

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Pada era modern saat ini pariwisata atau berwisata merupakan suatu pilihan masyarakat Indonesia untuk mengisi waktu luang di saat hari libur nasional maupun libur anak sekolah, masyarakat Indonesia telah menjadikan wisata menjadi agenda wajib disaat hari libur, dengan perkembangan zaman saat ini alat transportasi bukanlah menjadi sebuah alasan untuk tidak berwisata karena sudah banyaknya alat transportasi umum yang menjangkau hampir ke seluruh tempat pariwisata favorit di Indonesia dengan harga yang tidak terlalu mahal.

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan menikmati perjalanannya dan mengandung unsur rekreasi demi memenuhi kebutuhan hidup manusia. Pariwisata di Indonesia dijadikan sebuah industri yang banyak diminati negara maju maupun berkembang untuk meningkatkan pendapatan atau devisa negara. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu tujuan wisata mancanegara, akan tetapi Indonesia lebih dikenal hanya memiliki pulau Bali sebagai pilihan wisata para *traveler*, sebenarnya Indonesia memiliki beragam keindahan alam di setiap pulau di Indonesia, dengan kurangnya promosi pemerintahan Indonesia di dalam bidang pariwisata maka hanya beberapa tempat wisata di Indonesia yang berkembang sangat pesat dan sangat diminati oleh turis mancanegara. Kita tahu bahwa penyiaran di Indonesia itu diatur dan ditetapkan berdasarkan aturan-aturan dan

Undang-Undang, dalam penyiaran diatur dengan Undang-undang Penyiaran No.32 tahun 2002 yang didalamnya juga terdapat Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), namun lemahnya sistem hukum di Indonesia membuat carut marutnya aturan-aturan yang sebenarnya telah ditetapkan dalam Undang-Undang tersebut. Jika kita mengacu pada beberapa pasal yang terdapat pada UU No.32 Th.2002:

Bab 1 pasal 1 (11) “tatanan nasional yang adil, merata, dan seimbang adalah kondisi informasi yang tertib, teratur dan harmonis terutama mengenai arus informasi atau pesan dalam penyiaran antara pusat dan daerah, antar wilayah di Indonesia dan dunia Internasional”.

Bab 2 pasal 4 (1) “penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial”. Pasal 5 (c) penyiaran diarahkan untuk : Meningkatkan sumber daya manusia.

Bab 3 Pasal 7 (1) “komisi penyiaran sebagaimana yang dimaksud disebut Komisi Penyiaran Indonesia, di singkat KPI”. Pasal 8 ayat 3 Tentang Tugas dan kewajiban KPI (a) KPI menjamin masyarakat memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia.

P3SPS Bab 4 pasal 31 tentang Kesopanan, Kepantasan, dan kesusilaan “sesuai dengan kodratnya, lembaga penyiaran dapat menjangkau secara langsung khalayak yang sangat beragam baik dalam usia, latar belakang, ekonomi, budaya, agama, dan keyakinan. Karena itu lembaga penyiaran harus senantiasa berhati-hati agar isi siaran yang dipancarkan tidak merugikan, menimbulkan efek negatif, atau

bertentangan dan menyinggung nilai-nilai dasar yang memiliki beragam kelompok khalayak tersebut”.

Bab 4 Pasal 51 (b) tentang pelecehan kelompok masyarakat tertentu “kelompok masyarakat yang kerap dianggap memiliki penyimpangan, seperti Waria, banci, Pria yang keperempuanan, perempuan yang kelelaki-lakian, dan sebagainya”. Semua itu cukup jelas apabila kita melihat aturan yang tertuang dalam UU Penyiaran No.32 Th. 2002 dan P3SPS. Namun apakah semua tayangan ditelevisi kita sudah sesuai dengan kaidah dan aturan-aturan ini.

Di Indonesia, media televisi nasional telah ada puluhan sehingga kita bisa menentukan *channel* mana yang akan kita tonton. Ketika menginginkan program hiburan kita bisa menonton Trans tv dan Trans7, ketika ingin menonton sinetron kita bisa beralih channel pada media televisi Indosiar, MNC TV, SCTV atau RCTI. Sedangkan apabila ingin mendapatkan informasi News bisa beralih pada stasiun Metro tv dan TVone. Dan beragam tayangan televisi lokal di Indonesia tentunya membantu referensi kita untuk mengakses informasi. Banyaknya stasiun televisi namun tidak diimbangi oleh banyaknya program acara untuk anak-anak, atau bahkan banyaknya stasiun televisi tidak diimbangi dengan tayangan yang bermutu.

Hal ini seharusnya mendapat perhatian tersendiri dari kalangan pemerintah kita. KPI selaku pihak terkait kadangkala tidak mampu membendung arus informasi yang “bebas” yang ditayangkan oleh stasiun televisi Indonesia. UU Penyiaran No.32 Th. 2002 seolah tak berdaya menjerat pelaku media yang terbukti melakukan pelanggaran. Pemerintah dan para pemilik stasiun televisi

sarat dengan kepentingan. Ditinjau dari waktu siaran dan isi siaran ternyata tayangan televisi masih banyak yang bertentangan dengan Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS).

Dalam UU No. 32 Tahun 2002 Pasal 36 Ayat 1 tentang penyiaran disebutkan, dalam setiap isi siaran di media massa wajib mengandung informasi, pendidikan dan hiburan. Selain itu juga disebutkan isi siaran harus bermanfaat untuk pembentukan intelektualitas, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia. Juga dalam ayat 3 disebutkan, isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak dan remaja. Masih dalam ayat ini disebutkan dalam menyiarkan mata acara stasiun televisi diwajibkan agar menyiarkan tayangan pada waktu yang tepat serta lembaga penyiaran wajib mencantumkan atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran.

Lembaga Penyiaran Berlangganan memancarluaskan dan menyalurkan materi siarannya secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia, atau media informasi lainnya. Dalam menyalurkan program siaran kepada pelanggannya, Penyelenggaraan Penyiaran Berlangganan dapat diselenggarakan dengan menggunakan sistem analog dan digital.[2] Kegiatan Penyelenggaraan Penyiaran Berlangganan dilakukan oleh Lembaga Penyiaran Berlangganan yang berbentuk badan hukum Indonesia berupa Perseroan Terbatas, baik terbuka maupun tertutup, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan. Salah satu asosiasi yang sudah terbentuk dan menaungi Lembaga

Penyiaran Berlangganan yaitu Indonesia Cable TV Association (ICTA). ICTA merupakan asosiasi pelaku, pemilik, dan pengusaha layanan TV Kabel yang berada di seluruh daerah, termasuk Jakarta.

Setiap Lembaga Penyiaran Berlangganan wajib memiliki Izin Penyelenggaraan Penyiaran dan hanya berlaku untuk Penyelenggaraan Penyiaran Berlangganan. Untuk mengajukan permohonan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan, beberapa orang dan badan hukum dapat menggabungkan diri dalam 1 badan hukum. Penggabungan paling sedikit memenuhi ketentuan sebagai berikut:

Menetapkan pimpinan pengurus Lembaga Penyiaran Berlangganan sebagai penanggung jawab terhadap program siaran dan Penyelenggaraan Penyiaran Berlangganan secara keseluruhan, dan dalam hal Lembaga Penyiaran Berlangganan menggunakan satelit asing.

Menggunakan lebih dari 1 (satu) stasiun pengendali (head end) untuk menyalurkan program siarannya, maka masing-masing stasiun pengendali wajib memiliki izin stasiun bumi untuk Television Received Only (TVRO).

Di mata dunia pariwisata Indonesia hanya di kenal sebatas Bali, Lombok, dan Bromo saja, ketiga tempat tersebut memang sudah sejak lama dijadikan destinasi bagi para turis yang ingin berlibur ke Indonesia. Panorama alam yang tidak diragukan lagi keindahannya menjadi incaran wisata bagi kebanyakan turis, akan tetapi siapa yang tahu bahwa sebenarnya Indonesia memiliki keanekaragaman hayati, budaya, dan pariwisata yang begitu melimpah untung dijadikan objek pariwisata, khususnya kota Garut Jawa Barat.

Berbeda dengan salah satu acara TV kabel TLC (*Travel Channel*) asal Amerika Serikat, TLC adalah saluran khusus yang dimiliki oleh *Cox Communications* yang memiliki keistimewaan penting seperti film dokumentasi dan jelajah internasional maupun lokal. Pertama kali dioperasikan oleh *World Airlines* pada tahun 1987 sebagai dorongan orang yang hadir di pesawat. Saham saat itu dijual kepada *Landmark Communications* pemilik dari *The Weather Channel* dan diteruskan oleh *paxson Communications*. Pada tahun 1997 *Discovery* membeli 70% saham dari saluran tersebut. Namun 10 tahun kemudian pada tepatnya bulan Mei 2007 dijual kepada *Cox Communications*. salah satu program andalan dari TLC adalah *No Reservations* yang di pandu oleh Anthony Bourdain, *No Reservation* adalah acara yang didalamnya mendokumentasikan perjalanan dan kuliner di negara-negara yang dikunjungi, acara yang ditayangkan oleh *Travel Channel* (TLC) ini pun mengudara di *Discovery Travel & Living* di seluruh dunia. Di dalamnya Anthony Bourdain sebagai pembawa acara *No Reservations* mengunjungi negara-negara yang di anggap menarik untuk dikunjungi yang memiliki kebudayaan dan ciri khas makanan di negara tersebut. Seri perdana *No Reservations* pada tahun 2005 di *Travel Channel* (TLC).

Pada 19 Juni 2006 *No Reservations* memilih Indonesia sebagai negara yang akan dikunjungi oleh koki eksklusif dari Amerika Serikat kelahiran 25 Juni 1956 yaitu Anthony Bourdain Michael yang lebih dikenal Anthony Bourdain, kota yang dipilih oleh koki lulusan *Vassar College Culinary institute of America* adalah Pulau Dewata Bali, Jakarta dan Garut.

Penulis tertarik pada acara tersebut dikarenakan No Reservation meliput pariwisata Indonesia, hal tersebut bisa mengangkat citra positif pariwisata Indonesia di dunia. Menurut penulis episode yang dapat mengangkat citra pariwisata Indonesia adalah episode yang mengangkat citra pariwisata kota Garut karena kurangnya pengangkatan citra pariwisata kota Garut dari pemerintahan Indonesia. Kota Garut yang berasal dari pembubaran Kabupaten Limbangan pada tahun 1811, Garut mempunyai keanekaragaman pariwisata mulai dari Gunung Papandayan, Gunung Guntur, Pantai Rancabuaya, dodol, kulit hingga batu akik yang saat ini sedang populer di Indonesia. Garut mempunyai tempat wisata alam yang baik seperti Gunung Cikurai, Gunung Papandayan, Gunung Guntur, Gunung Talaga Bodas, Gunung Karacak. Garut pun memiliki kebudayaan sunda yang sangat kuat seperti sebuah hotel bintang 4 yang sangat diminati oleh turis domestik maupun mancanegara yaitu Kampung Sampireun yang terletak di Jl.Raya Kamojang,

Kampung Sampireun adalah salah satu tempat berlibur yang berada di kabupaten garut, yang terletak di daerah Sukakarya,Samarang, Garut. Tempat ini seringkali dikunjungi para turis domestik maupun mancanegara yang penasaran ingin mengetahui keindahan Kampung Sampireun ini. Kampung Sampireun merupakan sebuah resort bernuansa perkampungan Sunda, berada di ketinggian kurang lebih 1.000 meter diatas permukaan laut, berlokasi di Kampung Ciparai desa Sukakarya Kecamatan Samarang Kabupaten Garut, Jawa Barat.

Pariwisata sangat erat kaitannya dengan citra, para turis yang berada di dalam dan luar negeri harus diberikan informasi tentang kota Garut yang cukup

sebagai upaya pembentukan citra yang positif. Hal ini yang kurang disadari oleh pemerintah tapi beberapa media asing banyak yang menyusuri dan mengakui keindahan dari kota Garut. Seperti yang terlihat pada salah satu episode *No Reservations* dalam TLC, TLC merupakan tv kabel swasta yang mendokumentasikan suatu perjalanan pariwisata yang memiliki keunikan dalam hal budaya maupun kuliner di dunia. Bagi setiap orang yang berlangganan tv kabel maka ia akan mendapatkan TLC sebagai salah satu saluran (*channel*).

Pada salah satu episode *No Reservations* memilih Indonesia sebagai negara yang akan dikunjungi oleh koki eksklusif dari Amerika Serikat kelahiran 25 Juni 1956 yaitu Anthony Bourdain Michael yang lebih dikenal Anthony Bourdain, kota yang dipilih oleh koki lulusan *Vassar College Culinary institute of America* adalah kota Garut.

Banyaknya pemberitaan tentang Indonesia yang kadangkala salah kaprah sehingga peneliti melihat ini sebagai suatu potensi yang harus dilakukan, peneliti mengkaji bagaimana Garut dibingkai (*framing*) dalam program *No Reservations* yang bertempat di Garut Jawa Barat.

Dengan berbagai penelitian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa penelitian akan membahas tentang *Pencitraan Pariwisata Indonesia Melalui Program No Reservation di TLC Dalam Episode Garut Indonesia*.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah yang diteliti sebagai berikut : “*Pencitraan Pariwisata Indonesia Melalui Program No Reservations di TLC Dalam Episode Garut Indonesia*”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* episode Garut Indonesia di tinjau dari *Frame Central Idea*?
2. Bagaimana pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* episode Garut Indonesia di tinjau dari perangkat *Framing Devices*?
3. Bagaimana pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* episode Garut Indonesia ditinjau dari perangkat *Reasoning Devices*?
4. Bagaimana pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* episode Garut Indonesia dibingkai secara keseluruhan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam membuat penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa tujuan, di antaranya yaitu :

1. Peneliti ingin mengetahui pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* episode Garut Indonesia ditinjau dari *Frame Central Idea*.
2. Peneliti ingin mengetahui pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* episode Garut Indonesia ditinjau dari perangkat *Framing Devices*.
3. Peneliti ingin mengetahui pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* episode Garut Indonesia ditinjau dari perangkat *Reasoning Devices*.
4. Peneliti ingin mengetahui pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* episode Garut Indonesia dibiingkai secara keseluruhan.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Akademis

Penelitian ini berusaha melihat bentuk-bentuk pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* di Garut dengan metode analisis *framing*. Meninjau citra pariwisata Indonesia menggunakan teori-teori yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Diharapkan penelitian ini bisa membantu pemetintahan Indonesia untuk mengukur pencitraan pariwisata Indonesia yang telah dibentuk, dan ingin menunjukkan pada masyarakat Indonesia bahwa pencitraan pariwisata itu sangatlah penting.

b. Praktis

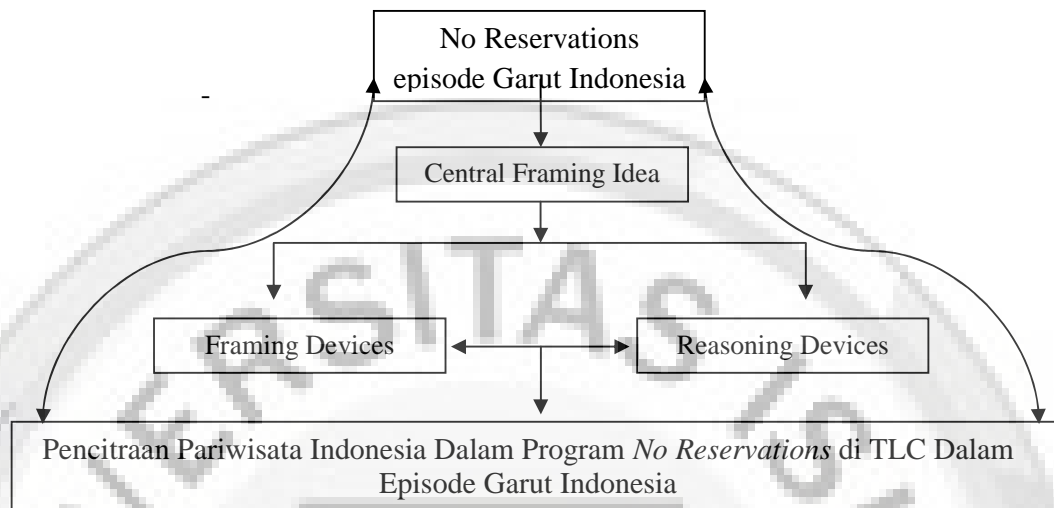
Dengan adanya penelitian ini menjelaskan bahwa televisi asing memiliki perhatian terhadap pariwisata Indonesia sedangkan pemerintah Indonesia sendiri tidak memiliki program seperti *Travel Channel* yang dapat mengangkat pariwisata Indonesia di mata dunia.

1.5 *Setting Penelitian*

Agar tidak terjadinya pembahasan di luar konteks penelitian, peneliti membuat setting penelitian, yaitu:

- Waktu Penelitian : Juni 2015
- Objek Penelitian : Program *No Reservations Travel Channel*
- Fokus Masalah : Meneliti pemingkanaan Pencitraan Pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* episode Garut Indonesia
- Tahapan Penelitian :
 - Mencari topik yang akan dijadikan fokus penelitian
 - Membuat rencana penelitian
 - Mencari dan mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan untuk menganalisis fokus masalah yang diteliti
 - Pengolahan data berdasarkan hasil yang ditemukan
 - Penarikan kesimpulan
 - Melakukan penulisan laporan penelitian

1.6 Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk menganalisis pembingkaiian tentang pencitraan pariwisata Indonesia dalam program *No Reservations* di *Travel Channel*.

Gamson dan Modiglianin menyebut cara pandang itu sebagai kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang akan diberitakan. Menurut mereka, *frame* adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis 1999:21-22)

Penelitian ini akan ditinjau melalui beberapa aspek, yakni : *Framing Devices* (perangkat *framing*) dan *Reasoning Devices* (perangkat penalaran). *Framing Devices* meliputi: *Methapors* (perumpamaan atau pengandaian), *cacthphrases* (frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana), *exemplaar* (mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan)

yang memperjelas bingkai), *depiction* (penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif), dan *visual images* (gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan). Sementara *Reasoning Devices* mencakup aspek *Roots* (analisis kausal sebab akibat), *Appeals to principle* (premis dasar, klaim-klaim moral) dan *consequences* (efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai).

