahaman orang yang melihat pesan virtual tersebut (Putra, 2021). Oleh karena itu, *Ibu Bisa!* yang merupakan program *magazine* bertema *parenting*

mempertimbangkan warna-warna yang digunakan. Referensi warna yang digunakan melalui arahan *visual director* adalah dari rekomendasi warna untuk kamar anak. Lalu, terpilih warna merah muda, kuning, dan ungu sebagai *color palette* program *Ibu Bisa!*.

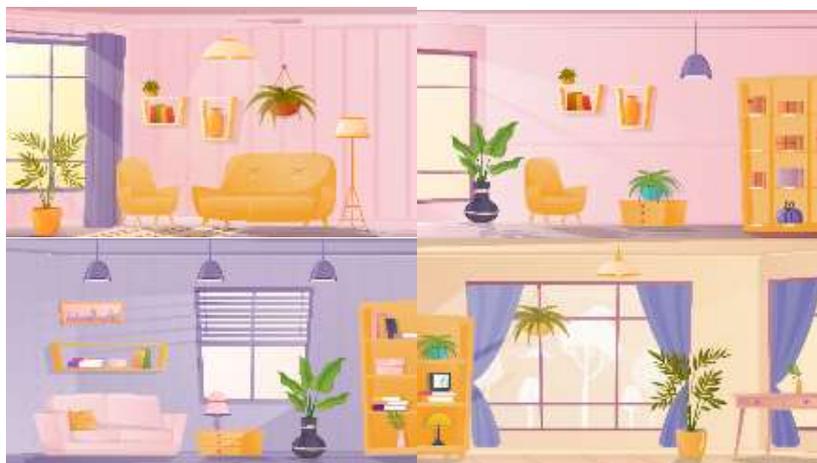
COLOUR PALETTE



Gambar 9. *Colour palette* program *Ibu Bisa!*
[Sumber: Dokumentasi Chakim dan Resmiyati, 2023]

Pertimbangan awal memilih warna merah muda sebagai warna utama *Ibu Bisa!*, karena sutradara dan *visual director* meyakini bahwa warna merah muda identik dengan feminim seorang ibu. Asrul Huda (2019) menuturkan bahwa warna merah memang mewakili energi maskulin, sedangkan versi lebih lembut, yaitu merah muda, berkaitan dengan energi feminim. Warna merah muda yang dominan dapat meningkatkan empati dan simpati, serta memberi efek menenangkan. Merah muda merupakan warna yang menyiratkan sesuatu yang lembut nan menenangkan, cinta, kasih sayang, dan feminim (Supriyono, Idrus, Buana, Sihombing, & Noviar, 2019), sehingga warna ini cocok untuk ibu muda yang akan memiliki anak.

Selingan warna sekunder yaitu kuning memberikan efek keceriaan, sedangkan warna ungu untuk memberi sedikit perbedaan pada palet agar lebih tegas dan visual tidak terlalu *soft*. Palet warna ini digunakan di tiap elemen visual dalam program *Ibu Bisa!*. Salah satunya di tiap segmen *host* bagian *lead-in*, *background* gambar sebagai elemen *digital matte painting* berganti-ganti menyesuaikan dengan topik yang sedang dibawakan, sehingga dominasi dari tiap warna dapat secara beragam digunakan.



Gambar 10. *Asset ilustrasi background* program *Ibu Bisa!*
[Sumber: Program *Ibu Bisa!*, 2023]

Konsep warna-warna yang digunakan di setiap elemen visual di program *Ibu Bisa!* menghasilkan identitas visual yang konsisten dapat memberikan kesan yang harmoni. Penerapan dengan mempertimbangkan penggunaan warna yang sesuai, program *Ibu Bisa!* menciptakan tampilan yang menyatu dan memberikan kesan yang profesional serta menarik perhatian penonton.

3.5.2. Penerapan Animasi



Gambar 11. Rubrik FYBI

[Sumber: Program *Ibu Bisa!*, *timecode* 00:01:55 - 00:03:11]

Penggunaan video animasi *motion explainer* dalam rubrik *For Your Bubi Information (FYBI)* pada episode *Sabtu Bersama Ibu* menggunakan argumentasi yang kuat. Rubrik ini bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai keterampilan hidup dasar (*basic life skills*) kepada anak-anak. Penggunaan video animasi ini memberikan keuntungan dalam visualisasi informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami. Video animasi memang dibentuk secara sederhana, agar efektif dalam menyampaikan pesan. Penggunaan animasi membuat informasi mengenai keterampilan hidup dasar dapat diilustrasikan dengan jelas dan mengikuti konsep warna yang telah ditentukan untuk program *Ibu Bisa!*. Hal ini diharapkan dapat membantu penonton untuk lebih memahami dan mengingat informasi yang disampaikan.

Melalui penerapan video animasi *motion explainer*, rubrik *FYBI* pada program *Ibu Bisa!* berhasil menyampaikan informasi mengenai keterampilan hidup dasar dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh *audiens*. Penggunaan animasi sebagai media penyampaian memberikan pengalaman visual yang interaktif bagi penonton, sehingga mereka dapat lebih terlibat dalam proses pembelajaran.

3.5.3. Supers Text

Teks yang ditumpangkan (*superimposed text*) – sering disebut dengan istilah “supers” – dalam iklan TV (CAP, n.d.). *Supers* digunakan untuk memberi informasi tambahan bagi penonton. *Supers* adalah istilah kolektif untuk judul, teks, atau elemen grafis yang ditambahkan ke dalam video. Program *Ibu Bisa!* menerapkan *supers text* di beberapa bagian. *Supers text* digunakan untuk memperjelas dan memperkuat informasi *parenting*

yang disampaikan di *Ibu Bisa!*, karena sebagai *highlight* informasi utama yang ingin disampaikan. Penerapan *supers text* menggunakan warna dan *font* yang telah ditentukan untuk program *Ibu Bisa!*. Huruf *Falyadhias* yang tebal dipilih sebagai jenis huruf untuk *supers text* agar menjadi fokus perhatian. Hal ini tidak hanya untuk menjaga konsistensi identitas *Ibu Bisa!*, tetapi juga untuk menarik perhatian penonton. Penggunaan *supers text* difokuskan pada poin-poin inti, sehingga layar tidak terlalu penuh terisi dengan teks yang padat. Dengan demikian, penggunaan *supers text* dalam *Ibu Bisa!* memberikan penekanan visual yang jelas dan efektif terhadap informasi yang disampaikan kepada penonton.



Gambar 12. *Supers text* dalam program *Ibu Bisa!*
[Sumber: Program *Ibu Bisa!*, 2023]

Program *Ibu Bisa!* yang telah dihasilkan dari penelitian artistik ini menunjukkan sebuah karya audio visual berformat *magazine show*. Peneliti yang sekaligus menjadi sutradara telah menerapkan konsep program acara yang dirancang sebelumnya dengan strategi kreasi yang fokus pada bentuk dan isi. Format *magazine show* televisi dipilih dan digunakan karena cocok untuk segmentasi ibu-ibu muda yang dibidik, terlebih topiknya adalah *parenting*. *Magazine show* sebagai bentuk dan topik *parenting* sebagai isi (*content*). Relevansi tersebut sejalan dengan pendapat tentang hubungan televisi dan perempuan yang menyatakan bahwa televisi merupakan media yang menawarkan program yang dapat mewakili 'ruang pribadi' kehidupan, yang berarti kejadian yang biasanya bersifat pribadi di rumah, dan tempatnya televisi dalam kehidupan orang biasa, terutama perempuan (Bignell & Woods, 2023). Bahkan, konten didukung dengan penggunaan narasumber (psikolog perempuan) yang kompeten.

Bentuk program acara ini juga mencakup pengemasan ke dalam rubrik dan dibagi dalam beberapa segmen. Selain itu, penggunaan warna, animasi, dan teks *supers* yang menarik. Ketiganya menjadi aspek yang ditonjolkan dalam penciptaan program acara televisi ini, sebagaimana eksistensi tanda-tanda visual merupakan salah satu elemen dalam bahasa televisi. Tanda visual televisi mencakup semua gambar dan grafik yang terlihat di layar (Bignell & Woods, 2023).

Terdapat interaksi antara isi dan bentuk. Bentuk dan isi dalam program acara televisi memiliki keterkaitan satu dengan lainnya, sebagai satu kesatuan. Dengan begitu, tujuan program ini diproduksi dapat dicapai oleh konten yang berisi pesan, yang idealnya akan benar-benar diterima, diinternalisasi, atau ditindaklanjuti oleh penonton.

4. KESIMPULAN

Televisi, orang tua, dan anak senantiasa menarik dibahas dari waktu ke waktu. Penelitian artistik ini fokus pada perancangan dan produksi program acara televisi format *magazine show* dengan topik *parenting* dengan segmentasi pemirsa khususnya kalangan ibu-ibu muda. Dari aktivitas artistik ini dihasilkan sebuah program *magazine show* televisi berjudul *Ibu Bisa!* episode *Sabtu Bersama Ibu*. Program *magazine show* ini terdiri atas enam (6) macam rubrik, yaitu: *For Your Bubi Information (FYBI)*, *Watch and Learn*, *Medic Talk*, *How to*, *Bonding Time*, dan *Rekomendasi Buku*. Rubrik-rubrik tersebut dikemas dalam empat (4) segmen.

Program *magazine show* berjudul *Ibu Bisa!* ini berhasil diwujudkan atas dasar konsep penyutradaraan *what people need to see* yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan penonton dalam mendapatkan informasi yang relevan dan bermanfaat. Konsep penyutradaraan *magazine show* tersebut dapat diwujudkan melalui pemilihan topik yang dikemas ke dalam enam rubrik dan disajikan dalam empat segmen, penentuan narasumber berkompenten, dan penerapan konsep visual (warna, animasi, supers text) yang menarik. Kesemuanya merupakan kesatuan bentuk (*form*) dan isi (*content*) program acara televisi. Dari seluruh pembahasan yang telah diuraikan menunjukkan bahwa program *Ibu Bisa!* dapat menjadi tayangan menarik dan memberikan nilai tambah bagi penonton khususnya ibu-ibu muda dalam memahami dan mengaplikasikan *parenting* dalam kehidupan sehari-hari.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada para *talent* dan narasumber yang terlibat dalam proses penciptaan karya *Ibu Bisa!*, yaitu Nathania Michico Tambunan (selaku pembawa acara), Hapsari Tami dan Keanu Atharva (selaku *talent Content Packages*), dan Ranita Widayawati (selaku narasumber ahli psikologi). Tak lupa terima kasih juga kepada kerabat kerja yang telah membantu selama proses praproduksi hingga pascaproduksi penciptaan karya ini, yaitu Hima Laily Madu, Saila Nur Nathisa, Achmad Fajrul Chakim, Bagas Tio Risky, Hermawan Setiawan, Wildan Al-Firdaus, Muhammad Sidik Prasetyo, Bayu Roy Pradana, dan Rizal Triwantoro.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2017). Penggunaan New Media di Kalangan Ibu Muda sebagai Media Parenting Masa Kini. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 1(1), 31–42.
- Bignell, Jonathan & Woods, Faye. (2023) *An Introduction to Television Studies*. 4th Edition. London: Routledge.
- CAP. (n.d.). *Use of Superimposed Text in Television Advertising: Advertising Guidance (Broadcast)*. London: The Committee of Advertising Practice (CAP).
- Collie, C. (2012). *The Business of TV Production*. Cambridge University Press.

- Datacolor. (2020). Create Your Dream Nursery with ColorReader EZ. (2020, October 2). *Datacolor-ColorReader*. <https://www.datacolor.com/colorreader/blog/create-your-dream-nursery-with-colorreader-ez/>
- Feldman, R. (2015). The Adaptive Human Parental Brain: Implications for Children's Social Development. *Trends in Neurosciences*, 38(6), 387–399.
- Huda, A. (2019). *Cara Mudah Belajar Desain Grafis (Corel Draw, Photoshop dan Sablon Digital)*. UNP PRESS.
- Novliadi, F., Safrin, Ramadhani E. (2023). *Membangun Komunikasi Orang Tua Dan Anak Melalui Program Parenting Di TK Ar-Rahman, Desa Tadukan Raga, Kecamatan STM Hilir, Deli Serdang*. *Komunika Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 19 No. 01.
- Pangestu, Ravik Dwi. (2019). *Penyutradaraan Magazine D'Tail Episode Wedangan Pendopo dengan Komposisi Split Screen*. ISI Surakarta
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit Andi.
- Prayudhani, Oktaviana. (2019). *Kemampuan Kognitif-Nonkognitif dan Labor Market Outcomes: Studi Empiris Menggunakan Data IFLS 2014*. *Jurnal Ketenagakerjaan*, 14 (2), 98 - 111
- Santrock, J. W. (2020). *Child Development: An Introduction 15th Edition*. McGraw-Hill Education.
- Supriyono, A., Idrus, S. I., Buana, I. C., Sihombing, I. N., Noviar, M. H. (2019). *Modul Presentasi dengan Infografis*. Bidang Perencanaan Diklat DPR RI.
- Syuhudi, M. I. (2022), *Berbagi Kuasa: Kesetaraan Peran Suami Istri dalam Rumah Tangga*. *Mimikri; Jurnal Agama dan Kebudayaan*, 8(1), 207 – 229.
- Wicaksono, Bagas Radityo., Agustrijanto. (2022). *Evaluasi Produksi Video UMKM Jasijuka di Facebook*. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 8(2), 2216 - 2227
- Wijaya, Erris; Rahmanto, Andre & Muhammad, Albert. (2022). Preferensi Media Para Millennial terhadap Televisi Konvensional (Free To Air) dan Layanan Video Berlangganan (Over The Top). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, Vol.08 No.04, p. 447- 465,