



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi merupakan salah satu media yang masih populer. Di Indonesia sendiri, televisi masih menjadi primadona. Setidaknya hingga akhir tahun 2017, televisi berada di posisi tertinggi dari tingkat penetrasi mengalahkan media populer lain seperti internet dan media luar ruang (baliho, spanduk, dll.). Berdasarkan survei Nielsen (2017) yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, televisi berada di posisi pertama dengan 96% tingkat penetrasi media mengalahkan Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%) (Lubis, 2017)

Pengaruh televisi juga terlihat dalam media lain. Berdasarkan situs trends24.in/indonesia/, pada 15 April 2018 terdapat tiga acara televisi yang muncul dalam *trending topic* Twitter Indonesia. Sinetron 'Oh Mama Oh Papa' dan program realitas 'Karma' yang diproduksi stasiun televisi ANTV (Andalas Televisi) mampu *trending* dengan *hashtag* #OHMAMAOHPAPA48, #KARMAANTV91, dan #KARMATHESERIESEPS51. Sedangkan acara permainan atau *game show* 'Who's on Top' produksi stasiun televisi RCTI

(Rajawali Citra Televisi Indonesia) mampu *trending* dengan *hashtag* #WhosOnTopRCTIEps17.

Dikutip dari laman detik.com, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melaporkan bahwa masih banyak program televisi yang belum memenuhi standar kualitas dengan nilai 3,00. Nilai ini lebih kecil dibanding standar tahun 2016, yaitu 4,0. Di akhir tahun 2017, jenis program *infotainment* berada di posisi terendah dengan nilai 2,51. Sementara, kualitas program jenis wisata budaya menduduki posisi tertinggi dengan nilai 3,25 (Komara, 2017).

Melihat pengaruh televisi yang cukup kuat terhadap penontonnya, sangat disayangkan jika konten yang disajikan tidak memenuhi standar kualitas yang cukup. Kekuatan ini dapat menjadi kendaraan untuk lebih mendorong program yang mampu mendidik masyarakat namun dengan cara yang menghibur seperti program *edutainment*.

Edutainment melalui program televisi tidak hanya harus berkisar pada topik tingkat sekolah namun juga topik-topik lain yang lebih luas untuk mengedukasi penonton (Aksakal, 2015, h. 1236). Melihat indeks kualitas siaran program wisata budaya yang cukup baik, dapat menjadi contoh dalam pembuatan program lain yang mampu dijadikan sarana edukasi.

Sedyawati (2008, h. 19) mengatakan bahwa media massa dan kecepatan perhubungan yang tinggi menuntut masyarakat untuk bertindak cepat. Informasi meluap sambil membawa nilai-nilai yang bukan lagi harus diserap dan dikaji namun seakan didiktekan. Lebih lagi, nilai tersebut dibawa dari negara-negara maju dengan status ekonomi yang kuat yang dapat menjadi ancaman identitas budaya.

Setiap bangsa harus merawat dan mengembangkan kebudayaannya sendiri. Pendidikan budaya perlu diajarkan demi memperkaya pengetahuan masyarakat tentang kebhinekaan dan keragaman yang ada pada bangsa Indonesia, khususnya di saat media mampu menghilangkan batasan jarak dan waktu. Terdapat resiko terjadinya integrasi budaya luar yang mampu mengancam kelestarian budaya tradisional Indonesia.

Kebudayaan suatu daerah mempengaruhi aspek pariwisatanya (Boniface, 1998, 748-750). Maka dari itu, budaya Indonesia memiliki kemampuan untuk menarik wisatawan. Salah satu bentuk budaya yang dapat dieksplorasi adalah budaya kuliner. Menurut Montanari (2004, h. ix), segala jenis makanan adalah hasil kebudayaan dan memiliki nilai seni.

Indonesia dengan ragam budaya berbeda memiliki makanan yang merepresentasikannya. Media televisi dengan tingkat penetrasi cukup tinggi dapat menjadi sarana pendidikan budaya

kuliner di Indonesia. Tayangan yang berfokus pada makanan khas daerah dan budaya dapat membantu memamerkan makanan-makanan yang sudah menjadi keunikan tersendiri dalam suatu daerah.

Sebagai bangsa yang dibentuk oleh berbagai macam budaya, Sangat disayangkan jika budaya yang beragam tidak diketahui dan tidak dapat dinikmati oleh masyarakat Indonesia. Memperbanyak ruang untuk mengulas makanan-makanan khas dapat membantu promosi dan pelestarian kuliner Indonesia.

Program televisi bertema makanan sudah banyak diproduksi di seluruh dunia. Berdasarkan situs TV.com (2018), ‘Diners, Drive-ins and Dives’, ‘The Best Thing I Ever Ate’ dan ‘The Rachael Ray Show’ adalah tiga acara TV paling populer dalam daftar program televisi yang membahas makanan (‘Most Popular’, 16/04/2018). Dalam daftar tersebut terdapat 100 program, termasuk ‘Hell’s Kitchen’ dan ‘Kitchen Nightmares’ yang dipandu koki terkenal Gordon Ramsay. Program-program ini tak hanya muncul di saluran televisi umum, bahkan terdapat saluran televisi yang khusus mengulas makanan. Food Network adalah sebuah saluran televisi kabel yang mayoritas programnya membahas tentang makanan, salah satunya adalah ‘Diners, Drive-ins and Dives’.

Program televisi makanan sendiri sudah ada di Indonesia sejak peridode 1990-an. Berdasarkan artikel yang diunggah situs Remotivi (2012), sebelumnya, informasi kuliner hanya mampu didapat melalui buku dan majalah. Program makanan pertama tayang di televisi Indonesia adalah *Wok With Yan*. Diimpor dari televisi Kanada (CBC), program menginspirasi program memasak bertajuk *Selera Nusantara* di pertengahan 1990-an (Rahman, 2012).

Tak hanya acara memasak, televisi kuliner Indonesia juga diwarnai wajah-wajah yang terkenal dalam mencicipi sambil mengulas makanan. Nama-nama seperti Bondan Winarno, Benu Buloe, dan Peppy sudah menjadi ikon kuliner Indonesia. Mereka mampu membawa program acara seperti Wisata Kuliner, Benu Buloe, dan OK Food menjadi program acara kuliner yang cukup populer dalam mengulas lebih dalam terkait kuliner di Indonesia.

Berdasarkan pengaruh televisi dan kualitas siaran wisata budaya yang cukup tinggi, saya merasa bahwa terdapat kesempatan untuk mengulas lebih dalam terkait budaya kuliner Indonesia. Hal ini dengan tujuan memperbanyak program dengan kualitas yang mencukupi standar pertelevisian Indonesia. Program televisi yang mendidik, menghibur dan berkualitas mampu membantu dalam memperkaya pengetahuan masyarakat

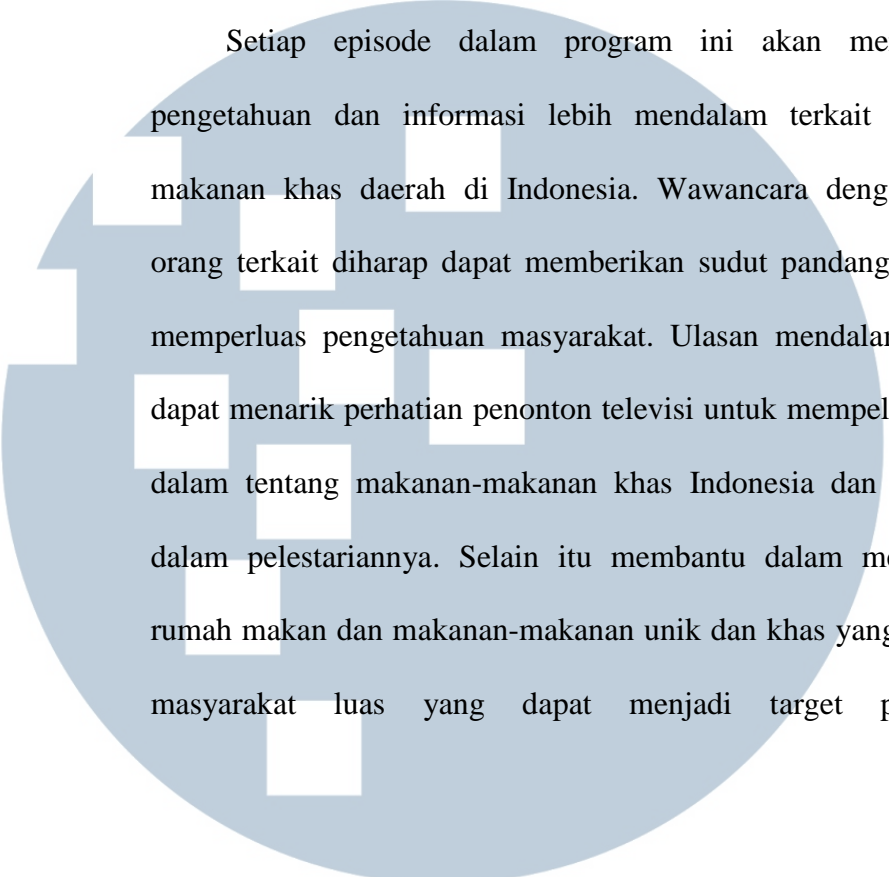
tentang kebhinekaan dan keragaman yang ada pada bangsa Indonesia. Maka dari itu, penulis ingin membuat sebuah program acara kuliner dengan fokus pada makanan-makanan khas daerah-daerah di Indonesia dengan tajuk, *Jelajah Kuliner Nusantara*. Menggunakan kekuatan pengaruh televisi yang cukup besar, diharapkan dapat mengubah memperbesar ketertarikan masyarakat terhadap makanan-makanan khas Indonesia.

1.2 Tujuan Tugas Akhir

1. Memahami lebih dalam mengenai proses pembuatan episode program televisi yang kohesif,
2. Melatih kemampuan untuk menguras sebuah topik secara mendalam melalui proses peliputan yang terstruktur dan terencana, serta
3. Memberikan pengetahuan pada pemirsa terkait topik yang dibahas. Dalam hal ini terkait kuliner nusantara khususnya makanan-makanan daerah yang menjadi objek liputan.

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Manfaat praktis



Setiap episode dalam program ini akan menyediakan pengetahuan dan informasi lebih mendalam terkait makanan-makanan khas daerah di Indonesia. Wawancara dengan orang-orang terkait diharap dapat memberikan sudut pandang baru dan memperluas pengetahuan masyarakat. Ulasan mendalam diharap dapat menarik perhatian penonton televisi untuk mempelajari lebih dalam tentang makanan-makanan khas Indonesia dan ikut serta dalam pelestariannya. Selain itu membantu dalam mengekspos rumah makan dan makanan-makanan unik dan khas yang dijual ke masyarakat luas yang dapat menjadi target pelanggan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA