

**STRATEGI KREATIF WEB SERIES JALAN – JALAN
MEN DALAM MENGEMAS KONTEN BUDAYA
INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Pada Konsentrasi Jurnalistik Program Studi Ilmu
Komunikasi**



Oleh :

Diah Fitri Pratiwi

NIM 6662121814

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Serang, November 2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Diah Fitri Pratiwi
NIM : 6662121814
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 12 Maret 1994
Program Studi : Ilmu Komuikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul STRATEGI KREATIF WEB SERIES JALAN – JALAN MEN DALAM MENGEMAS KONTEN BUDAYA INDONESIA adalah hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila kemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar keserjanaan saya bisa dicabut.

Serang, 14 November 2016



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Diah Fitri Pratiwi
NIM : 6662121814
Judul Skripsi : **STRATEGI KREATIF WEB SERIES JALAN – JALAN MEN
DALAM MENGEMAS KONTEN BUDAYA INDONESIA**

Serang, November 2016


Skripsi Ini Telah Disetujui untuk Disajikan

Menyetujui,

Pembimbing I


Iman Mukhroman, M.Si.
NIP: 197502022002121002

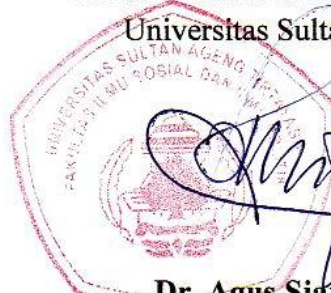

Pembimbing II


Puspita Asri Praceka, M.Ikom.
NIP: 198407132008122002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



Dr. Agus Sjafari, S.Sos, M.Si
NIP: 197108242005011002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Diah Fitri Pratiwi

NIM : 6662121814

**Judul Skripsi : Strategi Kreatif Web Sereies Jalan – Jalan Men dalam
Mengemas Konten Budaya Indonesia**

Telah Diujikan di Hadapan Dewan Penguji diSerang, Tanggal 14 November 2016
dan dinyatakan LULUS

Serang, Desember 2016

Ketua Penguji,

**Muhammad Jaiz, M.Pd
NIP. 197106292003121001**

Anggota :

**Teguh Iman Prasetya, M.Si
NIP. 197107182005011001**

**Uliviana Restu, M.Ikom
NIP. 198107172006042003**



Mengetahui,

Dekan FISIP Untirta

**Dr. Agus Siafari, S.Sos, M.Si
NIP: 197108242005011002**

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Untirta

**Dra. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP: 196810192005012001**

ABSTRAK

Diah Fitri Pratiwi. NIM. 6662121814. Skripsi. Strategi Kreatif Web Series Jalan – Jalan Men dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia. Pembimbing I: Iman Mukhroman, M.Si dan Pembimbing II: Puspita Asri Praceka, M.Ikom.

Setiap individu membutuhkan informasi guna menambah wawasan. Informasi biasanya diperoleh melalui berbagai media massa. Salah satunya yakni Internet, saat ini sebagai media massa yang paling banyak diminati dibanding koran, radio, dan televisi. *Youtube* adalah salah satu media yang memakai jaringan internet dalam menyediakan jutaan video. *Youtube* menjadi pusat hiburan dunia maya. Para penggiat *Youtube* untuk menjadi semakin kreatif dalam meningkatkan segi konten maupun kualitas video. Salah satu video yang terdapat di *Youtube* yaitu Jalan – Jalan Men. Jalan – Jalan Men menawarkan pengalaman baru mengenai ekspedisi dari berbagai lokasi wisata, terutama di Indonesia. Dikemas dengan gaya kasual dan santai, *travel web series* ini berusaha menggerakkan minat masyarakat untuk mengeksplor indahnya Indonesia serta budaya yang ada didalamnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kreatif *web series* Jalan – Jalan Men, untuk mengetahui cara *web series* Jalan – Jalan Men mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia, dan untuk mengetahui *web series* Jalan – Jalan Men dalam mencerminkan tuntutan budaya populer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma *post positivisme*. Teknik analisis yang digunakan adalah melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan teori yang digunakan untuk membahas hasil analisis adalah teori Media Normatif. Metode wawancara ditempuh untuk melengkapi data dan memperkuat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengemasan konten budaya Indonesia yang dilakukan Jalan – Jalan Men dalam mencerminkan dan mengeksplorasi budaya Indonesia dengan menggunakan elemen – elemen strategi kreatif program acara serta memperhatikan kreatifitas, originalitas dan profesionalitas untuk membuat sebuah produksi tayangan yang berkualitas tinggi.

Kata kunci : *Web Series*, Jalan – Jalan Men, Strategi Kreatif, Budaya Indonesia, Internet.

ABSTRACT

Diah Fitri Pratiwi. NIM. 6662121814. Paper. A Creative Strategy of Jalan –Jalan Men’s Website Series in Pack off Indonesian Culture Content. Advisor I: Iman Mukhroman, M.Si and Advisor II: Puspita Asri Praceka, M.Ikom.

Each individual is needed information in order to add insight. Information obtained through various mass media. One of which is the Internet, this time as the mass media most in demand compared to newspapers, radio, and television. Youtube as one of the media who use the Internet to provide millions of videos. YouTube became the entertainment center of the virtual world. The users Youtube are becoming increasingly creative in terms of content and improve video quality. One of the videos contained on Youtube that Jalan – Jalan Men. Jalan – Jalan Men offers a new experience of the expedition from various tourist sites, especially in Indonesia. Packed with casual and relaxed style, Jalan – Jalan Men is moving the public interest to explore the beauty of Indonesia and Indonesian Culture. The purpose of this study is to find creative strategy Jalan – Jalan Men’s web series, to find out how to Jalan – Jalan Men’s web series in the package and explore the Indonesian Culture, and to find a reflection of popular culture at Jalan – Jalan Men’s web series. This study used a qualitative approach with the post positivism paradigm. The analysis technique used is through three stages, data reduction, data presentation, and conclusion. This study uses the Normative Media theory to discuss the results of the analysis. Methods interviews were conducted to complement and strengthen the analysis of data. The results showed that packaging Jalan – Jalan Men content do to reflect and explore the culture of Indonesia using the elements - elements of creative strategy program and attention to creativity, originality and professionalism to create a high-quality web series.

Keywords : Web Series, Jalan – Jalan Men, Creative Strategy, Indonesian Culture, Internet

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tak terhingga penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat dan karunia-nya sehingga skripsi dengan judul “Strategi Kreatif Sutradara Web Series Jalan – Jalan Men dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia” ini dapat terselesaikan.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian tingkat akhir sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang Banten. Dalam penyusunannya, penulis banyak menemukan kendala dan kesulitan, namun berkat niat dan usaha yang sungguh- sungguh serta bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, maka penyusunan skripsi ini akan jauh lebih sulit dari yang dijalankan. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat, M.Pd., selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
2. Bapak Dr. Agus Sjafari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
3. Ibu Dr. Rahmi Winangsih., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis.
4. Bapak Darwis Sagita, S.Sos., M.Ikom., selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta.

5. Bapak Iman Mukhroman., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi I, yang dengan penuh kesabaran menghadapi penulis, meluangkan waktu, memberi masukan, arahan, dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ibu Puspita Asri Praceka, M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi II, yang juga dengan penuh kesabaran menghadapi penulis, meluangkan waktu, memberi masukan, arahan, dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih banyak atas kebaikan ibu, sangat berarti buat penulis.
7. Seluruh staff Program Studi Ilmu Komunikasi dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu penulis dalam hal kelancaran proses skripsi.
8. Mamah dan Papah yang menjadi sumber cinta dan motivasi penulis. Terima kasih untuk semua pengorbanan dan cinta kalian kepada penulis selama ini. Adik – adik saya Dandy Dwi Putra dan Dafa Ratna Dewi sebagai teman cerita, berantem, dan juga sumber kebahagiaan selama ini.
9. Asohabah (Anisa Nursita, Noorasyilla Rohiyat dan Indah Descenika), terima kasih sudah mau bersedia membagi canda, tawa dan cerita dari awal perkuliahan hingga semester akhir. Semoga persahabatan ini tidak berakhir hingga akhir, sukses ya buat kita, sampai ketemu dimasa depan cerah aamiin.
10. KKM 38 (Indra Mahendra, Dodo, Andika, Eva, Astrid, Sunanda, Nusteng, Yayah, Rian, Adank, Dara, Ofy, Shintia, Titin), terima kasih atas pertemanan

yang seru di KKM dan setelah KKM pun masih seru, semoga kita ketemu ya dimasa depan yang cerah, masing – masing udah bisa gapai cita – citanya, ketemu saling berbagi cerita dan seru – seruan lagi aamiin.

11. Keluarga jurnalistik angkatan 2012 yang penulis banggakan yang selalu memberi semangat satu sama lain untuk kuat dalam menyelesaikan rintangan skripsi ini, (Fuji, Awal, Ardi, Tyo, Mutia, Dian, Yohana, Sarah, Resti, Izzah, Eko, Ayel, Faiziah, Agnes, Tami, Caca, Dino, Septi, Kak Uwi) yakinlah kita pasti sukses, dan ketemu dimasa depan cerah kawan aamiin.
12. Indra Pangestu Wardana Setiawan, laki – laki penyuka sastra dan fotografi ini telah menjadi penyemangat dan pemberi warna yang beragam untuk penulis, serta telah menjadi partner yang sangat baik, terima kasih, semoga cepat menyusul lulus ya.
13. Keluarga besar organisasi FISIP Untirta, HIMAKOM (Himpunan Mahasiswa Komunikasi) dan LPM ORANGE FISIP UNTIRTA, terima kasih banyak sudah berproses, belajar dan memberikan persahabatan pada saat berorganisasi. Itu adalah hal yang tak terlupakan dan sangat berharga bagi penulis. Semoga apa yang kita dipelajari dari organisasi dapat bermanfaat kedepannya nanti.
14. Adik – adik tingkat yang saya banggakan (Yesica, Rien, Nopita, Rima, Lintang, Ratih, Fauzan, Agnes, Ferdinand, Galin, Hilman, Hari Sopian, Mimi, Angga Septian, Angga Neza, Gabriella, Dialus, dan yang lainnya yang kalau disebutkan pasti habisin satu lembar) terima kasih sudah menjadi

penyemangat penulis untuk selalu rajin menuntaskan skripsi ini, semangat juga buat kalian ya, semoga bisa cepat menyusul lulus juga.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak atas segala kekurangan, kekeliruan, dan kesalahan dalam skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya

Serang, November 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Identifikasi Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Tinjauan Teoritis.....	10
2.1.1. Strategi Kreatif.....	11
2.1.1.1. Strategi Kreatif Program Acara.....	14
2.1.2. New Media.....	20
2.1.2.1. Website.....	25
2.1.2.2. Web Series.....	26
2.1.2.3. Web Series Jalan – Jalan Men.....	27
2.1.3. Budaya Indonesia.....	31
2.1.4. Teori Media Normatif.....	40
2.2. Kerangka Berpikir.....	42
2.3. Penelitian Sebelumnya.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN... ..	48
3.1. Metode Penelitian.....	48

3.2. Paradigma Penelitian.....	50
3.3. Lokasi Penelitian.....	51
3.4. Sifat Penelitian.....	51
3.5. Informan dan Metode Pemilihan Informan.....	52
3.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	54
3.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	54
3.6.2. Teknik Analisis Data.....	56
3.6.3. Keabsahan Data.....	56
3.7. Jadwal Penelitian.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.2. Analisis Strategi kreatif <i>web series</i> Jalan – Jalan Men.....	62
4.2.1. Target Penonton.....	62
4.2.2. Bahasa Naskah.....	64
4.2.3. Format Acara.....	74
4.2.4. Punching Line.....	76
4.2.5. Gimmick dan Funfare.....	85
4.2.6. Clip Hanger.....	88
4.2.7. <i>Tune</i> dan <i>Bumper</i>	88
4.2.8. Penata Artistik.....	91
4.2.9. <i>Music</i> dan <i>Fashion</i>	92
4.2.10. Ritme dan Birama Acara.....	97
4.2.11. Logo dan Music Track untuk ID Tune.....	97
4.2.12. <i>General Rehearsel</i>	98
4.2.13. <i>Interactive Program</i>	99
4.3. <i>Web series</i> Jalan – Jalan Men mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia.....	107
4.4. <i>Web series</i> Jalan – Jalan Men mencerminkan tuntutan budaya ,populer.....	128

BAB V PENUTUP.....	132
5.1. Kesimpulan.....	132
5.2. Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN.....	139

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1.....	46
Tabel 3.1.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	28
Gambar 2.2	43
Gambar 4.1	66
Gambar 4.2	67
Gambar 4.3	68
Gambar 4.4	68
Gambar 4.5	69
Gambar 4.6	77
Gambar 4.7	78
Gambar 4.8	79
Gambar 4.9	80
Gambar 4.10	81
Gambar 4.11	82
Gambar 4.12	83
Gambar 4.13	84
Gambar 4.14	85
Gambar 4.15	86
Gambar 4.16	86
Gambar 4.17	89
Gambar 4.18	90
Gambar 4.19	95
Gambar 4.20	96
Gambar 4.21	96
Gambar 4.22	98
Gambar 4.23	102
Gambar 4.24	103

Gambar 4.25	104
Gambar 4.26	108
Gambar 4.27	109
Gambar 4.28	109
Gambar 4.29	110
Gambar 4.30	110
Gambar 4.31	111
Gambar 4.32	112
Gambar 4.33	112
Gambar 4.34	113
Gambar 4.35	114
Gambar 4.36	115
Gambar 4.37	115
Gambar 4.38	117
Gambar 4.39	117
Gambar 4.40	118
Gambar 4.41	119
Gambar 4.42	119
Gambar 4.43	122
Gambar 4.44	123
Gambar 4.45	124
Gambar 4.46	125
Gambar 4.47	126
Gambar 4.48	127

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Laju perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi sekarang ini sangatlah berpengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan masyarakat baik berbangsa bahkan beragama, Informasi merupakan kebutuhan penting dalam kehidupan manusia. Setiap individu sudah pasti membutuhkan informasi guna menambahkan wawasan. Informasi biasanya diperoleh melalui berbagai media massa, salah satunya yakni Internet, yang saat ini sebagai media massa yang paling banyak diminati dibanding koran, radio, dan televisi.

Youtube sebagai penyedia jutaan video, *Youtube* mewujud menjadi pusat hiburan dunia maya. Merujuk pada data resminya, *Youtube* dikunjungi 1 miliar pengguna unik setiap bulan, dan lebih dari 100 jam total durasi dari *video* diunggah setiap menitnya. Secara statistik, kedigdayaan *Youtube* tentunya tidak luput dari tangan dingin para pendiri *Google* yang mengakuisisinya pada tahun 2006 silam, juga tanpa melupakan fakta bahwa *Youtube* berdiri tegak perkasa merupakan buah hasil keberagaman konten menarik yang disajikan oleh dan untuk para penggunanya sendiri.

Perusahaan pembuat peranti lunak multimedia *Adobe* melaporkan terjadi peningkatan aktivitas menonton secara *online* di dunia. Bukan hanya pada perangkat komputer, aktifitas ini juga dilakukan dengan ponsel pintar, konsol permainan, serta televisi pintar. Berdasarkan data yang dimuat dalam *website*

cnnindonesia.com pada beritanya mengenai jumlah penonton video *online* meningkat, ada 38,2 miliar orang yang menyaksikan video *online* secara gratis pada kuartal kedua 2014. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 43 persen dari kuartal yang tahun lalu. Bahkan, angka pengguna yang kembali berkunjung (*unique visitor*) dalam satu bulan meningkat sebesar 146 persen (www.cnnindonesia.com : 2014).

Pada tahun 2013, Kemenkominfo mencatat jumlah pengguna internet Indonesia berada di angka 71,19 juta orang dan tahun 2012 sebesar 63 juta orang. Lalu Kemenkominfo juga mencatat pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan menjadi 82 juta orang pengguna di kuartal pertama tahun 2014. Kehadirannya yang sudah tidak lagi asing ditelinga setiap orang merupakan faktor yang menjadi pendorong para pengunjunnya untuk tidak hanya sekedar sebagai penikmat, tetapi juga sebagai penghasil sebuah video yang menghibur juga mengedukasi. Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Pada 2017, *eMarketer* memperkirakan *netter* Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lamban. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan akan mencapai 3 miliar orang pada 2015. Tiga tahun setelahnya, pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet setidaknya sekali setiap satu bulan. (www.kominfo.go.id: 2014).

Penilaian serta diskusi instan memancing para penggiat *Youtube* untuk menjadi semakin kreatif dalam meningkatkan segi konten maupun kualitas video.

Tidak hanya sekedar video-video singkat, *Youtube* merevolusi industri ini dengan mendukung *trend* atau konsep baru seperti *vlogging (videoblogging)*, podcast, *web series*, dan lain sebagainya, menawarkan serangkaian video tersegmen yang membuat para penonton setianya rela menanti dalam kurun waktu tertentu. Kaya akan bisnis model yang sangat menjanjikan, *Youtube* kini telah melokalisasikan konten mereka ke 61 negara dan 61 bahasa di seluruh dunia guna menjaring lebih banyak pengguna. Di Indonesia sendiri, pamor *Youtube* berada diposisi tiga besar sebagai situs paling banyak dikunjungi (www.antaranews.com: 2015).

Demam *web series* di Indonesia sendiri mulai muncul ke permukaan kala Raditya Dika sebagai aktor sekaligus komedian membuat sebuah *web series* di *Youtube* dengan judul Malam Minggu Miko. Berhasil menarik minat pengunjung hingga 1,6 juta kali dalam episode pertamanya, *web series* tersebut berlanjut hingga musim kedua penayangannya. Dalam segmen lain, jalan – jalan men menawarkan pengalaman baru mengenai ekspedisi dari berbagai lokasi wisata, terutama di Indonesia. Dikemas dengan gaya kasual dan santai, *travel web series* ini menggerakkan minat masyarakat untuk mengeksplor indahnya Indonesia serta budayanya. Muncul di tahun 2012 keberadaan *web series* Jalan - Jalan Men mencuri perhatian para peselancar dunia internet khususnya para pengakses situs video *online* *Youtube*. Rata-rata untuk masing-masing seri dari video tersebut memperoleh jumlah *viewers* berkisar antara 20.000 - 400.000.

Tingginya jumlah *viewers* pada *web series* Jalan-Jalan Men memberikan indikator bahwa video ini memang cukup diminati. Biasanya sebuah konten media akan diminati oleh audiensnya jika mereka mampu memilih tema dan

mengemas konten sehingga sesuai dengan selera target *audiensnya*. Penerimaan yang baik oleh *audiens* terhadap konten media tentu akan berpengaruh pada *audiens* yang mengonsumsi konten itu sendiri. Perubahan yang terjadi bisa terjadi baik dari pengetahuan, perasaan, sampai dengan perilaku. Melalui konten video ini, pihak Jalan - Jalan Men bermaksud untuk mempopulerkan berbagai destinasi wisata Indonesia dan berbagai budaya Indonesia dikalangan anak muda (www.jalan2men.com: 2012).

Perbedaan *web series* Jalan – Jalan Men dengan *web series* sejenisnya yang lain adalah konten yang diangkat Jalan – Jalan Men tidak hanya mengangkat keindahan alam yang terdapat di sebuah daerah, tetapi Jalan – Jalan Men menyuguhkan konten yang mendalam mengenai budaya Indonesia dari segi perilaku masyarakat, kesenian – kesenian, bahasa, sistem keagamaan dan segala macamnya yang termasuk dalam unsur kebudayaan.

Derasnya arus globalisasi, budaya lokal pada sisi lain mengalami kemajuan yang sangat pesat, tetapi di tempat lain juga mengakibatkan kerusakan yang luar biasa. Globalisasi yang terjadi dapat dirasakan dalam kemajuan bidang pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Ketika internet semakin berkembang, pada saat itulah arus komunikasi dan informasi dari segala penjuru dunia melintasi batas negara-bangsa dengan sangat cepat yang menandai pula dimulainya tekanan terhadap budaya lokal. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, globalisasi yang beriringan dengan modernisasi menyebar ke seluruh penjuru dunia sebagai proses yang tak terelakkan. Globalisasi yang didorong oleh teknologi informasi komunikasi

sedang memerankan sebuah revolusi sosial yang merasuki semua sudut kehidupan. Ia mengaburkan batas-batas tradisional yang membedakan bisnis, media dan pendidikan, merombak struktur dunia usaha, mendorong pemaknaan ulang perdagangan dan investasi, kesehatan, hiburan, pemerintahan, pola kerja, perdagangan, pola produksi, bahkan pola relasi antar masyarakat dan antar individu. Inilah tantangan bagi semua bangsa, masyarakat dan individu di seluruh dunia (Justiani, 2009) dalam (Safril Mubah, 2011 : 303).

Kemajuan yang pesat dalam bidang pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tentunya membawa dampak bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Dampak yang ditimbulkan ada yang bersifat positif dan ada yang negatif. Jika kebudayaan asing yang bersifat negatif memasuki kehidupan bangsa, terutama para generasi muda tanpa diimbangi upaya pelestarian nilai-nilai budaya bangsa dikhawatirkan bangsa Indonesia akan kehilangan jati diri sebagai bangsa. Bukti lemahnya masyarakat Indonesia dalam upaya pelestarian budaya terlihat dari minimnya minat untuk mempelajari kesenian tradisional atau daerah yang saat ini sudah hampir dilupakan oleh generasi muda. Masyarakat khususnya kaum muda lebih suka kepada kebudayaan asing dibanding dengan budaya sendiri.

Kebiasaan orang-orang barat yang biasa disaksikan baik di media elektronik, cetak maupun secara langsung seperti cara berpakaian dan mode yang telah menjadi budaya masyarakat khususnya kalangan remaja. Pengaruh ini dapat merambat lebih cepat ke golongan bawah akibat artis - artis dijagad hiburan yang memiliki tingkat modernisasi yang lebih tinggi. Dari perilaku dan gayanya itulah dilihat sebagai contoh dan layak ditiru karena dianggap lebih maju dan *modern*.

Hal tersebut ditambahkan menurut (Mosco, 2009: 134) khususnya pada media televisi ditandai dengan diubahnya konten/isi media menjadi komoditas untuk mendapatkan profit. Salah satu strategi dalam pencapaian tersebut ialah memproduksi program-program televisi yang sesuai dengan selera pasar sehingga dapat menaikkan rating. Penggunaan rating sebagai salah tolak ukur dalam melihat keberhasilan sebuah program. Rating menjadi alat untuk menilai content (teks/produk media) apakah ia layak dijual. Kelayakan ini ditandai dengan seberapa banyak pemasang iklan yang mampu ditarik dalam setiap penayangan program tertentu. Selain itu, rating juga menjadi data dalam mengkomodifikasi *audience*. Data *audience* yang terangkum dalam rating menjadi pijakan bagi para pemasang iklan untuk memasarkan produknya di program tayangan tertentu atau tidak. Oleh karena itu konten - konten yang ada di media massa khususnya televisi hanya menyajikan konten yang disenangi dan *trend* masyarakat tersebut, yang bukannya seharusnya menyajikan konten yang dibutuhkan yaitu salah satunya konten budaya Indonesia.

Ditambah lagi pada penelitian *website* Muvila.com yang membahas mengenai tayangan televisi dan *film* di Indonesia, menerangkan dalam waktu 20 tahun terakhir berbagai budaya asing semakin gencar menyuntikkan pengaruhnya di Indonesia melalui dunia hiburan. Mulai dari Taiwan, Cina, Meksiko, Jepang, Turki, India hingga Korea. Namun dari beberapa negara tersebut, saat ini pada tahun 2015 Korea dan India yang paling banyak mencekoki pengaruhnya ke masyarakat Indonesia (www.muvila.com : 2015)

Namun dari kemajuan teknologi dapat menangkap peluang baru untuk melestarikan kebudayaan nasional. Dengan cara mempopulerkan dan mengenalkan keragaman budaya nasional melalui jejaring sosial, baik *facebook*, *twitter* maupun *website*. Hal ini menjadi peluang yang sangat baik karena trend gaya hidup masyarakat Indonesia terutama di kota – kota besar telah bergeser pada generasi gadget dan internet. Pada Teori Norma Budaya, media massa mempengaruhi budaya - budaya masyarakatnya dengan cara pesan-pesan yang disampaikan media massa memperkuat budaya yang ada. Ketika suatu budaya telah kehilangan tempat apresiasinya, kemudian media massa memberi lahan atau tempat maka budaya yang pada awalnya sudah mulai luntur menjadi hidup kembali (Suprpto, 2006: 21). Teori Media Normatif juga sering kali dinyatakan dalam kebijakan budaya yang luas yang dapat mendukung berbagai jenis kualitas budaya di media massa. Pertama teori ini sering melindungi warisan budaya ‘sah’ dari bangsa atau masyarakat, terutama dalam pendidikan dan ilmu pengetahuan, seni dan literatur. Kedua teori ini mendukung varian kelompok regional, lokal atau kelompok minoritas dari ekspresi budaya berdasarkan keaslian, identitas dan alasan – alasan positif. Ketiga, beberapa teori menjelaskan mengenai kesamaan hak semua ekspresi dan selera budaya, termasuk ‘budaya populer’ (Denis McQuail’s, 2011: 228).

Tergesernya budaya di Indonesia pada tayangan media massa di Indonesia akibat masuknya budaya baru serta belum adanya cara yang efektif dalam membuat minat khalayak yang sering mengkonsumsi media massa terutama Internet untuk mempelajari budaya Indonesia. Karena selama ini jika seseorang

yang akan mengetahui budaya Indonesia haruslah membaca buku, datang ke museum atau ikut seminar. Tetapi dengan adanya *web series* Jalan - Jalan Men ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan teori media normatif untuk mendeskripsikan Strategi Kreatif *Web Series* Jalan – Jalan Men dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi kreatif *web series* Jalan – Jalan Men dalam mengemas budaya Indonesia agar menjadi salah satu cara menarik dan kreatif dalam memperkenalkan budaya Indonesia bagi khalayak banyak.

1.3. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi kreatif *web series* Jalan – Jalan Men ?
2. Bagaimana *web series* Jalan – Jalan Men mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia ?
3. Bagaimana *web series* Jalan – Jalan Men mencerminkan tuntutan budaya populer ?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi kreatif Jalan – Jalan Men.

2. Untuk mengetahui cara *web series* Jalan – Jalan Men mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia.
3. Untuk mengetahui *web series* Jalan – Jalan Men dalam mencerminkan tuntutan budaya populer.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dibagi dalam dua kegunaan, yaitu:

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tersendiri bagi kajian Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai media massa dan media *online*.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Dapat menjadi salah satu referensi dalam mencari suatu solusi permasalahan untuk menemukan strategi kreatif dari *web series* Jalan – Jalan Men yang efektif dan menarik dalam mengemas konten budaya Indonesia melalui *web series* untuk menambah pengetahuan mengenai budaya Indonesia

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teoritis

Komunikasi yang merupakan akar dari kata latin lainnya yang sama makna. Definisi lain yang sama makna dengan komunikasi adalah komunitas yang juga menekankan kesamaan dan kebersamaan. Kata ini merujuk kepada sekelompok yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu sebagai proses pembagian makna dan sikap.

Meskipun terdapat beberapa cara untuk mendefinisikan komunikasi dan Ilmu Pengetahuan. Namun definisi yang memiliki kerja secara teoritis ilmu komunikasi dapat dijelaskan. Yaitu ilmu komunikasi berusaha menjelaskan dan memahami produksi, pengolahan dan pengaruh *system symbol* dan isyarat dengan mengembangkan sejumlah teori yang dapat diuji yang berisi berbagai generalisasi yang menjelaskan fenomena yang dikaitkan dengan produksi, pengolahan dan pengaruh. Perkembangan Teori- Teori Ilmu Komunikasi Pergeseran yang mendasar tentang teori-teori komunikasi adalah pendekatan pada ilmu-ilmu murni di abad ke 19. Untuk merunut jalan pikir kita dalam memahami bagaimana proses pengembangan teoritis Ilmu Komunikasi, maka ada perlu kiranya kita lebih jauh mencari pandangan yang luas tentang maksud teori secara luas. Menurut Kerlinger (1993) teori adalah himpunan konstruks (konsep), definisi dan proporsi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala yang menjabarkan relasi diantara variabel untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.

Dalam penelitian ini diperlukannya teori - teori yang akan menjadi landasan teoritis dan pedoman dalam melaksanakan penelitian. Setelah masalah penelitian dirumuskan maka langkah selanjutnya adalah mengembangkan teori - teori, konsep konsep, generalisasi, hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk melaksanakan penelitian (Sugiyono, 2009: 55) dengan demikian diharapkan didapat definisi yang jelas tentang apa yang dicari dan dibutuhkan para peneliti ini. Teori yang dimaksud dijelaskan sebagai berikut :

2.1.1. Strategi Kreatif

Strategi Kreatif merupakan dua kata berbeda yang terdiri dari kata strategi dan kreatif. Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti yaitu, rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran. Strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan - tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Kata "program" dalam definisi tersebut menyangkut suatu peranan aktif, sadar dan rasional yang dimainkan oleh manager dalam perumusan strategi organisasi. Strategi memberikan pengarahannya terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi, dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan (Morissan, 2009: 136).

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik

operasionalnya. Strategi komunikasi perlu disusun secara luas, sehingga taktik operasional komunikasi dapat segera disesuaikan dengan faktor-faktor yang berpengaruh (Effendy, 2004: 28 – 33).

Perencanaan program pada dasarnya bertujuan memproduksi atau membeli program yang akan ditawarkan kepada *audiens*. Dengan demikian, *audiens* atau penonton adalah pasar karenanya setiap media penyiaran yang ingin berhasil harus terlebih dahulu memiliki suatu rencana pemasaran strategi yang berfungsi sebagai paduan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki. Strategi pemasaran ditentukan berdasarkan analisi situasi, yaitu suatu studi terinci mengenai kondisi pasar *audiens* yang mencakup segmentasi *audiens* dan tingkat persaingan yang ada (Morissan, 2009: 236).

Dari pengertian di atas dapat penulis menyimpulkan bahwa semua tujuan strategi tidak dapat dipisahkan karena semua saling berkaitan untuk mencapai kualitas dari hasil yang berkaitan untuk mencapai kualitas maupun kuantitas dari hasil yang ingin dicapai dari sebuah tujuan. Beberapa strategi lainnya adalah dengan tetap mempertahankan program-program yang berhasil pada posisinya yang sekarang. *Audiens* umumnya sudah terbiasa dengan jadwal program yang menjadi kegemarannya. Perubahan jadwal program itu dapat kehilangan *audiensnya* (Morissan, 2009: 308).

Perencanaan strategi (*strategi planning*) adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut dan penetapan

metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijaksanaan telah diimplementasikan. Untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan, penentuan strategi yang baik sangat diperlukan. Demikian halnya dibidang media penyiaran, strategi yang diperlukan, yaitu (Morissan, 2009: 248) :

- a. Berfikir seperti pemirsa. Pengelola media penyiaran berada dalam bisnis dan dua klien yang berbeda, yaitu : pemirsa dan pemasang iklan. Tanpa ada pemirsa yang mengikuti siaran maka pengelola media penyiaran tidak akan pernah berhasil untuk menarik peminat pemasangan iklan.
- b. Pengelola media penyiaran harus menganggap waktu siaran bernilai penting setiap detiknya dan harus menggunakan detik siaran itu dengan mendayagunakan kemampuan dalam menjangkau pemirsa. Media penyiaran harus menyaksikan siarannya sendiri, menerima kritik dan melakukan perbaikan setiap hari.
- c. Pengelola media penyiaran berkompetisi untuk merebut waktu orang lain agar mau menyaksikan acara yang disuguhkan. Oleh karena itu, pengelola media penyiaran harus bisa membuat atau memproduksi program-program acara yang mampu menarik minat pemirsa.

Keberhasilan suatu program bergantung pada perencanaan dan pelaksanaan strateginya. Namun, perlu di ingat bahwa dalam pembuatan strategi penyiaran harus tetap berpedoman pada undang-undang penyiaran dan kode etik yang berlaku sehingga tidak menimbulkan penyimpangan-penyimpangan yang dapat merugikan berbagai pihak.

Di sini dapat dipahami bahwa strategi adalah suatu perencanaan yang dilakukan beberapa orang, yang dijadikan pedoman atau taktik dalam tindakan operasional untuk mencapai tujuan tertentu.

Sedangkan Kreatif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti memiliki daya cipta; memiliki kemampuan untuk menciptakan; bersifat (mengandung) daya cipta; pekerjaan yang menghendaki kecerdasan dan imajinasi (Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, 2005: 465). Dan menurut *Creative Education Foundation* pengertian kreatif adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang (atau sekelompok orang) yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan atau terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu yang biasanya tertentu yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau unik dan berbeda serta lebih baik dari sebelumnya.

Berdasarkan pada makna dari kata strategi kreatif maka, dapat penulis simpulkan maksud dari strategi kreatif adalah rencana khusus dan penentuan atau penyusunan rencana cerdas pemimpin berupa terobosan-terobosan baru dalam upaya tercapainya suatu tujuan.

2.1.1.1. Strategi Kreatif Produksi Program Acara

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan

yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 1986: 97).

Di industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan audiens. Satu stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsanya (Hidajanto Djmal dan Andi Fachruddin, 2009: 135).

Namun demikian, karena industri penyiaran merupakan industri kreatif, sehingga strategi yang digunakan pun, harus strategi dan kreatif. Menurut Fred Wibowo, kunci sukses dari setiap program televisi sebagai berkat perencanaan dan sikap kreatif menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi (Fred Wibowo, 2009: 21). Ada 13 elemen strategi kreatif dalam produksi acara, yaitu:

a. Target Penonton

Sebelum merencanakan suatu program, seorang produser perlu mengkaji secara teliti tentang target penonton, yaitu segmen *audiens*/penonton yang menjadi sasaran program. Klasifikasi target penonton menjadi 3, yaitu:

- 1) Usia, penggolongan segmentasi audiens berdasarkan usia, menurut Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Nomor 009/SK/KPI/8/2004 tentang pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran KPI, pasal 65 yaitu (Askurifai Baksin, 2006: 235) :

- a) Klasifikasi A : tayangan untuk Anak, yakni khalayak berusia di bawah 12 tahun.
 - b) Klasifikasi R : tayangan untuk Remaja, yakni khalayak berusia 12 – 18 tahun.
 - c) Klasifikasi D : tayangan untuk Dewasa, yakni khalayak berusia > 18 tahun.
 - d) Klasifikasi SU : tayangan untuk Semua Umur.
- 2) Jenis Kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan
- 3) Status Sosial, menurut Lloyd Warner, kelas sosial dapat dibagi menjadi enam bagian, yaitu (Morissan, 2009:174) :
- a) Kelas atas atas (A+)
 - b) Kelas atas bagian bawah (A)
 - c) Kelas menengah atas (B+)
 - d) Kelas menengah bawah (B)
 - e) Kelas bawah bagian atas (C+)
 - f) Kelas bawah bagian bawah (C)

b. Bahasa Naskah

Naskah merupakan penjabaran ide dalam huruf-huruf atau bahan-bahan berita yang siap untuk diset. Bahasa naskah terkait dengan kata-kata yang digunakan dalam naskah, baik drama maupun nondrama. Bahasa naskah yang ditulis oleh penulis naskah perlu menjadi perhatian khusus, karena bahasa naskah yang tidak sesuai dengan target penonton bisa menjadi faktor kegagalan suatu program, sebagai contoh,

penggunaan istilah asing yang terlalu banyak pada program dengan target penonton kelas C (kelas bawah bagian bawah) akan membingungkan penonton dan akhirnya membuat penonton meninggalkan program bersangkutan.

c. Format Acara

Format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan target pemirsa acara tersebut.

d. *Punching Line*

Punching Line adalah kejutan-kejutan dalam dialog naskah dimainkan oleh para pemain yang sengaja dituliskan untuk menghentak perhatian penonton yang mulai jenuh dan bosan. Kejutan naskah dapat berupa komedi, celetukan, pertanyaan, tangisan, dan ungkapan peribahasa.

e. *Gimmick and Funfare*

Gimmick adalah trik-trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton dalam bentuk *sound effect*, musik ilustrasi, adegan *suspense* (tegang), mimik, ekspresi dan akting pemain, *jokes* (kelucuan), teknik editing dan penggerakan kamera. Sedangkan *Funfare* adalah puncak acara yang dimeriahkan dengan kegembiraan, kemewahan, keindahan, dan kebersamaan. Biasanya *funfare* diletakkan di akhir acara dimana seluruh pendukung acara naik ke panggung dan

bernyanyi bersama, namun bisa juga dipakai sebagai kemeriahan pembukaan acara.

f. *Clip Hanger*

Clip hanger adalah sebuah scene atau shot yang ditambahkan karena adegan terpaksa dihentikan oleh *commercial break* (iklan). *Clip hanger* digunakan untuk membuat penonton dengan membuat penonton penasaran pada apa yang akan terjadi selanjutnya sehingga penonton tidak pindah ke lain *channel*.

g. *Tune and Bumper*

Opening tune merupakan identitas pembuka acara dengan durasi 30 detik sampai 2,5 menit, dan *bumper* adalah identitas perantaraan acara dengan durasi 5 detik. Penggunaan *bumper* dikenal sebagai sebuah prinsip *The Golden 5 Seconds*. *Tune* dan *bumper* harus dibuat semenarik mungkin karena selalu diputar ulang setiap memulai ataupun mengakhiri tayangan dan paling sering dihafal oleh pemirsa.

h. Penataan Artistik

Penataan artistik atau sering disebut tata panggung pada suatu program juga menjadi identitas program. Tata artistik untuk setiap program tidak sama, hal ini karena tata artistik disesuaikan dengan referensi acara yang diproduksi. Selain itu penataan artistik juga menjadi panduan bagi kameramen dalam menentukan *blocking* pengambilan gambar.

i. *Music and Fashion*

Selain isi siaran, penonton juga senang memperhatikan *Wardrobe* dan *Make up* pengisi acara, juga musik yang menjadi ilustrasi program. “*without good music and up-date fashion, your program would not be watched by your targeted viewers*” (tanpa musik yang bagus dan fashion terkini, program anda tidak akan disaksikan oleh target penonton anda).

j. *Ritme dan Birama Acara*

Ibarat sebuah lagu, acara televisi harus mempunyai *Intro Refrain*, *Coda* dan *Improvisasi* yang dibungkus dalam sebuah aransemen musik. Sehingga dalam naskah drama maupun nondrama, setiap ketuk birama dan *ritme* acara dari awal hingga akhir harus sudah diperhitungkan, hal ini untuk menghindari kejenuhan penonton.

k. *Logo dan Music Track untuk ID Tune*

Sebuah program acara televisi harus mempunyai logo dan *music track* (musik untuk identitas acara) yang familiar bagi penonton. Logo acara yang baik adalah yang mudah diingat, dan *music track* yang baik adalah yang enak untuk dinikmati.

l. *General Rehearsal (GR)*

Yaitu latihan yang dilakukan sebelum syuting berlangsung. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi ketika produksi. Yang menjadi perhatian ketikan GR yaitu *camera blocking*, tata lampu, dan tata suara

m. Interactive Program

Yaitu suatu percakapan atau interaksi timbal balik dengan pemirsa di rumah. Selain digunakan untuk mengetahui minat pemirsa terhadap suatu tayangan, interaktif dengan pemirsa juga bermanfaat untuk pengembangan ide-ide kreatif acara selanjutnya. Dengan adanya interaktif dengan pemirsa, pemirsa akan merasa dilibatkan dan semakin tertarik pada program bersangkutan.

2.1.2. New Media

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media

dijadikan satu (Lievrouw, 2011). New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara *public* (Mondry, 2008: 13).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (*modern media/new media*).

Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0. (web two point-oh), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun kedalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai *platform* telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka alam semesta bagi pengguna media. Sedangkan metafora halaman web 1.0 hanya diperbolehkan untuk mengunduh informasi sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. *Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life* dan

situs jaringan sosial online lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya Web 2.0 adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn, 2009: 686).

Salah satu bagian dari *new media* adalah “*Network Society*”. “*Network society*” adalah formasi sosial yang berinfstruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006: 20).

Menurut R Cahyo Prabowo mengenai media baru/new media/media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca/khalayaknya. Media baru/new media/ media online sangat berbeda jauh dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain-lain. Jangan di samakan dengan media konvensional (<http://media.kompasiana.com>).

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998: 110). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan *image* sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya *provider* dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

Menurut Septiawan Santana Kurnia dalam bukunya *Jurnalisme Kontemporer*, internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak – pihak yang berkomunikasi, kapasitas *storage* dan fasilitas megakses informasi, densitas (kepekaa atau kepadatan) da kekayaan arus – arus informasi, jumlah fungsionalitas atau itelijen yang dapat ditransfer. Jadi meurut santana titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada esensinya sebagai sebuah medium (Setiyani, 2013: 5).

Jelas *new media* (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimana pun berada bersama media baru (*new media*/media online). Media *online*/media baru (*New Media*) masuk ke dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas lewat media *online* / Media Baru (*New Media*).

Internet merupakan salah satu teknologi komunikasi baru juga memiliki kemampuan untuk membantu kita memilih dan mengatur informasi yang kita inginkan atau perlukan dengan lebih efisien. Secara garis besar, internet jauh lebih luwes dalam menjembatani waktu dan jarak dibandingkan media-media yang sudah ada terlebih dahulu. Sebagai media komunikasi, internet mempunyai peranan penting sebagai alat (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*message*) dari komunikator/penyalur pesan (*source*) kepada komunikan/penerima pesan (*receiver*). Sifat dari internet sebagai media komunikasi adalah transaksional, dalam artian terdapat interaksi antar individu secara intensif (terus-menerus) dan ada umpan balik (*feedback*) dari antar individu dalam setiap interaksi tersebut. Selain itu, terdapat partisipasi antar individu dengan mempertimbangkan untung/rugi dalam setiap interaksi.

Internet juga dianggap memiliki kapasitas besar sebagai media baru. Tidak hanya memperkecil jarak dalam mengkomunikasikan pesan, teknologi komputer dan internet juga telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bias memfasilitasi taransmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia (Bagdakian, 2004: 114). Menurut Bagdakian, duplikasi dan penyebaran matri dari Internet ini bisa mencapai jangkauan yang sangat luas. Satu orang khalayak bisa mengunduh kemudian menyebarkannya pada orang-orang dalam jaringan pertemanan atau jaringan kerjanya. Kemudian pihak yang mendapatkan sebaran itu bisa menyebarkannya lagi pada orang-orang dalam jaringannya, dan seterusnya.

2.1.2.1. Website

Website secara terminologi, *website* adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas-berkas gambar, video, atau jenis lainnya. Sebuah *website* biasanya ditempatkan setidaknya pada sebuah server *web* yang dapat diakses melalui jaringan internet, ataupun jaringan wilayah lokal (LAN) melalui alamat internet yang dikenali sebagai URL. (Dipanegara,2011 : 1) (Arya Dipanegara, 2011: 1).

Website adalah halaman dalam sebuah *web*, umumnya memuat dokumen HTML (*Hyper Text Mark-Up Languange*) dan dapat berisi sejumlah foto atau gambar grafis, music, teks, bahkan gambar bergerak (Andi, 2002: 504).

Informasi dalam *World wide web* ditampilkan dalam halaman web (website) anda dapat ,menggunakan teknologi *client-side*. Halaman web ini berisi informasi yang sangat bervariasi meliputi : *text line* atau daftar, form untuk menangkap data, table untuk menampilkan data, script untuk menampilkan fungsi, mutu media beserta halaman animasi (Deddy Mulyana, 2003: 8).

Website merupakan fasilitas paling populer karena menawarkan alamat-alamat lain di internet secara langsung melalui link-link yang telah disediakan. *Web* dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program *browser* dan dengan menyambungkan komputer pada internet (Rachmat Kriyanono, 2008: 253 – 254).

Rachmat Kriyantono menyatakan, terdapat empat keunggulan perusahaan memiliki alamat *web*, yaitu:

1. Lebih berorientasi konsumen dan responsive
2. Lebih Informatif
3. Lebih canggih dan berteknologi tinggi
4. Lebih dekat dengan pasar intelektual dan “kaum muda”. (Rachmat Kriyanono, 2008: 255).

2.1.2.2. Web Series

Web series adalah salah satu bentuk tontonan internet. Istilah *web series* juga dikenal sebagai *web episode*. Konsep web series ini mirip dengan program acara televisi namun dengan durasi tayang yang relatif

pendek, sekitar 5 – 15 menit. Format acaranya bisa bermacam-macam, seperti sinetron atau FTV (Film Televisi), talkshow, tips dan trik, tutorial, berita maupun serial *video blog/vlog*. Suatu *web series* biasanya terbagi dalam episode-episode dimana waktu penayangannya atau lebih tepatnya upload, biasanya mengikuti pola yang ada di televisi. Episode baru akan muncul sekali seminggu, tiap hari Senin. Namun patokan itu tidak selalu baku, bisa saja berubah tergantung dari situasi kondisi yang terjadi di lapangan, misalkan ada kendala.

Penonton dapat mengakses *web series* melalui internet dengan menggunakan komputer, baik desktop maupun laptop, dan juga telepon seluler. *Web series* ini merupakan suatu produk atau bagian dari televisi web, suatu bentuk media teknologi informasi baru. Umumnya orang mengunggah atau menampilkan *web series* di situs penyedia layanan *video streaming*, seperti *Youtube* atau *Vimeo*. Keuntungan yang diberikan situs semacam ini adalah diberikannya akun khusus yang dinamakan *channel*, seperti halnya sebuah *channel* televisi eksklusif.

2.1.2.3. Web Series Jalan - Jalan Men

Jalan-Jalan Men adalah sebuah *web series* atau *travel series* pertama keliling Indonesia yang ada pada *website* malesbanget.com dan dibawakan oleh Jebraw dan Naya Anindita. Ciri khas dari acara ini adalah sifat spontan dari Jebraw di setiap episode dengan gaya remaja masa kini yang memberikan informasi mengenai destinasi tempat yang

didatangi serta informasi budaya Indonesia didalamnya. Jebraw juga selalu bernyanyi secara spontan menggunakan gitar ukulele miliknya untuk menggambarkan keindahan Indonesia. Mereka selalu menggunakan kata *pecah* yang merupakan slang dari *seru* atau *asik*. Selain itu, Jebraw juga selalu digambarkan mengejar cinta Naya. Namun Naya hanya menganggap Jebraw sebagai teman seperjalanan yang seru.

Gambar 2.1

Gambar Logo Web Series Jalan – Jalan Men



Sumber www.jalan2men.com

Struktur tim didalam *web series* Jalan - Jalan Men meliputi Produser (C. Sugiono), Sutradara/Penulis/*cameraman* (Andra Fembriarto), *host* (Petra “Jebraw” Gabriel M. Dan Anaya Anindita), perekam suara (Ade Darmawan), Tim Epic (Galih Nugraha, Febian Nurrachman), gambar terbang (Rendy), perekam dibalik layar (Dwi Arya), Penyuntin offline (Dauz), penyunting online (Erry Aprilian dan Denny R.), penata suara (Sarah Benita), musik (Yudhi Arfani dan Heyrald Reynaldo), Grafis dan animasi (Raymond Malvin, Reshan, Putri Prunamasari). Dalam season pertama menceritakan saat Jebraw

mengunjungi restoran, ia mendengarkan dua orang sedang berbicara tentang adanya dinosaurus di Yogyakarta. Hal ini membuat Jebraw mengajak Naya untuk membuktikan hal tersebut. Season pertama ini terdiri dari empat episode yaitu:

1. Yogyakarta episode 1 : berangkat dari Jakarta, turun di Bandar Udara Adi Sutjipto, makan gudeg, mengunjungi beberapa tempat bersejarah seperti Taman sari dan Candi Ratu Boko
2. Yogyakarta episode 2 : mengunjungi Alun-Alun Kidul, menuju Desa Bejiharjo untuk menelusuri keindahan pemandangan alam disana
3. Yogyakarta episode 3 : mengunjungi Candi Borobudur untuk mengetahui kegiatan yang ada disana seperti kegiatan beribadah umat budha, serta memperlihatkan pemandangan alam yang indah di Cand Borobudur serta pemandangan beberapa ukiran ukiran batu yang ada di Candi Borobudur tersebut.
4. Yogyakarta episode 4 : berkeliling Kota Yogyakarta dan menemukan dinosaurus di Taman Pintar, mengumngkapkan asal usul mengapa kota Yogyakarta itu merupakan kota terpelajar.

Di season 2 ini, Naya menantang Jebraw untuk bersama-sama mencari harta karun Indonesia. Harta karun yang dimaksud adalah destinasi wisata Indonesia dan budaya didalamnya yang dimiliki Indonesia. Season ini terdiri dari empat episode :

1. Episode Bandung

2. Episode Medan
3. Episode Aceh
4. Episode Pulau Weh

Dalam season 3 ini bercerita mengenai Jebraw bermimpi bahwa Naya akan diculik oleh alien. Maka dari itu Jebraw lalu mengajak Naya mencari pencerahan ke Jawa Timur. Season ini terdiri dari empat episode :

1. Episode Malang
2. Episode Kota Batu
3. Episode Bromo
4. Episode Surabaya dan Madura

Lalu dalam season 4, jalan – jalan men memperlihatkan keindahan Indonesia bagian timur. Perjalanan jalan – jalan men di Indonesia bagian timur memperlihatkan bagaimana kegiatan masyarakat yang berada disana dengan budayanya masing masing, tanpa melupakan untuk menyoroti keindahan pemandangan alam yang ada di sana :

1. Episode Bali 1
2. Episode Bali 2
3. Episode Labuhan Bajo
4. Episode Wae Rebo 1
5. Episode Wae Rebo 2
6. Episode Komodo 1

7. Episode Komodo 2

Jalan – jalan men season ke 5 ini lebih *mengeksplor*e budaya khas daerah di daerah Jawa Barat:

1. Episode Gunung Padang
2. Episode Tana Kita
3. Episode Pelabuhan Ratu
4. Episode Garut
5. Episode Cipta Gelar
6. Episode Batu Karas
7. Episode Green Canyon

Jalan – jalan men season ke 6 ini lebih *mengeksplor*e budaya khas daerah di daerah Indonesia Timur:

1. Episode Bali
2. Episode Gili Trawangan
3. Episode Pulau Moyo
4. Episode Pantai Lackey
5. Episode Sembalun

(www.jalan2men.com: 2015)

2.1.3. Budaya Indonesia

Budaya Indonesia adalah seluruh kebudayaan nasional, kebudayaan lokal, maupun kebudayaan asal asing yang telah ada di Indonesia sebelum Indonesia merdeka pada tahun 1945. Istilah kebudayaan merupakan

tejemahan dari istilah *culture* dari bahasa Inggris. Kata *culture* berasal dari bahasa latin *colore* yang berarti mengolah, mengerjakan, menunjuk pada pengolahan tanah, perawatan dan pengembangan tanaman dan ternak. Upaya untuk mengolah dan mengembangkan tanaman dan tanah inilah yang selanjutnya dipahami sebagai *culture*.

Sementara itu, kata kebudayaan berasal dari bahasa sansekerta, *buddhayah* yang merupakan bentuk jamak dari kata buddhi. Kata buddhi berarti budi dan akal. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan kebudayaan sebagai hasil kegiatan dan penciptaan batin (akal budaya) manusia seperti kepercayaan, kesenian, dan adat – istiadat. E.B. Taylor mendefinisikan kebudayaan sebagai hal yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat-istiadat, kebiasaan serta kemampuan-kemampuan lain yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat. Menurut Koentjaraningrat kebudayaan adalah keseluruhan ide-ide, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, 1985). Definisi lebih singkat terdapat pada pendapat Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi, menurut mereka kebudayaan adalah semua hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat (Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi, 1964).

Bila disimak lebih seksama, definisi Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi lebih menekankan pada aspek hasil material an kebudayaan. Sementara Koentjaraningrat menekankan dua aspek kebudayaan yaitu abstrak (non material) dan konkret (material. Pada definisi Koentjaraningrat, tampak

bahwa kebudayaan merupakan suatu proses hubungan manusia dengan alam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya baik jasmaniah maupun rohaniah. Dalam proses tersebut manusia berusaha mengatasi permasalahan dan tantangan yang ada dihadapannya.

Terlepas dari perbedaan yang ada di antara pendapat di atas. Tampak bahwa belajar merupakan unsur penting dari pengertian kebudayaan. Seperti terlihat pula pada definisi kebudayaan menurut Kroeber. Menurutnya, kebudayaan adalah keseluruhan realisasi gerak, kebiasaan, tata cara, gagasan, dan nilai-nilai yang dipelajari dan diwariskan, serta perilaku yang ditimbulkannya.

a. Unsur Kebudayaan

Koentjaraningrat menyebutkan ada tujuh unsur-unsur kebudayaan. Ia menyebutnya sebagai isi pokok kebudayaan. Ketujuh unsur kebudayaan universal tersebut adalah : (Koentjaraningrat, 1985)

1. Sistem peralatan dan perlengkapan hidup,
2. Sistem mata pencaharian hidup
3. Sistem kemasyarakatan
4. Bahasa
5. Kesenian
6. Sistem Pengetahuan
7. Sistem Religi

Pada jaman *modern* seperti ini budaya asli negara kita memang sudah mulai memudar, faktor dari budaya luar memang sangat mempengaruhi pertumbuhan kehidupan di negara kita ini. Contohnya saja anak muda jaman sekarang, mereka sangat antusias dan *up to date* untuk mengetahui juga mengikuti perkembangan kehidupan budaya luar negeri. Sebenarnya bukan hanya orang-orang tua saja yang harus mengenalkan dan melestarikan kebudayaan asli negara kita tetapi juga para anak muda harus senang dan mencintai kebudayaan asli negara sendiri. Banyak faktor juga yang menjelaskan soal 7 unsur budaya universal yaitu :

a. Sistem Teknologi dan Peralatan

Teknologi semakin lama semakin luas. Karena makin banyaknya masyarakat yang hidup *modern*. Teknologi sangat diperlukan akan tetapi tidak untuk melakukan perbuatan yang melanggar norma-norma yang berlaku. Sekarang banyak yang menyalah gunakan alat teknologi khususnya internet. Tidak sedikit masyarakat yang tertipu atau melakukan perbuatan asusila dengan internet. Hal tersebut harus kita perhatikan. Jangan sampai kebudayaan kita menjadi *minus* di mata negara lain. contoh lainnya dari sistem teknologi dan peralatan adalah peralatan kantor, rumah tangga, pertanian, nelayan, tukang kayu, peralatan ibadah dan sebagainya lagi. Unsur kebudayaan secara universal sangat beragam. Kita bisa pelajari dengan baik maka akan dapat banyak sekali pengetahuan yang sangat bermanfaat.

b. Sistem Mata Pencaharian Hidup

Mata pencaharian sangat diperlukan untuk setiap masyarakat karena bermanfaat untuk memenuhi kehidupan manusia. Misalnya kaum pegawai/karyawan, kaum, petani, nelayan, pedagang, buruh dan seterusnya. Hal tersebut merupakan mata pencaharian yang harus kita tekuni. Contohnya masyarakat yang hidup dipesisir pantai lebih banyak bermata pencaharian sebagai nelayan atau masyarakat yang hidup di perkotaan lebih banyak bermata pencaharian sebagai pegawai kantor.

c. Sistem dan Organisasi Kemasyarakatan

Kebudayaan di Indonesia beragam sangat banyak. Terdapat masyarakat Jawa, Sunda, Batak, Bugis dsb. Dari macam-macam kebudayaan tersebut, perlu ditanamkan nilai-nilai kemanusiaan yaitu membiasakan *bergaul* dengan kebudayaan yang lain. Dan saling berinteraksi dengan rukun. Di Indonesia banyak terdapat kebudayaan yang harus di lestarikan bersama. Jangan kita saling bersaing untuk kepentingan pribadi dengan kebudayaan lain, karena itu sama saja kita memecah belahkan kebudayaan yang sudah ditanam oleh leluhur sebelumnya.

d. Bahasa

Kebudayaan yang beragam sangat berpengaruh pada bahasa yang dipakainya. Contohnya bahasa Inggris, Jerman, Italia, Sunda, Jawa, dsb. Dari banyak bahasa tersebut kita dapat mempelajarinya untuk pengetahuan yang lebih luas. Tidak hanya bahasa yang dipelajari berasal dari bahasa luar negeri saja, tetapi bahasa dari negeri Indonesia pun perlu kita pelajari untuk melestarikan kebudayaan yang ada di Indonesia.

e. Kesenian

Salah satu ciri khas dari kebudayaan adalah kesenian. Banyak hal yang bisa kita pelajari mengenai kesenian. Misalnya seni sastra, lukis, musik, tari, drama, kriadan lain sebagainya. Hal tersebut bagian dari khas yang dimiliki setiap daerah maupun setiap negara. Misalnya untuk kesenian musik. Kita bisa mengetahui dan mencari musik yang khas dari setiap daerah maupun negara. Contohnya lagu-lagu daerah ampar-ampar pisang yang berasal dari Kalimantan Selatan yang menjadi ciri khas dari daerah tersebut.

f. Sistem Pengetahuan

Ada banyak sistem pengetahuan misalnya pertanian, perbintangan, perdagangan/bisnis, hukum dan perundang-undangan, pemerintahan/politik dsb. Hal tersebut juga bagian dari kebudayaan. Kita wajib mempelajarinya karena dengan adanya sistem pengetahuan

kita menjadi tahu dunia luar dan sangat bermanfaat untuk kehidupan karena berpengaruh pada pekerjaan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tidak perlu semua kita pelajari cukup beberapa saja kita kuasai, maka akan banyak informasi yang kita dapat.

g. Sistem Upacara Keagamaan

Setiap kebudayaan terdapat kepercayaan yang dianut. Kepercayaan yang dianut di Indonesia ada 5, yaitu Islam, Kristen protestan, Katolik, Hindu dan Budha. Dari kelima agama tersebut terdapat upacara keagamaan yang berbeda-beda. Akan tetapi untuk masyarakat yang tinggal di kota upacara keagamaan sepertinya sudah tidak dilaksanakan lagi kecuali dalam hal-hal tertentu saja. Sedangkan masyarakat yang tinggal di desa masih banyak yang melaksanakan upacara keagamaan tersebut.

Dalam (Denis McQuail's, 2011: 122), James Carey (1975) mengajukan alternatif terhadap pandangan dominan atas komunikasi sebagai penyiaran dalam bentuk model '*ritual*', dan ia juga mendukung pendekatan komunikasi dan masyarakat di mana budaya diberikan tempat yang lebih utama. 'Kehidupan sosial lebih dari sekadar kekuasaan dan perdagangan, termasuk juga di dalamnya berbagi pengalaman estetika, ideagama, nilai pribadi dan perasaan, serta pendapat intelektual sebuah tatanan ritual' (Carey, 1988: 34). Oleh karena itu ia mendefinisikan komunikasi sebagai 'sebuah proses

simbolik di mana realitas diproduksi, dipelihara, diperbaiki dan diubah'. (1988: 23).

Untuk menelaah lebih lanjut pernyataan mengenai hubungan antara komunikasi massa dan budaya dalam hal ini, kita perlu lebih tepat mengenai apa yang menjadi objek studi itu sendiri. Hal ini menjadi sulit, karena banyak pengertian 'budaya' itu sendiri yang digunakan yang mencerminkan kerumitan dari fenomena ini. Budaya didefinisikan oleh Carey sebagai proses, tetapi dapat juga merujuk pada atribut bersama atau cara hidup. budaya juga merujuk pada teks dan artefak simbolik (misalnya karya seni dan arsitektur) yang dilambangkan dengan makna tertentu dan untuk orang – orang dengan ciri – ciri budaya tertentu pula (Denis McQuail's, 2011: 122).

Tidak mungkin memberikan definisi yang pasti kepada budaya. Karena, istilah ini mencakup begitu banyak hal dan penggunaannya sangat beragam. Akan tetapi, jika kita menyarikan *point* inti dari berbagai penggunaan yang berbedaini, terasa bahwa budaya harus memiliki semua karakteristik berikut, yaitu suatu yang sifatnya kolektif dan dibagi bersama orang lain (tidak adanya budaya individu murni). Budaya harus memiliki bentuk ekspresi simbolik, baik disengaja maupun tidak . Budaya juga memiliki pola, tatanan, atau kebiasaan, dan karenanya memiliki dimensi evaluasi (meskipun hanya tingkat kesamaan dengan pola budaya yang telah ditentukan). Terdapat kesinambungan yang dinamis dari waktu ke waktu (budaya hidup dan berubah, memiliki sejarah dan berpotensi memiliki masa depan). Barangkali

karakter paling umum dan penting dari budaya adalah komunikasi karena budaya tidak dapat berkembang, bertahan, meluas, dan sukses tanpa komunikasi. Akhirnya, untuk mempelajari budaya kita perlu untuk dapat mengenali dan menemukannya, pada intinya terdapat tiga tempat untuk mencarinya didalam masyarakat, dalam benda – benda (teks, artefak), dan dalam praktik manusia (perilaku sosial yang terpola). Ciri – ciri utama ini dirangkum dalam, (Denis McQuail's, 2011: 123) :

- a. Dibentuk dan dipraktekan secara kolektif
- b. Terbuka kepada ekspresi simbolik
- c. Tertata dan dinilai secara berbeda – beda
- d. Memiliki pola yang sistematis
- e. Dinamis dan berubah – ubah
- f. Memiliki batas keruangan
- g. Dikomunikasikan dari waktu ke waktu dan dimana – mana

Terdapat beberapa efek yang nyata untuk studi komunikasi massa karena segala aspek produksi dan penggunaan media massa memiliki dimensi budaya. Kita dapat berfokus pada orang sebagai produsen teks media yang bermakna budaya, atau sebagai pembaca teks yang mengambil makna budaya dengan dampak bagi keseluruhan kehidupan sosial. Kita dapat berfokus pada teks dan artefak itu sendiri (film, buku, surat kabar, artikel) dan kepada bentuk simbolik serta makna yang mungkin ada. Kita dapat mempelajari praktik pembuatan produk media atau fokus pada penggunaan media. Komposisi dan

perilaku khalayak media (praktik disekelilingpilihan dan penggunaan media) selalu terpola secara budaya, sebelum, sesudah dan selama pengalaman dengan media. (Denis McQuail's, 2011: 123)

2.1.4. Teori Media Normatif

Wilayah budaya tidak mudah dijelaskan atau dipisahkan dari wilayah sosial, tetapi dalam hal ini umumnya merujuk pada konten simbolik yang disebarkan. Teori media normatif biasanya dikaitkan dengan masalah 'kualitas' budaya (dari konten media) atau dengan 'keaslian' dalam hubungannya dengan pengalaman kehidupan nyata. Subsidi dari ranah budaya untuk tujuan saat ini atas representasi dalam kerangka normatif mengikuti jalur yang sama yang berlaku di wilayah sosial, antara budaya mapan dan dominan dan serangkaian kemungkinan alternatif atau sub kultural. Pada praktiknya yang pertama melihatkan pandangan budaya yang hierarkis menurut nilai budaya dan artefak yang 'disebabkan oleh lembaga budaya yang mapan, relatif akan dibandingkan secara lebih istimewa dengan nilai dan bentuk budaya 'alternatif'. (Denis McQuail's, 2011: 228)

Teori Media Normatif sering kali dinyatakan dalam kebijakan budaya yang luas yang dapat mendukung berbagai jenis kualitas budaya di media massa. Pertama teori ini sering melindungi warisan budaya 'sah' dari bangsa atau masyarakat, terutama dalam pendidikan dan ilmu pengetahuan, seni dan literatur. Kedua teori ini mendukung varian kelompok regional, lokal atau kelompok minoritas dari ekspresi budaya berdasarkan keaslian, identitas dan

alasan – alasan positif. Ketiga, beberapa teori menjelaskan mengenai kesamaan hak semua ekspresi dan selera budaya, termasuk ‘budaya populer’ (Denis McQuail’s, 2011: 228).

Walaupun terdapat diskusi yang panas mengenai kemungkinan tanggung jawab budaya dari media massa, terdapat sedikit sekali persetujuan mengenai apa yang harus dilakukan teradapnya, dan kurang adanya tindakan yang jelas. Prinsip kualitas budaya merupakan hal yang semakin diinginkan, tetapi jarang dipaksa untuk dilakukan. Jarang sekali terdapat konsensus mengenai kriteria kualitas budaya mengenai tindakan yang dapat dilakukan. Meskipun demikian, kita dapat mengidentifikasi prinsip – prinsip yang paling sering muncul sebagai berikut, :

1. Konten media harus mencerminkan dan mengekspresikan bahasa dan budaya kontemporer (artefak dan cara hidup) dari orang – orang yang dilayani media (secara nasional, regional, dan lokal), konten tersebut harus relevan dengan pengalaman sosial yang ada.
2. Beberapa prioritas harus diberikan kepada peranan mendidik dari media dan ekspresi serta keberlanjutan dari warisan budaya negara yang terbaik.
3. Media harus mendorong kreatifitas budaya dan orisinalitas serta produksi pekerjaan yang berkualitas tinggi (menurut kriteria estetika, moral, intelektual dan pekerjaan)

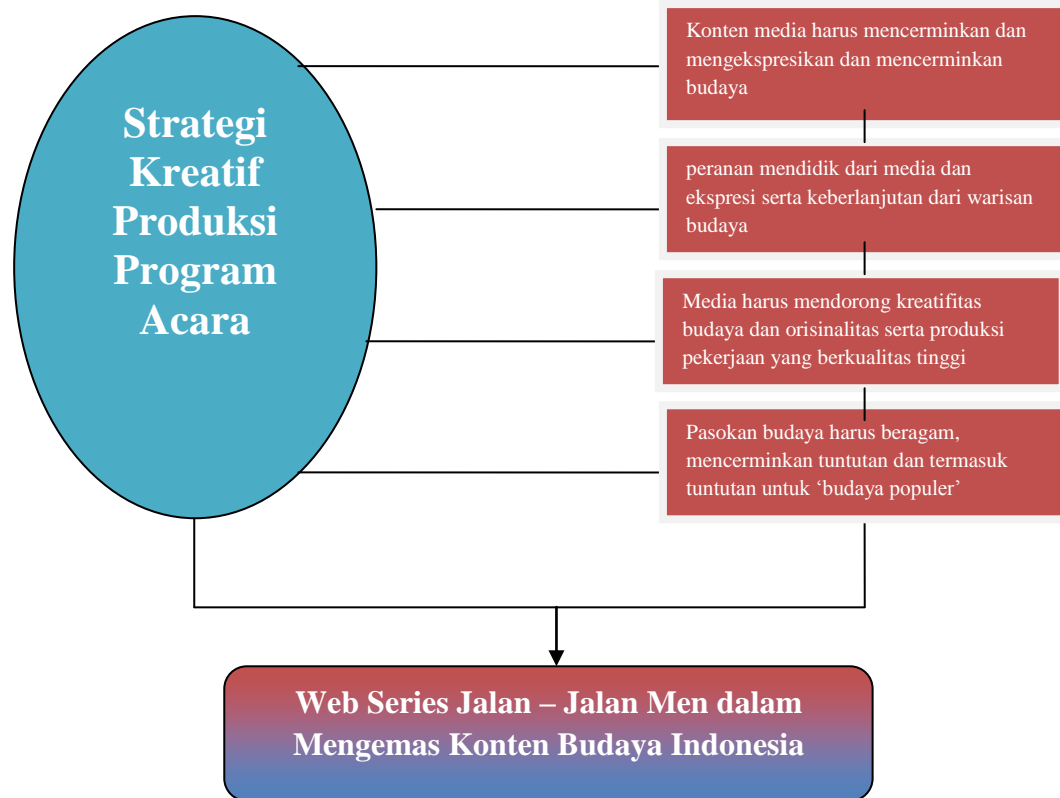
4. Pasokan budaya harus beragam, mencerminkan tuntutan dan termasuk tuntutan untuk ‘budaya populer’ dan hiburan (Denis McQuail’s, 2011: 229).

2.2. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam Sugiyono (2009:92) merupakan suatu hal yang penting untuk memberikan arah bagi peneliti dalam proses penelitiannya. Maksud dari kerangka berpikir adalah upaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan diterima secara akal. Penelitian ini menggunakan strategi kreatif program acara yang ada dalam buku Naratama untuk menjelaskan proses kreatif yang dibuat oleh *web series* Jalan – Jalan Men. Proses kreatif ini dimulai dengan melakukan analisis strategi kreatif dengan memasukan elmen – elmen yang tertera pada strategi tersebut. Lalu setelah itu melihat keterpaduan strategi kreatif program acara tersebut dengan 4 prinsip kualitas budaya pada teori media normatif dalam mendeskripsikan kemasan konten budaya Indonesia yang dibuat oleh *web series* Jalan – Jalan Men. Dibawah ini merupakan kerangka berfikir srategi kreatif sutradara jalan – jalan men dalam mengemas konten budaya Indonesia :

Gambar 2.2

Gambar Kerangka Berpikir



2.3. Penelitian Sebelumnya

Sebelum mengadakan suatu penelitian untuk penyusunan skripsi ini, maka langkah awal penulis tempuh adalah dengan mengadakan tinjauan pustaka terlebih dahulu melalui beberapa hasil penelitian yang membahas tentang strategi kreatif, Peneliti melakukan peninjauan terhadap penelitian yang telah ada sebelumnya untuk menghindari kesamaan penelitian, sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Doddy Afrianto, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul

“Strategi Kreatif Program Acara Anak (Studi deskriptif tentang strategi kreatif program acara pendidikan anak Multi Talenta “MT” di RBTV Yogyakarta” tahun 2009. Dalam skripsi tersebut dibahas tentang bagaimana strategi program acara tersebut dalam mempertahankan keberadaannya. Di mana metode penelitian yang diambil adalah deskriptif kualitatif dengan objek penelitiannya adalah strategi kreatif program program acara anak Multi Talenta dan subjek penelitiannya adalah tim kreatif dari *Production House* (PH) Puspadanta, karena acara ini merupakan kerjasama antara RBTV dengan PH Puspadanta. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, didapatkan kesimpulan bahwa dalam mempertahankan keberadaan program acara anak tersebut yaitu melalui sosok presenternya yang masih anak-anak, dan narasumbernya yang selalu berganti setiap episodenya, karena dulu narasumbernya adalah narasumber tetap, hanya 1, yaitu Eny Esyta Kolopaking.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rico Delta Yudha, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul “Strategi Kreatif Program Acara Langenswara di Jogja TV” tahun 2011. Dalam skripsi tersebut membahas tentang bagaimana strategi produser dalam mempertahankan eksistensi program agar tidak kalah saing dengan program lain. Metode penelitian yang dipakai adalah deskriptif kualitatif, di mana objek penelitiannya adalah Langenswara di Jogja TV sebagai program acara televisi Jogja TV dan subjek penelitiannya adalah

produser, tim kreatif, dan penanggung jawab acara. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, didapatkan kesimpulan bahwa dalam mempertahankan eksistensi program Langenswara yaitu melalui konten/isi dengan selalu meng-*update* lagu-lagu campursari dan informasi seputar Yogyakarta.

Membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya – sebelumnya adalah jika dalam penelitian sebelumnya lebih terfokus pada strategi kreatif program televisi, maka pada penelitian ini akan penulis paparkan secara rinci strategi kreatif sutradara pada webseris berdasarkan proses produks

Tabel 2.1

Penelitian Sebelumnya

Peneliti	Doddy Afrianto	Rico Delta Yudha	Diah Fitri Pratiwi
Judul	Strategi Kreatif Program Acara Anak (Studi deskriptif tentang strategi kreatif program acara pendidikan anak Multi Talenta “MT” di RBTV Yogyakarta	Strategi Kreatif Program Acara Langenswara di Jogja TV	Strategi Kreatif Sutradara <i>Web series</i> Jalan – Jalan Men dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia
Tahun	2009	2011	2016
Tujuan	Mengetahui strategi produser dalam program acara pendidikan anak Multi Talenta di RBTV Yogyakarta	Mengetahui strategi produser dalam mempertahankan eksistensi program agar tidak kalah saing dengan program lain	Mengetahui Strategi Sutradara <i>web series</i> jalan – jalan men dalam mengemas konten budaya Indonesia
Metode	Deskriptif Kualitatif	Deskriptif Kualitatif	Deskriptif Kualitatif
Hasil Penelitian	mempertahankan keberadaan program acara anak tersebut yaitu melalui sosok presenternya yang masih anak-anak, dan narasumbernya yang selalu berganti setiap episodenya, karena dulu narasumbernya adalah narasumber tetap, hanya 1, yaitu Eny Esysa Kolopaking	mempertahankan eksistensi program Langenswara yaitu melalui konten/isi dengan selalu meng- <i>update</i> lagu-lagu campursari dan informasi seputar Yogyakarta.	Jalan – Jalan Men mengemas konten budaya Indonesia didalamnya itu dengan memperhatikan elemen – elemen strategi kreatif program acara dan dengan memperhatikan kreatifitas, originalitas, dan profesionalitas dalam membuat tayangan yang berisi konten yang mendidik

			khususnya konten budaya Indonesia yang berkualitas tinggi.
Perbedaan	Penelitian Doddy strategi kreatif program program acara anak Multi Talenta dan subjek penelitiannya adalah tim kreatif dari <i>Production House (PH) Puspadanta</i>	Penelitian Rico tentang strategi kreatif produser program televisi	Penelitian Diah Fitri Pratiwi meneliti tentang Strategi kreatif sutradara <i>web series</i>
Sumber	Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Sumber : Catatan Peneliti, April 2016

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data-data tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan kualitatif memandang bahwa makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari pengalaman seseorang dalam kehidupan sosialnya bersama orang lain (Bungin, 2009).

Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. Tujuan penelitian kualitatif ini adalah untuk memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit diketahui atau dipahami (Moleong, 2004: 3).

Penelitian kualitatif itu berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif, mengandalkan analisis data secara induktif, mengarahkan sasaran penelitiannya pada usaha menemukan teori dari dasar, bersifat deskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil, membatasi studi dengan fokus, memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data, rancangan penelitiannya bersifat sementara, dan hasil penelitiannya disepakati oleh kedua belah pihak: peneliti dan subjek penelitian (Moleong, 2004: 27).

Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut mementingkan proses dibandingkan dengan akhir hasil oleh karena itu urutan kegiatan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara *holistik* (utuh).

1. Penelitian kualitatif melakukan penelitian pada latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan.
2. Peneliti sendiri atau dengan bantuan orang merupakan alat pengumpul data utama. Karenanya dalam penelitian ini peneliti sendiri yang melakukan wawancara dengan informan. Pengetikan dan analisa data pun peneliti lakukan sendiri karena penelitalah yang paling mengerti konteks pengumpulan data saat wawancara berlangsung.
3. Analisis data dilakukan secara induktif, yakni dengan mengumpulkan fakta-fakta yang ada dilapangan untuk kemudian menarik suatu kesimpulan dari fakta-fakta yang ada. Analisis data pun dilakukan secara induktif, seiring dengan perkembangan tahap penelitian.
4. Data yang dikumpulkan deskriptif berupa kata-kata, karenanya laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan hasil wawancara untuk memberi gambaran penyajian laporan. Data berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan dan buku harian yang ditulis oleh informan. Dalam pengumpulan data peneliti selalu bertanya

‘mengapa’ guna mempertajam jawaban wawancara yang diberikan informan.

5. Desain penelitian bersifat sementara yang dalam proses penyusunannya terus menerus mengalami perubahan berkaitan dengan fakta-fakta baru yang muncul di lapangan yang tidak diperkirakan sebelumnya sehingga menuntut adanya perubahan dalam desain penelitian. Misalnya munculnya suatu fakta baru di lapangan yang menuntut penambahan teori yang digunakan.
6. Penelitian ini menghendaki agar pengertian dan hasil interpretasi yang diperoleh dirundingkan dan disepakati bersama. Karenanya peneliti selalu mengkonfirmasi hasil wawancara dengan informan. Hasil interpretasi kemudian akan didiskusikan dengan informan agar pemahaman yang peneliti peroleh memang sesuai dengan keadaan di lapangan

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui secara mendalam bagaimana informan memahami realitas dan mengkonstruksikan realitas terkait strategi kreatif *web series* jalan – jalan men dalam mengemas konten budaya Indonesia.

3.2. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan sesuai dengan metode penelitian kualitatif, yaitu paradigma *post positivisme* yang dikemukakan oleh Frankfurt. Paradigma ini memiliki sisi etis yang jelas, dengan keinginan untuk melakukan

suatu perubahan terhadap kenyataan sosial dan mengajukan saran – saran normatif mengenai arah yang harus ditempuh untuk perubahan tersebut.

Begitu pula dalam penelitian ini, pada paradigma ini, penelitian ini mencoba untuk mendeskripsikan strategi kreatif *web series* Jalan – Jalan Men dengan memperhatikan aspek situasi yang terjadi pada produksi *web series* Jalan – Jalan Men, pengalaman serta ide sutradara dan semua crew dalam mengemas konten budaya Indonesia. Pada akhirnya penelitian ini dimaksudkan untuk dapat memberikan gambaran mengenai strategi kreatif *web series* Jalan – Jalan Men yang belum diterapkan oleh tayangan – tayangan sejenis yang lainnya di media massa sebagai strategi untuk mendapatkan tujuannya, maka saran – saran yang bermanfaat juga dapat diberikan demi kemajuan *web series* Jalan – Jalan Men.

3.3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan berlangsung di PT MBDC Media (malesbanget.com & kamusslang.com) Grand Wijaya Center Blok C No. 2 Jl. Wijaya 2, Kebayoran Baru Jakarta Selatan, Kode Pos 12160 DKI Jakarta Indonesia Telp: (+62)21 7255 434.

3.4. Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu untuk mendapatkan gambaran tentang bagaimana strategi kreatif *web series* jalan – jalan men dalam mengemas konten budaya Indonesia. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Suryabrata, 1983: 19).

Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses- proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena (Nazir. Moh, 2003: 54 – 55).

Berdasarkan sifat penelitian deskriptif, data yang di kumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan begitu laporan penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Lexy J Moleong, 2004: 11).

3.5. Informan dan Metode Pemilihan Informan

Peneliti memilih informan secara *purposive*, yaitu memilih orang-orang dengan kriteria tertentu sebagai subjek. *Purposive* didefinisikan sebagai sebuah metode pemilihan dengan tujuan tertentu, untuk mendeskripsikan suatu gejala sosial, atau masalah tertentu (Koentjaraningrat, 1985: 89).

Penentuan informan ini berdasarkan pada kriteria yang dibuat penulis yakni:

1. Informan adalah orang atau lembaga yang memiliki wewenang terhadap pengembangan konten tayangan web series jalan – jalan men.
2. Informan adalah orang atau kelompok yang menjalani serangkaian proses kreatif konten jalan – jalan men.

3. Informan adalah orang, kelompok yang memiliki kepentingan khusus terhadap strategi kreatif pada setiap konten di tayangan web series jalan – jalan men.

Informan yang dicari dalam penelitian ini adalah mereka yang terlibat secara langsung atas ide kreatif produksi tayangan web series Jalan – Jalan Men yaitu Sutradara, Serta Informan yang terlibat memiliki kepentingan langsung atas atas ide kreatif produksi tayangan web series Jalan – Jalan Men untuk memperlihatkan keberhasilan dari strategi tersebut, yaitu penonton tayangan web series Jalan – Jalan Men dan budayawan.

Dari syarat-syarat di atas maka informan dalam penelitian ini adalah :

- a. Sutradara

Sutradara tersebut dipilih karena sutradara ini merupakan orang yang pertama kali mencetuskan ide kreatif dari keseluruhan konsep web series jalan – jalan men.

- b. Penonton tayangan web series Jalan – Jalan Men

Pemilihan penonton menjadi informan dikarenakan ingin memberikan pembuktian akan keberhasilan strategi jalan jalan men dalam mengemas konten budaya Indonesia. Penonton yang akan di wawancarai adalah penonton yang menonton setiap episode tayangan Jalan – Jalan men khususnya yang terdapat konten budaya Indonesia.

- c. Budayawan

Pemilihan budayawan menjadi informan dikarenakan ingin memberikan pandangan budayawan tentang betapa pentingnya budaya Indonesia untuk

diketahui oleh masyarakat Indonesia dalam pelestarian budaya Indonesia tersebut.

3.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pada penelitian ini reduksi data dilakukan dengan cara penyeleksian narasumber, pencatatan atau perekaman informasi yang dibutuhkan. Penyajian data dilakukan dengan cara menyusun data kedalam bentuk narasi yang sederhana dan mudah dipahami. Kemudian penarikan kesimpulan yang merupakan tinjauan ulang terhadap data yang didapat di lapangan dilakukan untuk menguji kebenaran dan validitas. Teknik analisis data tentunya disesuaikan dengan data yang diperoleh. Selanjutnya dianalisis secara terperinci. Data berupa dokumen seperti artikel pemberitaan di media massa akan menjadi pendukung dalam melakukan analisis data hasil wawancara.

3.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode dalam penelitian kualitatif dasarnya adalah prosedur penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data yang deskriptif; yang ditulis atau diucapkan orang dan perilaku-perilaku yang dapat diamati (Robert Bogdan dan Steve J. Taylor, 1995: 4).

Terdapat dua data dari penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan. Data primer dari penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur.

a. Data primer

Metode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah dengan

wawancara mendalam. Wawancara (interview) merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti.

Dengan menggunakan metode wawancara, peneliti dapat mempelajari hal-hal yang memang tidak dapat dilacak dengan menggunakan cara atau metode lain (Thomas R. Lindlof, 1995: 167). Wawancara, disamping dapat digunakan untuk melacak fenomena tertentu dari perspektif orang yang terlibat (*actor*), kerap kali juga dimaksudkan untuk melacak penilaian atau pandangan-pandangan dari orang-orang yang terlibat (para *actor*) mengenai perilaku mereka sendiri.

Menurut Lincoln dan Guba, tujuan dari wawancara adalah: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain (Lexy J. Moleong, 2004: 135). Peneliti akan memulai dengan pertanyaan yang luas dan secara bertahap diikuti dengan pertanyaan-pertanyaan yang lebih spesifik. Selain itu maksud dari wawancara dan pengamatan ini adalah agar peneliti dapat masuk ke dalam perspektif informan, dan mengetahui apa yang ada di pikiran informan.

b. Data sekunder

Peneliti menggunakan data kepustakaan untuk memperoleh data sekunder yang digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini.

Data yang dimaksud adalah video *web series* Jalan – Jalan Men, artikel surat kabar, *website*, data struktur organisasi, data rating, data program, serta data lain yang mendukung penelitian ini.

3.6.2. Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman dalam Sugiyono, 2009 berpendapat bahwa, proses analisis data melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada penelitian ini reduksi data dilakukan dengan cara penyeleksian narasumber, pencatatan atau perekaman informasi yang dibutuhkan. Penyajian data dilakukan dengan cara menyusun data kedalam bentuk narasi yang sederhana dan mudah dipahami. Kemudian penarikan kesimpulan yang merupakan tinjauan ulang terhadap data yang didapat di lapangan dilakukan untuk menguji kebenaran dan validitas. Teknik analisis data tentunya disesuaikan dengan data yang diperoleh. Selanjutnya dianalisis secara terperinci. Data berupa dokumen seperti artikel pemberitaan di media massa akan menjadi pendukung dalam melakukan analisis data hasil wawancara.

3.6.3. Keabsahan Data

Untuk menjadikan penelitian kualitatif ini dapat dinilai baik, Poerwandari, mengingatkan harus ada lima kriteria yang terpenuhi (Poerwandari, 2001: 102 – 106). Pertama ialah keterbukaan yaitu intensitas peneliti dalam mendiskusikan hasil temuannya ini dengan orang lain yang dianggap menguasai bidangnya. Kriteria yang lain adalah konformabilitas, yaitu kesediaan peneliti mengungkapkan secara terbuka proses dan elemen-

elemen penelitiannya sehingga memungkinkan pihak lain melakukan penelitian.

Ketiga ialah kebenaran. Kebenaran yang dimaksud di sini adalah kebenaran yang sebagian besar tergantung pada perspektif orang yang terlibat di dalamnya, dan oleh karenanya tergantung pada konteks situasi sekaligus internal pemberi definisi. Demikian juga pada kriteria kredibilitas yang terletak pada keberhasilan mencapai maksud, kemampuan mengeksplorasi masalah, mendeskripsikan setting, proses, kelompok sosial atau pola interaksi yang kompleks. Peneliti berhasil menggali semua informasi yang dibutuhkan dalam satu kali wawancara mendalam. Kriteria yang terakhir adalah transfabilitas, sejauh mana penelitian yang dilakukan pada suatu kelompok dapat diaplikasikan ke dalam kelompok lain dengan memperhatikan *setting* atau konteks dalam mana studi akan dipindahkan haruslah relevan atau memiliki kesamaan.

Uji keabsahan data dalam penelitian ditekankan pada uji validitas dan realibilitas. Dengan demikian data yang valid adalah data yang 'tidak berbeda' antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Realibilitas pada penelitian kuantitatif sangat berbeda dengan realibilitas dalam penelitian kualitatif. Hal ini terjadi karena perbedaan paradigma dalam melihat suatu realitas. Menurut penelitian kualitatif suatu realita itu bersifat majemuk atau ganda, dinamis atau selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten, dan berulang seperti semula.

Teknik umum pengujian data dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi adalah kombinasi beberapa sudut pandang yang sering digunakan untuk menguatkan data, sebab teknik ini diklaim memberikan gambaran yang lebih lengkap. Triangulasi digunakan meliputi empat hal pokok yaitu triangulasi data, triangulasi peneliti, triangulasi teori dan triangulasi metodologi (Sugiyono, 2008). Melalui teknik pemeriksaan ini peneliti menggunakan teknik triangulasi yakni triangulasi data dan triangulasi teori. Data dikumpulkan serta dikaitkan dengan teori dari terlaksananya strategi kreatif *web series* Jalan – Jalan Men tersebut.

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Untuk menguji kredibilitas tentang informan sebagai sutradara Jalan – Jalan Men peneliti mengumpulkan data dari melihat kinerja sutradara Jalan – Jalan Men dalam meramu ide kreatif di Jalan – Jalan Men dari berita yang ada di media massa dan video behind the scene *web series* Jalan – Jalan Men.

Pemeriksaan dan pengecekan dilakukan peneliti pada penelitian ini adalah melalui sumber lain yaitu dengan membandingkan data hasil pengamatan dan wawancara dengan *key informan* dan informan tambahan atau informan pendukung. Termasuk juga dokumen yang berkaitan dengan studi *literatur* melalui data sekunder yang diperoleh.

Triangulasi teknik ini digunakan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Data yang diperoleh dengan teknik wawancara lalu dicek kembali dengan teknik observasi

untuk mendapatkan data yang akurat dan sesuai dengan fakta dan realitas yang terjadi. triangulasi waktu digunakan untuk mengecek data yang diperoleh dalam waktu yang berbeda. Data yang diperoleh peneliti dari informan ditanyakan kembali pada waktu yang berbeda (Sugiyono, 2008).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Jalan-Jalan Men adalah sebuah *web series* atau *travel series* pertama keliling Indonesia yang ada pada *website* malesbanget.com dan dibawakan oleh Jebraw dan Naya Anindita. Ciri khas dari acara ini adalah sifat spontan dari Jebraw di setiap episode dengan gaya remaja masa kini yang memberikan informasi mengenai destinasi tempat yang didatangi serta informasi budaya Indonesia didalamnya. Jebraw juga selalu bernyanyi secara spontan menggunakan gitar ukulele miliknya untuk menggambarkan keindahan Indonesia. Mereka selalu menggunakan kata *pecah* yang merupakan slang dari *seru* atau *asik*. Selain itu, Jebraw juga selalu digambarkan mengejar cinta Naya. Namun Naya hanya menganggap Jebraw sebagai teman seperjalanan yang seru.

Struktur tim didalam *web series* Jalan - Jalan Men meliputi Produser (C. Sugiono), Sutradara/Penulis/*cameraman* (Andra Fembriarto), *host* (Petra “Jebraw” Gabriel M. Dan Anaya Anindita), perekam suara (Ade Darmawan), Tim Epic (Galih Nugraha, Febian Nurrachman), gambar terbang (Rendy), perekam dibalik layar (Dwi Arya), Penyuntin offline (Dauz), penyunting online (Erry Aprilian dan Denny R.), penata suara (Sarah Benita), musik (Yudhi Arfani dan Heyrald Reynaldo), Grafis dan animasi (Raymond Malvin, Reshan, Putri Prunamasari).

4.2. Analisis Strategi kreatif *web series* Jalan – Jalan Men

Strategi kreatif program merupakan sebuah cara atau trik yang diterapkan untuk tercapainya tujuan program tayangan. Seperti halnya yang sudah dijelaskan sebelumnya jika di industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan *audiens*. Satu stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsanya (Hidajanto Djmal dan Andi Fachruddin, 2009: 135).

Strategi kreatif yang diperlukan oleh sebuah program acara harus memiliki strategi yang *jitu* agar produksi yang dihasilkan dapat berjalan sukses dan diminati oleh penonton serta berkualitas. Untuk itu dalam mendukung strategi kreatif ini harus melewati berbagai elemen-elemen pendukung dari keberhasilan tersebut. Pada penelitian ini elemen-elemen tersebut ditentukan oleh Sutradara *web series* Jalan – Jalan Men dikarenakan peneliti ingin menjelaskan hanya seputar konten yang ada di didalam *web series* Jalan – Jalan Men dan pada *web series* Jalan – Jalan Men sutradara lah yang banyak berperan dalam konten yang dibuat oleh *web series* Jalan – Jalan Men ini, antara lain :

4.2.1. Target Penonton

Target penonton atau target *audiens* adalah memilih satu atau beberapa segmen *audiens* yang akan menjadi fokus kegiatan–kegiatan pemasaran program dan promosi (Morissan, 2009: 185). Secara Teoritis, Penetapan target *audiens - audiens* diperlukan karena umumnya khalayak *audiens* memiliki sifat yang sangat heterogen, sehingga akan sulit bagi media penyiaran untuk

bisa melayani semuanya. Oleh sebab itu, dengan memahami segmen *audiensnya*, maka praktisi penyiaran dapat menentukan bagaimana cara menjangkaunya, program apa yang dibutuhkan, dan bagaimana mempertahankan *audiens* dari program pesaing.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, target penonton yang dituju oleh *web series* Jalan – Jalan Men berdasarkan wawancara peneliti dengan sutradara Jalan – Jalan Men (Andra Fembriarto) pada 30 Juli 2016, yaitu :

“target penonton kita itu Segemntasi usia *web series* Jalan – Jalan Men ini dari umur 12 tahun sampai umur 22 tahun. Tapi kadang umur sekitar 40 tahun atau dibawah 12 tahun ada yang nonton Jalan – Jalan Men, kelas sosial orang yang menonton Jalan – Jalan Men adalah kelas menengah.”

Dari segmentasi *audiens* tersebut, *web series* Jalan – Jalan Men menetapkan target *audiensnya* di kelas sosial menengah, untuk kategori usia lebih banyak remaja. Menurut Andra Fembriarto, alasannya adalah :

“Akhirnya kita hati hati dengan isi konten karena kita tidak mau memberikan contoh buruk. Jenis kelamin yang menonton Jalan – Jalan Men ini mayoritas laki – laki, dan kelas sosial orang yang menonton Jalan – Jalan Men adalah kelas menengah, jadi bisa diterima dari kalangan yang berpendidikan tinggi maupun yang rendah, karena dengan pengemasan yang sederhana.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut apa yang dilakukan tim *web series* Jalan – Jalan Men dengan menetapkan target/sasaran penontonnya adalah telah sesuai, karena ketika merencanakan sebuah produksi siaran televisi dengan mengetahui secara pasti target penontonnya, maka akan mempermudah mengetahui yang dibutuhkan oleh konsumen tayangan Jalan – Jalan Men. Dengan itu konsep, sknario dan lain lain menjadi lebih tertata

dengan baik dan akan disesuaikan dengan apa yang diinginkan penonton.

Sutradara Jalan – Jalan Men menambahkan pembentukan target penonton Jalan – Jalan Men ini sesuai dengan awal perencanaan terbentuknya *web series* Jalan – Jalan Men ini :

“Secara teknis itu pada tahun 2012 dasarnya adalah *website* humor malesbanget.com yang suatu hari didatangi oleh valado.com yaitu travel operator, mereka mau buat bikin sebuah studio yang *ngajak* anak muda jalan – jalan, terus kami meramunya dalam sebuah tayangan yang didalamnya terdapat sesuatu yang humoris.”

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis melihat bahwa sudah dari awal terbentuk Jalan – Jalan Men ini sudah ditentukan dari tujuan pendiri *website* malesbanget.com (C. Sugiono) yang menayangkan Jalan – Jalan Men. Target anak muda sendiri memang sangat cocok jika sebuah tayangan *web series* ditayangkan di era digital yang sedang gencar – gencarnya menyerbu anak muda saat ini seperti yang sudah dijelaskan dalam survei nasional Kementerian Komunikasi dan Informasi, The Berkman Center for Internet and Society, dan Harvard University mengenai penggunaan dan tingkah laku internet para remaja Indonesia. Studi ini memperlihatkan bahwa ada setidaknya 30 juta orang remaja di Indonesia yang mengakses internet secara reguler. Jika masyarakat Indonesia sampai saat ini memiliki 75 juta pengguna internet, itu berarti hampir setengahnya adalah remaja. Remaja disini paling banyak mengkonsumsi internet adalah pada kalangan mahasiswa yang berumur 18 – 22 tahun (www.kominfo.go.id : 2014).

4.2.2. Bahasa Naskah

Untuk bahasa naskah *web series* Jalan – Jalan Men menggunakan bahasa

naskah yang sederhana dan mudah dimengerti untuk penontonnya. Sering bahasa naskah Jalan – Jalan Men menggunakan bahasa yang *mengglitik* untuk menarik perhatian penontonnya. Kemudian mengenai bahasa naskah, skenario maupun bahasa obrolan, adalah menggunakan bahasa santai tapi formal, yaitu bahasa-bahasa yang *easy listening* dan tidak membingungkan pemirsa, dan tentunya menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Karena sasaran penonton *web series* Jalan – Jalan Men merupakan khalayak dengan kelas sosial B (menengah). Seperti wawancara yang peneliti lakukan, sutradara Jalan – Jalan Men pada 30 Juli 2016, mengatakan :

“Salah satu cara yang dilakukan JJM dengan mengemas pesan komunikasi atau cerita yang dibuat dengan cara ‘fantasi’ maksudnya kita kalau nonton *lord of the ring* pasti kita jadi mau ke *new zeland* atau kita pasti mau tau bagaimana kerajaan kerajaan di Eropa, nah dengan itu dalam cerita yang dimasukan pada tayangan JJM kita masukan unsur yang fantasi tapi tidak lepas dari realitas yang ada dilapangan, unsur fantasi yang dimaksud dari cara pengemasannya kita buat cerita yang bisa membuat orang menghayal kalau disuatu tempat yang kita tayangkan atau suatu budaya yang kita suguhkan punya cerita tersendiri, yang kita padu padankan dengan khayalan kita dengan memasukan intermezo – intermezo agar mudah diterima penonton JJM yang mayoritas dikalangan remaja.”

Jalan – Jalan men menggunakan pengemasan naskah drama dengan memasukan unsur fantasi tapi dengan tidak melupakan unsur jurnalistik didalamnya. Walaupun dikemas dalam cerita drama, *web series* Jalan – Jalan Men masih memunculkan hal – hal yang fakta di dalam sebuah tayangannya, seperti mengungkapkan info dari sebuah tempat yang tim Jalan – Jalan Men datang setiap episodenya dan yang paling penting adalah memberi tahu budaya Indonesia yang terdapat didalam sebuah daerah tersebut.

Pada Tahun 2012, Jalan – Jalan Men mengawali tayangannya dengan

membuat perjalanan ke Yogyakarta. Pada perjalanan tersebut, sutradara Jalan – Jalan Men membuat sebuah cerita dengan tema “Mencari Dinosaur” yang didalamnya menceritakan saat *host* JJJM (Jebrow) mempercayai jika di Yogyakarta terdapat dinosaur. Jebrow mendapat informasi dari sumber yang terpercaya, sumber tersebut berasal dari sepasang kekasih yang membicarakan jika di Yogyakarta ada dinosaur, dan saat itu Jebrow langsung mempercayainya. Jebrow yang mengaku sebagai *traveler* sejati ini pun tidak ingin melewatkan untuk melihat dinosaur secara langsung di Yogyakarta. Sampai akhirnya di Yogyakarta Jebrow menadangi tempat - tempat yang dia percayai ada dinosaur. Tempat – tempat itulah Jalan – Jalan Men menelusuri dan menginformasikan beberapa budaya Indonesia. Karena tempat yang banyak didatangi oleh Jalan – Jalan Men adalah tempat peninggalan jaman dulu, seperti candi, istana Sultan, dan tak dilewatkan juga tempat yang menyediakan berbagai kuliner sampai kesenian yang ada di Yogyakarta.

Gambar 4.1

***Host* Jalan – Jalan Men Mendapatkan Informasi Terpercaya Jika Ada Dinosaur Di Kota Yogyakarta Pada Perjalanan JJM 2012**



Sumber www.jalan2men.com

Saat Jalan – Jalan Men pada tahun 2013 melakukan perjalanan ke beberapa kota di Indonesia, mereka menggunakan konsep cerita “pencarian

harta karun Indonesia”. Setiap yang mereka temukan di tempat tersebut yang menurut mereka sangat berharga akan mereka tulis di sebuah buku, dan buku pencarian harta karun yang mereka buat nantinya buku tersebut akan dikubur dalam pasir selayaknya sebuah harta karun, hal tersebut ada pada episode terakhir di tahun 2013 saat Jalan – Jalan Men mendatangi Pulau Derawan.

Gambar 4.2

Host Jalan – Jalan Men Menulis Pengalaman Perjalanan Di Sebuah Buku Pencarian Harta Karun Indonesia



Sumber www.jalan2men.com

Lalu selanjutnya pada tahun 2014, Jalan – Jalan Men membuat sebuah konsep cerita “pencerahan”. Dari awal tayangan tersebut memperlihatkan salah satu *host* Jalan – Jalan Men yang dengan mendadak bertingkah aneh dengan menyebutkan beberapa angka dan huruf acak. Lalu huruf dan angka yang disebutkan tersebut ditulis oleh *host* Jalan – Jalan Men yang lain di sebuah *laptop*.

Gambar 4.3

Salah satu *host* Jalan – Jalan Men (Naya) Mendapatkan Pencerahan yang Akan Menjadi Sebuah Kode dalam Perjalanan JJM di Tahun 2014

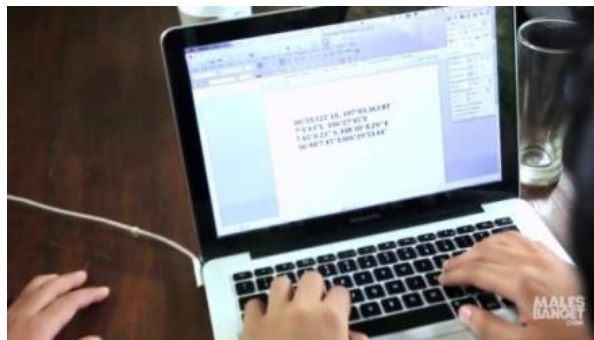


Sumber www.jalan2men.com

Dan ternyata kode tersebut merupakan sebuah letak tempat yang akan dituju para tim Jalan – Jalan Men di perjalanan tahun 2014. Saat pada di tempat – tempat yang didatangi oleh tim Jalan – Jalan Men, Naya pun masih mendapatkan pencerahan (seperti orang *kesurupan*) dan memberikan sebuah kode untuk Jebraw, karena kode tersebut akan membentuk sebuah kalimat yang menjadi tujuan destinasi Jalan – Jalan Men tahun selanjutnya.

Gambar 4.4

Kode Hasil Pencerahan yang Didapat Naya



Sumber www.jalan2men.com

Jalan – Jalan Men pada tahun 2015 mengkonsepkan cerita perjalanan mereka yang diberikan kode oleh sebuah ember yang bisa bicara. Ember tersebut merupakan ember kepunyaan Naya yang diberi nama Berski, sejarah ember itu busa bisa bicara diceritakan karena pada jaman dulu Naya kecil sering bermain dengan ember, dan akhirnya saat naya main didekat selokan ember tersebut masuk kedalam selokan yang berisi zat kimia, kandungan zat kimia tersebutlah yang membuat ember tersebut menjadi bisa bicara dan hidup. Peran ember tersebut sangatlah penting karena Berski akan memberikan kode tulisan yang mendadak muncul ditubuhnya, tulisan tersebut berisi kegiatan yang akan dilakukan *host* Jalan – Jalan Men pada perjalanan di tahun 2015 itu.

Gambar 4.5

Naya dan Embernya yang Bisa Bicara Memberikan Kode untuk Perjalanan Jalan – Jalan Men Pada Tahun 2015



Sumber www.jalan2men.com

Tak sesekali ada perbincangan atau dialog dari host Jalan – Jalan Men kepada narasumber disana untuk mengetahui secara detail budaya yang ada disana. Dikarenakan perbincangan dan dialog merupakan bagian dari program faktual yang menyajikan informasi yang akurat dan langsung. Naskah

wawancara pada umumnya berupa pertanyaan yang dimaksudkan untuk menggali informasi mendalam terkait narasumber dan tema yang diperbincangkan. Pertanyaan disusun sesuai dengan kaidah–kaidah penulisan berita, yaitu rumus 5W+1H yang terdiri dari What (apa), Who (siapa), Where (di mana), When (kapan), Why (mengapa), dan How (bagaimana) (Sidrata, 2012: 51).

“Karena kita merasa saat suatu pesan disampaikan dengan santai dan memasukan unsur humor disana, pesan tersebut lebih terserap dengan baik kepada penonon. Karena hiburan menurut saya adalah pintu masuk untuk rasa penasaran, tapi hiburan bukan hanya hiburan semata, tapi hiburan harus ditambahkan *celetukan – celetukan* untuk otak kita, saat penonton dihibur tapi disela – sela ketawa dan kita merasakan emosi itu, kita dikasih masukan – masukan mengenai budaya, hal tersebut terdapat keseimbangan intuk menyerap komunikasi secara efektif. Pertama orang melihat sesuatu di JJM itu sisi humor dahulu, orang menjadi terbuka, dan menjadi penasaran ya membuat penonton ingin tahu sendiri sesuatu cerita ‘fantasi’ berisi unsur budaya didalamnya yang kita buat.”

Untuk naskah tayangan Jalan – Jalan Men sendiri, lebih pada gambaran umum informasi yang hendak digali, yaitu sebuah informasi budaya Indonesia didalamnya yang dikemas secara humoris serta mendidik. Sutradara JJM meyakini jika sebuah humor masuk kedalam naskah, sebuah konten tayangan akan mudah untuk diterima dengan baik (Sutisna, 2002: 282). Mendefinisikan humor adalah sebagai daya tarik tayangan agar membuat penerima pesan memperoleh mood positif, sehingga probabilitas penerimaan pesan secara baik akan lebih besar. pemakaian humor sangat efektif untuk membuat orang-orang memperhatikan dan menciptakan kesadaran. Hasil penelitian yang mendalam dari pengaruh humor menghasilkan beberapa kesimpulan sementara :

1. Humor merupakan metode yang efektif untuk menarik perhatian.
2. Humor menambah kesenangan (*liking*) dan merek yang ditayangkan
3. Humor tidak merusak pemahaman (*komprehension*) tentang produk.
4. Humor tidak menawarkan suatu keuntungan yang lebih dari sekedar bujukan.
5. Humor tidak menambah kredibilitas sumber.
6. Sifat produk mempengaruhi penggunaan humor.

Sutradara Jalan – Jalan Men tidak meninggalkan penggunaan rumus 5W+1H dalam membuat naskahnya, namun untuk pengembangan pertanyaan apabila terdapat *statement* yang menarik saat wawancara berlangsung kepada narasumber yang ditemui dilapangan, sutradara mempercayakan kepada pembawa acara/*host* untuk membuat pertanyaan di luar naskah yang sutradara berikan. Dari semua itu, berikut ini merupakan contoh cara pengemasan drama dengan tidak meninggalkan unsur fakta didalamnya dari sutradara Jalan – Jalan Men.

“Beberapa contoh tayangannya adalah tayangan JJM saat ke kampung naga yang didalamnya terdapat lumbung – lumbung padi yang sudah ratusan tahun ada disana, contoh lain yaitu tayangan JJM yang datang ke gunung padang, yang konon ceritanya jika orang kesana jaman dahulu akan mendapatkan wngsit, kan dari beberapa fakta budaya diatas itu fantasi sekali, ya lalu kita bumbui itu, bumbui dengan cerita fantasi tanpa menghilangkan fakta yang sudah kita dapat dilapangan dan ditambah dengan memasukan unsur humor kedalamnya.”

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat peneliti pahami bahwa dalam pembuatan naskah *web series* Jalan – Jalan Men, sutrada mempunyai beberapa pertimbangan yaitu:

- a. Terjawabnya unsur 5W+1H yang ingin diketahui penonton terutama

sesuatu yang membicarakan mengenai budaya.

- b. Dialog, skenario serta pengemasan bahasanya harus mempunyai alur yang jelas mulai dari *opening* hingga *closing*.
- c. Terdapat titik klimaks dalam skenario yang mampu menarik perhatian pemirsa salah satunya unsur humor.
- d. Tidak adanya informasi yang terlewatkan dari narasumber.

Dalam buku *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, ada salah satu fungsi media massa yaitu fungsi menghibur (*to entertain*). Yakni memerikan pesan yang bisa menghilangkan ketegangan pikiran masyarakat dalam bentuk berita, cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, sinetron, drama, musik, tari, dan lainnya. Berfungsi menghibur apabila kahlayak bisa terhibur atau dapat mengurangi ketegangan, kelelahan dan bisa lebih santai (Wardhani, 2008: 25).

Disini penulis akan membuktikan bagaimana Jalan – Jalan Men mendorong kreatifitas budaya pada tayangan yang dibuatnya dari melihat ciri – ciri kreatifitas yang dikemukakan Guilford (dalam Munandar, 2009) antara lain :

Kelancaran berpikir (*fluency of thinking*), yaitu kemampuan untuk menghasilkan banyak ide yang keluar dari pemikiran seseorang secara cepat. Dalam kelancaran berpikir, yang ditekankan adalah kuantitas, dan bukan kualitas serta keluwesan berpikir (*flexibility*), yaitu kemampuan untuk memproduksi sejumlah ide, jawaban-jawaban atau pertanyaan - pertanyaan yang bervariasi, dapat melihat suatu masalah dari sudut pandang yang

berbeda - beda, mencari alternatif atau arah yang berbeda - beda, serta mampu menggunakan bermacam-macam pendekatan atau cara pemikiran. Orang yang kreatif adalah orang yang luwes dalam berpikir. Mereka dengan mudah dapat meninggalkan cara berpikir lama dan menggantikannya dengan cara berpikir yang baru.

Pada Jalan – Jalan Men fungsi menghibur sangatlah terasa kental didalamnya. Karena memang dari awal terbentuknya *web series* Jalan – Jalan Men ini untuk membuat para penontonnya terhibur dengan keseruan yang dibuat pada cerita maupun keseruan yang dibuat oleh *host* Jalan – Jalan Men sendiri atau keseruan lainnya.

“Secara teknis itu pada tahun 2012 dasarnya adalah website humor malesbanget.com yang suatu hari didatangi oleh valado.com yaitu travel operator, mereka mau buat bikin sebuah studio yang *ngajak* anak muda jalan – jalan, terus kami meramunya dalam sebuah tayangan yang didalamnya terdapat sesuatu yang humoris, karena kita berfikir kalau kita menyampaikan pesan yang dapat cepat diterima adalah sesuatu yang humoris karena saat kita tertawa dan terhibur dengan lawakan – lawakan kita lebih terbuka lebih menyerap berbagai macam pesan.”

Hal tersebut dipengaruhi oleh website malesbanget.com yang merupakan penghasil program Jalan – Jalan Men ini adalah webset yang mengusung tema humoris pada setiap programnya. Unsur menghibur yang terdapat pada Jalan – Jalan Men juga sangat terasa dari konsep *host* Jalan – Jalan Men yang selalu membuat lagu secara spontan, pada saat perjalanan Jalan – Jalan Men membuat sebuah cerita dalam bentuk desain grafis pada saat JJM mengunjungi pelabuhan ratu. Dalam tayangan Jalan – Jalan Men ini juga banyak drama yang muncul dari penambahan gimmicknya, hal tersebut

diperlihatkan jika *Jebrow host* utama Jalan – Jalan Men menjadi mencintai Naya (*host* kedua Jalan – Jalan Men) pada setiap perjalanan Jalan – Jalan Men dari tahun 2013 sampai tahun 2015. Perjuangan *Jebrow* meyakinkan cintanya ke Naya merupakan sebuah drama yang sangat menghibur disetiap tayangan Jalan – Jalan Men. Dengan menerapkan strategi kreatif berupa bahasa naskah, Sutradara *web series* Jalan – Jalan Men telah melakukan tugasnya yaitu membuat interpretasi Skenario pada pra produksi.

4.2.3. Format Acara

Berhasil atau tidaknya sebuah program adalah ditentukan dengan konsep program itu sendiri. Tidak mudah untuk menarik perhatian khalayak untuk menyaksikan sebuah program yang berisi konten budaya, hal ini disebabkan karena *image* yang melekat di masyarakat bahwa budaya Indonesia dinilai membosankan dan sedikit orang yang minat untuk mempelajarinya. Hal tersebut banyak sekali penyebab yang ada, dari budaya yang dinilai kuno pada jaman sekarang. Budaya – budaya asing yang dianggap kekinian bertubi – tubi datang ke Indonesia, untuk memberikan budaya baru kepada masyarakat untuk diikuti. Budaya Indonesia pun memiliki tingkat kerumitan tersendiri, maksudnya budaya Indonesia bisa banyak dilihat dari berbagai aspek, dari bahasa, kesenian, tingkah laku, norma – norma dan sebagainya.

Maka dari itu dalam *mendesign web series* Jalan – Jalan Men akan selalu melalui proses yang tidak mudah. Dengan *design* yang sederhana, tayangan Jalan – Jalan Men ini tampil ingin berbeda dari program sejenis lainnya, baik dari *design* atau formatnya. Seperti hal yang diungkapkan oleh Sutradara Jalan

– Jalan Men dalam wawancara dengan peneliti pada 30 Juli 2016 :

“Jalan – Jalan Men ini bisa dilihat sebagai format magazine program, yaitu di suatu program ada beberapa segmen acara yang pasti awalnya selalu ada opening, menjelaskan kita mau kemana dan kenapa kita mau kesana. Untuk latihan sebelum memulai produksi, saya memberikan arahan kepada host untuk sebuah adegan yang spesifik.”

Berdasarkan keterangan Sutradara, peneliti dapat menjelaskan jika sutradara Jalan – Jalan men menggunakan format *magazine* untuk memudahkan para penonton dalam menonton tayangan *web series* Jalan – Jalan Men ini. Karena tayangan Jalan – Jalan Men ini terbagi atas beberapa episode dari beberapa tempat yang didatangi. Hal tersebut memudahkan penonton untuk mencari segmen yang menjadi *favourite* penonton. Hal tersebut membuat keuntungan penonton dalam menonton karena jika ditayangkan per episode akan memudahkan koneksi internet berjalan lebih cepat untuk membuka tayangan Jalan – Jalan Men di *website* malesbanget.com maupun di Youtube. Sehingga penonton menjadi nyaman dalam menonton *web series* Jalan – Jalan Men dan menyerap informasi didalamnya dengan baik.

“Jadi awalnya memang kita itu beranjak dari video travel wisata, jadi kita memang jalan ke suatu tempat yang orang banyak belum tahu, secara kasar kita menjadi turis disana. Mungkin unsur budaya sangat banyak ya kalau dijabarkan, tapi menengok tujuan video Jalan – Jalan Men yang harus menghibur, penuh humor, oleh karena itu kita membuat beberapa video yang tidak semuanya unsur budaya karena ingin memenuhi semua tujuan – tujuan dari video JJM. Tapi makin kesini setelah kita ke beberapa tempat kita, kita tersadarkan, kalau kita jalan ke beberapa tempat cuma melihat kehindaannya saja, dan ditambah hiburan hiburannya, sebetulnya keindahan itu hanya sebagai background aja yang tidak bisa menjadi inti jalan – jalan itu sendiri.”

Web series Jalan – Jalan Men menggunakan format *magazine* dalam

tayangannya ini memungkinkan JJM untuk membagi bagi beberapa tayangan yang mempunyai unsur budaya Indonesia didalamnya dan tayangan yang hanya merupakan hiburan semata. Hal tersebut merupakan keseimbangan yang dilakukan sutradara agar para penonton bisa menyerap informasi di dalam tayangan Jalan – Jalan Men dengan baik serta tidak membosankan.

4.2.4. *Punching Line*

Penggunaan *punching line* (kejutan-kejutan dalam dialog naskah) dalam *web series* Jalan – Jalan Men menjadi salah satu pertimbangan sutradara. Dalam produksi *web series* Jalan – Jalan Men ini, *Punching line* pada beberapa tayangan.

“kita selalu menggunakan punchline yang dinamakan ‘*pecahlosofi*’ pada setiap episode, karena kita memberi kesimpulan apa yang kita lihat, kesimpulannya mungkin bisa sangat mendalam, berfilosofis, dan sepertinya bijak sekali, atau sesuatu yang *absurd* aja gitu, dan selalu kita pakai pada akhir untuk sebuah kesimpulan.”

Dalam tayangan Jalan – Jalan Men, *Punching line* digunakan disaat host Jalan – Jalan Men (Jebraw dan Naya) dalam perjalanannya menemukan hal – hal yang mengagumkan dan akan menjadikan sebuah pelajaran bagi penonton dengan membuat kata – kata bijak dari hal tersebut. Hal - hal yang sering mereka ungkapkan “*pecahlosofi*” tersebut sering datang dari peristiwa yang kental akan budaya Indonesia disetiap tempat yang mereka datangi. Sebuah kata bijak tersebut yang dinamai “*pecahlosofi*” bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat akan ada hal yang menarik dan bagus untuk dipelajari di tempat tersebut mengenai budaya Indonesia. Kata – kata bijak yang dilontarkan *host* tersebut juga terkesan tidak kaku. Host memilih kata –

kata keseharian yang mudah dipahami tapi dengan sedikit bumbu *keabsurdan* didalamnya yang membuat kata – kata tersebut menjadi lebih menarik dan mudah diserap oleh penonton.

Pecahlosofi pertama yang dilontarkan Jebraw adalah saat Jalan – Jalan Men menelusuri Yogyakarta pada tahun 2012. Pada saat Jebraw melontarkan pecahlosofi, saat itu mendapatkan apa yang dia cari di Yogyakarta ini. Karena tujuan Jebraw menelusuri Yogyakarta pada perjalanan Jalan – Jalan Men 2012 adalah ingin mencari keberadaan dinosaurus di Yogyakarta. Jebraw bertemu dinosaurus di Yogyakarta pada sebuah tempat bernama Taman Pintar dan di Markas komunitas animasi yang bernama Jtoku Indonesia. Saat itu Jebraw mengeluarkan kalimat pecahlosofi, “Saat gw terima kenyataan dan *gw get the flow*, akhirnya gw ketemu apa yang gw cari *men. Buat gw the destination this not the end but the journey thats what matter.*”

Gambar 4.6

Pecahlosofi yang Dilontarkan Jebraw Saat Bertemu Dinosaur di Yogyakarta



Sumber www.jalan2men.com

Pecahlosofi yang kedua yang dilontarkan host JJM adalah saat Jalan – Jalan Men mendatangi Aceh. Saat itu Jalan – Jalan Men datang ke museum tsunami. Pada saat didalam museum tsunami kedua host JJM (Jebraw dan Naya) sangat tersentuh sekali dengan bencana tsunami yang terjadi pada tahun 2004 tersebut. Saat di *roof top* gedung museum tsunami, Jebraw mengucapkan “Bencana tsunami itu yang mendatangkan kepedihan dan kesengsaraan bagi masyarakat aceh ini sebenarnya ada maksud baiknya, seperti ada pelangi sehabis hujan. Dititik rendah kita Tuhan menunjukkan kebesarannya.”

Gambar 4.7

Pecahlosofi yang Dilontarkan Host JJM Saat Jalan – Jalan Men Mengunjungi Musium Tsunami di Aceh Tahun 2013



Sumber www.jalan2men.com

Pecahlosofi yang ketiga adalah saat Jalan – Jalan Men menelusui Wae Rebo pada perjalanan JJM tahun 2013. Pada saat itu host Jalan – Jalan Men

sangat antusias ketika diperlihatkan kegiatan di desa Wae Rebo, Flores. Sampai akhirnya pada akhir perjalanan salah satu host JJM melontarkan sebuah kalimat yang menjelaskan kesan perjalanan yang dilalui dia di Wae Rebo. Kalimat yang dilontarkan Jebraw pada saat itu adalah “Harta sebenarnya dalam kehidupan adalah hidup itu sendiri dengan mengambil cukup apa yang ada di kehidupan ini serta selalu bersyukur.”

Gambar 4.8

Pecahlosofi yang Diucapkan Saat Jebraw Mendatangi Desa Wae Rebo Pada Perjalanan JJM Tahun 2013



Sumber www.jalan2men.com

Pecahlosofi keempat yang diungkapkan host Jalan – Jalan Men saat JJM mengunjungi Pulau Derawan. Perjalanan tersebut merupakan perjalanan terakhir Jalan – Jalan Men pada tahun 2013. Pada saat itu host Jalan – Jalan Men melontarkan kalimatnya ketika mengingat perjalanan – perjalanan yang sudah mereka lalui selama tahun 2013. Kalimat yang diucapkan adalah

“Investasi terbesar untuk Indonesia adalah kebahagiaan kita sendiri. Itu adalah harta karun yang paling berharga untuk Indonesia yaitu kebahagiaan.”

Gambar 4.9

Pecahlosofi yang Diucapkan Host Jalan – Jalan Men Saat Perjalanan

Terakhir Pada Tahun 2013



Sumber www.jalan2men.com

Pecahlosofi kelima adalah saat JJM mendatangi salah satu tempat di Sukabumi yaitu Tanakita. Saat itu Jebraw mempelajari bagaimana rasa nyaman yang dia terima di tempat itu. Arti kalimat pecahlosofi yang dilontarkan Jebraw pada saat itu adalah Kehidupan itu bagaikan perjalanan air dari hulu ke muara. Titik nyaman kita adalah saat kita sudah sampai di muara. Tapi kita tidak boleh terlena oleh zona nyaman kita, kita harus mencoba untuk menerima tantangan untuk kembali ke hulu dengan berani dan belajar dari berbagai hal yang terjadi pada setiap perjalanan.

Gambar 4.10
Pecahlosofi yang Diucapkan Jebraw Pada Perjalanan JJM Menelusuri
Tanakita Tahun 2014



Sumber www.jalan2men.com

Pecahlosofi yang keenam yang dilontarkan Jebraw pada saat JJM menelusuri Garut, Jawa Barat tahun 2014. Saat itu Jebraw sangat tertarik akan keramahan orang – orang sunda disana. Karena itulah Jebraw melontarkan kalimat pecahlosofi yang menerangkan berbagai ciri khas orang – orang dari berbagai daerah yang pernah Jalan – Jalan Men datangi. Kalimat tersebut adalah “Indonesia itu punya beragam cara untuk hidup. salah satunya di tanah sunda ini Indonesia mempunyai cara untuk beramah tamah. Indonesia itu punya banyak keberagaman yang bisa kita pelajari. Semakin kita dalam kita akan banyak tahu cara bersosialisasi untuk hidup di Indonesia.”

Gambar 4.11**Pecahlosofi yang Dilontarkan Jebrow Saat Jalan – Jalan Men
Menelusuri Garut Pada Tahun 2014**

Sumber www.jalan2men.com

Pecahlosofi selanjutnya dilontarkan saat Jalan – Jalan Men masih menelusuri Jawa Barat, yaitu perjalanan menelusuri Pelabuhan Ratu. Saat itu Jalan – Jalan Men memberikan Pecahlosofi dengan melihat tempat yang mereka datangi yang sedang di renovasi. Tempat tersebut merupakan sebuah hotel yang terkenal mistis yang didalamnya terdapat kamar Ratu Pantai Selatan. Kalimat pecahlosofi yang dilontarkan pada saat itu adalah “Kita sebagai bangsa Indonesia harus merenovasi diri kita menjadi semakin bagus seperti hotel ini yang sedang direnovasi menjadi lebih baik dari sebelumnya.”

Gambar 4.12
Pecahlosofi yang Diucapkan Jebraw Pada Perjalanan JJM Menelusuri
Pelabuhan Ratu Tahun 2014



Sumber www.jalan2men.com

Pecahlosofi selanjutnya datang saat Jalan – Jalan Men menelusuri desa Ciptagelar, Jawa Barat. Host Jalan – Jalan Men mendapatkan kalimat pecahlosofi tersebut dengan belajar dari kehidupan yang terjadi di desa Ciptagelar. Kalimat yang dilontarkan pada saat itu adalah “Tugas kita manusia adalah untuk menyelaraskan diri dengan semesta agar semesta bisa hidup karena kita, dan kita hidup karena semesta.”

Gambar 4.13
Pecahlosofi yang Diucapkan Jebraw Pada Perjalanan JJM Menelusuri
Desa Ciptagelar Tahun 2014



Sumber www.jalan2men.com

Pecahlosofi yang selanjutnya yang dilontarkan Host Jalan – Jalan Men adalah ketika mereka mendatangi pantai Lakey. Disana terdapat seorang bule yang bernama Carlos yang mendedikasikan dirinya untuk membantu seluruh desa yang berada di kecamatan Hu’u, NTB. Jebraw mendapatkan pencerahan saat melihat kegiatan sehari – hari yang dilakukan Carlos disana. Arti kalimat pecahlosofi yang dilontarkan Jebraw pada saat di pantai Lakey adalah Jebraw sanat berterima kasih kepada karlos telah memberikan dia sebuah harapan untuk selalu menyadari kewajibannya sebagai makhluk hidup yang bersosialisasi agar selalu berbagi dengan sesama.

Gambar 4.14

**Pecahlosofi yang Diucapkan Jebraw Pada Perjalanan JJM Menelusuri
Pantai Lakey Tahun 2015**



Sumber www.jalan2men.com

4.2.5. *Gimmick and Funfare*

Gimmick adalah trik - trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton dalam bentuk *sound effect*, musik ilustrasi, adegan *suspense* (tegang), mimik, ekspresi dan akting pemain, *jokes* (kelucuan), teknik *editing* dan penggerakan kamera. Oleh karena itu *Gimmick* dan *Funfare* yang dibuat oleh *web series* Jalan – Jalan Men menurut sutradara Jalan – Jalan Men yang diwawancarai pada 30 Juli 2016:

“Untuk *gimmick* kita lumayan banyak dengan *gimmick – gimmick* kecil, tapi untuk *gimmick* utamanya yaitu ini sebuah *travel series musical*, dimana *hostnya* bisa membuat lagu spontan sesuai apa yang dia lihat diperjalanan, *gimmick* lainnya yaitu suka ada *gimmick* kita bertemu teman baru bisa berupa manusia dan bisa juga berupa benda mati yang kita hidupkan, seperti patung komodo, ember yang bisa *ngomong*, penyu yang bisa *ngomong*, lalu *gimmick* selanjutnya yang kita sukai pakai pernak – pernik dari sebuah *game* seperti *host* kita bisa naik level saat *hostnya* mendapat gelar baru saat bisa menyelesaikan perjalanan dengan baik pada

Jalan – Jalan Men ini.”

Gambar 4.15

Gimmick “Pernak – Pernik Game” yang Ada pada Setiap Tayangan Web Series Jalan – Jalan Men



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.16

Host Jalan – Jalan Men Mendapat Gelar Baru pada Akhir Perjalanan Disetiap Tahunnya



Sumber www.jalan2men.com

Sutradara Jalan – Jalan Men sangat berusaha untuk membuat tayangan Jalan – Jalan Men menjadi menarik dengan memasukan unsur unsur yang unik didalamnya seperti yang disebutkan diatas. *Gimmick – gimmick* diatas

menjadikan *web series* Jalan – Jalan Men lebih seru karena *gimmick* yang disajikan sesuai dengan target penonton yang sudah ditentukan dari awal, serta *gimmick* yang ada juga sangat mengikuti kesukaan akan target penonton yang mayoritas adalah remaja.

Sedangkan *Funfare* adalah puncak acara yang dimeriahkan dengan kegembiraan, kemewahan, keindahan, dan kebersamaan. *Funfare* yang terdapat pada tayangan Jalan – Jalan Men terdapat dalam *ending* dari tayangan tersebut dengan memperlihatkan atau *mereview* beberapa keindahan pemandangan ditempat yang tim Jalan – Jalan Men datangi serta melihat keindahan dari budaya Indonesia yang ada disana dengan dikemas secara cantik dan menarik. *Host* Jalan – Jalan Men selalu membuat sebuah lagu spontan dalam memberikan gambaran keseluruhan dari sebuah episode *web series* Jalan- Jalan Men tersebut.

Disini penulis akan membuktikan bagaimana Jalan – Jalan Men mendorong kreatifitas budaya pada tayangan yang dibuatnya dari melihat ciri – ciri kreatifitas yang dikemukakan Guilford (dalam Munandar, 2009), yaitu elaborasi (*elaboration*). Yaitu kemampuan dalam mengembangkan gagasan dan menambahkan atau memperinci detail-detail dari suatu objek, gagasan atau situasi sehingga menjadi lebih menarik.

Berdasarkan penemuan di lapangan dan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa penerapan *gimmick* dan *funfare* memang dibutuhkan. Strategi kreatif *gimmick* dan *funfare* dimanfaatkan oleh sutradara *web series* Jalan – Jalan Men untuk menutupi kekurangan serta untuk menarik minat

penonton.

4.2.6. *Clip Hanger*

Untuk menarik perhatian pemirsa dan membuat pemirsa bertahan menyaksikan *web series* Jalan – Jalan Men, maka di setiap mengakhiri episode, pembawa acara/*host* akan membuat *Clip Hanger*. *Clip hanger* diciptakan oleh *host* Jalan – Jalan Men sebelum mengakhiri episode untuk membuat rasa penasaran pemirsa terhadap kelanjutan pada episode selanjutnya, sebagai contohnya adalah ada sebuah skenario yang menyambungkan episode satu dengan episode lain pada Jalan – Jalan Men untuk memberikan rasa penasaran kepada penonton. Sebuah skenario tersebut memang sudah dibuat dari awal pembuatan naskah cerita dari *web series* Jalan – Jalan Men keseluruhan. Skenario tersebut berkesinambungan antar episode dalam satu petualangan perjalanan di setiap tahunnya. Dikarenakan *web series* Jalan – Jalan Men biasanya memproduksi tayangannya setiap tahun sekali dengan beberapa episode yang ada.

4.2.7. *Tune dan Bumper*

Tune atau *Opening tune* merupakan identitas pembuka acara dengan durasi 30 detik sampai 2,5 menit, maka di lapangan, *opening tune web series* Jalan – Jalan Men berdurasi 19 detik. Dalam pembuatan *opening tune*, sutradara *web serie* Jalan – Jalan Men sangat memanfaatkan sekali durasi yang ada. *Tune* yang dipakai adalah musik karya *host* Jalan – Jalan Men Sendiri (Jebraw). karena yang menjadi perhatiannya adalah efektivitas *opening tune*

tersebut untuk diingat pemirsa, seperti disampaikan oleh sutradara Jalan – Jalan Men :

“*Opening tune web series Jalan – Jalan Men* itu dibuat dari musik yang jebraw buat pertama kali, karena pada saat itu saya dan produser Jalan – Jalan Men sebelum melakukan perjalanan pertama Jalan – Jalan Men meminta jebraw untuk buat lagu tentang JJM. Dan akhirnya lagu itu menjadi lagu pembuka pada setiap tayangan JJM.”

Sedangkan bumper yang digunakan berupa grafik desain yang dibuat semenarik mungkin. Grafik desain *web series* Jalan – Jalan Men berupa peta dan pernak pernik lainnya seperti gambar kamera, koper, dan barang yang mendukung didalam sebuah perjalanan Jalan – Jalan Men, animasi desain grafis tersebut berwarna – warni dengan pemakaian warna yang soft. Serta pada bumper didalamnya terdapat beberapa video yang memperlihatkan keseruan perjalanan pada setiap episode yang akan didatangi tim Jalan – Jalan Men.

Gambar 4.17

Grafik Desain Bumper Jalan – Jalan Men Tahun 2014



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.18

Grafik Desain Bumper Jalan- Jalan Men Tahun2015



Sumber www.jalan2men.com

“Pada pembuatan tune and bumper untuk video internet seperti JJM sebisa mungkin kita buat opening yang pendek dan *attention grabbing*, dan memasukan lagu JJM yang berdurasi 19 detik, tapi supaya penonton *gak* bosan, setiap opening diberikan *footage* yang khusus untuk sebuah episode, dan setiap episode selalu berbeda beda *bumpernya*.”

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan *layout*. Semuanya itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan *audio visual* kepada target sasaran yang dituju. Desain komunikasi visual sebagai salah satu bagian dari seni terap yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan kreatifnya diawali dari menemukan permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetis, dan komunikatif

Terkait dengan itu, T. Sutanto (2005:15-16) menyatakan, desain komunikasi visual senantiasa berhubungan dengan penampilan rupa yang dapat diserap orang banyak dengan pikiran maupun perasaannya, rupa yang mengandung pengertian atau makna, karakter serta suasana, yang mampu dipahami (diraba dan dirasakan) oleh khalayak umum atau terbatas. Dalam pandangan Sanyoto (2006:8) desain komunikasi visual memiliki pengertian secara menyeluruh, yaitu rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata.

Seperti halnya beberapa strategi kreatif yang telah peneliti paparkan di atas, sutradara *web series* Jalan – Jalan Men tidak melewatkan perhatiannya pada *tune* dan *bumper*. *Tune* dan *bumper* dibuat sederhana agar mudah diingat oleh pemirsa. Terdapat perbedaan antara teori dan praktik yang terjadi di lapangan. Jika dalam teori, Naratama menyebutkan bahwa *bumper* merupakan prinsip *the Golden 5 Seconds* karena durasinya hanya 5 detik, yang terjadi di lapangan, yaitu pada *web series* Jalan – Jalan Men, *bumper* berdurasi 19 detik. Menurut penulis hemat waktu, hal tersebut tidak menjadi masalah selama durasi *bumper* tidak melebihi durasi *Id Tune*.

4.2.8. Penataan Artistik

Dalam sebuah artistik kaitannya dengan tayangan adalah segala sesuatu, baik teknik maupun pemahaman yang terdapat dalam suatu kegiatan pengkomposisian dekorasi suatu program acara dengan tujuan diperoleh nilai – nilai estetis/keindahan.

Tata Artistik di dalam *web series* Jalan – Jalan Men berusaha

menampilkan hal yang begitu natural. Jalan – Jalan Men Menampilkan latar yang apa adanya yang ada di tempat yang mereka datang.

“Untuk penataan artistik kita berusaha menampilkan se - natural mungkin dengan menyatu kepada tempat yang kita datang.”

Peneliti melihat pada *web series* Jalan – Jalan Men sangat ingin memperlihatkan sisi berpetualang dengan sepenuhnya, agar para penonton terajak untuk berpetualang bersama di Jalan – Jalan Men. Karena dengan semua pembuatan tata artistik yang natural sangat mendukung cerita yang dibuat didalamnya.

4.2.9. *Music dan Fashion*

Music dan *fashion* merupakan elemen pendukung dalam produksi siaran televisi. Menurut Eva Arifin, musik adalah merupakan bagian yang sangat penting dan berpengaruh, dapat dikatakan musik adalah “Nyawa” dalam produksi penyiaran radio dan *broadcasting* televise (Eva Arifin, 2010: 150). Demikian pula bagi *web series* Jalan – Jalan Men, disampaikan oleh sutradara Jalan – Jalan Men pada wawancaranya dengan peneliti:

“kita memasukan musik dari 3 macam, satu musik instrumental yang gratisan dari *apple music* atau dari youtube, kedua itu dari band indie Indonesia yang kita minta ijin lagunya, dan yang ketiga adalah musik spontannya jebrow dan ya pemilihan musik itu ya sesuai *mood* yang mau kita bangun di adegan – adegan tertentu.”

Berdasarkan penjelasan di muka, menunjukkan bahwa musik merupakan bagian penting pada *web series* Jalan – Jalan Men. Di program ini mengacu pada sebuah teori bahwa musik produksi siaran, dibagi 3 macam, yaitu (Bambang Semedhi, 2011: 76 – 79) :

1. *IT Sound*, yaitu jenis suara yang dihasilkan secara alami oleh benda-

benda yang terlihat atau terpampang di layar televisi (suara ombak ketika shooting di laut, suara tembakan ketika terlihat pistol meledak, dan lain– lain). Sehingga *IT Sound* adalah jenis suara yang tidak boleh dihilangkan dari layar ketika tayangan berlangsung.

2. Ilustrasi (*illustration*) adalah musik pengiring yang digunakan untuk mempertegas atau menjadi bumbu suatu tayangan, juga bisa menambah daya tarik tayangan.
3. *Sound Effect*, yaitu tambahan suara untuk lebih mempertegas arti, makna *shot* atau adegan. *Sound effect* berhubungan erat dengan dramatisasi, yaitu usaha untuk tetap mengikat penonton agar tidak mengalihkan perhatiannya dari tayangan kita.

Untuk musik pada *web series* Jalan – Jalan Men menggunakan ketiga komponen jenis musik diatas. *IT sound* dipakai di seluruh perjalanan tim Jalan – Jalan Men, karena Jalan – Jalan Men ingin selalu menonjolkan hal natural pada semua episodenya. Ingin membuat orang yang menonton Jalan – Jalan Men merasakan perjalanan Jalan – Jalan Men secara menyeluruh dengan mendengar *sound* alami yang dikeluarkan alam atau tempat yang tim Jalan – Jalan Men datangi. Lalu musik ilustrasi yang sering digunakan Jalan – Jalan Men dalam memperlengkap tayangannya adalah musik dari band – band indie serta musik yang dirasa sutradara cocok untuk menjadi *bacsound* dari *scene* ditayangan Jalan – Jalan Men pada setiap episodenya. Dan terakhir adalah musik yang dibuat oleh host Jalan – Jalan Men (Jebrow) secara spontan saat datang di setiap tempat pada episode Jalan – Jalan Men. Jebrow

membuat lirik dan nada sesuai apa yang dia rasakan, dia lihat, dan dia pelajari di setiap episode Jalan – Jalan Men.

Salah satulagu yang dibuat Jebraw pada saat itu adalah mengenai perasaan yang Jebraw rasakan pada episode Jalan – Jalan Men ke Labuan Bajo. Saat itu semua *crew* Jalan – Jalan Men disambut menjadi keluarga di daerah Kampung Cecer, Manggarai Barat, Labuan Bajo. Disana memang mempunyai adat jika ada orang perantau dari luar yang main ke daerah mereka, tak segan – segan mereka sangat menerima orang tersebut dan menjadikannya keluarga dengan segala ritual budaya yang ada disana. Salah satu penggalan kalimat dilirik lagu yang dibuat Jebraw pada saat di Kampung Cecer adalah “Ditanah yang jauh dari rumahku, ku disambut dengan orang yang tak dikenal, dan mereka menyambutku dan mereka biang aku keluarga. Itu membuat aku bukan siapa – siapa, tapi kau menyambut ku dengan baik, terima kasih.”

Lirik tersebut mengandung makna yang dalam khususnya pada hal yang mengandung budaya Indonesia pada tempat tersebut, jebraw selalu mengungkapkan secara jujur mengenai budaya Indonesia yang sangat kaya di berbagai tempat yang ia datangi pada setiap episodnya. Hal tersebut menjadi sebuah sesuatu yang sangat positif saat penonton mendengarkan musik spontan yang dibuat Jebraw tersebut, karena penonton mendapat sesuatu informasi yang sangat dalam khususnya mengenai budaya Indonesia dengan merasakan apa yang host Jalan – Jalan Men rasakan ketika merasakan langsung beberapa budaya Indonesia yang di tayangkan pada *web series* Jalan

– Jalan Men.

Gambar 4.19

Jebraw Membuat Sebuah Lagu Saat Perjalanan Jalan – Jalan Men di Labuan Bajo



Sumber www.jalan2men.com

Sedangkan *fashion*, yang menjadi perhatian adalah tata busana dan tata rias *talent*. *Fashion* yang digunakan pada setiap episode Jalan – Jalan Men itu menyesuaikan dengan tempat yang tim Jalan – Jalan Men datangi. Jalan – Jalan Men menampilkan dari halnya kostum host yang sangat mencerminkan seseorang yang benar – benar melakukan perjalanan jauh, hal tersebut terlihat dari kostum kedua host Jalan – Jalan Men (Jebraw dan Naya) yang selalu mencerminkan seorang *backpacker* yang sebenarnya sehingga penonton saat menonton Jalan – Jalan Men bisa terbawa suasana apa yang benar – benar terjadi pada tayangan Jalan – Jalan Men tersebut.

Hal yang diperhatikan Sutradara Jalan – Jalan Men juga adalah ketika tim Jalan – Jalan Men mendatangi suatu tempat, tata artistik mereka juga selalu menyesuaikan budaya yang ada didalamnya. Contohnya adalah saat hosts Jalan – Jalan Men menggunakan kostum ciri khas dari kampung Ciptagelar yang berada di Jawa Barat, lalu saat tim Jalan – Jalan Men datang ke Aceh host Jalan – Jalan Men khususnya Naya tampil dengan tertutup untuk

menghormati budaya islam yang kental disana, serta saat Jalan – Jalan Men datang ke kota Yogyakarta Jebraw salah satu host tim Jalan – Jalan Men menggunakan kain khas dari tempat itu saat berkunjung ke candi borobudur.

Gambar 4.20

Pakaian *Host* Jalan – Jalan Men Saat Datang Ke Kampung Ciptagelar



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.21

Pakaian Jebraw Saat Jalan – Jalan Men Datang Ke Candi Borobudur



Sumber www.jalan2men.com

Berdasarkan pada apa yang penulis amati selama penelitian dan hasil wawancara dan observasi, penulis menyimpulkan bahwa *web series* Jalan- Jalan Men menggunakan element *Music and Fasion* dalam produksinya sebagai salah satu strategi kreatif sutradara. Penulis memahami suatu hal, bahwa meskipun terlihat simpel ternyata memperhatikan dan menata secara matang *fashion* dari talent berpengaruh pada nilai estetika

sebuah program.

4.2.10. Ritme dan Birama Acara

Ritme dan birama acara dalam *web series* Jalan – Jalan Men tampak dari cerita yang dibuat sutradara pada setiap episode perjalanan Jalan – Jalan Men. Penonton dibawa naik turun dari sebuah cerita yang disajikan, karena Jalan – Jalan Men menayangkan tayangan yang tidak hanya sekedar jalan – jalan ke sesuatu tempat tanpa mendapat sesuatu yang berarti. Oleh karena itu Ritme dan birama acara tersebut dibuat sutradara Jalan – Jalan Men untuk mendukung hal tersebut. Kemudian setelah hasil wawancara seputar bahasa naskah, penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam membuat naskah *web series* Jalan – Jalan Men sutradara menempatkan hal hal yang berbau humor pada segment yang tepat untuk menahan pemirsa tetap menonton *web series* Jalan – Jalan Men

Dari sisi penggunaan ilustrasi juga memperlihatkan bahwa terdapat penempatan klimaks dialog yang diisaratkan melalui *backsound*. Di mana klimaks terjadi saat host Jalan – Jalan Men menyelesaikan sebuah tantangan yang diberikan dari awal cerita perjalanan mereka, atau juga saat host Jalan – Jalan Men masuk kedalam suasana khususnya mengenai budaya Indonesia di tempat yang mereka datangi.

4.2.11. Logo dan Music Track untuk ID Tune

Web series Jalan – Jalan Men ini mempunyai logo dan *musik track* khusus.

Hal ini dijelaskan oleh sutradara Jalan – Jalan Men :

“logo *web series* Jalan – Jalan Men tidak mempunyai makna apa-apa. logo JJM itu seperti sebuah cap pasport saat masih di cap, dan tulisan yang ada

di sekeliling lingkaran logo itu artinya adalah ‘Jalan – Jalan Men’ dari berbagai bahasa.”

Gambar 4.22

Gambar Logo Web Series Jalan – Jalan Men



Sumber www.jalan2men.com

Telah penulis jelaskan sebelumnya mengenai *id's program* atau *opening tune program web series* Jalan – Jalan Men yang berupa animasi grafis pada pembahasan mengenai *tune* dan *bumper*.

Id tune web series Jalan – Jalan Men merupakan karya salah satu host Jalan – Jalan Men (Jebrow) yang sebelumnya sudah dijelaskan oleh sutradara Jalan – Jalan Men pada pembahasan *tune* dan *bumper*.

“Untuk opening musiknya sendiri, saya minta *host* JJM (Jebrow) untuk membuat lagu spontan saat pertama kali episode untuk memasukan kata – kata ‘*vacation lah dulu*’, lagu itulah yang pertama kali JJM pakai untuk opening episode JJM ini.”

Setelah pada hasil wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa strategi kreatif terkait logo dan *music track* diterapkan sesuai dengan konsep awal acara Jalan – Jalan Men itu sendiri yaitu *web series* yang bertemakan *traveling*. Hal tersebut sangat dipikirkan matang – matang oleh sutradara Jalan – Jalan Men agar semuanya berjalan berkesinambungan.

4.2.12. *General Rehearsel (GR)*

General Rehearsel merupakan latihan yang dilakukan sebelum syuting berlangsung. Tujuan dilakukannya *general rehearsel* menurut Naratama adalah untuk meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi ketika produksi, dan yang menjadi perhatian ketika *general rehearsel* yaitu *camera bloking*, tata lampu, dan tata suara (Naratama, 2006: 111).

Di lapang, *general rehearsel* sering dilakukan, disampaikan oleh sutradara Jalan – Jalan Men:

“Sebelum *shooting* kami selalu melakukan GR, terutama kepada *host*, untuk latihan sebelum memulai produksi saya memberikan arahan kepada *host* untuk sebuah adegan yang spesifik.”

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menegtahui bahwa bagi *web series* Jalan – Jalan Men, *general rehearshel* merupakan strategi yang digunakan untuk meminimalisir terjadinya kesalahan dalam keberlangsungan *shooting*. Hal tersebut juga memastikan naskah atau cerita yang dibuat sutradara pada setiap episode Jalan – Jalan Men dipelajari dengan baik oleh para *crew* Jalan – Jalan Men khususnya kepada Naya dan Jebraw yang berperan sebagai *host* dari Jalan – Jalan Men .

4.2.13. Interactive Program

Interactive program yaitu melibatkan pemirsa dalam diskusi maupun wawancara. Pada *web series* Jalan – Jalan Men yaitu dengan memanfaatkan *line* telpon, *e-mail*, *twitter* dan sosial media yang ada, tujuannya untuk melibatkan pemirsa pada *web series* Jalan – Jalan Men, sebagaimana dikemukakan oleh Andra Fembriarto selaku sutradara Jalan – Jalan Men :

“Interaksi yang dilakukan JJM dan malesbanget.com selaku website yang menayangkan JJM yaitu dengan membuat kuis dan penonton jawab pertanyaannya, dan terkadang kita mengadakan temu langsung dengan penonton sekalian menjelaskan mengenai episode JJM yang akan tayang sekaligus untuk promosi.”

Interaktif program dimanfaatkan oleh *web series* Jalan – Jalan Men untuk mengetahui respon penonton. Seperti yang sudah penulis jelaskan sebelumnya, *web series* Jalan – Jalan Men untuk mengetahui minat dan respon pemirsa Indosiar yaitu dengan memanfaatkan media jejaring sosial seperti *email, twitter, dan skype*. Contoh disini memakai jejaring sosial seperti *email, twitter, komentar youtube dan facebook* yaitu seseorang mengirimkan pertanyaan atau pernyataan lewat media sosial tersebut, lalu pernyataan atau pertanyaan tersebut akan menjadi sebuah kritik dan saran untuk Jalan – Jalan Men agar mengevaluasi diri kedepannya.

Berdasarkan data wawancara tersebut, penulis dapat melihat bahwa sutradara Jalan – Jalan Men juga memanfaatkan dengan baik saat berinteraksi dengan penonton pada acara *meet up* Jalan – Jalan Men di beberapa kota agar dapat menjalin kebersamaan dengan penonton secara langsung dan sekaligus mempromosikan tayangan Jalan – Jalan Men kepada masyarakat dengan terbuka.

Serta dari semua bagian elemen strategi kreatif web series Jalan – Jalan Men pada ciri – ciri kreatifitas yang dikemukakan Guilford (dalam Munandar, 2009), Originalitas (*originality*) lah yang selalu muncul pada setiap kegiatan kreatifitas pada *web series* Jalan – Jalan Men. Yaitu kemampuan untuk mencetuskan gagasan unik atau kemampuan untuk mencetuskan gagasan asli.

Hal ini sudah sangat tidak diragukan lagi pada Jalan – Jalan Men. Jalan – Jalan Men terdiri dari kumpulan orang – orang yang mempunyai profesionalitas dan kualitas yang tinggi, dari Sutradara, *host*, tim Epic, penata suara, penata musik, *cameraman*, penata grafis. Sutradara Jalan – Jalan Men adalah Andra Fembriarto, dia merupakan seorang *film maker* lulusan *University Of Technology, Sedney*. Dia mempunyai sebuah *production house* yaitu studio amarana. Ada beberapa film yang sudah dia buat, yaitu film “Mereka Sudah Sampai di Jawa”, “Yomi”, “Waktu Itu”, “Gamelan Noise”, “Dibawah Langit yang Sama”, “Lajiwo”, “Pohon Penghujan” dan sebuah film panjang omnibus yang berjudul “Sinema Purnama” yang berhasil mendapatkan penghargaan di Festival Film Solo 2013 dan Festival Film Indie Yogyakarta. Sebelum dia diamanatkan menjadi sutradara Jalan – Jalan Men dia sempat menyutradarai program *sunset on the rooftop* yang juga merupakan program dari *malesbanget.com*. Selain keahliannya dalam membuat film, Andra pun sangat menseseriusi dunia menulis. Hasilnya pada tahun 2013 dia merilis novel bergenre fantasi yang berjudul Tapak Air. Pada tahun 2016, selain disibukan menjadi sutradara Jalan – Jalan Men, Andra juga disibukan dengan *project travel series* yang dia buat yang berjudul Indonesia Kaya. Di Jalan – Jalan Men Andra menjadi sutradara dari awal tayangan sampai tayangan saat ini. Ia pun juga dipercaya oleh produser dalam menangani dan mengkonsepkan semua isi konten Jalan – Jalan Men. Oleh karena itu selain ia menjadi Sutradara, ia pun menjadi penulis naskah dan ikut menjadi *cameraman* dalam produksi Jalan – Jalan Men.

Gambar 4.23**Sutradara Jalan – Jalan Men****Sumber www.jalan2men.com**

Selanjutnya adalah kedua *host* Jalan – Jalan Men, mereka merupakan orang yang profesional dibidangnya masing – masing. *Host* pertama adalah Petra Gabriel Michele (biasa dipanggil Jebraw). Ia adalah seorang vokalis dari band profesional bernama REAL. Oleh karena itu pada setiap perjalanan Jalan – Jalan Men, Jebraw selalu bisa membuat sebuah lagu dengan spontan. Jebraw pun memulai karir pada bidang film saat ia dipercayai memerankan tokoh utama pada film pendek berjudul “pohon penghujan”.

Lalu *host* Jalan – Jalan Men kedua adalah Anaya Anindita (Naya). Naya merupakan seorang *film maker*. film yang berhasil dia buat adalah film pendek yang berjudul ‘anna barelina’, serta Naya juga ikut serta dalam produksi film panjang yang berjudul ‘Sundul Gan’ yang didalamnya menceritakan perjuangan para pendiri sebuah website yang bernama Kaskus. Selain menjadi *host* kedua, Naya pun menjadi asisten sutradara dari Jalan – Jalan Men.

Gambar 4.24**Kedua *Host* Jalan – Jalan Men (Jebraw dan Naya)****Sumber www.jalan2men.com**

Selanjutnya adalah tim Epic yaitu terdiri dari Galih Mulya Nugraha dan Febian Nurrahman Saktinegara. Tim Epic ini merupakan sebuah tim yang mempunyai *production house* sendiri bernama Embara Films. Embara Films adalah rumah produksi film dokumenter independen yang berfokus pada keindahan alam budaya Indonesia. Oleh karena itu tim epic memang tim yang bertugas membuat gambar – gambar cantik di tayangan Jalan – Jalan Men.

Mereka pun banyak sekali meraup prestasi pada rumah produksi embara film, salah satunya adalah Best Jury Price dari Festival Film Indonesia 2013 dan Piala Maya 2013 untuk film yang mereka buat yang berjudul Epic Java. Merangkum Jakarta, Bali Day Lapse, Ngerekam Bandung dan Epic Java adalah beberapa hasil karya dari Embara Films. Lalu “Chotto : a moment in Japan” merupakan debut internasional mereka pertama kali dirilis tahun 2013, lalu disusul dengan “Roma Eterna” dan “Budapest and the Blue Danube” di tahun 2016. Serta karya terakhir yang dibuat Embara Films adalah Indonesia Kirana yang menceritakan perjalanan

dan semangat dari tim paduan suara Indonesia dari Universitas Padjajaran untuk mengharumkan nama Indonesia di pentas Grand Prix paduan suara dunia.

Gambar 4.25

Tim Epic Jalan – Jalan Men



Sumber www.jalan2men.com

Web series Jalan – Jalan Men merupakan produk original yang memang dibuat langsung oleh tim yang mempunyai profesionalitas yang tinggi di setiap bidangnya. Sesuatu kreatifitas dapat dilihat berhasil atau tidaknya bisa dibuktikan dari efek sifat yang dikeluarkan, :

- a. Baru atau novel, yang diartikan sebagai inovatif, belum ada sebelumnya, segar, menarik, aneh dan mengejutkan. Salah satu penonton Jalan – Jalan Men asal Tangerang yang bernama Angga Septian memberikan pernyataannya mengenai hal tersebut pada 11 Agustus 2016 :

“Jalan – Jalan Men itu *ngambil* perspektif lain dari travel gitu, alurnya dibuat menarik gitu disisipin cerita cinta cinta, itu yang bikin lebih fresh dari konten acaranya dari web series jalan – jalan yang lain.”

- b. Berguna atau *useful*, yang diartikan sebagai lebih enak, lebih praktis, mempermudah, mendorong, mengembangkan, mendidik, memecahkan masalah, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan, mendatangkan hasil

yang baik. Budayawan (Wahyu Arya) pada wawancaranya dengan peneliti tanggal 2 Agustus 2016, berpendapat jika Jalan – Jalan Men ini merupakan tayangan yang berguna dalam mengembangkan industri kreatif di berbagai daerah jika kebudayaan Indonesia tetap selalu dimunculkan didalamnya.

“kebudayaan kebudayaan di masyarakat kita yang kaya. Sangat penting untuk kesejahteraan masyarakat, misalnya Kota Jogja dan Bandung industri kreatifnya hidup nah itu mereka bisa mengandalkan hidup dari kebudayaan kebudayaan setempat, produk – produk budaya yang mereka buat bisa menghasilkan ekonomi untuk masyarakat setempat, nah alasan kenapa kebudayaan harus dipertahankan, nah disana itulah ketahanan budaya akan berimbas kepada ketahanan ekonomi dan kesejahteraan masyarakatnya.”

- c. Dapat dimengerti atau *understandable*, yang diartikan hasil yang sama dapat dimengerti dan dapat dibuat di lain waktu. Nila Ariska yang merupakan seorang penonton Jalan – Jalan Men asal Pematang Siantar pun memberikan pernyataannya mengenai poin kedua tersebut kepada peneliti pada wawancara tanggal 2 Agustus 2016 :

“Dengan adanya jalan – jalan men ini saya sangat cukup terpenuhi informasi mengenai budaya Indonesia, karena dari penjelasan dari host yang memakai bahasa yang mudah dimengerti serta penambahan grafik penjelasan yang ada di tayangannya buat kita semakin tau penjelasan budaya yang ada.”

Hal tersebut ditambahkan oleh Ferdinand Putra yang juga merupakan penonton dari Jalan – Jalan Men asal Riau yang mengungkapkan melalui wawancaranya dengan peneliti pada tanggal 1 Agustus 2016, jika ketika menonton Jalan – Jalan Men bisa belajar budaya Indonesia dengan *keren* dan mudah dimengerti.

“ya bagus aja, kan soalnya JJM ini kan segmentasinya remaja seperti saya,

ya kan remaja sekarang itu sepertinya udah mengikuti jaman banget, udah terkontaminasi budaya asing, nah di Jalan – Jalan Men ini bisa jadi salah satu cara aja *biar* orang – orang khususnya remaja bisa tahu budaya Indonesia yang ada, ya dengan tahu kan bisa tambah lama bisa selalu menjaga Indonesia, ya dengan tayangan ini bisa menumbuhkan cinta budaya Indonesia yang berharga ini. Ya intinya menurut saya nonton Jalan – Jalan Men ini kita bisa belajar budaya Indonesia dengan cara yang keren.”

Hal tersebut didukung oleh pernyataan budayawan (Wahyu Arya) bahwa cara dan kreatifitas yang dilakukan Jalan – Jalan Men dalam selalu ingin mengeksplor budaya Indonesia sangatlah baik bagi masyarakat untuk mengenal budayanya sendiri. Karena medium yang dipakai Jalan – Jalan Men dalam menyiarkan tayangannya cukup efektif dengan menggugah masyarakat untuk menerima pesan didalamnya.

“Ini ada salah satu hal yang menarik dari teknologi informasi saat ini, selain dia membawa muatan yang kurang baik, tetapi teknologi informasi ini sebagai harapan, dia bisa menjadi medium membawa pesan pesan budaya. salah satu cara yang bagus memakai teknologi informasi saat ini, karena remaja kita saat ini cenderung *boring* untuk mendengarkan wejangan kebudayaan, dengan cara seperti itu justru akan menjadi lebih menarik untuk dipelajari. Jadi media juga sangat menentukan pesan tersebut tersampaikan dengan baik.”

Berdasarkan keterangan pernyataan diatas, peneliti melihat jika kreatifitas dan originalitas serta profesionalitas memang sangatlah penting dalam membuat sebuah tayangan untuk dikonsumsi kepada khalayak banyak. Hal tersebut menjadikan sebuah tayangan menjadi mempunyai arti yang lebih bagi penontonnya. Lalu bisa menjadi sebuah ciri khas dari sebuah tayangan itu sendiri dengan kreatifitas yang dihasilkan dalam membuat produksi pekerjaan yang berkualitas tinggi.

4.3. *Web series* Jalan – Jalan Men mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia

Pencerminan disini adalah sesuatu yang dapat menggambarkan sebuah objek dan Pengekspresian disini dapat diartikan sebagai pengungkapan atau proses dalam mengutarakan maksud, perasaan, gagasan, dan sebagainya. Jadi semua pemikiran dan gagasan yang ada dalam pikiran sutradara Jalan – Jalan Men mengenai budaya Indonesia direalisasikan dalam bentuk sebuah *web series* Jalan – Jalan Men sehingga bisa akan dirasakan manfaatnya.

Pada setiap tayangan Jalan – Jalan Men memang banyak yang mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia. Hal tersebut terlihat dari tayangan awal Jalan – Jalan Men muncul di media massa online sampai tahun 2016 saat ini. Seperti halnya juga yang diungkapkan Andra Fembriarto selaku sutradara Jalan – Jalan Men pada wawancara yang dilakukan peneliti tanggal 30 Juli 2016.

“Dari awal beberapa elemen yang dimunculkan oleh Jalan – Jalan Men adalah harus seru, humoris dan jujur, dalam arti untuk mengangkat kejujuran ini ya kita apa adanya aja gitu datang ke suatu tempat untuk belajar sesuatu khususnya budaya, kebiasaan manusia disana yang ada.”

Berdasarkan penjelasan diatas, Jalan – Jalan Men tidak ingin hanya sekedar tayangan jalan – jalan yang biasa. Maksudnya hal biasa disini adalah mereka ingin berbeda dari tayangan yang sejenisnya. Dengan mengutamakan keseruan yang mereka buat dari segi cerita, skenario, ditambah hal humoris didalamnya serta pencerminan dan pengekspresian budaya Indonesia, itulah yang menjadikan ramuan bagi mereka dalam menjadikan sebuah kekhasan tayangan yang mereka

buat.

Pengekspresian dan pencerminan budaya Indonesia yang pertama pada *web series* Jalan – Jalan Men dapat dilihat dalam episode Yogyakarta pada tahun 2012. Hal tersebut sangat jelas terlihat pada awal cerita yang menceritakan jika Jebraw ingin mencari dinosaurus di Yogyakarta. Oleh karena itulah Jebraw datang ke tempat – tempat peninggalan jalan kerajaan di Taman Sari, Candi Ratu Boko, Candi Borobudur. Disela cerita jebraw mencari dinosaurus, dia pun mengorek informasi mengenai hal yang kental dengan budaya Indonesia disana dengan gaya khas dia yang humoris. Pada episode tersebut juga terlihat Jalan – Jalan Men menelusuri Kraton Yogyakarta untuk melihat dan memberi tahu informasi mengenai kesenian, sejarah dan hal – hal yang menarik disana. Disela perjalanan Jebraw mencari dinosaurus di Yogyakarta, Jebraw pun menyicipi gudeg yang merupakan makanan khas Yogyakarta serta ikut membuat makanan ringan tradisional rengginang di desa wisata Wonorejo

Gambar 4.26

**Saat Jalan – Jalan Men Memperlihatkan Makanan Khas Kota Yogyakarta
pada tayangan JJM 2012**



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.27

**Pada Tahun 2012 Saat Jalan – Jalan Men Mendatangi Daerah Taman Sari,
Kota Yogyakarta**



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.28

Saat Jalan – Jalan Men Menelusuri Candi Ratu Boko, Yogyakarta



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.29

**Jalan – Jalan Men Memperlihatkan Aktifitas Puja yang Dilakukan di Candi
Borobudur**



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.30

**Jebraw Ikut dalam Pembuatan Rengginang Di Desa Wisata Wonerejo,
Yogyakarta**



Sumber Jalan2men.com

Gambar 4.31**Gamelan Jawa yang Berada Di Kraton Yogyakarta**

Sumber www.jalan2men.com

Pada perjalanan Jalan – Jalan Men ke Kota Bali pun banyak sekali cerminan dan ekspresi budaya Indonesia yang ditonjolkan oleh sutradara Jalan – Jalan Men. Dari berbagai penjelasan mengenai bangunan sejarah yang ada di Bali, mengenai tradisi budaya hindu yang selalu membuat sesajen, serta berbagai seni yang ada disana khususnya seni tari, dan masih banyak lagi. Jalan – Jalan Men melakukan dua perjalanan ke Bali pada tahun 2013 dan 2016. Di tahun 2013 Jalan – Jalan Men mengajak penonton untuk ikut merasakan bagaimana *euforia* saat menonton tari kecak, tidak hanya itu Jalan – Jalan Men juga memberikan penjelasan mengenai asal usul dari tari kecak tersebut serta informasi lainnya. Sedangkan pada tahun 2015 perjalanan Jalan – Jalan Men di Bali menayangkan bagaimana Jalan – Jalan Men memberikan informasi mengenai alat peribadatan masyarakat Bali khususnya yang beragama hindu serta mengajak penonton untuk belajar tari Bali.

Gambar 4.32

Saat Jalan – Jalan Men Melihat Pertunjukan Tarian Kecak Di Bali



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.33

Naya Ikut Belajar Menari Bali



Sumber www.jalan2men.com

Selanjutnya pada perjalanan Jalan – Jalan Men saat mengeksplorasi Kota Bandung dan daerah selatan gunung Halimun, Sukabumi yaitu ke desa Ciptagelar. Pada perjalanan tersebut banyak budaya Indonesia yang ditunjukkan khususnya mengenai budaya sunda. Di Bandung, Jalan – Jalan Men mengunjungi sebuah saung kesenian yang bernama saung Angklung Udjo. Disana Jalan – Jalan Men memberikan banyak informasi mengenai kesenian – kesenian yang dimiliki Jawa Barat terutama alat musik angklung. Dari cara pembuatannya, pemilihan bambu sebagai bahan pembuat angklung, sejarah angklung dan sampai cara memainkannya.

Gambar 4.34

**Saat *Host* Jalan – Jalan Men Belajar Memainkan Angklung Di Saung Udjo,
Bandung**



Sumber www.jalan2men.com

Setelah itu pada tahun 2014, perjalanan Jalan – Jalan Men mengunjungi sebuah desa yang berada di selatan gunung Halimun, yaitu desa Ciptagelar. Disana Jalan – Jalan Men banyak memberikan informasi mengenai budaya yang

diterapkan di desa tersebut. Dari adat berpakaianya, cara penyambutan tamu, silsilah petinggi adat disana, lambang desa disana yaitu lumbung padi, aktifitas keseharian disana, dan masih banyak lagi. Salah satu kegiatan budaya yang *host* Jalan – Jalan Men lakukan adalah saat Jebraw merasakan bagaimana melempar pocong padi kedalam lumbung padi yang menjadi lambang desa tersebut, Jebraw ikut merasakan kegiatan memanah yang menjadi permainan disana, dan Naya pun ikut dalam aktifitas di desa tersebut dengan ikut menumbuk padi bersama ibu – ibu disana. Tidak hanya ikut melakukan aktifitas disana, Jalan – Jalan Men juga dipandu oleh salah satu masyarakat disana yang ditunjuk oleh petinggi desa tersebut untuk memberikan penjelasan mengenai budaya yang dilaksanakan disana kepada Jalan – Jalan Men, jadi informasi budaya Indonesia yang didapat oleh Jalan – Jalan Men dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Gambar 4.35

Jebraw Merasakan Aktifitas Panahan dari Masyarakat Ciptagelar, Jawa Barat



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.36

Naya Ikut Menumbuk Padi Saat Berkunjung Ke Desa Ciptagelar, Jawa Barat



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.37

Jebraw Melempar Pocong Padi Kedalam Lumbung Padi Di Desa Ciptagelar, Jawa Barat



Sumber www.jalan2men.com

Berikutnya budaya Indonesia tercermin dan tereksplorasi pada tayangan Jalan Men saat mengunjungi desa Wae Rebo, Flores. Didalam tayangan tersebut

memperlihatkan semua tim Jalan – Jalan Men diterima sebagai anak dengan upacara penyambutan, Jalan – Jalan Men juga memberikan informasi mengenai rumah adat Niang disana yang menjadi tempat tinggal penduduk Wae Rebo, lalu Jalan – Jalan Men pun memberikan berbagai informasi mengenai berbagai aktifitas yang dilakukan penduduk Wae Rebo, seperti aktifitas berkebun kopi, membuat kain khas Flores, berternak babi, serta memperlihatkan hiburan kesenian disana yaitu permainan gendang yang dibuat leluhur jaman dulu.

Setelah itu Jalan – Jalan Men mengunjungi desa Cecer, Labuan Bajo, Flores. Disana pun mereka disambut dengan upacara adat penyambutan tamu. Mereka pun diangkat menjadi anak saat berkunjung kesana, karena adat disana memang setiap tamu yang datang kesana akan dianggap sebagai keluarga, mereka melihat tamu – tamu yang datang itu sebagai anak yang kembali dari perantauan. Jalan – Jalan Men pun memperlihatkan hiburan yang warga desa Cecer berikan, hiburan tersebut berupa tarian yang bernama tarian Caci. Jalan – Jalan Men pun memberikan berbagai informasi mengenai asal - usul, serta filosofi tarian tersebut. Didalamnya juga diperlihatkan jika *host* Jalan – Jalan Men ikut serta menarikan tarian Caci tersebut sebagai penghormatan masyarakat untuk disana. Seperti halnya yang diutarakan oleh sutradara Jalan – Jalan Men kepada peneliti, :

“Di Labuan Bajo *host* JJM itu conect banget sama masyarakat disana, saya sebagai Sutradara pun sangat tersentuh aja melihatnya, nah dari situlah saya mulai banyak berpikir, sangat menarik sekali jika JJM ini banyak mengangkat budaya, masyarakat – masyarakat di suatu daerah dan adat – adat yang ada dalam sebuah cerita yang dikemas semenarik mungkin. Dari situ ya saya dan crew sebisa mungkin memilih suatu tempat lebih utama mencari masyarakat adatnya dan mengangkat budaya disana.”

Gambar 4.38

Saat Jebraw Memainkan Alat Musik Khas Masyarakat Wae Rebo



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.39

Saat Jebraw dan Naya Foto Didepan Rumah Adat Masyarakat Wae Rebo



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.40**Jebraw Ikut Merasakan Tarian Caci Khas Labuan Bajo Di Desa Cecer****Sumber www.jalan2men.com**

Terakhir budaya Indonesia yang tercermin dan tereksplora dalam *web series* Jalan – Jalan Men adalah adat sasak yang berada di Desa Blek, Sembalun. Disana Jalan – Jalan Men memberikan berbagai informasi mengenai kesenian tari Wong Menak yang merupakan tarian khas disana. *Host* Jalan – Jalan Men pun (Naya) ikut serta dalam mempelajari tari tersebut dengan mengikuti gerakan yang dilakukan penari disana. Tarian Wong Menak pun digali secara penuh informasi mengenai sejarah terciptanya tarian tersebut, mengenai filosofi namanya, serta suka duka dalam pelestarian kesenian tersebut. Selain tarian Wong Menak, Jalan-Jalan Men juga menggali informasi mengenai rumah adat susu sasak di Desa Blek, Sembalun, NTB. Rumah adat tersebut merupakan rumah pertama yang dibuat oleh leluhur adat suku sasak disana yang sampai akhirnya menjadi sebuah desa.

Gambar 4.41

Rumah Adat Suku Sasak di Desa Blek, Sembalun, Nusa Tenggara Barat



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.42

Naya Iktu Menari Tarian Wong Menak Bersama Masyarakat Adat Suku

Sasak



Sumber www.jalan2men.com

Salah satu budayawan yang bernama Wahyu Arya melihat ada sesuatu yang menarik dari *web series* Jalan – Jalan Men ini dalam mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia yang ada, :

“Kebudayaan Indonesia adalah notabene sangat kaya, ini sebenarnya sebagai modal kultural untuk masyarakat Indonesia untuk mengembangkan kesejahteraannya jika kebudayaan itu dikemas apik menarik dan diturunkan turun temurun. Dalam kasus ini, dalam tayangan Jalan – Jalan men ini kontennya sangat bagus, dikemas secara apik dengan penyajian menarik, sehingga promosi – promosi budaya bisa dilakukan semacam itu.”

Budayawan tersebut pun mengungkapkan jika kondisi budaya Indonesia secara keseluruhan ini kita sedang mengalami sedikit benturan – benturan, disebabkan oleh beberapa hal, pertama dari arus deras nya teknologi informasi dan adanya serbuan masif budaya luar Indonesia. Kedua hal tersebut harus diperhatikan karena ditakutkan lambat laun akan mengikis budaya Indonesia. Oleh karena itu dari tayangan Jalan – Jalan Men ini pun menjadi cara tersendiri yang menarik dan efektif dalam memperkenalkan budaya Indonesia. Tetapi Wahyu Arya menambahkan jika tayangan seperti Jalan – Jalan Men belum bisa menyeluruh dalam mencerminkan dan mengeksplor semua budaya Indonesia yang ada.

“Karena ini kan sifatnya fragmentaris, dia terfragmentasi untuk segmen segmen tertentu, mungkin ada garapan – garapan dari mereka yang belum diekspose, ada kedalaman kedalaman pesan yang belum termuat disitu, nah ini memang kita harus akui ini keterbatasan dari sebuah media teknologi informasi.”

Hal tersebut diutarakannya sebab budaya Indonesia memang sangat beragam dan banyak sekali. Karena jika membicarakan kebudayaan ini sangat kompleks, mulai dari pola pikir, kesadaran, kepercayaan, bahasa, sikap dan lain lain. pada tahun 2015 saja tercatat suku yang terdapat di Indonesia saja terdiri dari 1.128

suku bangsa. Indonesia juga menjadi negara dengan jumlah bahasa daerah terbanyak yaitu sebanyak 742 bahasa. Perangkat itu yang membedakan kebudayaan Indonesia dengan kebudayaan luar.

Tetapi dengan ini Jalan – Jalan Men dapat menyajikan tayangan yang memenuhi salah satu dari fungsi media massa yaitu informatif dan mendidik. Karena penonton Jalan – Jalan Men bisa lebih mempelajari budaya Indonesia dengan mengetahui hal – hal mengenai budaya Indonesia lebih banyak. Fungsi media massa informatif adalah Fungsi menyiarkan informasi (*to inform*). Penyampai informasi yang berkaitan dengan peristiwa, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain atau special event. Pesan yang informative adalah pesan yang bersifat baru (*actual*) berupa data, gambar, fakta, opini dan komentar yang memberikan pemahaman baru/penambahan wawasan terhadap sesuatu. Serta fungsi media massa adalah “*to educate*” yaitu media masa mendidik dengan menyampaikan pengetahuan dalam bentuk tajuk, artikel, laporan khusus atau cerita yang memiliki misi pendidikan. Berfungsi mendidik apabila pesannya dapat menambah pengembangan intelektual, pembentukan watak , penambahan keterampilan/ kemahiran bagi khalayak serta mampu memecahkan permasalahan yang dihadapi masyarakat. (Wardhani, 2008: 25).

Sutradara *web series* Jalan – Jalan Men sangat memperhatikan sekali aspek informatif dan mendidik ini. Hal tersebut terlihat dari berbagai episode tayangan Jalan – Jalan Men ini yang banyak memberikan berbagai pesan untuk menambah informasi dan pengetahuan bagi penontonnya. Selain menambah pengetahuan

mengenai sesuatu yang mencerminkan dan mengeksplorasi budaya seperti penjelasan diatas, Jalan – Jalan Men juga banyak menyisipkan hal mendidik lain dari berbagai aspek. Salah satu episode Jalan – Jalan Men yang menelusuri Taman Nasional Tanjung Puting, Kalimantan. Hal tersebut terlihat dari Jalan – Jalan Men ingin memberikan pengetahuan mengenai pariwisata ekowisata yang didalamnya membuat penonton belajar akan artinya konservasi dan segala macamnya, ingin memberitahukan wisata yang ramah lingkungan serta bagaimana wisata itu bisa memberikan efek ekonomi bagi masyarakat lokal. Didalam tayangan tersebut juga diperlihatkan terdapatnya penangkaran orang utan dalam rangka pelestarian mereka yang berada di camp Leakey Leaky milik Prof Birute. Hal tersebut diperlihatkan untuk menggugah penonton dalam respect terhadap satwa – satwa liar yang berada di hutan khususnya orang utan yang memang habitat di bumi sudah semakin berkurang karena perluasan berbagai industri tambang dan perluasan industri kelapa sawit.

Gambar 4.43

Jebraw Menelusuri Hutan Di Camp Leakey Leaky untuk Mengajak Penonton Respect Kepada Orang Utan



Sumber www.jalan2men.com

Gambar 4.44

Jebraw dan Naya Saat Mewawancarai Prof Birute Mengenai Pelestarian Orang Utan



Sumber www.jalan2men.com

Berikutnya konten yang mendidik yang disajikan Jalan – Jalan Men adalah saat Jalan – Jalan Men berkunjung ke sebuah daerah di Kabupaten Dompu, Kecamatan Hu’u, Nusa Tenggara Barat. Disana terdapat seseorang yang bernama Carlos Ferrandiz, dia adalah seorang yang peduli akan masyarakat di kecamatan Hu’u. Jalan – Jalan Men disini sangat memperlihatkan bagaimana perjuangan Carlos dalam memberikan banyak pertolongan dari segi kesehatan, pendidikan, dan pertolongan yang lainnya dalam membangun masyarakat disana menjadi maju dan sejahtera. Sampai akhirnya Carlos membuat sebuah *project* yang ia berinama ‘Harapan Project’.

Salah satu bukti nyata perjuangan Carlos disana adalah, ia berhasil membuat seorang anak kecil yang terkena penyakit tumor dikakinya sembuh berkat pertolongannya serta dibantu masyarakat disana. Ia berhasil memberikan kekuatan penuh kepada anak itu untuk selalu bertahan dari penyakitnya dan meyakinkan

anak kecil itu bahwa dia akan sembuh. Dan sampai akhirnya pada tahun 2015 anak itu sembuh dan bisa belajar untuk merealisasikan cita – citanya. Hal tersebut menjadikan Jalan – Jalan Men ingin menyuguhkan tayangan yang bisa bermanfaat bagi penontonnya dalam pembentukan watak, maksudnya dari kebaikan yang dilakukan Carlos diharapkan akan bisa memberikan semangat bagi masyarakat untuk tetap berbuat baik, saling tolong menolong, dan hal kebaikan lainnya kepada sesama manusia.

Gambar 4.45

Saat *Host* Jalan – Jalan Men Bertemu Carlos



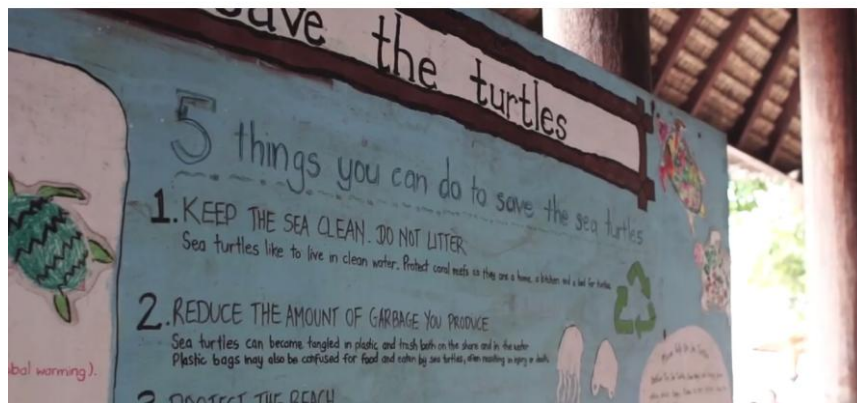
www.jalan2men.com

Lalu hal yang mendidik lainnya yang ada saat Jalan – Jalan Men menelusuri daerah yang berada di Indonesia bagian timur. Pertama saat Jalan – Jalan Men mendatangi Gili Trawangan, Lombok. Pada tayangan tersebut Jalan – Jalan Men mengajak para penontonya untuk bisa melindungi penyu, karena penyu merupakan hewan yang habitatnya sudah hampir punah akibat laut yang sudah tercemar akibat zat – zat kimia dari pertambangan yang dibuang kelaut, sampah –

sampah yang dibuang ke laut, sampai ada yang menangkap penyu secara ilegal untuk dimakan. Oleh karena itu Jalan – Jalan Men pada episode tersebut memberikan penjelasan pentingnya menjaga hewan penyu itu.

Gambar 4.46

**Pelestarian Penyu Pada Episode Jalan – Jalan Men Ke Gili Trawangan,
Lombok**



Sumber www.jalan2men.com

Lalu hal yang mendidik pada perjalanan Jalan- Jalan Men selanjutnya adalah di Bali. Jalan – Jalan Men memberi tahu bahwa disebuah pulau Manjangan yang ada di Ubud, Bali. Jalan – Jalan Men pada episode itu memperlihatkan sebuah permasalahan yang dimana terdapat sedikit konflik antara masyarakat sekitar pulau tersebut dengan beberapa orang yang ingin menjadikan pulau manjangan itu sebagai pulau wisata dan akan didirikan beberapa resort disana. Hal tersebut tidak diterima oleh warga disana dikarenakan disana adalah tempat peribadatan yang sakral. Sehingga wisata seperti itu bisa mengganggu orang – orang yang beribadah disana. Dari permasalahan tersebut Jalan – Jalan Men mengajak masyarakat berfikir dalam menyingkapi untuk permasalahan tersebut.

Gambar 4.47

**Baliho Penolakan Masyarakat Pulau Manjangan dalam Pembangunan
Resort di Pulau Manjangan, Ubud, Bali**



Sumber www.jalan2men.com

Selanjutnya masih pada perjalanan Jalan – Jalan Men ke Bali, terdapat hal yang mendidik mengenai ‘*green school*’ yang terdapat di daerah Ubud, Bali. Ditayangkan tersebut Jalan – Jalan Men memperlihatkan bagaimana sekolah tersebut memberikan pelajaran bahwa manusia haruslah berkesenambungan dengan alam. Hal tersebut diperlihatkan bagaimana cara sekolah tersebut bisa menjadikan sampah yang ada disekitar mereka menjadi sebuah barang yang berharga. Lalu bagaimana siswa disana bisa merawat kebun yang ia tanam sendiri. Dan memperlihatkan pula bagaimana mengolah hasil perkebunan yang siswa – siswi itu tanam. Peneliti melihat hal tersebut ditayangkan oleh Jalan – Jalan Men bertujuan menggugah penonton untuk bisa hidup bersahabat dengan alam dan mengajak lebih mencintai alam sekitar kita.

Gambar 4.48

Salah Satu Pesan yang Terdapat Pada Masing Masing Kebun yang Dimiliki Siswa ‘*green school*’ di Ubud, Bali



Sumber www.jalan2men.com

Sutradara Jalan – Jalan Men pun menambahkan, dengan konten yang mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia yang berada pada poin sebelumnya, juga sangat berkeinginan dalam mewariskan budaya Indonesia secara berkelanjutan dengan tetap selalu menyuguhkan tayangan kental akan budaya Indonesia yang ada.

“JJM terus tetap menjadi program *web series* travel yang tidak hanya jalan – jalan untuk jalan – jalan aja, tapi jalan – jalan itu kita harus menjadi pelancong yang sadar, artinya kita ke suatu tempat itu untuk mengerti tempat itu dan masyarakat disitu, saya mau JJM lebih mengedepankan budaya dan keadaan sosial masyarakatnya *ketimbang* hanya seru serumannya saja, ya seimbang aja. JJM harus mengangkat pentingnya kita mengerti bangsa Indonesia secara keseluruhan dalam arti kita mau membuat diri kita mengerti bahwa di Indonesia ada berbagai macam cara hidup, kepercayaan, jenis – jenis masyarakat dan keseluruhan budaya didalamnya.”

Peneliti melihat dari beberapa pernyataan diatas hal tersebut sangat positif bagi media yang lebih mengutamakan unsur informatif sekaligus mendidik

didalamnya. Karena penonton akan semakin cerdas saat diberikan sebuah tayangan seperti itu. Jalan – Jalan Men juga menjadikan Budaya Indonesia menjadi lebih hidup dengan selalu diperhatikan, dipelajari dan diberitahukan kembali kepada khalayak untuk selalu melestarikan budaya tersebut.

4.4. *Web series* Jalan – Jalan Men mencerminkan tuntutan budaya populer

Budaya Populer merupakan hasil tinjauan dari kajian budaya, dimana kaajian budaya memfokuskan diri pada hubungan antara relasi – relasi sosial dengan makna – makna. Budaya populer bisa dikatakan sebagai suatu budaya yang tanpa didasari masyarakat telah menjadi suatu kebudayaan. Seperti yang kita tahu bahwa budaya berawal dari kebiasaan, dan kebiasaan manusia mengkonsumsi sesuatu produk terbaru inilah yang akan dibahas.

Suatu budaya lahir karena memiliki latar belakang yang bisa dikatakan lahirnya budaya pop karena kehadiran dari industri budaya, dimana dalam industri budaya tersebut yang terjadi adalah komersialisasi, sehingga proses yang berlangsung dalam industri budaya adalah komodifikasi, standarisasi serta masifikasi. Komodifikasi berarti memperlakukan produk – produk budaya sebagai komoditas yang tujuan akhirnya adalah untuk diperdagangkan. Standarisasi berarti menetapkan kriteria tertentu yang memudahkan produk – produk industri budaya itu dicerna oleh khalayak.

Adapun masifikasi berarti memproduksi berbagai hasil budaya dalam jumlah massal agar dapat meraih pangsa pasar seluas – luasnya. Dalam perkembangannya industri budaya ini akhirnya dapat meraih pangsa pasar seluas – luasnya. Dalam perkembangannya industri budaya ini akhirnya menghasilkan apa yang disebut

dengan budaya populer (Lukmantoro, 2003).

Hal tersebut menjadi sebuah alasan yang diutarakan Sutradara Jalan – Jalan Men kepada peneliti :

“Alasan kenapa kenapa tidak semuanya dimasukan unsur budaya dimasukan kedalam tayangan, itu kembali kepada keputusan produser, sponsor dan client, karena kita harus mengikuti kemauan mereka.”

Berdasarkan pernyataan Sutradara diatas, peneliti melihat jika kekuatan Sutradara yang ingin membuat Jalan – Jalan Men menjadi sebuah *web series* yang mengedepankan budaya Indonesia didalamnya terganjal oleh kekuatan produser, pihak *sponsor* dan *client*. Dikarenakan seorang sutradara disini merupakan hanya seorang profesi yang dibayar dan dituntut untuk memberikan sebuah hasil kerja yang bagus dan kreatif tetapi sesuai yang diarahkan oleh orang yang memberikannya gaji. Peran *sponsor* pun sangat besar dalam setiap perjalanan Jalan – Jalan Men. Karena Jalan – Jalan Men merupakan program *web series* dari website yang masih dalam perkembangan, jadi dalam setiap proses program acara mereka masih membutuhkan sokongan *sponsor*, iklan, dan sejenisnya dalam membayar biaya produksi yang mereka keluarkan.

Hal tersebut disetujui oleh budayawan (Wahyu Arya). Wahyu Arya menambahkan pernyataan jika memang tidak memungkiri sebuah media massa akan menambah keuntungan dari apa yang mereka hasilkan.

“Media infomasi dll dalam era saat ini memang banyak digunakan untuk meraup profit yang besar besarnya bagi media tersebut. Karena tidak ada tayangan yang independen, tidak membutuhkan sokongan dana dari manapun, itu sulit rasanya. Karena memproduksi sebuah karya media membutuhkan biaya produksi yang lumayan besar, nah biaya produksi inilah yang membuat media mengedepankan mencari keuntungan pada karya mereka.”

Namun Wahyu Arya menambahkan jika hal tersebut dianggap sangat wajar karena sesuatu yang dihasilkan sebuah media massa itu sudah bermanfaat bagi penontonnya. Karena semua ini merupakan hasil kerja keras yang mereka lakukan. Dan hal tersebut bisa menguntungkan tidak hanya dari pihak media massanya saja.

“Hal tersebut menurut saya itu sesuatu yang sah, maka sebelumnya saya sudah bilang siapa yang kemudian kreatif terhadap budayanya maka dia akan mendapat keuntungan dari kebudayaan itu. Jadi dibuktikan dari Jalan – Jalan Men ini, mereka yang mau menyingkapi, mau terjun langsung mengamati masyarakat maka itu adalah bayaran yang layak mereka dapatkan. Maka industri kreatif kedepan maupun media ataupun perdangangan itu sangat – sangat menjual.”

Karena dengan hal tersebut bisa menguntungkan beberapa pihak didalamnya. Sebuah tayangan kreatif yang berisi konten yang bermanfaat bagi penontonnya khususnya konten budaya Indonesia, akan bisa menjadi keuntungan juga bagi kebudayaan tersebut bahkan akan menguntungkan bagi negara. Keuntungan bagi negara adalah dari tayangan tersebut yang disiarkan di media massa ‘internet’ akan menjadi sebuah promosi wisata yang bagus untuk negara Indonesia. Internet merupakan sebuah jaringan yang luas dan bisa diakses oleh banyak orang dari penjuru dunia. Jadi dengan tayangan tersebut menjadi sebuah cara untuk mendatangkan masyarakat dari negara lain maupun masyarakat negara Indonesia sendiri untuk datang dan mengenali wisata serta budaya Indonesia.

Setelah banyak orang yang sudah datang mengunjungi kebudayaan Indonesia langsung ke tempatnya, itu menjadi sebuah keuntungan juga bagi kebudayaan dan masyarakat yang ada disana. Masyarakat pun akan dituntut menjadi kreatif dalam menyingkapi kedatangan wisatawan dari luar daerah mereka. Serta mereka akan

selalu mengeksplor budaya Indonesia yang ada di daerah mereka masing – masing. Sebagai salah satu contoh yaitu Kota Bandung yang akan selalu menjadi kota yang kreatif, Bandung memiliki salahsatu industri kreatif yang mengedepankan budaya, yaitu saung angklung Udjo. Saung angklung Udjo adalah sebuah industri kreatif dalam menghasilkan keuntungan dengan mengeksplor budaya Indonesia khususnya budaya Sunda. Keuntungan yang dihasilkan saung angklung Udjo pun tidak dirasakan untuk pemilik saung tersebut, mereka mengajak masyarakat sekitar dalam mengembangkan saung angklung Udjo dalam melestarikan budaya Indonesia yang ada pada daerah tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi kreatif *web series* Jalan – Jalan Men dalam mengemas konten budaya Indonesia. peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil pengumpulan data penelitian serta analisis data yang dilakukan dan disampaikan pada bab sebelumnya, :

- 1 . Strategi kreatif yang diterapkan oleh *web series* Jalan – Jalan Men adalah strategi yang dibuat secara matang dan dilakukan secara profesional. Dalam membuat sebuah tayangan yang mempunyai kreatifitas yang tinggi yang mengangkat konten budaya Indonesia dengan menerapkan kriteria strategi kreatif menurut Naratama yang terdiri dari 13 elemen yaitu target penonton, bahasa naskah, format acara, *punching line*, *gimmick funfare*, *clip hanger*, *tune and bumper*, penataan artistik, *music and fashion*, ritme dan birama acara, logo dan *music track*, untuk *i'd tune*, *general rehearsel*, dan *interactive program*.
- 2 . Jalan – Jalan Men juga merupakan *web series* yang menjadi sebuah tayangan yang informatif, mengedukasi serta menghibur bagi khalayak banyak. *Web series* Jalan – Jalan Men juga sangat mencerminkan dan mengeksplorasi kebudayaan Indonesia dengan cara yang kreatif. Hal tersebut bisa menjadikan salah satu cara untuk keberlanjutan dari warisan budaya Indonesia. Terlihat dari beberapa penonton jalan – jalan men serta budayawan yang menjadi

informan penelitian ini saat wawancara mengungkapkan pengapresiasinya akan Jalan – Jalan Men yang bisa mengemas konten budaya Indonesia dengan berbeda dan menarik sehingga pesan didalamnya tersampaikan dengan baik.

3. Selanjutnya dalam konteks *web series* Jalan – Jalan Men mencerminkan budaya populer yang didalamnya terdapat komodifikasi budaya. Hal tersebut masih dalam batas wajar jika memang hal yang ditampilkan oleh sebuah media itu merupakan konten – konten yang bermanfaat bagi khalayak banyak. Karena keuntungan yang didapat pun bukan hanya untuk pihak dari Jalan – Jalan Men itu sendiri, keuntungan pun dirasakan oleh pihak kebudayaan, penonton yang mendapat sesuatu yang informatif, mendidik dan menghibur. Negara pun diuntungkan karena mendapat hasil dari tayangan Jalan – Jalan Men ini yang disiarkan di media massa ‘internet’ akan menjadi sebuah promosi wisata yang bagus untuk negara Indonesia. Internet merupakan sebuah jaringan yang luas dan bisa diakses oleh banyak orang dari penjuru dunia. Jadi dengan tayangan tersebut menjadi sebuah cara untuk mendatangkan masyarakat dari negara lain maupun masyarakat negara Indonesia sendiri untuk datang dan mengenali wisata serta budaya di setiap daerah di Indonesia.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Hasil penelitian yang dilakukan mengantarkan peneliti untuk membuat saran praktis berupa:

1. Bagi *web series* Jalan – Jalan Men, selalu berikan inovasi baru demi ;kemajuan tayangan. Maksimalkan penerapan strategi kreatif yang selama ini telah diterapkan agar *web series* Jalan – Jalan Men semakin baik ke depannya.
2. Konten budaya Indonesia yang sudah dimasukan kedalam tayangan Jalan – Jalan Men sebaiknya diperbanyak lagi. Peneliti menyarankan setiap episode Jalan – Jalan Men haruslah memiliki konten budaya Indonesia dikarenakan budaya Indonesia sangatlah banyak dan bervariasi, sehingga perlu untuk diekslore.
3. Melakukan promosi program dan penjualan program kepada pengiklan dengan lebih gencar. Manfaatkan semua media promosi yang ada sehingga *web series* Jalan – Jalan Men yang terdapat didalam *website* malesbanget.com dapat dikenal lebih luas. Jika dikenal lebih luas, khalayak banyak pun bisa selalu mendapatkan informasi serta mempelajari budaya Indonesia dengan terhibur pada *web series* Jalan – Jalan Men. Selanjutnya manfaat dari *web series* Jalan – Jalan Men akan dapat lebih luas dirasakan

5.2.2 Saran Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan di gunakan dalam keperluan keilmuan dalam bidang akademik, dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti menemukan beberapa kelemahan dalam hasil penelitian ini. sehingga peneliti menyarankan :

1. Dilakukan penelitian kembali dengan untuk menambah pernyataan informan dari seluruh *crew web series* Jalan – Jalan Men agar lebih kaya informasi yang didapat sehingga penelitian menjadi lebih berkembang.
2. Dilakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh *web series* Jalan – Jalan Men dalam menjadi tayangan yang mendidik khususnya dalam bidang budaya Indonesia bagi penontonnya.
3. Penggunaan metode observasi informan dalam proses pengumpulan data. hal ini dimaksudkan agar peneliti memiliki kedekatan dengan objek penelitian sehingga memudahkan dalam pengumpulan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi. 2002, *kamus lengkap dunia komputer*. Yogyakarta : Wahana Komputer
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting to be Broadcasting*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Asep Syamsul M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Azwar, Sarifudin. 1988. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Liberti
- Cangara, Hafied. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Creswell, John W. , 2013. *Research Design*. Terjemahan Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dipanegara, Arya. 2011. *Langsung Jago Bikin Website*. Jakarta :PT. Niaga Swadaya
- Effendi, Onong Uchjana 2000. *Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Lukmantoro. 2003. *Televisi dan Motif Menonton Tayangan Televisi*, Semarang: Thesis
- Lull, James. 1998. *Media, communication and culture: A global Approach*. Diterjemahkan oleh setiawan Abadi: *media komunikasi, kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- McQuail's, Denis, 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuali's*. Terjemahan Putri

- Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissa. 2009. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2003, *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Munandar, Utami. 2009. *Pengembangan kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta : Rineka Cipta
- Naratama. 2006. *Menjadi Sutradara Televisi*, Jakarta: Grasindo
- Nurudin,M.Si. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Rahayu, Nuryani Tri. 2009. *Tayangan Hiburan TV dan Penerimaan Budaya Pop*. Dalam Jurnal Ilmiah Scriptura Vol.3 No.1 – Januari/2009. Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UKP.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1994. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rusady. 2003. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PR Raja Grafindo Persada.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Semedhi, Bambang. 2011. *Sinematografi-Videografi suatu Pengantar*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Sidarta GM. 2012. *Berita untuk Mata dan Telinga*. Yogyakarta : Mara Pustaka
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung:..Refika Aditama.
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- West , Richard dan Lynn H. Turner. 2008 *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis*

dan Aplikasi (Buku 2) (Edisi 3) Jakarta : Salemba Humanika.

Yuhefizar, Moodoto dan Rahmat Hidayat. 2009. *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla.*
Jakarta : PT. Elex Media Komput Indo.

Zulkarnain. 2002. *Kreativitas dan Kontrol Diri.* Yogyakarta: Ilmu Cendekia.

Sumber Lain :

<http://jalan2men.com/about> (Diakses pada 19 April 2016 pukul 20.34 WIB)

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO22014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenal+Perilaku+Anak+danRemaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers (Diakses 19 April 2016 pukul 20.45 WIB)

http://www.slideshare.net/Rezka_Judittya/perencanaan-program-televisi-by-indra-prawira, (Diakses 8 Mei 2016 pukul 23.30 WIB)

<http://www.antaraneews.com/berita/524666/pertumbuhan-video-youtube-indonesia-terbesar-asia-pasifik> (Diakses pada 19 April 2016 pukul 20.47)

<http://tekno.kompas.com/read/2015/10/20/17315317/indonesia.penonton.youtube.terbesar.se-asia.pasifik> (diakses pada 19 April 2016 pikul 20.48)

<http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia> (diakses pada 19 April 2016 pukul 19.45)

<https://dailysocial.id/wire/ekspresikan-kreativitas-dengan-memanfaatkan-popularitas-youtube/> (diakses pada 19 April 2016 pukul 21.00 WIB)

<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20141021163756-192-7257/jumlah-penonton-video-online-meningkat/> (Diakses pada 19 April 2016 pukul 19.00 WIB)

PEDOMAN WAWANCARA

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Pedoman wawancara ini dibuat untuk mempermudah peneliti pada saat pengumpulan data. pedoman wawancara ini dibuat peneliti secara general dikarenakan ada beberapa indikator yang saling berhubungan sehingga dapat diwakili oleh beberapa pertanyaan dan ditanyakan kepada narasumber yang berbeda.

No	Indikator	Penjelasan	Pertanyaan
1	Strategi Kratif Program Acara	Mengetahui strategi kreatif yang dijalani oleh web series Jalan – Jalan Men serta Mengetahui <i>web series</i> Jalan – Jalan Men mendorong kreatifitas budaya dan orisinalitas serta produksi pekerjaan yang berkualitas tinggi	<p>Pertanyaan untuk Sutradara Jalan – Jalan Men :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa segmentasi usia, jenis kelamin dan status sosial dari tayangan Web Sries Jalan – Jaln Men? 2. Bagaimana proses pra produksi (pembuatan naskah, Format Acara, <i>General Rehearsel</i>), saat produksi (<i>punching line, Gimmick and Funfare, Ritme dan Birama Acara</i>) dan pasca produksi (editing, <i>Clip Hanger, Tune and bumper</i>, Penata Artistik, <i>music and fashion</i>, Logo atau <i>music track</i> untuk <i>ID tunes, dan Interactive Program</i>) dari travel series Jalan – Jalan Men? 3. Bagaimana Sutradara mengemas cerita atau pesan komunikasi dari

		<p>tayangan Jalan – Jalan men mengenai pengemasan konten budaya Indonesia agar diterima para penontonnya?</p> <p>4. Bagaimana Sutradara Jalan – Jalan Men mengemas videonya agar lebih menarik minat penontonnya, khususnya dalam pengemasan unsur budaya yang ditonjolkan?</p> <p>5. Apa kelebihan travel series Jalan – Jalan Men dari travel series lainnya?</p> <p>Pertanyaan untuk Budayawan:</p> <p>1. Apa pentingnya media massa khususnya new media (website) dalam kasus ini adalah web series Jalan – Jalan Men pada suatu cara yang bisa menjadi alternatif yang baik dalam memperkenalkan budaya Indonesia?</p> <p>Pertanyaan untuk penonton Jalan – Jalan Men :</p> <p>1. Bagaimana tanggapan informan mengenai web series Jalan – Jalan Men?</p>
--	--	--

			<ol style="list-style-type: none"> 2. Bagaimana tanggapan informan mengenai adanya konten budaya Indonesia yang dimasukan oleh Jalan – Jalan Men dalam mengemas tayangannya? 3. Apa setelah informan menonton web series Jalan – Jalan Men sudah merasa puas dengan isi konten budaya Indonesia yang dimasukan oleh Jalan – Jalan Men pada beberapa episodenya?
2	Konten media mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia	Mengetahui <i>web series</i> Jalan – Jalan Men dalam mencerminkan dan mengekspresikan budaya Indonesia serta Mengetahui <i>web series</i> Jalan – Jalan Men memberi peranan mendidik dari media dan ekspresi serta keberlanjutan dari warisan budaya Indonesia	<p>Pertanyaan untuk Sutradara Jalan – Jalan Men :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa alasan Jalan – Jalan Men memasukan unsur budaya di beberapa episode? 2. Bagaimana Sutradara Jalan – Jalan Men mengemas videonya agar lebih menarik minat penontonnya, khususnya dalam pengemasan unsur budaya yang ditonjolkan? 3. Apa kelebihan travel series Jalan – Jalan Men dari travel series lainnya? <p>Pertanyaan untuk Budayawan:</p>

			<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa pentingnya masyarakat Indonesia untuk mempelajari budayanya sendiri yaitu budaya Indonesia? 2. Bagaimana dampak budaya Indonesia saat ada tayangan Jalan – Jalan Men yang memberikan tayangan untuk memperkenalkan budaya Indonesia bagi masyarakat?
3.	Media massa mencerminkan tuntutan dan termasuk tuntutan untuk budaya populer	Mengetahui <i>web series</i> Jalan – Jalan Men mencerminkan tuntutan budaya populer	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengapa tidak semua episode dimasukan unsur budaya? 2. Apakah menurut Bapak hal yang dilakukan Jalan – Jalan Men tersebut merupakan suatu komudifikasi budaya yang hanya menguntungkan pihak mereka pribadi?

Transkrip Wawancara

Nama : Andra Febriarto (Sutradara Jalan – Jalan Men)
 Asal Daerah : Jakarta
 Tanggal : 30 Juli 2016
 Waktu : 10.00 s.d 13.00

Pada penelitian ini ingin memperlihatkan bagaimana Jalan – Jalan Men dalam mengemas konten budaya Indonesia. Oleh karena itu informan kunci yang tepat untuk peneliti wawancara adalah sutradara. Andra Febriarto tidak hanya menjadi sutradara, di Jalan – Jalan Men ia pun merangkap sebagai penulis naskah dan ia pun yang mengkonsepkan semua ide awal yang ada pada Jalan – Jalan Men.

Peneliti : Bagaimana proses terbentuknya web series Jalan – Jalan Men?

Narasumber : Secara teknis itu pada tahun 2012 dasarnya adalah website humor malesbanget.com yang suatu hari didatangi oleh valado.com yaitu travel operator, mereka mau buat bikin sebuah studio yang ngajak anak muda jalan – jalan, terus kami meramunya dalam sebuah tayangan yang didalamnya terdapat sesuatu yang humoris, karena kita berfikir kalau kita menyampaikan pesan yang dapat cepat diterima adalah sesuatu yang humoris karena saat kita tertawa dan terhibur dengan lawakan – lawakan kita lebih terbuka lebih menyerap berbagai macam pesan. Karena MBDC adalah website humor kita mau buat sesuatu yang gak Cuma keren, tapi keren yang menghibur. Saya yang sebelumnya di MBDC yang pegang sebuah produksi tayangan musik *sunset on the roof top* yang didalamnya terdapat

elemen wawancara disetiap setiap awal videonya, nah pada saat itu dilihat oleh produser MBDC saya yang terpilih menjadi sutradara JJM alasannya dipercaya mempunyai keahlian jurnalistik yang mungkin berguna buat JJM diperjalanan. saya pun merasa saat ini video video webseries travel di Indonesia hanya mengumbar – mengumbar keindahan alam, atau keindahan suatu tempat, kurang manusia lah, dalam arti kita kurang diajak untuk mengalami suatu tempat atau mengalami bertemu dengan orang – orang tertentu. Oleh karena itu dari awal beberapa elemen yang dimunculkan oleh Jalan – Jalan Men adalah harus seru, humoris dan jujur, dalam arti untuk mengangkat kejujuran ini ya kita apa adanya aja gitu datang ke suatu tempat untuk belajar sesuatu khususnya budaya, kebiasaan manusia disana yang ada.

Peneliti : Apa segmentasi usia, jenis kelamin dan status sosial dari tayangan web series Jalan – Jalan Men?

Narasumber : Segmentasi usia *web series* JJM ini dari umur 12 tahun sampai umur 22 tahun. Tapi kadang umur sekitar 40 tahun atau dibawah 12 tahun ada yang nonton JJM. Akhirnya kita hati hati dengan isi konten karena kita tidak mau memberikan contoh buruk. Jenis kelamin yang menonton JJM ini mayoritas laki – laki, dan kelas sosial orang yang menonton JJM adalah kelas menengah, jadi bisa diterima dari kalangan yang berpendidikan tinggi maupun yang rendah, karena dengan pengemasan yang sederhana.

Peneliti : Apa alasan Jalan – Jalan Men memasukan unsur budaya dibeberapa episode?

Narasumber : pertama kali merasa kenapa kita harus mengedepankan budaya itu saat kita ke Labuan Bajo, karena tayangan sebelum ke Labuan Bajo seperti ke Bandung, Sumatra, Madura, Jawa Timur pada tahun 2013 ya kita hanya mengangkat hal – hal yang absurd aja yang mengangkat sesuatu yang seru aja, saat itu kita belum mengangkat sesuatu hal yang humanis atau belun banyak budaya yang disisipan. Baru di Labuan Bajo host JJM itu conect banget sama masyarakat disana, saya sebagai Sutradara pun sangat tersentuh aja melihatnya, nah dari situlah saya mulai banyak berpikir, sangat menarik sekali jika JJM ini banyak mengangkat budaya, masyarakat – masyarakat di suatu daerah dan adat – adat yang ada dalam sebuah cerita yang dikemas semenarik mungkin. Dari situ ya saya dan crew sebisa mungkin memilih suatu tempat lebih utama mencari masyarakat adatnya dan mengangkat budaya disana.

Peneliti : Mengapa tidak semua episode dimasukan unsur budaya?

Narasumber : Jadi awalnya memang kita itu beranjak dari video travel wisata, jadi kita memang jalan ke suatu tempat yang orang banyak belum tahu, secara kasar kita menjadi turis disana. Mungkin unsur budaya sangat banyak ya kalau dijabarkan, tapi menengok tujuan video Jalan – Jalan Men yang harus menghibur, penuh humor, oleh karena itu kita membuat beberapa video yang tidak semuanya unsur budaya karena ingin memenuhi semua tujuan – tujuan dari video JJM. Tapi

makin kesini setelah kita kebeberapa tempat kita, kita tersadarkan, kalau kita jalan ke beberapa tempat cuma melihat kehindaannya saja, dan ditambah hiburan hiburannya, sebetulnya keindahan itu hanya sebagai background aja yang tidak bisa menjadi inti jalan – jalan itu sendiri. Alasan lain juga kenapa kenapa tidak semuanya dimasukan unsur budaya dimasukan kedalam tayangan, itu kembali kepada keputusan produser, sponsor dan client, karena kita harus mengikuti kemauan mereka,

Peneliti : Bagaimana proses meminta ijin kepada pihak kebudayaan yang akan disorot, apakah secara spontan atau sudah direncanakan sebelumnya?

Narasumber : Kita kadang melakukan perijinan sesuai dengan prosedur, kadang kita juga nakal. Maksudnya kadang kita sudah rencanakan dan persiapan sebelumnya, tapi kadang kita on the spot dalam meminta perijinannya. Oleh karena itu kita merencanakan kedepannya akan bekerja sama dengan troupe operator yang memang khusus dalam bidang social traveling, mereka travel ke tempat tempat budaya dan sejarah.

Peneliti : Bagaimana proses pra produksi (pembuatan naskah, Format Acara, *General Rehearsel*), saat produksi (*punching line, Gimmick and Funfare, Ritme dan Birama Acara*) dan pasca produksi (*editing, Clip Hanger, Tune and bumper, Penata Artistik, music and fashion, Logo atau music track untuk ID tunes, dan Interactive Program*) dari travel series Jalan – Jalan Men?

Narasumber : Pada saat pra produksi sebelum saya membuat naskah, kita adain rapat bersama produser dan crew lain, kita selalu dikasih sebuah tema, setelah ada fiksasi tempat yang akan kita datangi, saya langsung membuat naskah cerita untuk *web series* Jalan – Jalan Men ini, untuk pemilihan crew, crewnya sudah ada diawal saat pertama kali shoot itu kita butuh host, butuh orang bisa mengoprasiiin kamera, butuh orang yang ngerekam suara, butuh yang bantu – bantu di kolasi (asisten produser), nah saat banyak evaluasi untuk meningkatkan kwaitas videonya, kita selalu menambah crew dan sampai akhirnya terakhir pada tahun 2015 JJM punya 9 crew, JJM ini dari setiap episode selalu berkembang banyak, JJM ini bisa dilihat sebagai format magazine program, yaitu di suatu program ada beberapa segmen acara yang pasti awalnya selalu ada opening, menjelaskan kita mau kemana dan kenapa kita mau kesana. Untuk latihan sebelum memulai produksi , saya memberikan arahan kepada host untuk sebuah adegan yang spesifik.

Pada saat produksi kita selalu menggunakan punchline yang dinamakan ‘pecahlosofi’ pada setiap episode, karena kita memberi kesimpulan apa yang kita lihat, kesimpulannya mungkin bisa sangat mendalam, berfilosofis, dan sepertinya bijak sekali, atau sesuatu yang absurd aja gitu, dan selalu kita pakai pada akhir untuk sebuah kesimpulan. Untuk gimmick kita lumayan banyak dengan gimmick – gimmick kecil, tapi untuk gimmick utamanya yaitu ini sebuah travel series musical, dimana hostnya bisa membuat lagu spontan sesuai apa yang dia lihat diperjalanan, gimmick lainnya yaitu suka ada gimmcik kita bertemu temen baru bisa berupa manusia dan bisa juga berupa benda mati yang kita hidupkan, seperti

patung komodo, ember yang bisa ngomong, penyu yang bisa ngomong, lalu gimmick selanjutnya yang kita suka pakai pernah – pernah dari sebuah game seperti host kita bisa naik level saat hostnya mendapat gelar baru saat bisa menyelesaikan perjalanan dengan baik pada JJM ini. Untuk penataan artistik kita berusaha menampilkan se natural mungkin dengan menyatu kepada tempat yang kita datangi. Pada saat eksekusi dilapangan *host* kita sering banget membuat kalimat yang epic atau diluar kalimat biasa. Kata kata tersebut memang lain dari yang lain, salah satunya kebanyakan mereka saat bertemu hal – hal yang menarik dan mengagumkan, dan biasanya mereka mengutarakan tersebut kebanyakan jika melihat hal yang berbau budaya Indonesia dan pemandangan Indonesia yang indah.”

Saat pasca produksi waktunya untuk editing dan didalamnya kita memasukan musik dari 3 macam, satu music instrumental yang gratisan dari apple music atau dari youtube, kedua itu dari band indie Indonesia yang kita minta ijin lagunya, dan yang ketiga adalah musik spontannya jebraw dan ya pemilihan musik itu ya sesuai mood yang mau kita bangun di adegan – adegan tertentu. Pada pembuatan tune and bumper untuk video internet seperti JJM sebisa mungkin kita buat opening yang pendek dan *attention grabbing*, dan memasukan lagu JJM yang berdurasi 19 detik, tapi supaya penonton gak bosan, setiap opening diberikan *footage* yang khusus untuk sebuah episode, dan setiap episode selalu berbeda beda bumpernya.

Arti dari logo JJM itu seperti sebuah cap pasport saat masih di cap, dan tulisan yang ada di sekeliling lingkaran logo itu artinya adalah ‘Jalan – Jalan Men’ dari berbagai bahasa. Untuk opening musiknya sendiri, saya minta host JJM (Jebraw)

untuk membuat lagu spontan saat pertama kali episode untuk memasukan kata – kata ‘vacation lah dulu’, lagu itulah yang pertama kali JJM pakai untuk opening episode JJM ini.

Interaksi yang dilakukan JJM dan malesbanget.com selaku website yang menayangkan JJM yaitu dengan membuat kuis dan penonton jawab pertanyaan, dan terkadang kita mengadakan temu dengan penonto sekalian menjelaskan mengenai episode JJM yang akan tayang sekaligus untuk promosi.

Peneliti : Bagaimana Sutradara mengemas cerita atau pesan komunikasi dari tayangan Jalan – Jalan men mengenai pengemasan konten budaya Indonesia agar diterima para penontonnya?

Narasumber : Budaya itu tidak bisa hanya dilestarikan saja, budaya dan kesenian itu menurut saya harus selalu ada dinamikanya, ya dengan cara mengembangkannya adalah generasi berikutnya seperti kita harus menggabungkan atau memasukan unsur – unsur baru didalamnya yang sesuai perkembangan jaman. Salah satu cara yang dilakukan JJM dengan mengemas pesan komunikasi atau cerita yang dibuat dengan cara ‘fantasi’ maksudnya kita kalau nonton *lord of the ring* pasti kita jadi mau ke new zeland atau kita pasti mau tau bagaimana kerajaan kerajaan di Eropa, nah dengan itu dalam cerita yang dimasukan pada tayangan JJM kita masukan unsur yang fantasi tapi tidak lepas dari realitas yang ada dilapangan, unsur fantasi yang dimaksud dari cara pengemasannya kita buat cerita yang bisa membuat orang menghayal kalau disuatu tempat yang kita tayangkan atau suatu budaya yang kita suguhkan punya

cerita tersendiri, yang kita padu padankan dengan khayalan kita dengan memasukan intermezo – intermezo agar mudah diterima penonton JJM yang mayoritas dikalangan remaja. Beberapa contoh tayangannya adalah tayangan JJM saat ke kampung naga yang didalamnya terdapat lumbung – lumbung padi yang sudah ratusan tahun ada disana, contoh lain yaitu tayangan JJM yang datang ke gunung padang, yang konon ceritanya jika orang kesana jaman dahulu akan mendapatkan wngsit, kan dari beberapa fakta budaya diatas itu fantasi sekali, ya lalu kita bumbui itu, bumbui dengan cerita fantasi tanpa menghilangkan fakta yang sudah kita dapat dilapangan dan ditambah dengan memasukan unsur humor kedalamnya. Karena kita merasa saat suatu pesan disampaikan dengan santai dan memasukan unsur humor disana, pesan tersebut lebih terserap dengan baik kepada penonton. Karena hiburan menurut saya adalah pintu masuk untuk rasa penasaran, tapi hiburan bukan hanya hiburan semata, tapi hiburan harus ditambahkan celetukan – celetukan untuk otak kita, saat penonton dihibur tapi disela – sela ketawa dan kita merasakan emosi itu, kita dikasih masukan – masukan mengenai budaya, hal tersebut terdapat keseimbangan intuk menyerap komunikasi secara efektif. Pertama orang melihat sesuatu di JJM itu sisi humor dahulu, orang menjadi terbuka, dan menjadi penasaran ya membuat penonton ingin tahu sendiri sesuatu cerita ‘fantasi’ berisi unsur budaya didalamnya yang kita buat.

Peneliti : Bagaimana Sutradara Jalan – Jalan Men mengemas videonya agar lebih menarik minat penontonnya, khususnya dalam pengemasan unsur budaya yang ditonjolkan?

Narasumber : Pertama cara yang dilakukan kita untuk memperlihatkan tayangan JJM untuk lebih menarik untuk penonton adalah kita sebisa mungkin harus mengutamakan sesuatu spontanitas dalam arti kita menginginkan penonton melihat tayangan JJM ini kita tuh benar – benar merasakan sesuatu untuk pertama kalinya, gak diulang – ulang.

Peneliti : Apa kelebihan travel series Jalan – Jalan Men dari web series yang berkonten travel lainnya?

Narasumber : Salah satu kelebihan cara kita menyajikan cerita di JMM ya kita mau setiap episode ada satu tema, satu cerita. Dalam arti kita gak mau buat suatu acara yang nonton itu lepas lepasan, maksudnya kita mau mengarahkan penonton terhadap satu pemikiran, karena saat kita datang ke suatu tempat.

Peneliti : Mengapa memilih media website dan youtube dalam menayangkan Jalan – Jalan Men?

Narasumber : Kita awalnya di website ya tentunya JJM ini adalah proyeknya dari malesbanget.com, lalu kita merasa suatu konten internet itu sifatnya lebih dinamis dibandingkan televisi, akan lebih interaktif, karena saat ini konsumsi kita terhadap konten tertentu itu bisa di berbagai platform media, karena data internet makin murah, harga *handphone* juga makin murah, laptop juga makin murah, jadi akses masyarakat yang lebih luas itu makin murah dan mudah.

Peneliti : Apa harapan informan terhadap travel series Jalan - Jalan Men ini?

Narasumber : harapannya kedepan untuk JJM saya mau JJM terus tetap menjadi program *web series* travel yang tidak hanya jalan – jalan untuk jalan – jalan aja, tapi jalan – jalan itu kita harus menjadi pelancong yang sadar, artinya kita ke suatu tempat itu untuk mengerti tempat itu dan masyarakat disitu, saya mau JJM lebih mengedepankan budaya dan keadaan sosial masyarakatnya ketimbang hanya seru seruannya saja, ya seimbang aja. Lalu harapan saya selanjutnya JJM harus mengangkat pentingnya kita mengerti bangsa Indonesia secara keseluruhan dalam arti kita mau membuat diri kita mengerti bahwa di Indonesia ada berbagai macam cara hidup, kepercayaan, jenis – jenis masyarakat dan keseluruhan budaya didalamnya.

Transkrip Wawancara

Nama : Wahyu Arya (Budayawan)
Asal Daerah : Tangerang
Tanggal : 2 Agustus 2016
Waktu : 13.00 s.d 13.12

Wahyu Arya merupakan budayawan yang berkegiatan di Dewan Kesenian Banten. Ia menjabat sebagai sekjen di Dewan Kesenian Banten. Wahyu Arya juga berkegiatan sebagai Jurnalis pada salah satu media di Banten. Ia juga dalam kesehariannya mengelola website dalam mempublish karya – karyanya mengenai budaya Indonesia. Oleh karena itu dengan bidang jurnalistik yang ia kuasai serta ia merupakan budayawan yang ikut serta dalam perkembangan teknologi, membuat peneliti menjadikannya sebagai informan dalam melengkapi penelitian ini.

Peneliti : Bagaimana pendapat informan mengenai kondisi budaya Indonesia saat ini?

Narasumber : Menurut saya kondisi budaya Indonesia secara keseluruhan ini kita sedang mengalami sedikit benturan – benturan, disebabkan oleh beberapa hal, pertama dari arus deras nya teknologi informasi dan adanya serbuan masif budaya luar Indonesia. Kedua hal tersebut harus diperhatikan karena ditakutkan lambat laun akan mengikis budaya Indonesia. Karena kebudayaan Indonesia adalah notabene sangat kaya, ini sebenarnya sebagai modal kultural untuk masyarakat Indonesia untuk mengembangkan kesejahteraannya jika kebudayaan itu dikemas apik menarik dan diturunkan turun temurun.

Peneliti : Apa pentingnya masyarakat Indonesia untuk mempelajari budayanya sendiri yaitu budaya Indonesia?

Narasumber : Sangat penting, karena budaya itu adalah latar belakang kita yang membedakan kita dengan orang-orang di luar negeri sana. Kalau kita membicarakan kebudayaan ini sangat kompleks, mulai dari pola pikir, kesadaran, kepercayaan, bahasa, sikap dan lain-lain, nah perangkat itu yang membedakan kebudayaan kita dengan orang diluar kita. Itu harus dipertahankan, harus dikembangkan lagi supaya identitas jati diri bangsa itu tidak luntur.

Peneliti : Apa pentingnya media massa khususnya new media (website) dalam kasus ini adalah web series Jalan – Jalan Men pada suatu cara yang bisa menjadi alternatif yang baik dalam memperkenalkan budaya Indonesia?

Narasumber : ini ada salah satu hal yang menarik dari teknologi informasi saat ini, selain dia membawa muatan yang kurang baik, tetapi teknologi informasi ini sebagai harapan, dia bisa menjadi medium membawa pesan-pesan budaya. Dalam kasus ini, dalam tayangan jalan – jalan men ini kontennya sangat bagus, dikemas secara apik dengan penyajian menarik, sehingga promosi – promosi budaya bisa dilakukan semacam itu. Nah ini kenapa dianggap salah satu cara yang bagus memakai teknologi informasi saat ini, karena remaja kita saat ini cenderung *boring* untuk mendengarkan wejangan kebudayaan, dengan cara seperti itu justru akan menjadi lebih menarik untuk dipelajari. Jadi media juga sangat menentukan pesan tersebut tersampaikan dengan baik atau tidaknya.

Peneliti : Apakah tayangan jalan – jalan men ini sudah dapat mempresentasikan keseluruhan budaya Indonesia?

Narasumber : Saya pikir tidak, karena ini kan sifatnya fragmentaris, dia terfragmentasi untuk segmen segmen tertentu, mungkin ada garapan – garapan dari mereka yang belum diekspose, ada kedalaman kedalaman pesan yang belum termuat disitu, nah ini memang kita harus akui ini keterbatasan dari sebuah media teknologi informasi. Tetapi itu tidak dijadikan alasan untuk mengatakan tayangan tersebut tidak penting, disitulah plus minusnya sebuah media informasi, dia menyampaikan walaupun dengan sisi kedalaman yang kurang dapat dipertajam dengan upaya serius dengan riset serius dan dengan penelitian yang memadai.

Peneliti : Bagaimana dampak budaya Indonesia saat ada tayangan Jalan - Jalan Men yang memberikan tayangan untuk memperkenalkan budaya Indonesia bagi masyarakat?

Narasumber : Tayangan – tayangan seperti ini sangat penting diadopsi oleh orang – orang pariwisata, salah satu tonggaknya untuk mempromosikan budaya Indonesia, karena pariwisata itu sangat dekat sekali dengan budaya. Promosi itu merupakan upaya untuk mencegah hilangnya budaya Indonesia, kebudayaan kebudayaan di masyarakat kita yang kaya. Sangat penting untuk kesejahteraan masyarakat, misalnya Kota Jogja dan Bandung industri kreatifnya hidup nah itu mereka bisa mengandalkan hidup dari kebudayaan kebudayaan setempat, produk – produk budaya yang mereka buat bisa menghasilkan ekonomi untuk masyarakat

setempat, nah alasan kenapa kebudayaan harus dipertahankan, nah disana itulah ketahanan budaya akan berimbas kepada ketahanan ekonomi dan kesejahteraan masyarakatnya.

Peneliti : Tetapi apakah menurut Bapak hal yang dilakukan Jalan – Jalan Men tersebut merupakan suatu komodifikasi budaya yang hanya menguntungkan pihak mereka pribadi?

Budayawan : media informasi dll dalam era saat ini memang banyak digunakan untuk meraup profit yang besar besarnya bagi media tersebut . oleh karena itu, persaingan hari ini adalah persaingan media, karena sangat gencarnya media untuk mempromosikan dirinya sendiri, selain mempromosikan budaya, ia juga mempromosikan diri sendiri. Logikanya sudah mencari keuntungan. Karena jika melihat hukum pasar, jika permintaan meningkat harga perlahan lahan akan naik, karena tidak ada tawaran yang independen, tidak membutuhkan sokongan dana dari manapun, itu sulit rasanya. Karena memproduksi sebuah karya media membutuhkan biaya produksi yang lumayan besar, nah biaya produksi inilah yang membuat media mengedepankan mencari keuntungan pada karya mereka.

Hal tersebut menurut saya itu sesuatu yang sah, maka sebelumnya saya sudah bilang siapa yang kemudian kreatif terhadap budayanya maka dia akan mendapat keuntungan dari kebudayaan itu. Jadi dibuktikan dari Jalan – Jalan Men ini, mereka yang mau menyingkapi, mau terjun langsung mengamati masyarakat maka itu adalah bayaran yang layak mereka dapatkan. Maka industri kreatif kedepan maupun media ataupun perdagangan itu sangat – sangat menjual.

Karena Presiden kita pun menargetkan pendapatan yang paling mudah untuk dilakukan dalam menguntungkan negara itu adalah dengan pariwisata, dengan promosi semacam ini kan pariwisata kita akan terekspose, orang kemudian mau datang ke berbagai daerah di Indonesia untuk menikmati keindahan alam disana, melihat masyarakat disana dan juga pastinya dengan kebudayaan yang melekat disana, itu hal – hal kecerdasan media dibutuhkan pada situasi tersebut.

Transkrip Wawancara

Nama : Ferdinand Putra
Asal Daerah : Riau
Tanggal : 1 Agustus 2016
Waktu : 10.11 s.d 10.35

Ferdinand Putra merupakan penonton setia Jalan – Jalan Men dari episode Jalan – Jalan Men tahun 2012 sampai tahun 2015

Peneliti : Bagaimana tanggapan informan mengenai web series Jalan – Jalan Men?

Narasumber : keren ya menurut saya, Jalan – Jalan Men itu lengkap, mereka angkat budaya, sejarah, pokoknya apa yang ada di tempat yang mereka datangi. Dari pengambilan gambarnya pun bagus, Jalan – Jalan Men itu salah satu web series yang keren dari sinematografinya, pokoknya engga buat bosan.

Peneliti : Bagaimana tanggapan informan mengenai adanya konten budaya Indonesia yang dimasukan oleh Jalan –Jalan Men dalam mengemas tayangannya?

Narasumber : ya bagus aja, kan soalnya JJM ini kan segmentasinya remaja seperti saya, ya kan remaja sekarang itu sepertinya udah mengikuti jaman banget, udah terkontaminasi budaya asing, nah di Jalan – Jalan Men ini bisa jadi salah satu cara aja biar orang – orang khususnya remaja bisa tahu budaya Indonesia yang ada, ya dengan tahu kan bisa tambah lama bisa selalu menjaga Indonesia, ya dengan tayangan ini bisa menumbuhkan cinta budaya Indonesia yang berharga ini.

Ya intinya menurut saya nonton Jalan – Jalan Men ini kita bisa belajar budaya Indonesia dengan cara yang keren.

Peneliti : Apa setelah informan menonton web series Jalan – Jalan Men sudah merasa puas dengan isi konten budaya Indonesia yang dimasukan oleh Jalan – Jalan Men pada beberapa episodenya?

Narasumber : ya cukup puas, tapi masih ada beberapa yang harus ditambahkan, salah satunya ya JJM kurang dateng ke tempat yang jarang didatengi banyak orang, biar eksklusif aja.

Transkrip Wawancara

Nama : Nila Ariska
 Asal Daerah : Pematang
 Tanggal : 2 Agustus 2016
 Waktu : 13.00 s.d 13.12

Nilia Ariska merupakan penonton Jalan – Jalan Men yang bertujuan untuk mencari tontonan yang bisa membuat dirinya menjadi mengetahui budaya Indonesia lebih banyak. Nila Ariska sudah menonton beberapa episode Jalan – Jalan Men yaitu episode Yogyakarta, Jalan – Jalan Men mengeksplorasi Jawa Barat pada tahun 2014, dan Jalan – Jalan Men menelusuri Indonesia Timur pada tahun 2015.

Peneliti : Bagaimana tanggapan informan mengenai web series Jalan – Jalan Men?

Narasumber : Acaranya menarik soalnya hostnya kocak dan menghibur, saya nontonnya senang dan tayangannya apa adanya tanpa dilebih lebihkan tidak seperti tayangan web series jalan – jalan yang lain, tapi dibuat secara keren

Peneliti : Bagaimana tanggapan informan mengenai adanya konten budaya Indonesia yang dimasukan oleh Jalan –Jalan Men dalam mengemas tayangannya?

Narasumber : bagus ya ada konten budaya yang dimasukin, karena informasi budaya yang dimasukan itu dibuat secara ringan. Sangat baik banget kalau kita sebagai remaja yang mau tau budaya tapi gak membosankan, bisa gabung tonton

jalan – jalan men ini. Karena namanya anak muda sekarang aja kan males banget cari hal – hal yang berbau budaya. Dengan adanya jalan – jalan men ini ya bagus aja, kan ditayanginnya di youtube tuh, kan anak muda sekarang banyak banget yang mengkonsumsi Internet.

Peneliti : Apa setelah informan menonton web series Jalan – Jalan Men sudah merasa puas dengan isi konten budaya Indonesia yang dimasukan oleh Jalan – Jalan Men pada beberapa episodenya?

Narasumber : Dengan adanya jalan – jalan men ini saya sangat cukup terpenuhi informasi mengenai budaya Indonesia, karena dari penjelasan dari host yang memakai bahasa yang mudah dimengerti serta penambahan grafik penjelasan yang ada di tayangannya buat kita semakin tau penjelasan budaya yang ada

Transkrip Wawancara

Nama : Angga Septian
Asal Daerah : Tangerang
Tanggal : 11 Agustus 2016
Waktu : 13.24 s.d 13.39

Angga Septian merupakan penonton setia Jalan – Jalan Men. Ia sangat mengikuti perkembangan Jalan – Jalan Men dari episode tahun 2012 sampai tahun 2014.

Peneliti : Bagaimana tanggapan informan mengenai web series Jalan – Jalan Men?

Narasumber : Jalan – Jalan Men itu ngambil perspektif lain dari travel gitu, alurnya dibuat menarik gitu disisipin cerita cinta cinta, itu yang bikin lebih fresh dari konten acaranya dari web series jalan – jalan yang lain.

Peneliti : Bagaimana tanggapan informan mengenai adanya konten budaya Indonesia yang dimasukan oleh Jalan –Jalan Men dalam mengemas tayangannya?

Narasumber : Ya web series ini bikin lebih enak ditonton karena kita diperlihatkan secara real yang terjadi di suatu tempat yang Jalan – Jalan Men datangi. Kan namanya juga jalan – jalan ya, setiap daerah yang didatengi pasti ada beberapa hal budaya yang menarik untuk dicari tahu.

Peneliti : Apa setelah informan menonton web series Jalan – Jalan Men sudah merasa puas dengan isi konten budaya Indonesia yang dimasukan oleh Jalan – Jalan Men pada beberapa episodenya?

Narasumber : nah itu yang salah satu kelemahannya, kan hostnya seringnya bawa acaranya kebanyakan becanda, dengan pembawaannya kurang serius jadi kita bingung, ini bener apa engga informasinya.

LEBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Diah Fitri Pratiwi** yang berjudul **Strategi Kreatif Web Series Jalan - Jalan Men Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia.**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti, serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan penelitian dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Serang, 30 Juli 2016

Tertanda


(.....B. Andra Fembriarto.....)

LEBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

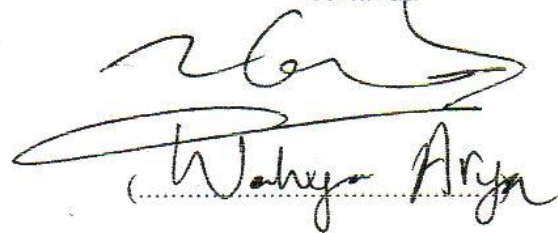
Saya yang bertanda tangan dibawah ini bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Diah Fitri Pratiwi** yang berjudul **Strategi Kreatif Web Series Jalan - Jalan Men Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia.**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti, serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan penelitian dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Serang, 2 Agustus 2016

Tertanda



Wahyu Arya

LEBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Diah Fitri Pratiwi** yang berjudul **Strategi Kreatif Web Series Jalan - Jalan Men Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia.**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti, serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan penelitian dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Serang, 2 Agustus 2016

Tertanda



(.....NILA ARISKA.....)

LEBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Diah Fitri Pratiwi** yang berjudul **Strategi Kreatif Web Series Jalan - Jalan Men Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia.**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti, serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan penelitian dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimn mestinya.

Serang, 11 Agustus 2016

Tertanda



(.....
Angga Septian.....)

LEBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

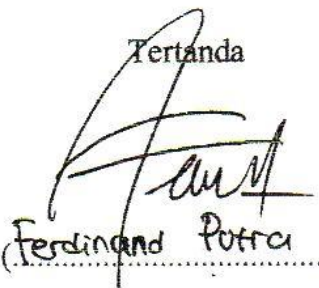
Saya yang bertanda tangan dibawah ini bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Diah Fitri Pratiwi** yang berjudul **Strategi Kreatif Web Series Jalan - Jalan Men Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia.**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti, serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan penelitian dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Serang, 1 Agustus 2016

Tertanda



(Ferdinand Putra.....)

DOKUMENTASI

**Penulis Foto Bersama Sutradara Jalan – Jalan Men dalam Sesi Wawancara
pada 30 Juli 2016**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI



Nama Lengkap	:	Diah Fitri Pratiwi
Tempat Tanggal Lahir	:	Jakarta, 12 Maret 1994
Domisili	:	Serang
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Agama	:	Islam
Status	:	Belum Menikah
Tinggi atau Berat Badan	:	169 cm // 55 kg
No. <i>Handphone</i>	:	083813635257
Email	:	dpratiwi100@gmail.com

DATA PENDIDIKAN

Lulus SD Islam Gunung Jati – Tangerang Tahun 2006

Lulus SMP Negeri 19 – Tangerang Tahun 2009

Lulus SMA Negeri 5 – Tangerang Tahun 2012

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa tempuh angkatan 2012
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik

RIWAYAT ORGANISASI

Anggota Untirta TV 2012

Anggota Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Divisi Jurnalistik 2013 - 2014

Reporter LPM Orange Fisip Untirta 2014 - 2015

Sekretaris Umum Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2014 – 2015

Ketua Umum LPM Orange Fisip Untirta 2015 - 2016