

## INTISARI

Perkembangan sosial media pada masa kini telah memberikan sarana bagi masyarakat umum untuk berekspresi dan berkreasi, serta menyebarkan segala jenis konten dalam bentuk video. Situs *YouTube* merupakan situs sosial media terbesar dalam penyebaran konten dalam bentuk video yang ramai digunakan masyarakat. Arkeologi merupakan salah satu topik yang tidak jarang digunakan oleh pembuat konten pada situs *YouTube* sebagai topik utama yang disajikan dengan berbagai macam tujuan, seperti hiburan, dan edukasi. Namun, maraknya pengaruh budaya populer, dan praktik *pseudo-archaeology* yang disertakan dalam konten video bertema arkeologi seringkali menipiskan batas antara kenyataan ilmiah dan fiksi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membuat suatu parameter penilaian yang dapat digunakan oleh praktisi arkeologi, serta mengungkap kebenaran dibalik maraknya penggunaan unsur *pseudo-archaeology* terhadap konten video bertema arkeologi Indonesia.

Teori *cognitive load* digunakan sebagai pedoman utama dalam mengamati dan mengevaluasi konten video bertema arkeologi dalam penelitian ini. Teori ini digunakan untuk memahami unsur pembentuk video edukasi maupun *edutainment* yang berkualitas baik serta efektif digunakan untuk menyampaikan materi pengetahuan ilmiah.

Dari hasil kajian, telah dibuat dua jenis parameter penilaian yang keduanya telah digunakan dalam evaluasi secara langsung terhadap 10 objek video bertema arkeologi. Hasil penilaian dapat digunakan oleh praktisi arkeologi untuk memberi kritik, dan berperan aktif dalam memajukan kualitas lingkungan arkeologi publik Indonesia yang bermanfaat bagi masyarakat maupun ilmu Arkeologi itu sendiri. Hasil kajian juga menunjukkan bahwa kepentingan untuk meraih popularitas memiliki peran signifikan dalam proses pemilihan, pembuatan, dan penyebaran jenis informasi arkeologi yang dikemas dalam bentuk video pada situs *YouTube*.

**Kata kunci:** arkeologi publik, *YouTube*, *cognitive load*, parameter penilaian

## ABSTRACT

The development of social media has provided a means for the general public to spread all kinds of content in the form of videos. *YouTube* is a popular social media site that are widely used to post contents in the form of videos. Archaeology is often used as a topic by content creators and presented with various purposes, such as entertainment, and education. However, the proliferation of popular culture, and pseudo-archaeology practices included in archaeological-themed video content often thin the line between scientific reality and fiction. Therefore, this study aims to create an assessment tool for professional archaeologist, and further uncover the truth behind the rampant use of pseudo-archaeology elements in Indonesian archaeological-themed video content.

*Cognitive load* theory was used as the main guideline in observing and evaluating the content of archaeological-themed videos in this study. This theory is used to identify good qualities that make up effective informational videos for the public.

The result had produced two types of assessment parameters, both of which have been used in direct evaluation of 10 archaeological-themed videos. The results of the assessment can be used by archaeology professionals to provide criticism, and further play an active role in advancing the quality of Indonesian public archaeological environment which is beneficial to society and archaeology itself. The results of the study also show that popularity has a significant role in the process of selecting, creating, and disseminating types of archaeological information packaged in the form of videos on *YouTube*.

**Keywords:** public archaeology, *YouTube*, *cognitive load*, assessment parameters