

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kebudayaan merupakan suatu proses interaksi antara masyarakat dalam menjalankan kehidupan bersama dengan masyarakat lainnya. Pola interaksi antara masyarakat sering mengalami perubahan. Hal tersebut mengakibatkan ketidakstabilan hasil interaksi masyarakat atau adanya dinamika kebudayaan (Teng, 2017, p. 71). Menurut Gazalba dalam Teng (2017, p. 71), kebudayaan dapat diartikan sebagai cara berpikir dan cara merasa yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat dalam satu ruang dan waktu sehingga terjalinnya suatu kegiatan yang membentuk kesatuan sosial.

Warisan budaya merupakan hasil peninggalan kebudayaan dari suatu daerah tertentu yang memiliki nilai seni, sejarah, ilmu pengetahuan dan teknologi. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Gerakan Literasi Nasional menjelaskan bahwa dalam perkembangannya, warisan budaya mengalami perubahan dan menjadi tradisi yang turun temurun dari generasi ke generasi (Warisan Budaya Tak Benda, para. 1-7). Warisan Budaya Takbenda merupakan salah satu bentuk ekspresi budaya yang dimiliki oleh Bangsa Indonesia. Berbagai macam kebudayaan yang ada memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Hal tersebut menjadi salah satu faktor pendorong untuk menarik kunjungan wisatawan yang dapat mempelajari variasi kebudayaan yang ada. Maka dari itu, kebudayaan yang tersebar di setiap daerah menjadi produk unggul dalam meningkatkan industri pariwisata Indonesia

(Noho, Modjo, & Ichsan, 2018, p. 179). Menurut Wendhatami dan Sentosa dalam Asri (2018, p. 14), Bangsa Indonesia memiliki nilai ekonomi yang tinggi dalam bidang kebudayaan. Hal tersebut dapat mendorong upaya pelestarian dalam bidang budaya tradisional sehingga dapat meningkatkan perekonomian Indonesia dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan data dari Kemdikbud (2017), terdapat 7.241 penetapan warisan budaya takbenda yang telah dicatat dari 34 Provinsi. Pencatatan tersebut dilakukan oleh sebelas Balai Pelestarian Nilai Budaya yang tiap-tiap daerah memiliki wilayah kerja yakni BPNB Aceh, BPNB Sumatera Barat, BPNB Kepulauan Riau, BPNB Jawa Barat, BPNB Yogyakarta, BPNB Kalimantan Barat, BPNB Bali, BPNB Maluku, BPNB Sulawesi Selatan, BPNB Sulawesi Utara, dan BPNB Papua (Warisan Budaya Tak Benda, para. 3).

Kehadiran globalisasi mengakibatkan adanya pengaruh bagi kehidupan suatu negara (Suneki, S, 2012, p. 309). Pengaruh tersebut meliputi dua sisi yakni pengaruh positif dan negatif. Menurut Suneki (2012, p. 309), pengaruh globalisasi terhadap bidang kebudayaan seperti hilangnya budaya asli suatu daerah dan menghilangkan nilai-nilai budaya serta menurunnya rasa nasionalisme. Jika hal tersebut dibiarkan, maka akan berdampak terhadap permasalahan eksistensi kebudayaan daerah. Selain itu, ada beberapa kebudayaan Indonesia yang kurang populer di kalangan masyarakat (Nahak, 2019, pp. 165-167).

Oleh karena itu, penulis membuat program siaran dengan judul “Jelajah Budaya,” yang mengambil tema mengenai kebudayaan nusantara. Dalam pembuatan program siaran Jelajah Budaya, ada beberapa hal yang harus

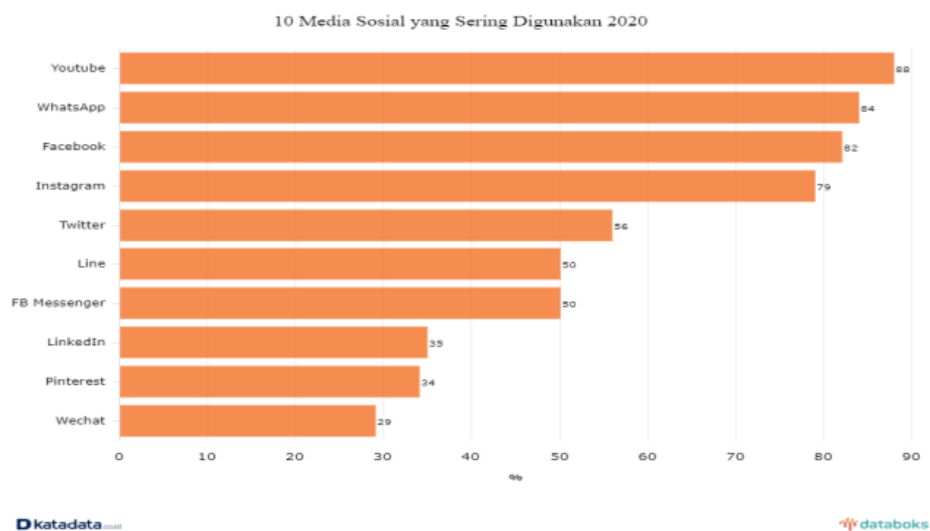
diperhatikan. Penulis harus memahami format siaran agar dapat menyajikan tayangan program atau karya visual yang menarik dan diminati banyak penonton. Menurut Naratama dalam Maburi (2013, p. 29), format acara televisi merupakan suatu perencanaan dasar dari sebuah konsep acara televisi, yang mana menjadi dasar dari kreativitas dan desain produksi yang akan dikelompokkan dalam berbagai kriteria utama dengan menyesuaikan tujuan dan target penonton acara tersebut.

Format program siaran Jelajah Budaya, merupakan program yang termasuk ke dalam berita dengan jenis *feature* perjalanan. Menurut Fachruddin (2012, p. 224), *feature* adalah gabungan dari unsur opini, dokumenter, dan ekspresi. Program siaran Jelajah Budaya mengambil genre *travel documentary*, yaitu penyajian tayangan program siaran dengan menjelaskan rangkaian perjalanan yang dapat mendorong keinginan masyarakat untuk merencanakan sebuah perjalanan (Lopriore, 2015, p. 216). Maka program siaran Jelajah Budaya memberikan informasi tidak hanya memfokuskan pada destinasi wisatanya saja, tetapi juga memberikan informasi mengenai eksistensi dari berbagai macam kebudayaan dan perpaduan unik budaya di Nusantara. Selain itu, program siaran Jelajah Budaya juga menyajikan informasi mengenai permasalahan yang terdapat pada suatu kebudayaan tertentu di Indonesia.

Program siaran Jelajah Budaya termasuk ke dalam konsep *travel journalism*. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada audiens dalam memperluas wawasan mengenai kebudayaan, sejarah, dan aktivitas yang dilakukan di suatu daerah (Hanusch dan Fürsich, 2014, p. 9). Selain itu, adanya *travel*

journalism juga dapat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dalam menentukan perjalanan menuju ke destinasi wisata, salah satunya adalah wisata budaya. *Travel journalism* juga mendorong industri pariwisata yang termasuk ke dalam kebutuhan dan selalu menjadi tujuan bagi masyarakat pada setiap tahunnya (Hanusch & Fursich, 2014, p. 9).

Menurut Syamyanti (2018), pariwisata budaya adalah salah satu bentuk dari industri budaya, karena memanfaatkan berbagai aspek kehidupan secara massal dalam suatu sistem produksi. Kebudayaan yang dijadikan sebagai sumber daya, disejajarkan dengan sumber daya yang lain seperti sumber daya alam dan ekonomi. Pemanfaatan budaya sebagai objek wisata dapat melestarikan warisan budaya dan hal tersebut dianggap sebagai modal dalam pengembangan pariwisata budaya (Pariwisata Budaya untuk Pelestarian Cagar Budaya, para. 4-5).

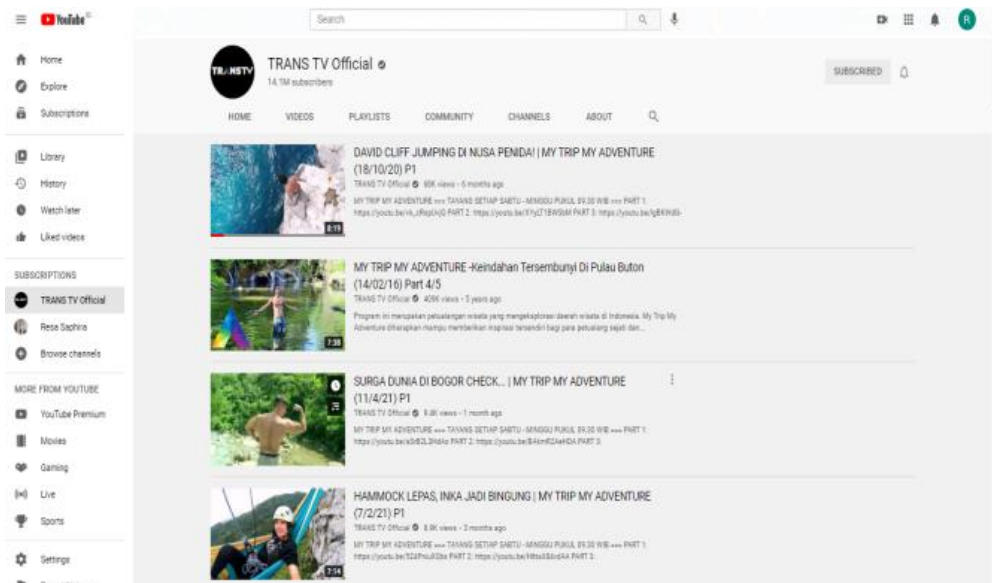


Sumber: Databoks, 2020

Gambar 1.1 10 Media Sosial yang Sering digunakan

YouTube merupakan sebuah situs web berbagi video yang populer sehingga pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berbagi klip video secara gratis (Faiqah, Nadjib, & Amir, 2016, p. 259). Pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa berdasarkan hasil survei *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite* dalam Jayani (2020), pengguna media sosial YouTube saat ini menempati urutan ke-1 tertinggi di Indonesia. Jumlah pengguna media sosial YouTube mencapai 88 juta lebih pada Januari 2020 (10 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan Di Indonesia, para. 1).

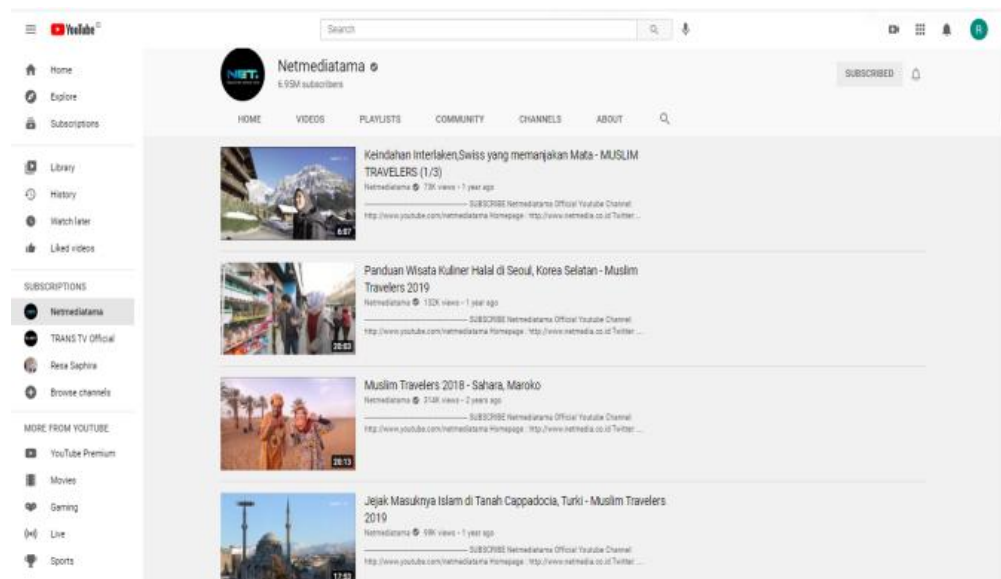
YouTube menjadi media sosial penyedia berbagai macam kebutuhan bagi penggunanya karena adanya fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi, sehingga YouTube sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh pengguna (Faiqah, Nadjib, & Amir, 2016, p. 260). Salah satu fitur yang ditawarkan YouTube adalah tidak ada batasan durasi dalam mengunggah video, sistem *offline* yang membuat para pengguna dapat menonton videonya secara *offline* dengan cara harus mengunduh video tersebut. Selain itu, YouTube juga menjadi media dalam distribus video informatif seperti menyediakan berita terkini, berita lawas atau sejarah, video dokumenter, dan lainnya (Faiqah, Nadjib, & Amir, 2016, pp. 261-262).



Sumber: YouTube/TransTVOfficial

Gambar 1.2 Halaman YouTube Trans TV Official

Pada gambar 1.2 menjelaskan bahwa saat ini, YouTube dimanfaatkan oleh sebagian perusahaan media untuk mempublikasikan informasi melalui media sosial YouTube. Beberapa perusahaan media menjadikan YouTube sebagai media publikasi informasi seperti di akun media sosial Trans TV Official. Dalam akun YouTube Trans TV Official dengan program *My Trip My Adventure*. Video publikasi siaran program *My Trip My Adventure* yakni memanfaatkan fitur video di YouTube dengan memberikan informasi mengenai pariwisata di Indonesia. Program tersebut sudah ditayangkan di stasiun televisi, tetapi program *My Trip My Adventure* menggunakan media sosial YouTube untuk mempublikasikan video siaran sehingga bagi penonton yang tidak sempat menyaksikan program tersebut, bisa melihat tayangan *My Trip My Adventure* yang dapat diakses melalui YouTube.



Sumber: YouTube/Netmediatama

Gambar 1.3 Halaman YouTube Netmediatama

Pada gambar 1.3, media lainnya yang memanfaatkan YouTube sebagai media publikasi siaran yaitu Netmediatama dengan program *Muslim Travelers*. Program TV *Muslim Travelers* adalah program yang menyajikan informasi mengenai cerita tentang kisah kehidupan umat muslim di seluruh dunia dan mengunjungi lokasi-lokasi bersejarah di negara tersebut. Program *Muslim Travelers* terbagi dalam beberapa segmen yang terpisah dalam distribusi video di YouTube. Konsep dari program TV *Muslim Travelers* yakni menggabungkan konsep dokumenter, acara realitas, petualangan, dan hiburan.

Selain YouTube, penulis juga memanfaatkan media sosial Instagram dalam mempromosikan program siaran Jelajah Budaya. Berdasarkan data *e-marketer.com* dalam Indika & Jovita (2017, p. 26), Instagram menjadi salah satu media sosial yang potensial sebagai media promosi. Hal tersebut dikarenakan Instagram memiliki jumlah pengguna aktif, yakni sebanyak 22 juta orang. Dalam

perkembangannya, fitur-fitur yang ada di Instagram selalu diperbaharui seperti menambahkan berbagai macam fitur yang dapat dijadikan sebagai media untuk mempublikasikan suatu karya. Menurut Pertiwi (2018), fitur-fitur tersebut diantaranya adalah cerita (*story*), umpan (*feeds*), siaran langsung (*live*), tagar, dan juga *insight* (Cara Memakai 6 Fitur Instagram Untuk Mendongkrak Bisnis, para. 5-21). Penggunaan media sosial Instagram bertujuan untuk mempublikasikan cuplikan dari episode yang akan tayang dengan menggunakan fitur cerita (*story*) dan umpan (*feeds*). Penggunaan fitur tersebut dapat membantu program siaran Jelajah Budaya dalam mempromosikan tayangan untuk menarik audiens. Promosi dilakukan secara terus menerus sebelum tanggal program siaran ditayangkan di YouTube.

Program siaran Jelajah Budaya terdiri dari tiga episode. Tiap-tiap episode berdurasi selama satu jam dan terbagi ke dalam lima segmen. Setiap segmen memiliki durasi selama 10 hingga 15 menit. Untuk tiga episode awal, penulis mengangkat tema mengenai kebudayaan yang berlokasi di Kota Yogyakarta. Pemilihan lokasi di Kota Yogyakarta karena kota tersebut merupakan kota kebudayaan ASEAN. Berbagai macam jenis kebudayaan serta tradisi yang dimiliki oleh Kota Yogyakarta berpotensi menjadi daya tarik pariwisata. Jenis kebudayaan tersebut salah satunya adalah warisan budaya takbenda. Kekayaan kebudayaan yang dimiliki Kota Yogyakarta menjadi kebanggaan masyarakat karena menjadi aset yang tidak bisa diukur bagi masyarakat dan pemerintah setempat. Hal tersebut menjadikan keragaman kebudayaan menjadi nilai jual bagi wisatawan di Kota Yogyakarta (Asri, 2018, pp. 13-19).

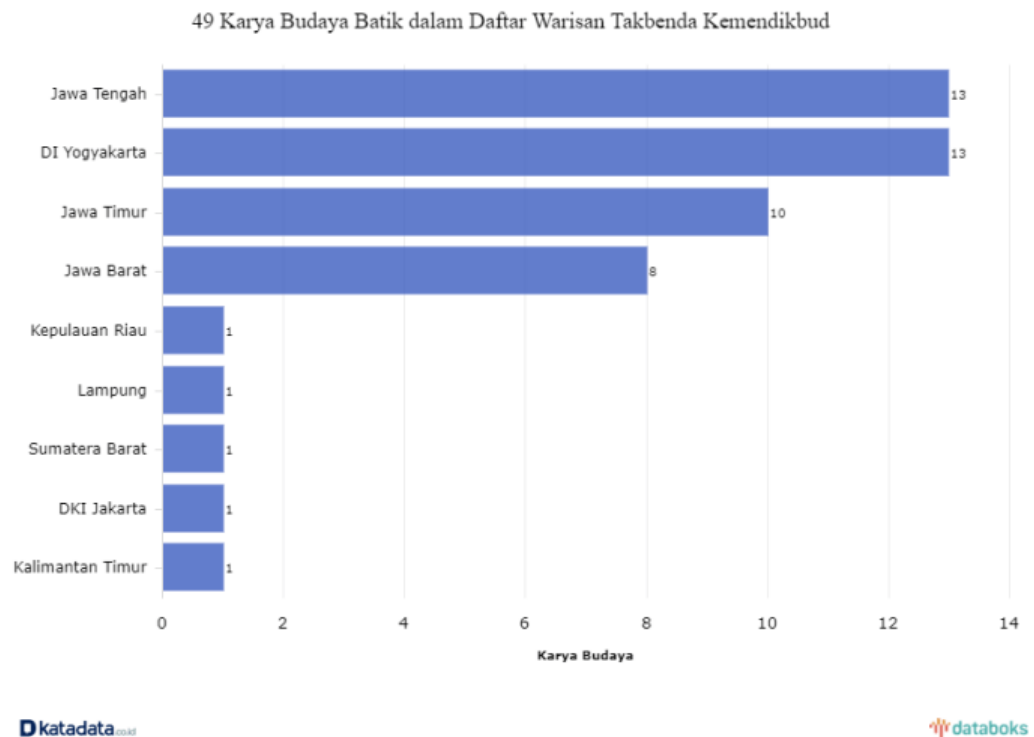
Menurut Asdhiana (2012), tidak hanya Malioboro dan Candi Prambanan, tetapi Kota Yogyakarta memiliki banyak objek wisata lainnya seperti pusat kerajinan tradisional (Yogyakarta Masih Menjadi Tujuan Wisatawan, para. 4). Destinasi wisata tersebut menarik untuk dikunjungi. Menurut Suryana (2018), Kota Yogyakarta memiliki keunikan dan kekhasan yang tersebar di berbagai daerah, seperti di Kabupaten Sleman, Bantul, Kulonprogo, sampai dengan Gunung Kidul (Ini Enam Alasan Yogyakarta Jadi Tujuan Wisata, 2018, para. 2-6).

Menurut Kusuma (2019), wisata sejarah semakin hari semakin sepi peminat karena masyarakat terutama generasi milenial lebih berminat dalam melakukan wisata petualangan (Sepi Peminat, Begini Cara Menarik Milenial Berwisata Sejarah dan Budaya, para. 2). Sementara itu, menurut Istanti (2020), Kota Yogyakarta memiliki 33 wisata budaya yang bertujuan untuk memperkaya destinasi wisata DIY. Objek wisata ini berupa pertunjukan kebudayaan seperti tari-tarian, makanan tradisional, pakaian khas, bangunan bersejarah, dan sebagainya (Yogyakarta dan Masa Depan Pariwisata Berbasis Budaya, para. 7).

Pembuatan program siaran Jelajah Budaya merupakan salah satu upaya penulis dalam menyebarkan informasi mengenai keberagaman budaya yang keberadaannya semakin kurang diminati atau kurang diketahui oleh khayalak luas. Selain itu, program siaran Jelajah Budaya merupakan upaya penulis untuk dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat Indonesia dalam mempelajari warisan budaya, serta dapat menaikkan perekonomian masyarakat atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah bagi masyarakat yang tinggal di kawasan tempat wisata budaya, khususnya Yogyakarta.

Dalam memproduksi program siaran Jelajah Budaya, tiap-tiap anggota kelompok membuat satu episode dengan alur cerita yang berbeda. Program siaran Jelajah Budaya dibawakan oleh satu pembawa acara. Pada pembuatan program siaran Jelajah Budaya, penulis mendapat bagian untuk memproduksi episode dua yang terbagi menjadi lima segmen. Tiap-tiap segmen berdurasi selama 9-10 menit. Konsep dari episode dua program siaran Jelajah Budaya yaitu memfokuskan pada kebudayaan tradisional khususnya kerajinan dan keterampilan khas Kota Yogyakarta.

Batik menjadi salah satu warisan budaya takbenda yang telah diakui oleh Badan PBB untuk Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan atau UNESCO. Penetapan batik menjadi warisan budaya takbenda telah diajukan kepada UNESCO pada 4 September 2008. Hal tersebut terdapat di dalam proposal *File Nomination Batik Indonesia Reference* No. 00170 tahun 2009 (Mengapa Batik Menjadi Warisan Dunia?, para. 1). Keputusan dalam penetapan batik menjadi warisan budaya takbenda yang telah diakui UNSECO berdasarkan konvensi internasional perlindungan warisan budaya takbenda manusia tahun 2003. Dalam konvensi tersebut pada pasal 2 ayat 2 dijelaskan bahwa warisan budaya takbenda memiliki berbagai macam *domains*. Batik memiliki tiga kriteria domain yaitu tradisi dan ekspresi lisan, kebiasaan sosial dan adat istiadat masyarakat ritus dan perayaan-perayaan, serta kemahiran kerajinan tradisional (Warisan Budaya Tak Benda, para. 6). Batik telah diakui sebagai warisan dunia oleh UNESCO sejak 2 Oktober 2009 (2 Oktober 2009, UNESCO Akui Batik sebagai Warisan Dunia dari Indonesia, para. 2).



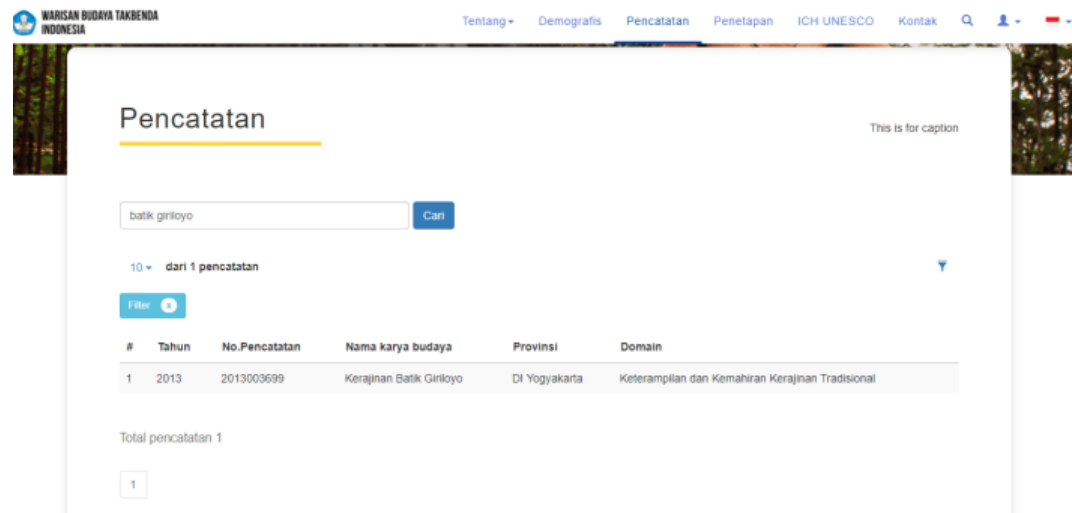
Sumber: Databoks, 2020

Gambar 1.4 49 Karya Budaya Batik dalam Daftar Warisan Takbenda Kemendikbud

Pada gambar 1.4, berdasarkan data dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam Databoks (2020), terdapat 49 karya budaya batik yang telah tercatat dalam daftar warisan budaya takbenda Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Budaya batik yang berasal dari DI Yogyakarta memiliki jumlah paling banyak yaitu sebanyak 13 karya budaya (49 Karya Batik Tercatat di Kemendikbud Sebagai Warisan Budaya, para. 1).

Batik dari Daerah Jawa merupakan jenis batik yang paling identik dengan Bangsa Indonesia. Batik adalah kain bergambar yang melalui berbagai proses dan tahapan dalam pembuatannya. Industri batik di era modern mengalami perkembangan dalam hal motif, makna, corak, warna, proses pembuatan, hingga

cara pemakaiannya. Di Kota Yogyakarta tepatnya di Kabupaten Batul, di daerah ini memiliki pengrajin batik di bawah naungan Pemerintah Daerah Kabupaten Batik Tulis di Giriloyo, Bantul (Nurficahyanti, F, 2015, p. 304).



The screenshot shows the 'Pencatatan' (Registration) page of the 'WARISAN BUDAYA TAKBENDA INDONESIA' website. A search bar contains 'batik giriloyo' and a 'Cari' button. Below the search bar, it indicates '10 dari 1 pencatatan' (10 of 1 registrations). A table lists the registration details for 'Kerajinan Batik Giriloyo' in Yogyakarta, with a domain of 'Keterampilan dan Kemahiran Kerajinan Tradisional'.

#	Tahun	No.Pencatatan	Nama karya budaya	Provinsi	Domain
1	2013	2013003699	Kerajinan Batik Giriloyo	DI Yogyakarta	Keterampilan dan Kemahiran Kerajinan Tradisional

Sumber: Kemedikbud.go.id, 2021

Gambar 1.5 Daftar Pencatatan Warisan Budaya Takbenda

Pada gambar 1.5, berdasarkan data dari Kemdikbud, pada tahun 2013, kerajinan Batik Giriloyo telah tercatat dalam warisan budaya takbenda dengan domain keterampilan dan kemahiran kerajinan tradisional yang berasal dari Kota Yogyakarta. Batik Giriloyo telah ada sejak abad ke-17 (Energi Membatik yang tak Pernah Padam di Giriloyo, para. 14). Kampung Batik Giriloyo memiliki berbagai macam koleksi-koleksi batik. Menurut Hardi (2019), jumlah pengrajin di Kampung Batik Giriloyo ini terdapat 12 kelompok batik yang tergabung dalam Paguyuban Batik Tulis Giriloyo. Jumlah pembatiknya sekitar 1000 orang di tiga dusun, yakni Giriloyo, Karangkulon, dan Cengkehan (Energi Membatik yang tak Pernah Padam di Giriloyo, para. 18). Namun, saat ini jumlah pengrajin batik di Kampung Batik

Giriloyo mengalami penurunan yang cukup signifikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengurus Kampung Batik Giriloyo, Khibtiyah mengatakan bahwa jumlah pengrajin generasi di bawahnya sudah semakin sedikit. Hal tersebut menjadi ancaman bagi eksistensi Batik Giriloyo di era modern (Khibtiyah, personal communication, March 17, 2021).



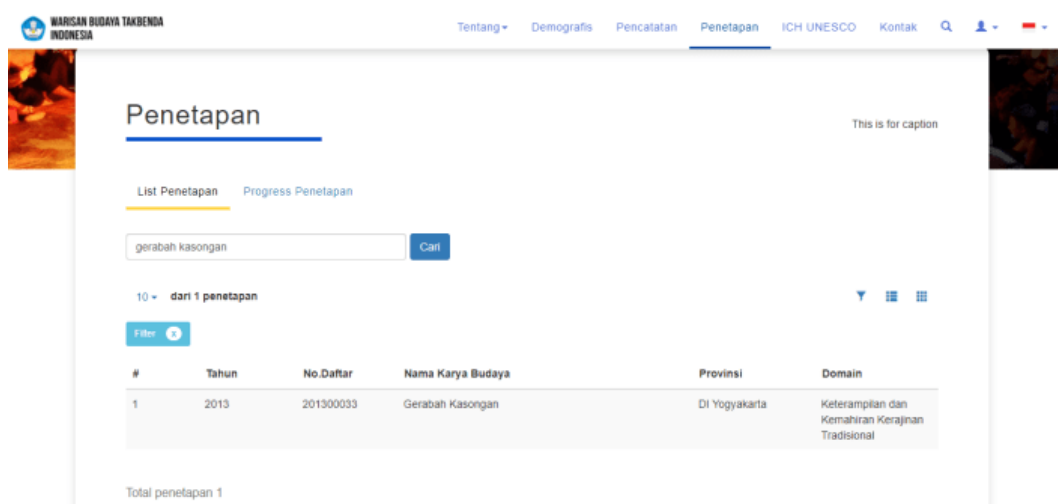
Sumber: Universitas Gadjah Mada, 2019

Gambar 1.6 Mesin Batik Tulis Karya Peneliti UGM

Pada gambar 1.6 merupakan salah satu Dosen UGM yang berhasil mengembangkan mesin batik tulis yang dapat menghasilkan dalam waktu yang lebih singkat. Nama mesin batik tulis tersebut adalah Butimo. Menurut Suryana (2019), Butimo atau mesin batik tulis merupakan inovasi yang dibuat oleh Andi Sudiarso, Dosen Departemen Teknik Mesin dan Industri Fakultas Teknik UGM (Dosen UGM Buat Mesin Batik Tulis, para. 1). Berdasarkan hasil wawancara dengan Andi Sudiarso, beliau mengatakan bahwa proses pembuatan batik dengan

menggunakan mesin batik tulis juga harus tetap ada proses pengukiran motif batik oleh tangan pengrajin. Mesin batik tulis dapat membantu pekerjaan pengrajin batik karena dapat menghasilkan kain batik dengan jumlah banyak dalam waktu singkat (S. Andi, personal communication, April 30, 2021).

Selain batik, Daerah Yogyakarta juga memiliki kebudayaan dengan kategori seni kerajinan lainnya. Salah satunya adalah Gerabah yang berasal dari Desa Kasongan yang berlokasi di Bantul, Yogyakarta. Gerabah terbuat dari unsur tanah liat yang dibentuk oleh pengrajin. Proses produksi pembuatan gerabah memiliki berbagai tahap. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengusaha Gerabah Kasongan, Timbul Raharjo mengatakan bahwa Desa Kasongan merupakan sentra seni kerajinan keramik, dapat menghasilkan berbagai macam produk keperluan rumah tangga sehari-hari. Produk gerabah tersebut seperti kuwali, pengaron, kendhil, anglo, cowek, dan lainnya (T. Raharjo, personal communication, April 29, 2021).



The screenshot shows the 'Penetapan' (Designation) page on the Indonesian Cultural Heritage website. The page features a search bar with the text 'gerabah kasongan' and a 'Cari' (Search) button. Below the search bar, there is a table with one entry. The table has columns for '#', 'Tahun' (Year), 'No. Daftar' (Registration Number), 'Nama Karya Budaya' (Cultural Work Name), 'Provinsi' (Province), and 'Domain'. The entry for 'Gerabah Kasongan' is listed with the year 2013 and registration number 201300033. The domain is 'Keterampilan dan Kemahiran Kerajinan Tradisional'.

#	Tahun	No. Daftar	Nama Karya Budaya	Provinsi	Domain
1	2013	201300033	Gerabah Kasongan	DI Yogyakarta	Keterampilan dan Kemahiran Kerajinan Tradisional

Sumber: Kemendikbud.go.id, 2021

Gambar 1.7 Daftar Penetapan Warisan Budaya Takbenda

Gambar 1.7 menjelaskan bahwa Gerabah Kasongan telah tercatat dalam penetapan menjadi warisan budaya takbenda pada tahun 2013 dengan domain Keterampilan dan Kemahiran Kerajinan Tradisional. Berdasarkan hasil wawancara dengan Wahyudi Poncosuyoto, selaku Peneliti Bidang Tradisi di Balai Pelestarian Yogyakarta, beliau mengatakan bahwa penetapan merupakan pemberian status Budaya Takbenda menjadi Warisan Budaya Takbenda Indonesia oleh Menteri yang membidangi kebudayaan (W. Poncosuyoto, personal communication, May 3, 2021).

Saat ini, produksi Gerabah Kasongan sudah menurun. Hal tersebut terjadi karena kurangnya minat masyarakat di era modern. Masyarakat lebih tertarik dan membutuhkan peralatan yang memiliki fungsi sama dengan gerabah, tetapi lebih praktis dan awet dengan model yang lebih modern (W. Poncosuyoto, personal communication, May 3, 2021). Penurunan antusias masyarakat terhadap produksi gerabah mengakibatkan para produsersn harus mengurangi jumlah produknya sehingga berdampak terhadap penurunan penghasilan dari produsen. Selain itu, tidak berkembangnya produksi gerabah membuat penurunan terhadap kreativitas (W. Poncosuyoto, personal communication, May 3, 2021).

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, penulis ingin memberikan informasi mengenai eksistensi dan bagaimana regenerasi pengrajin batik dan gerabah di era modern. Informasi yang disajikan kepada audiens termasuk dalam memperkenalkan kebudayaan yang ada sehingga dapat membantu keberadaan budaya-budaya ini agar tetap bertahan dengan tantangan dan ancaman yang ada.

Selain itu, informasi ini juga bertujuan untuk menarik minat wisatawan agar dapat berwisata dengan mengunjungi tempat-tempat kebudayaan.

Program siaran Jelajah Budaya memiliki berbagai macam nilai berita yang dapat menjadi tolak ukur untuk menentukan unsur kelayakan dari sebuah berita yang akan dipublikasikan kepada khalayak. Menurut Thresia, Bungsuji, dan Rasmana (2020, p. 9) nilai berita dampak merupakan suatu akibat dari suatu peristiwa yang menimpa masyarakat, baik fisik maupun mental. Seberapa luas pengaruh suatu peristiwa terhadap kehidupan khalayak, maka semakin penting informasi tersebut untuk disampaikan kepada masyarakat. Oleh karena itu, dampak dari program siaran Jelajah Budaya yaitu program siaran ini memberikan informasi mengenai permasalahan dari suatu budaya dan tradisi di suatu daerah. Maka informasi yang disampaikan dapat berdampak terhadap kepedulian masyarakat.

Program siaran Jelajah Budaya juga termasuk penting atau (*significance*). Menurut Kristanto (2010, p. 80), nilai berita penting (*significance*) merupakan berita yang berisikan peristiwa berdasarkan fakta yang dapat memberikan pengaruh terhadap kehidupan orang banyak. Program siaran Jelajah Budaya menyajikan informasi penting bagi publik, karena informasi yang disampaikan tidak hanya mengenai rangkaian proses kegiatan dari suatu budaya atau eksistensi budaya saja. Program siaran Jelajah Budaya juga menyajikan informasi terkait sejarah dan lokasi destinasi kebudayaan sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap masyarakat yang ingin melakukan wisata budaya.

Menurut Thresia, Bungsuji, dan Rasmana (2020, p. 11) juga menjelaskan mengenai nilai berita lain yaitu kedekatan atau (*proximity*). Kedekatan geografis

dan psikologis suatu peristiwa dengan pembaca akan memberikan pengaruh terhadap berita tersebut. Pembuatan program siaran Jelajah Budaya yang menyajikan mengenai eksistensi dan perpaduan unik budaya yang berada di Indonesia. Maka informasi ini akan menarik bagi masyarakat, khususnya bagi masyarakat Indonesia yang memiliki minat budaya. Selain itu, karya ini dapat memberikan dampak positif yakni pengetahuan mengenai kekayaan kebudayaan nusantara.

1.2 TUJUAN KARYA

Program siaran Jelajah Budaya pada episode dua dengan format *news* dengan jenis *feature* perjalanan ini bertujuan untuk menghasilkan video mengenai informasi terkait kebudayaan-kebudayaan yang ada di nusantara. Kebudayaan tersebut meliputi sejarah dan aktivitas masyarakat di suatu daerah. Program siaran dengan genre dokumenter atau (*documentary*) bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata budaya. Program siaran Jelajah Budaya dipublikasikan melalui platform YouTube dengan berdurasi selama satu jam yang terbagi menjadi lima segmen. Tiap segmen berdurasi selama sembilan hingga sepuluh menit.

Program Jelajah Budaya dilengkapi dengan cuplikan (*teaser*), yang dipublikasikan sebelum tanggal penayangan program siaran di media sosial Instagram dengan menggunakan fitur umpan (*feeds*) dan cerita (*story*). Program siaran Jelajah Budaya akan dipublikasikan melalui YouTube. Platform YouTube dipilih karena target audiens dari program siaran Jelajah Budaya yaitu masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Yogyakarta yang berusia 16 tahun hingga 64 tahun. Selain itu, target audiens dari program siaran Jelajah Budaya yaitu wisatawan

yang memiliki niat untuk berlibur ke Yogyakarta. Alasan memilih target audiens dengan usia 16 tahun hingga 64 tahun karena berdasarkan berdasarkan data dari *We Are Social*, Januari 2021, 94% orang Indonesia akses YouTube dalam satu bulan terakhir. Presentase tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan platform atau media lainnya (94% orang Indonesia akses YouTube dalam satu bulan terakhir, para. 1). Tidak hanya itu, target audiens ini juga mengarah kepada wisatawan yang memiliki niat berlibur ke Yogyakarta.

1.3 KEGUNAAN KARYA

Dalam memproduksi program siaran Jelajah Budaya yang menerapkan teori *travel journalism* dan format berita (*news*) dengan jenis *feature* perjalanan serta memiliki nilai-nilai berita, karya ini berguna untuk memberikan pengetahuan mengenai perpaduan unik kebudayaan, destinasi wisata budaya, dan tradisi yang harus dilestarikan untuk memperluas wawasan terkait kebudayaan nusantara yang termasuk ke dalam Warisan Budaya Takbenda Indonesia. Karya ini juga berguna untuk mendorong audiens yang memiliki keinginan untuk berlibur untuk melakukan perjalanan wisata budaya. Sehingga karya ini dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat terhadap kebudayaan.