

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era perkembangan teknologi, media massa mempunyai peran penting pada khalayak untuk membentuk persepsi di dalam lingkungan masyarakat. Seiring dengan berjalannya waktu, media massa mengalami banyak perubahan. Dahulu, media massa hanya media cetak dan radio, namun di era modernisasi media mengalami perkembangan yang signifikan. Saat ini, media elektronik dan media *online* menjadi media massa yang utama digunakan dikalangan masyarakat. Televisi sebagai media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio, ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan hidup manusia saat ini. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian, menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak geografis dan sosiologis (Kuswandi, 1996:22). Berdasarkan ungkapan tersebut media televisi seakan menghilangkan jarak antara komunikator dengan komunikan, hal ini dapat dijelaskan bahwa televisi sebagai sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel atau ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektronik dan mengkonversinya kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suaranya dapat didengar.

Televisi sebagai media massa sering digunakan sebagai alat untuk mentransformasikan informasi dua arah, yaitu media massa kepada masyarakat.

Televisi di Indonesia bukan lagi dilihat sebagai barang mewah, seperti ketika pertama kali ada. Kini media layar kaca tersebut sudah menjadi salah satu barang kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat nusantara untuk mendapatkan informasi (Ibid, 2002:33). Karena tayangan sekarang tidak hanya tentang berita dan hiburan saja bahkan gaya hidup, melalui konten acara yang ada di televisi masyarakat dapat mengambil manfaat serta menjadikan konten dari suatu acara televisi tersebut sebagai referensi untuk kegiatan atau aktivitas.

Banyaknya jumlah program *travelling* di televisi nasional saling menunjukkan keunggulan masing-masing program, dengan memiliki ciri khas tertentu agar dapat bersaing dengan program televisi lain. Sudah ada beberapa televisi yang menyiarkan program *travelling* yang menyuguhkan berbagai macam khas yang berbeda di setiap stasiun televisi, diantara lain :

Tabel 1.1
Daftar Program *Travelling* di Televisi Nasional

Nama Program	Stasiun Televisi
Hello Paradise	Trans 7
Eksplora Indonesia	Kompas TV
My Trip My Adventure	Trans TV
Weekend List	NET TV
Travelleza	ANTV
Indonesia Banget	RTV

Sumber : Hasil olah data 2015

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa persaingan dalam industri televisi sangat kuat. Karena tidak lah mudah menjadi program televisi yang dapat dikenal banyak penonton dengan mudah tanpa adanya persaingan yang sehat.

Banyak aspek yang diunggulkan, mulai dari *host*, lokasi shooting, jam tayang program, dan eksistensi dari stasiun televisi.

Salah satu televisi nasional, yaitu Trans 7 menyuguhkan tayangan tentang destinasi pariwisata yang dimiliki oleh Negara Indonesia, berbagai macam info mengenai destinasi wisata diperoleh melalui program tayangan Para Petualang Cantik Trans7 yang ditayangkan setiap hari Sabtu pada pukul 09.30 WIB. Konten program disajikan dengan menarik dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dari penonton serta menambah referensi dan pengetahuan tentang destinasi wisata yang dimiliki oleh Indonesia. Program Para Petualang Cantik Trans 7 melibatkan para wanita yang berprofesi dalam bidang *modelling* untuk menjadi *Host* pada program Para Petualang Cantik Trans 7. Hal ini merupakan salah satu daya tarik dari program tersebut, karena para model identik bersifat *feminim*, manja, dan tidak tertarik pada hal ekstrim seperti bertualang. Namun, dalam program ini hal tersebut dapat ditepis oleh *Host* Para Petualang Cantik Trans 7 yang telah melakukan *travelling* di berbagai lokasi wisata yang berada di Indonesia. Semua episode yang ditayangkan dalam program Para Petualang Cantik Trans 7 telah diberi izin siar oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) kemudian disensor oleh Lembaga Sensor Indonesia dan disensor pula secara internal oleh Trans 7.

Penelitian ini akan dilakukan di Politeknik Negeri Bandung sebagai lokasi penelitian. Terpilihnya Politeknik Negeri Bandung dikarenakan penelitian tersebut terjangkau bagi peneliti dari segi biaya dan jarak, dan faktor lainnya yang memudahkan peneliti untuk memilih mahasiswa dari politeknik ini.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

1.2 Rumusan & Identifikasi Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana hubungan tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung?”.

1.2.2 Identifikasi Masalah

- a. Bagaimana hubungan intensitas menonton tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung?
- b. Bagaimana hubungan isi pesan tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung?
- c. Bagaimana hubungan daya tarik tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui hubungan intensitas menonton tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.
- b. Untuk mengetahui hubungan isi pesan tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.
- c. Untuk mengetahui hubungan daya tarik tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian media massa mengenai pengemasan tayangan di televisi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengevaluasi mengenai tayangan Para Petualang Cantik di saluran televisi Trans 7.

1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah

1.5.1 Ruang Lingkup

Agar dalam penulisan skripsi ini tidak menjadi salah pengertian dan pembahasan tidak terlalu luas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah

sehingga penulisan masalah lebih terarah pada tujuan yang diharapkan. Beberapa hal mengenai pembatasan masalah adalah sebagai berikut :

1. Masalah yang diteliti dibatasi pada aspek tayangan yakni dari intensitas tayangan, isi pesan, dan daya tarik tayangan.
2. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung angkatan 2013.

1.5.2 Pengertian Istilah

1. Hubungan adalah suatu ketertarikan antara suatu variabel dengan variabel yang lainnya (Rakhmat, 2007:31).
2. Tayangan adalah sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukan), pertunjukan (film, dan sebagainya), persembahan.
3. Minat berwisata adalah suatu keinginan yang muncul dalam diri seseorang dalam keputusan melakukan perjalanan.

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.6.1 Kerangka Pemikiran

1.6.1.1 Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Perkembangan teknologi melahirkan suatu media baru yang dapat menyajikan informasi secara cepat kepada masyarakat yaitu televisi. Televisi sebagai alat penangkap siaran dan gambar. Televisi berasal dari kata Tele; tampak dan vision; jauh atau jika digabungkan menjadi suatu makna yang berarti “jauh dan tampak” atau dengan kata lain TV merupakan suatu alat untuk “melihat dari jarak jauh”.

Televisi merupakan jaringan komunikasi dengan peran seperti komunikasi massa yaitu satu arah, menimbulkan keserempakan dan komunikasi bersifat heterogen. Televisi merupakan media massa yang berfungsi sebagai alat pendidikan, penerangan, dan hiburan. Selain itu sifat negatif TV adalah sempit lalu, tidak terlalu dapat diterima dengan sempurna, dan menghadapi publik yang heterogen (Dominick, 2000:192).

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering memperoleh berbagai pengalaman. Hal ini dikarenakan terintegrasinya kelima indera yang dimiliki, tetapi dengan menonton audiovisual, akan mendapatkan 10% dari informasi yang diperoleh sebelumnya. Ini sebagai akibat timbulnya pengalaman tiruan (*Stimulated Experience*) dari media audiovisual tadi (Darwanto, 2007:119)

Dalam penelitian ini televisi merupakan sarana khalayak untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkannya, juga sebagai sarana oleh stasiun televisi Trans 7 dalam menyebarkan informasi mengenai destinasi wisata dari setiap wilayah Indonesia melalui tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 kepada khalayak dalam waktu yang bersamaan dan menjangkau khalayak luas.

1.6.1.2 Pengertian Tayangan

Tayangan adalah sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukkan); pertunjukan (film dan sebagainya). (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005:1151).

Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan acara yang ditampilkan atau disiarkan melalui media massa televisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, ataupun edukasi seperti tayangan mengenai pendidikan.

Tayangan tersebut memiliki berbagai indikator, yaitu Intensitas, Isi Pesan dan Daya Tarik Acara. (Siregar & Pasaribu, 2000:35). Dalam tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 peneliti akan menelaah keseluruhan dalam pengemasan tayangan ini berdasarkan indikator yang telah dijelaskan sebelumnya.

1.6.1.3 Minat

Seorang komunikator akan dapat melakukan perubahan sikap dan tingkah laku komunikasi apabila antara mereka merasa adanya persamaan. Oleh karena itu, seorang komunikator harus dapat membangkitkan perhatian komunikasi sehingga diantara mereka timbul persamaan makna akan suatu hal yang akan menjadi langkah awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian telah dibangkitkan, maka selanjutnya diikuti dengan upaya menumbuhkan minat.

Menurut Effendy (2000:103), minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan tindakan yang diharapkan. Sementara menurut Ryono Pratikno (1987:54), minat atau sikap yang membuat seseorang senang terhadap objek situasi dan ide tertentu. Istilah minat dalam kamus umum bahasa Indonesia (1998:583) diartikan sebagai perhatian, ketertarikan, kecenderungan hati yang dimiliki oleh individu secara mendalam untuk mendapat sesuatu yang diinginkan dengan cara membayar atau pengorbanan lainnya.

Minat ialah suatu keadaan dalam diri individu yang mampu mengarahkan perhatiannya untuk objek tertentu yang dianggap penting yang mampu mendorong

mereka untuk cenderung mencari objek yang disenangi tersebut. Adapun ciri-ciri minat dapat dilihat dari uraian tersebut, yaitu:

- a. Minat timbul dari perhatian terhadap suatu objek
- b. Setiap orang mempunyai kesukaan terhadap objek yang diminati
- c. Minat memunculkan kecenderungan hati untuk mencari objek yang disenangi.
- d. Minat ditunjukkan dalam bentuk hasrat melakukan sesuatu kegiatan.

Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa minat merupakan keadaan dalam diri seseorang yang mempunyai perhatian terhadap suatu objek dan menyukai objek tersebut sehingga cenderung selalu mencari objek yang disukainya tersebut.

Bila dikaitkan dengan penelitian ini maka minat adalah sikap yang timbul dalam diri pemirsa setelah mereka menonton tayangan Para Petualang Cantik Trans7 tersebut.

1.6.1.4 Teori S – O – R

Dalam penelitian hubungan tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia ini menggunakan Teori S – O – R merupakan singkatan dari Stimulus – Organism – Response.

Menurut stimulasi response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan (Effendy, 2003:255).

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah:

1. Pesan (stimulus, S)
2. Komunikan (organism, O)
3. Efek (response, R)

Menurut Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan Serta Pengukurannya" mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu: *perhatian, pengertian dan penerimaan*. Dimana dalam hal ini jika seseorang melihat sesuatu hal maka ia terlebih dahulu akan memberikan perhatiannya, lalu jika seseorang tersebut sudah memperhatikan sesuatu maka ia akan dapat mengerti dengan apa yang dimaksud oleh pengirim pesan, lalu akan terjadi penerimaan dalam diri kita baik positif maupun negatif.

Jika teori ini diterapkan pada tayangan Para Petualang Cantik Trans 7, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Stimulus yang dimaksudkan pada tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 adalah keseluruhan pengemasan tayangan itu sendiri seperti intensitas, isi pesan dan daya tarik acara tersebut. Jika stimulus ataupun pesan dalam tayangan tersebut dapat diterima oleh komunikan maka proses komunikasi berikutnya yang akan terjadi adalah timbulnya perhatian dalam diri komunikan.
- Proses berikutnya adalah komunikan mengerti akan pesan yang disampaikan oleh tayangan tersebut. Kemampuan komunikan inilah yang akan dapat melanjutkan proses berikutnya.

- Selanjutnya komunikan mengolahnya dan menerimanya, tetapi sebelumnya didalam diri komunikan akan terjadi konflik dahulu dalam menetapkan langkah selanjutnya, apakah akan mengunjungi destinasi tersebut? Jika stimulus itu lolos dari tahap perhatian dan pengertian maka komunikan akan menerima pesan atau stimulus tersebut yang pada akhirnya akan berlanjut pada proses selanjutnya yaitu adanya perubahan sikap dari komunikan sesuai dengan pesan dari tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 yaitu untuk mengunjungi destinasi wisata di wilayah Indonesia. Jika komunikan menolak pesan dari tayangan tersebut dikarenakan satu dan lain hal, maka komunikan hanya akan menerima pesan tersebut, sehingga hasil dari tayangan tersebut agar komunikan mengunjungi destinasi wisata di Indonesia dinilai pasif.
- Proses akhir adalah kesediaan komunikan dalam mengubah sikapnya yang sesuai dengan isi pesan dari tayangan Para Petualang Cantik Trans 7, yaitu minat berwisata keliling Indonesia.

1.6.2 Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk penjelasan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya. (Sudjana, 1992:219).

Berdasarkan kerangka pikir diatas dapat ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban sementara dari masalah penelitian sebagai berikut :

1. Ho : Tidak ada hubungan antara intensitas tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

Hi : Ada hubungan antara intensitas tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

2. Ho : Tidak ada hubungan antara isi pesan tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

Hi : Ada hubungan antara isi pesan tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

3. Ho : Tidak ada hubungan antara daya tarik tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

Hi : Ada hubungan antara daya tarik tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan

mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis memakai jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012: 7).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Metode korelasional adalah metode yang berusaha menjelaskan suatu permasalahan atau gejala yang lebih khusus dalam penjelasan antara dua objek. Metode penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa besar eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut.

1.7.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai, peristiwa mengenai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. (Nawawi, 2001:141).

Sampel adalah sebagian dari populasi. Karena ia merupakan bagian dari populasi, tentulah ia harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki populasinya. (Azwar, 2004:79).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang masih terdaftar sebagai mahasiswa Politeknik Negeri Bandung jurusan Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2013, yaitu sebanyak 35 orang mahasiswa sebagai populasi (objek penelitian) di dalam penelitian ini.

Sementara sampel dari populasi penelitian ini yang merupakan mahasiswa Politeknik Negeri Bandung jurusan Usaha Perjalanan Wisata adalah mahasiswa angkatan 2013 dengan jumlah 35 orang. Sedangkan untuk menentukan responden yang berhak dijadikan sampel digunakan teknik *Total Sampling*. Teknik ini digunakan karena sampel dalam penelitian ini berjumlah kurang dari 50 orang.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengimpun data-data dari buku-buku serta bacaan yang relevan dan mendukung penelitian atau berkaitan dengan masalah yang akan dibahas.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu kegiatan dimana peneliti mengumpulkan data-data dari lapangan yang meliputi kegiatan survey di lokasi penelitian, melalui kuesioner yaitu alat (instrument) pengumpul data

dalam bentuk sejumlah pertanyaan yang ditulis dan harus dijawab secara tertulis pula oleh responden (Nawawi, 2001:98).

Dalam penelitian ini, peneliti mengadakan penelitian terhadap mahasiswa Politeknik Negeri Bandung jurusan Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2013.

1.7.4 Operasional Variabel

Inti dari penelitian ini adalah untuk mencari hubungan antar variabel. Hubungan yang paling mendasar ialah hubungan antara dua variabel yang diduga sebagai penyebab disebut variabel bebas (X), sedangkan variabel diduga sebagai akibat adalah variabel terikat (Y). (Rakhmat 1991 : 32).

Tabel 1.2
Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Variabel X Tayangan Para Petualang Cantik Trans7	Intensitas Tayangan	-Frekuensi Menonton -Durasi Menonton
	Isi Pesan	-Kejelasan Informasi -Aktualitas -Kelengkapan Informasi
	Daya Tarik Tayangan	- Isi Acara - Kemasan Acara
Variabel Y Minat Berwisata Keliling Indonesia		Perhatian
		Ketertarikan
		Keinginan

1.7.5 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis ke dalam beberapa bentuk penyajian yaitu:

1. Analisis Tabel Tunggal

Analisis tabel tunggal merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel penelitian ke dalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Tabel tunggal merupakan langkah awal dalam menganalisa data yang terdiri dari kolom, sejumlah frekuensi dan presentase untuk setiap kategori (Singarimbun, 1995 : 266).

2. Analisis Tabel Silang

Analisis tabel silang merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk menganalisis dan mengetahui variabel yang satu memiliki hubungan dengan lainnya. Sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut bernilai positif atau negatif. (Singarimbun, 1995 : 273).

3. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis yaitu pengujian data dan statistic untuk mengetahui data hipotesa yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Untuk menguji hubungan antara kedua variabel yang dikorelasikan, maka digunakan rumus Korelasi *Rank-Order* (*Spearman's Rho Rank-Order Correlattions*) (Kriyantono, 2007:174-175) ;

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

r_s = Koefisien Korelasi Rank Spearman
 d_i = Selisih Setiap Rank
n = Banyaknya Pasangan Data

1.7.6 Uji Validitas & Reliabilitas

Untuk mendapatkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan pelaksanaan teknik, pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kuesioner yang telah disebarkan kepada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Dalam menguji tingkat hubungan antara kedua variabel yang dikorelasikan digunakan rumus Koefisien Korelasi Tata Jenjang (*Rank Order*) oleh Spearman. Karena pengolahan data statistic dalam penelitian ini menggunakan piranti lunak SPSS (*Statistical Product and System Solutions*) versi 19.

