

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Televisi merupakan media komunikasi massa yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat sekarang ini. Hampir di setiap daerah di Indonesia televisi menjadi primadona bagi kebanyakan orang. Hal ini disebabkan oleh sifatnya yang audio visual, dapat dilihat dan didengar, sehingga mudah diterima masyarakat.

Peran televisi sebagai media komunikasi massa sangatlah besar dalam kehidupan kita, yaitu sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial, dan sebagai sarana pendidikan. Beragam tayangan yang disajikan lewat media televisi memiliki tujuannya masing-masing. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh pakar ilmu komunikasi, Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa kajian isi atau pesan dari suatu tayangan dalam media televisi tidak bebas nilai akan tetapi sarat nilai . Bersamaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda menurut pandangan pemirsa, yang didasarkan antara lain pada latar belakang, pengalaman dan tingkat pendidikannya (Cangara:2002).

Televisi sebagai media komunikasi massa juga berorientasi pada tujuan komunikasi pada umumnya, yaitu untuk mengubah sikap, pandangan, dan perilaku orang lain atau pemirsanya (Onong Uchjana Effendi, 1988:17).

Dalam hal ini pengaruh televisi terhadap minat, sikap dan perilaku pemirsanya ditentukan diantaranya oleh materi atau pesan yang disampaikan, intensitas pemirsa dalam menonton televisi, latar belakang pendidikan dan pengalaman pemirsa, nilai dan norma budaya serta lingkungan tempat pemirsa tersebut berada. Artinya pesan (*message*) tayangan televisi akan dikonsumsi khalayak dan berpengaruh baik secara langsung atau tidak pada wilayah pengetahuan atau wawasan (kognisi), perasaan (afeksi), dan perilaku (psikomotorik).

Sejalan dengan besarnya peran televisi dalam masyarakat, perkembangan dunia pertelevisian di tanah air juga menunjukkan kemajuan yang signifikan, yaitu dengan banyaknya stasiun televisi swasta yang mengudara setiap harinya. Dalam suasana kompetisi bisnis pertelevisian yang sehat, tiap stasiun televisi swasta berusaha menarik perhatian pemirsanya lewat sajian tayangan-tayangan yang berbeda dan tentunya dekat dengan kehidupan pemirsa.

Stasiun televisi swasta yang perkembangannya cukup pesat diantaranya adalah Trans tv. Trans tv adalah stasiun televisi yang memposisikan diri sebagai televisi gaya hidup atau *life style*. Kelebihan Trans tv adalah pada beberapa program yang merupakan garapan sendiri (*in-house production*) yang terbukti cukup ampuh meraih perhatian pemirsa. Hal tersebut dapat dilihat dari *rating* tayangan-tayangan Trans tv yang mampu bersaing dengan tayangan stasiun-stasiun televisi lain yang sudah lebih dulu ada. Salah satu program acara yang merupakan garapan sendiri dari Trans tv adalah Wisata Kuliner.

Semua orang tentu suka dan perlu untuk makan, maka tak heran acara bertema kuliner bisa dengan cepat sukses di layar kaca. Acara kuliner memang telah

menjadi suatu fenomena tersendiri di masyarakat. Bagi sebagian masyarakat tampaknya dunia kuliner sudah menjadi hobby atau bahkan kebutuhan mendasar yang harus selalu terpenuhi. Fenomena tersebut mendasari banyaknya tayangan kuliner di televisi. Selain Trans tv yang menayangkan "Wisata Kuliner", ada juga TVRI yang mengeluarkan "Dunia Wanita", TPI lewat "Santapan Nusantara", dan Indosiar yang menayangkan "Iron Chef" serta "Bango Selera Nusantara". Stasiun televisi lain pun tak ketinggalan, meski tidak menjadikan kuliner sebagai acara khusus.

Diantara banyaknya tayangan kuliner di televisi, tayangan Wisata Kuliner di Trans tv merupakan program yang lebih banyak menarik perhatian pemirsa. Berdasarkan hasil survei lembaga AC Nielsen sepanjang tahun 2007 dan 2008 acara *Wisata Kuliner* tergolong program terdepan pada genre program kuliner. Dari data tersebut rata-rata sebaran penonton Wisata Kuliner mampu menembus hingga 14,8 persen dengan *rating* 2,1 poin. Sedangkan program sejenis milik TV lain, seperti "Cita Rasa Nusantara" hanya memiliki *rating* 1,1 dan *share* 10,6 persen serta "Santapan Nusantara" (*TPI*) *rating* 1, *share* 9,9 persen. Dan hingga tahun 2009 pencapaian Wisata Kuliner belum bisa ditandingi acara-acara kuliner lain (*Metamorfosis Tayangan Kuliner di Layar Kaca*, <http://www.republika.co.id>. diakses tanggal 5 Juli 2009).

Banyaknya komentar atau tanggapan dalam *website* Trans tv serta wacana atau diskusi yang ada di berbagai media massa seperti surat kabar dan internet tentang acara Wisata Kuliner juga menandakan bahwa acara tersebut banyak menarik perhatian pemirsa. Selain itu, adanya fenomena ungkapan "maknyuss" yang

dipopulerkan oleh presenter Wisata Kuliner, Bondan Winarno, yang sangat menjamur di masyarakat juga membuktikan bahwa Wisata Kuliner memang mendapat tempat di hati masyarakat, khususnya pecinta kuliner.

Wisata Kuliner adalah program *news* Trans tv yang di dalamnya terdapat unsur informasi sekaligus hiburan. Wisata Kuliner mengangkat tema beragam makanan, khususnya yang disajikan oleh warung-warung pinggir jalan dan berharga murah serta dipenuhi pelanggan. Tempat-tempat yang dikunjungi tersebar di seluruh pojok kota, kabupaten, kota provinsi atau ibukota. Selain itu Wisata Kuliner juga sesekali menampilkan sajian-sajian kuliner yang ada di luar negeri (*Resensi Program Acara Wisata Kuliner*, <http://www.transtv.co.id>. diakses tanggal 12 Februari 2008).

Program ini dipandu oleh Bondan Winarno, dan tayang dari Setiap hari Sabtu pada pukul 07.30 WIB. Dalam program ini, pemirsa diajak berkeliling tempat-tempat menarik sambil mencicipi kelezatan makanannya. Selain itu, program ini juga menceritakan keunikan suatu daerah, mulai dari sejarah, arsitektur, hingga budayanya. Tak hanya itu, Wisata Kuliner juga menjelaskan secara detail menu-menu favorit yang khas di suatu daerah tertentu, serta dilengkapi daftar harga makanan yang direkomendasikan.

Presenter Wisata Kuliner, Bondan Winarno bisa disebut sebagai ikon bagi tayangan wisata yang mengangkat aspek kuliner di televisi. Wisata Kuliner dan pembawa acaranya Bondan Winarno, memang mempunyai ciri dan karakter yang kuat. Dalam tayangan tersebut Bondan selain sebagai pemandu selera juga tampak seperti promotor makanan. Semua tindakan Bondan adalah representasi dari usaha

untuk mempromosikan. *Gesture* Bondan, kaget dan nikmat, senyum dan gelengan kepala merupakan keunikan tersendiri dari tayangan Wisata kuliner. Citarasa makanan kemudian hadir dalam bentuk ucapan verbal diantaranya, "maknyus", "nendang banget" dan "pecah di lidah". Pengalaman panjang Bondan diberbagai bidang, diantaranya sastra, jurnalistik dan dunia usaha, juga sesekali tampak terlihat dari informasi spontan yang diucapkannya mengenai sejarah daerah yang dikunjunginya (*Memaknai Maknyus Si Bondan*, <http://www.suamamerdeka.com>. diakses tanggal 14 Februari 2008).

Pada dasarnya tujuan utama dari program acara Wisata kuliner adalah untuk melestarikan sajian-sajian kuliner Nusantara dengan jalan memperkenalkan dan mempromosikan kepada pemirsa berbagai macam masakan-masakan lokal yang khas dan bercitarasa tinggi yang ada di seluruh nusantara. Tayangan Wisata Kuliner diharapkan dapat menarik minat pemirsa untuk dapat mencicipi dan ikut melestarikan sajian-sajian khas dari berbagai daerah. Namun pada beberapa edisi terakhir tayangan Wisata Kuliner juga menayangkan makanan-makanan dari luar negeri, seiring dengan timbulnya beberapa permintaan dari pemirsanya.

Berdasarkan hal di atas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh program acara Wisata Kuliner di Trans tv terhadap minat khalayak pemirsanya untuk melakukan wisata kuliner atau pelesiran. Adapun pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *S-O-R Theory* (Teori S-O-R). Teori ini mengasumsikan bahwa efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimuli khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan

kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Unsur- unsur dalam teori ini adalah :

1. Pesan (Stimulus, S), Stimulus yang ada dalam penelitian ini diwakili oleh program acara Wisata Kuliner di Trans tv.
2. Komunikan (Organisme, O), merupakan bentuk sikap yang diberikan oleh komunikan berupa perhatian, pengertian, dan penerimaan.
3. Efek (Respon, R), merupakan bentuk perubahan sikap yang diberikan oleh komunikan terhadap stimulus yang diterima. Terkait dengan penelitian ini, respon digambarkan dalam bentuk minat atau kecenderungan khalayak untuk melakukan wisata kuliner.

Khalayak yang dimaksud adalah ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Beringin Raya RT.01 sampai dengan RT.04 Kecamatan Kemiling Bandar Lampung. Peneliti memilih ibu rumah tangga sebagai populasi yang mewakili khalayak yang akan diteliti didasari oleh beberapa pertimbangan. Karena ibu rumah tangga lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah pada akhir pekan terutama di pagi hari, dimana tayangan Wisata Kuliner disiarkan. Umumnya ibu rumah tangga juga memiliki tanggung jawab sebagai pengelola keuangan keluarga dan memegang peran penting dalam mengambil keputusan dominan dalam keluarga, diantaranya dalam memutuskan liburan keluarga. Sebagian besar ibu rumah tangga pastinya juga lebih mengerti dan peka terhadap makanan atau masak-masakan.

Adapun alasan pemilihan lokasi sampel didasarkan oleh pertimbangan bahwa masyarakat di Perumahan Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung umumnya bersifat heterogen. Artinya masyarakat di perumahan ini terdiri dari

berbagai suku, agama, pekerjaan, pengalaman dan latar belakang pendidikan yang dapat mewakili suatu khalayak. Selain itu di Perumahan Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung banyak didapati keluarga yang secara sosial ekonomi termasuk kategori menengah ke atas, yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap keputusan dalam melakukan kegiatan wisata kuliner.

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi lokasi penelitian yakni Perumahan Beringin Raya RT.01 sampai dengan RT.04. Berdasarkan prariset, di Perumahan Beringin Raya RT.01 sampai dengan RT.04 Kecamatan Kemiling Bandar Lampung terdapat 275 unit rumah dan yang telah dihuni sekitar 240 unit. Di dalamnya terdapat 110 penduduk perempuan yang termasuk dalam kategori ibu rumah tangga dan umumnya mereka pernah menonton program acara Wisata Kuliner di Trans tv.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti merumuskan masalah yaitu, “Adakah pengaruh program acara Wisata Kuliner di Trans tv terhadap minat khalayak untuk melakukan wisata kuliner?”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh program acara Wisata Kuliner di Trans tv terhadap minat khalayak untuk melakukan wisata kuliner.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini meliputi:

### **1 Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi kajian ilmu komunikasi khususnya dan ilmu sosial lain pada umumnya serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berminat melakukan penelitian dengan teori S-O-R pada masa mendatang.

### **2. Secara Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran penulis kepada stasiun televisi atau rumah produksi dalam memproduksi atau mengadakan evaluasi penayangan program acara Wisata Kuliner maupun acara lain yang sejenis.