

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 HASIL

Dalam bab ini akan dibahas pengaruh program acara Wisata Kuliner terhadap minat khalayak untuk melakukan kegiatan wisata kuliner. Penelitian dilakukan pada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Beringin Raya, RT.01-04 kecamatan Kemiling Bandar Lampung sebagai pirsawan Wisata kuliner di Trans Tv. Penelitian dilapangan dilakukan pada hari Senin, tanggal 30 November 2009 hingga Rabu, 2 Desember 2009 dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat eksplanasi atau menjelaskan.

5.1.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga di Perumahan Beringin Raya, RT.01 sampai dengan RT.04 kecamatan Kemiling Bandar Lampung. Berarti yang menjadi responden disini adalah ibu rumah tangga yang umumnya telah menonton program acara Wisata Kuliner di Trans Tv, yang berjumlah 52 orang. Mereka semua dipilih secara acak dan seluruh responden ini akan dijelaskan berdasarkan pekerjaan dan usia.

5.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pengelompokkan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentasi
1.	Pegawai Negeri sipil	11	21,15%
2.	Pegawai Swasta	12	23,07%
3.	Wiraswasta/pedagang	9	17,30%
4.	Ibu rumah Tangga (di rumah)	18	34,61%
5.	Guru	2	3,84%
Jumlah		52	100%

Sumber : Hasil kuesioner , 2009

Dari tabel di atas dapat dilihat, dari 52 responden sebanyak 11 responden (21,15%) yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, 12 responden (23,07%) bekerja sebagai Pegawai Swasta, 9 responden (17,30%) bekerja sebagai wiraswasta atau pedagang, 18 responden (34,61%) adalah ibu rumah tangga yang tidak bekerja di luar dan hanya bekerja di rumah, dan 2 responden (3,84) bekerja sebagai guru.

Dengan demikian, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan adalah responden yang hanya sebagai Ibu rumah tangga yang tidak bekerja di luar namun hanya bekerja di rumah lebih banyak dibandingkan responden yang memiliki pekerjaan lainnya.

5.1.1.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Selain berdasarkan pekerjaan, responden juga dikelompokkan berdasarkan usia, adapun pengelompokkan responden berdasarkan usia tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentasi
1.	21-30 tahun	10	19,23%
2.	31-40 tahun	25	48,07%
3.	41-50 tahun	17	32,69%
Jumlah		52	100%

Sumber: Hasil Kuesioner, 2009

Dari tabel di atas dapat dilihat, dari 52 responden sebanyak 10 responden (19,23%) yang berusia 21-30 tahun, sedangkan responden berusia 31-40 tahun terdapat sebanyak 25 responden (48,07%), dan responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 17 responden (32,69%) . Dengan demikian, karakteristik responden berdasarkan usia adalah responden yang berusia 31-40 tahun lebih banyak dibandingkan responden dengan usia lainnya. Karena pada taraf usia tersebut ibu-ibu sudah cukup memiliki pengalaman dan pemikiran yang matang dalam menentukan dan memilih informasi yang didapat serta melakukan keputusan.

5.1.2 Hasil Penelitian Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv (X)

Analisis tabel tunggal pada program acara Wisata Kuliner di Trans Tv meliputi frekuensi, waktu tayang, durasi tayang, setting dan pembawa acara. Selanjutnya peneliti akan menyajikan analisis data tunggal variabel X berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

5.1.2.1 Frekuensi Responden Menonton Program Acara Wisata Kuliner di Trans Tv Dalam Satu Bulan

Frekuensi menonton dalam penelitian ini menunjukkan tingkat keseringan atau berapa kali responden menonton tayangan Wisata Kuliner dalam satu bulan. Tayangan kuliner merupakan salah satu tayangan informasi yang ditayangkan di televisi dan memberikan warna tersendiri, dari tayangan-tayangan yang ada khususnya pada tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv, dimana dalam tayangan ini khalayak diajak berkeliling tempat-tempat yang dapat menjadi rekomendasi untuk melakukan perjalanan wisata kuliner. Tayangan Wisata kuliner ini ditayangkan sebanyak satu kali dalam seminggu. Dari tayangan Wisata Kuliner yang ada di televisi, kita dapat mengetahui tingkat keseringan responden menonton tayangan Wisata Kuliner, dimana peneliti membaginya dalam 3 kategori yaitu yang pertama sangat sering dengan frekuensi menonton sebanyak 4-5 kali dalam sebulan atau menyaksikan tayangan Wisata Kuliner setiap minggu. Kategori kedua yaitu sering dengan frekuensi menonton sebanyak 2-3 kali dalam sebulan. Dan yang ketiga yaitu kategori jawaban kadang-kadang dengan frekuensi menonton sebanyak 0-1 kali dalam sebulan.

Frekuensi atau tingkat keseringan responden menonton tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4. Frekuensi Responden Menonton Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv Dalam Satu Bulan

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat sering (4-5 kali)	42	80,76 %
Sering (2-3 kali)	7	13,46 %
Kadang-kadang (1 kali)	3	5,76 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 1

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 52 responden, yang menjawab sangat sering atau yang berarti responden menonton tayangan Wisata Kuliner tiap hari Sabtu setiap minggunya atau 4-5 kali dalam sebulan sebanyak 42 responden (80,76%). Responden yang menjawab sering atau 2 sampai 3 kali dalam sebulan sebanyak 7 responden (13,46%), sedangkan responden yang menjawab kadang-kadang atau sekali dalam sebulan sebanyak 3 responden (5,76%).

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab sangat sering atau menyaksikan tayangan Wisata Kuliner setiap minggunya. Sebagian besar dari responden menaruh perhatian terhadap tayangan Wisata Kuliner yang ditayangkan setiap hari Sabtu pukul 07.30 WIB.

5.1.2.2 Waktu Penayangan Wisata Kuliner

Waktu penayangan Wisata Kuliner dalam penelitian ini menunjukkan bagaimana tanggapan responden terhadap waktu penayangan acara tersebut. Dan dalam penelitian ini waktu penayangan dibagi ke dalam dua indikator, yakni hari penayangan dan jam penayangan acara Wisata Kuliner di televisi.

a. Tanggapan Responden Terhadap Hari Penayangan Wisata Kuliner

Tayangan Wisata Kuliner ditayangkan setiap hari Sabtu di stasiun televisi Trans Tv. Dan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap hari penayangan Wisata Kuliner ini, peneliti mengelompokannya ke dalam tiga kategori jawaban sebagai berikut: setuju apabila responden menyukai atau setuju dengan hari Sabtu sebagai hari penayangan Wisata Kuliner. Ragu-ragu apabila responden tidak tahu atau biasa saja dengan hari Sabtu sebagai hari penayangan Wisata Kuliner. Tidak setuju apabila responden tidak menyukai hari Sabtu sebagai hari penayangan Wisata Kuliner.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap hari penayangan wisata Kuliner dapat terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Hari Penayangan Wisata Kuliner

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Setuju	38	73,07 %
Ragu-ragu	10	19,23 %
Tidak setuju	4	7,69 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 2

Dari tabel di atas dapat terlihat 38 responden (73,07%) menjawab setuju yang berarti bahwa mereka setuju dengan hari Sabtu sebagai hari penayangan Wisata Kuliner. 10 responden (19,23%) menjawab ragu-ragu, serta 4 responden (7,69%) menjawab tidak setuju yang berarti bahwa mereka tidak setuju dengan hari Sabtu sebagai hari penayangan Wisata Kuliner.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab setuju yang bermakna bahwa sebagian besar responden dapat menerima hari penayangan Wisata Kuliner di Trans Tv setiap hari Sabtu. Hal ini dikarenakan hari Sabtu dirasakan merupakan hari pas bagi responden ibu-ibu yang bekerja di luar. Dimana sebagian besar dari mereka libur kerja. Dan bagi ibu rumah tangga hari sabtu bisa dianggap sebagai momen yang tepat untuk bersantai bersama keluarga untuk menonton televisi.

b. Tanggapan Responden Terhadap Jam Penayangan Wisata Kuliner di Trans Tv

Tayangan wisata kuliner di Trans Tv ditayangkan pada jam 07.30 WIB. Dan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap jam penayangan Wisata Kuliner ini, peneliti membagi kategori jawaban ke dalam tiga kelompok, dengan pengelompokkan sebagai berikut: setuju apabila responden setuju dengan jam 07.30 sebagai jam penayangan Wisata Kuliner di Trans Tv, ragu-ragu apabila responden tidak tahu dan biasa saja terhadap jam 07.30 sebagai jam penayangan Wisata Kuliner di Trans Tv, dan tidak setuju apabila khalayak tidak suka dengan jam 07.30 sebagai jam penayangan Wisata Kuliner di Trans Tv.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap jam penayangan Wisata Kuliner dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Tanggapan Responden terhadap Jam Penayangan Wisata Kuliner di Trans Tv

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Setuju	43	82,69 %
Ragu-ragu	6	11,53 %
Tidak setuju	3	5,76 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 3

Dari tabel di atas dapat terlihat 43 responden (82,69%) menjawab setuju yang berarti bahwa mereka setuju dengan jam 07.30 sebagai jam penayangan Wisata Kuliner. 6 responden (11,53%) menjawab ragu-ragu, serta 3 responden (5,76%) menjawab tidak setuju yang berarti bahwa mereka tidak setuju dengan penayangan Wisata Kuliner yang ditayangkan setiap pukul 07.30

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab setuju yang bermakna bahwa responden menyukai jam 07.30 sebagai jam penayangan Wisata Kuliner di Trans Tv. Responden ibu-ibu pada waktu tersebut biasanya telah bangun dan memilih untuk bersantai di depan televisi untuk menyaksikan tayangan Wisata Kuliner.

5.1.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Durasi Tayang Wisata Kuliner di Trans Tv

Durasi Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv ini berkaitan dengan lamanya acara Wisata Kuliner ditayangkan, indikatornya adalah penerimaan responden terhadap durasi tayangan Wisata Kuliner. Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv ditayangkan dengan durasi selama 30 menit. Dan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap durasi penayangan Wisata Kuliner ini, peneliti membagi kategori jawaban ke dalam tiga kelompok, dengan pengelompokan sebagai berikut: setuju apabila responden setuju dengan durasi tayang Wisata Kuliner di Trans Tv selama 30 menit, ragu-ragu apabila responden tidak mengerti atau biasa saja, tidak setuju ataupun tidak menolak terhadap durasi tayang Wisata Kuliner di Trans Tv yang selama 30 menit, dan tidak setuju apabila responden tidak setuju dengan penayangan Wisata Kuliner yang berlangsung selama 30 menit.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap durasi tayang Wisata Kuliner dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Tanggapan Responden terhadap Durasi Tayang Wisata Kuliner di Trans Tv

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Setuju	41	78,84 %
Ragu-ragu	7	13,46 %
Tidak setuju	4	7,69 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 4

Dari tabel di atas dapat terlihat 41 responden (78,84%) menjawab setuju yang berarti bahwa mereka setuju dengan durasi tayang Wisata Kuliner selama 30 menit. 7 responden (13,46%) menjawab ragu-ragu, serta 4 responden (7,69%) menjawab tidak setuju yang berarti bahwa mereka tidak setuju dengan durasi tayang Wisata Kuliner selama 30 menit.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab setuju yang bermakna responden setuju atau tidak merasa keberatan dengan durasi penayangan Wisata Kuliner selama 30 menit. Bagi responden waktu durasi selama 30 menit ini tidak terlalu lama dan tidak terlalu singkat, sehingga tidak menimbulkan rasa bosan karena terlalu lama tayangannya, dan juga tidak merasa kurang karena terlalu singkat durasi tayangannya.

5.1.2.4 Lokasi atau Setting Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv

Dalam setiap episode penayangannya Wisata kuliner selalu mengambil lokasi di tempat yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan muatan acara ini adalah perjalanan pembawa acara wisata kuliner ke berbagai tempat yang pastinya selalu berbeda-beda di setiap penayangannya, mulai dari lokasi yang berada di dalam negeri sampai lokasi yang berada di luar negeri. Ini pula yang menjadi salah satu alasan sehingga acara Wisata Kuliner ini banyak digemari oleh khalayak ramai, karena hanya dengan menyaksikan acara Wisata Kuliner mereka dapat mengetahui berbagai tempat yang menarik beserta dengan hidangan kulinernya baik yang berada di dalam negeri maupun yang berada di luar negeri. Ini juga berarti dapat menambah wawasan pengetahuan khalayak dan juga dapat memberikan rekomendasi kepada khalayak yang ingin melakukan wisata kuliner.

a. Kesukaan Responden Terhadap Lokasi-lokasi yang Menjadi Obyek Dalam Tayangan Wisata Kuliner

Di atas telah dijelaskan bahwa acara Wisata Kuliner di Trans Tv selalu mengambil setting di tempat yang berbeda-beda di tiap tayangannya. Dan untuk mengetahui tingkat kesukaan responden terhadap lokasi-lokasi yang menjadi obyek dalam tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Kesukaan Responden Terhadap Lokasi-lokasi yang Menjadi Obyek Dalam Tayangan Wisata Kuliner

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Suka	47	90,38 %
Ragu-ragu	3	5,76 %
Tidak suka	2	3,84 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 5

Dari tabel di atas dapat terlihat 47 responden (90,38%) menjawab suka yang berarti bahwa mereka menyukai pemilihan lokasi-lokasi yang menjadi obyek dalam tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv. 3 responden (5,76%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka bersikap biasa saja terhadap lokasi-lokasi yang menjadi obyek dalam tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv. Serta 2 responden (3,84%) menjawab tidak suka yang berarti bahwa mereka tidak suka dengan lokasi-lokasi yang menjadi obyek dalam tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab suka yang bermakna bahwa responden menyukai lokasi-lokasi yang menjadi obyek dalam tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv. Berarti tempat-tempat yang menjadi obyek dalam tayangan Wisata Kuliner ini cukup variatif dan menarik, sehingga dapat menambah wawasan bagi responden dalam mengenal lebih banyak tempat yang dapat dijadikan tempat berwisata kuliner bagi keluarganya.

b. Tanggapan Responden Terhadap Penayangan Wisata Kuliner yang Mengambil Lokasi di Luar Negeri

Selain mengambil lokasi di dalam negeri, Wisata Kuliner juga mengambil lokasi di luar negeri. Dan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap penayangan Wisata Kuliner yang mengambil lokasi di luar negeri dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Penayangan Wisata Kuliner yang Mengambil Lokasi di Luar Negeri

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Setuju	45	86,53 %
Ragu-ragu	4	7,69 %
Tidak setuju	3	5,76 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 6

Dari tabel di atas dapat terlihat 45 responden (86,53%) menjawab setuju yang berarti bahwa mereka setuju dengan penayangan Wisata Kuliner yang mengambil lokasi di luar negeri. 4 responden (7,69%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa

mereka bersikap biasa saja terhadap penayangan Wisata Kuliner yang mengambil lokasi di luar negeri. Serta 3 responden (5,76%) menjawab tidak setuju yang berarti bahwa mereka tidak setuju dengan penayangan Wisata Kuliner yang mengambil lokasi di luar negeri.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab setuju yang bermakna bahwa responden setuju atau menyukai penayangan Wisata Kuliner yang mengambil lokasi di luar negeri. Hal ini berarti responden merasa melalui tayangan Wisata Kuliner ini mereka dapat mengetahui tempat-tempat yang menarik sebagai tempat berwisata kuliner yang terdapat di luar negeri, bukan hanya yang berada di dalam negeri saja. Tentunya ini membawa efek bertambahnya wawasan responden terhadap tempat-tempat yang berada di luar negeri tanpa harus mengunjunginya secara langsung.

5.1.2.5 Pembawa Acara Wisata Kuliner di Trans Tv

Pembawa acara tayangan Wisata Kuliner yang ditayangkan di Trans Tv ini adalah Bondan Winarno. Beliau dengan mudah dikenali dan diingat oleh pirsawan Wisata Kuliner, karena dalam membawakan acara ini beliau sering menggunakan kata-kata yang unik yaitu seperti maknyus, nendang banget, pecah di lidah, dan tidak jarang diikuti oleh gerak tubuhnya yang menarik pula. Pengetahuan Bondan akan masakan juga nilai lebih bagi acara Wisata Kuliner. Hal inilah yang menjadikan acara ini adalah acara informasi yang sangat menarik karena dikemas dengan penyajian yang cukup menarik oleh Bondan Winarno.

a. Kesukaan Responden terhadap Penampilan atau Kecakapan Bondan Winarno Dalam Membawakan Acara Wisata Kuliner di Trans Tv

Penampilan dalam hal ini adalah kecakapan atau kemampuan Bondan Winarno dalam menguasai materi tayangan. Dalam mengukur tingkat kesukaan responden terhadap penampilan atau kecakapan Bondan Winarno dalam membawakan acara Wisata Kuliner di Trans Tv, peneliti menggunakan tiga kelompok jawaban, yaitu: suka apabila responden menyukai penampilan Bondan winarno dalam membawakan acara Wisata Kuliner, ragu-ragu apabila responden biasa saja terhadap penampilan Bondan Winarno dalam membawakan acara Wisata Kuliner, serta tidak suka apabila responden tidak menyukai penampilan Bondan Winarno dalam membawakan acara Wisata Kuliner.

Untuk lebih jelas mengetahui tingkat kesukaan responden terhadap penampilan Bondan winarno dalam membawakan acara Wisata Kuliner di Trans Tv dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10. Tingkat Kesukaan Responden terhadap Penampilan Bondan Winarno Dalam Membawakan Acara Wisata Kuliner di Trans Tv

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Suka	43	82,69 %
Ragu-ragu	6	11,53 %
Tidak suka	3	5,76 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 7

Dari tabel di atas dapat terlihat 43 responden (82,69%) menjawab suka yang berarti bahwa mereka suka dengan penampilan dan kecakapan Bondan Winarno dalam membawakan acara Wisata Kuliner di Trans Tv. 6 responden (11,53%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka bersikap biasa saja atau tidak mengerti terhadap penampilan Bondan Winarno dalam membawakan acara Wisata Kuliner di Trans Tv. Serta 3 responden (5,76%) menjawab tidak setuju yang berarti bahwa mereka tidak suka dengan penampilan atau kecakapan Bondan Winarno dalam membawakan acara Wisata Kuliner di Trans Tv.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab suka yang bermakna bahwa responden setuju atau menyukai penampilan dalam hal ini kecakapan dan kemampuan Bondan Winarno dalam membawakan acara Wisata Kuliner di Trans Tv. Responden merasa bahwa Bondan Winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner terlihat begitu menguasai hal-hal yang berkenaan dengan masakan ataupun daerah tujuan wisatanya. Pengetahuan Bondan Winarno dilatarbelakangi oleh pengalaman dia yang telah bepergian ke berbagai tempat dan menggeluti berbagai bidang. Hal ini lah yang menjadikan responden menyukai penampilan atau kecakapan Bondan Winarno dalam tayangan Wisata Kuliner.

b. Kesukaan Responden terhadap Penggunaan kata-kata yang Diucapkan oleh Bondan Winarno

Dalam membawakan acara Wisata Kuliner ini Bondan Winarno menggunakan kata-kata yang baru atau khusus seperti maknyus, suedep banget, pecah di lidah, atau nendang banget.

Dalam mengukur tingkat kesukaan responden terhadap Bondan winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner di Trans Tv, peneliti menggunakan tiga kelompok jawaban, yaitu: suka apabila responden menyukai penggunaan kata-kata yang diucapkan oleh Bondan Winarno dalam acara wisata Kuliner di Trans Tv, ragu-ragu apabila responden biasa saja terhadap penggunaan kata-kata yang diucapkan oleh Bondan Winarno dalam acara wisata Kuliner di Trans Tv, serta tidak suka apabila responden tidak menyukai penggunaan kata-kata yang diucapkan oleh Bondan Winarno dalam acara wisata Kuliner di Trans Tv.

Untuk lebih jelas mengetahui tingkat kesukaan responden terhadap penggunaan kata-kata yang diucapkan oleh Bondan Winarno dalam acara wisata Kuliner di Trans Tv dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11. Tingkat Kesukaan Responden Terhadap Penggunaan kata-kata yang Diucapkan oleh Bondan Winarno

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Suka	44	84,61 %
Ragu-ragu	6	11,53 %
Tidak suka	2	3,84 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 8

Dari tabel di atas dapat terlihat 44 responden (84,61%) menjawab suka yang berarti bahwa mereka suka dengan penggunaan kata-kata yang diucapkan oleh Bondan Winarno dalam acara wisata Kuliner di Trans Tv. 6 responden (11,53%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka bersikap biasa saja terhadap

penggunaan kata-kata yang diucapkan oleh Bondan Winarno dalam acara wisata Kuliner di Trans Tv. Serta 2 responden (3,84%) menjawab tidak setuju yang berarti bahwa mereka tidak suka dengan penggunaan kata-kata yang diucapkan oleh Bondan Winarno dalam acara wisata Kuliner di Trans Tv.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab suka yang bermakna bahwa responden setuju atau menyukai penggunaan kata-kata yang diucapkan oleh Bondan Winarno dalam acara wisata Kuliner di Trans Tv.

Kata-kata yang diucapkkan oleh Bondan untuk menggambarkan rasa makanan terbilang cukup unik dan berkesan. Kata-kata tersebut umumnya merupakan kosakata baru dan kadang berupa kiasan yang hanya digunakan dalam tayangan ini, sehingga responden merasa ingin mengetahui makna dari kata-kata tersebut. Ditambah lagi setiap kata-kata baru tersebut selalu diiringi oleh *gesture* dari Bondan, sehingga menambah menarik perhatian pemirsa. Selain itu kata-kata yang diucapkan oleh Bondan cukup mewakili apa yang sedang dinikmati oleh Bondan saat mengucapkan kata-kata tersebut.

c. Kesukaan Responden terhadap Bondan Winarno Sebagai Pembawa Acara Wisata Kuliner di Trans Tv

Kesukaan responden terhadap Bondan Winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner dalam hal ini adalah bagaimana tanggapan responden terhadap cara penyampaian materi oleh Bondan. Dalam mengukur tingkat kesukaan responden terhadap Bondan Winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner di Trans Tv, peneliti menggunakan 3 kelompok jawaban, yaitu: suka apabila responden menyukai Bondan Winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner, ragu-ragu

apabila responden tidak tahu atau biasa saja terhadap Bondan Winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner, serta tidak suka apabila responden tidak menyukai Bondan Winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner.

Untuk lebih jelas mengetahui tingkat kesukaan responden terhadap Bondan Winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner di Trans Tv dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 12. Tingkat Kesukaan Responden terhadap Bondan Winarno Sebagai Pembawa Acara Wisata Kuliner di Trans Tv

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Suka	40	76,92 %
Ragu-ragu	9	17,30 %
Tidak suka	3	5,76 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 9

Dari tabel di atas dapat terlihat 40 responden (76,92%) menjawab suka yang berarti bahwa mereka suka dengan Bondan winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner di Trans Tv. 9 responden (17,30%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka tidak tahu atau bersikap biasa saja terhadap Bondan Winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner di Trans Tv. Serta 3 responden (5,76%) menjawab tidak suka yang berarti bahwa mereka tidak menyukai pemilihan Bondan Winarno sebagai pembawa acara Wisata Kuliner di Trans Tv.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab suka yang bermakna bahwa responden setuju atau menyukai Bondan Winarno sebagai

pembawa acara Wisata Kuliner di Trans Tv. Responden menyukai cara Bondan dalam menyampaikan materi dan mempromosikan masakan. Bondan Winarno terlihat tidak terlalu kaku dan berlebihan dalam memberikan penjelasan sehingga dirasa cocok oleh responden. Bondan juga memiliki penampilan yang sederhana namun informasi yang diberikan cukup meyakinkan dan dirasa dapat mewakili obyek yang sedang dijadikan tempat wisata kuliner.

5.1.2.6 Analisis Data Berdasarkan Kategori Jawaban Responden Mengenai Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv

Analisis data menurut kategori jawaban responden mengenai tayangan wisata Kuliner di Trans Tv dalam kategori jawaban yaitu tinggi, sedang dan rendah. Dari kuesioner yang telah dikumpulkan dan melihat total-total skor pada variable X, diketahui bahwa skor tertinggi adalah 27 dan skor terendah adalah 12, maka:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

$$I = \frac{27 - 12}{3}$$

$$I = \frac{15}{3}$$

$$I = 5$$

Setelah diketahui intervalnya, maka disusun kategori yang dimaksud:

Tinggi : 22 - 27

Sedang : 17 - 21

Rendah : 12 - 16

Setelah diketahui kategori jawaban responden, maka analisis data menurut kategori jawaban responden mengenai penayangan Wisata kuliner di Trans Tv dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Analisis Data Berdasarkan Kategori Jawaban Responden Tayangan Wisata kuliner di Trans Tv

Kategori Jawaban	Kelas Interval	Total	Persentase
Tinggi	22 – 27	42	80,76 %
Sedang	17 - 21	6	11,53 %
Rendah	12 – 16	4	7,69 %
Jumlah		52	100%

Sumber: Data diolah, 2009

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat dari 52 responden sebanyak 42 responden (80,76%) menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv, digolongkan dalam kategori tinggi. 6 responden (11,53%) digolongkan dalam kategori sedang. Dan 4 responden (7,69%) digolongkan dalam kategori rendah.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa dari seluruh responden, mayoritas responden digolongkan dalam kategori tinggi. Oleh karena itu tabel di atas dapat bermakna bahwa berdasarkan penayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dapat dimasukkan dalam kategori tinggi, terhadap terpaan yang disampaikan oleh tayangan Wisata Kuliner tersebut kepada responden.

5.1.3 Hasil Penelitian Minat Khalayak Melakukan Wisata Kuliner (Y)

Analisis Indikator Penelitian

Aspek yang ingin di lihat dalam penelitian ini mencakup aspek kognitif, afeksi, dan konatif. Aspek kognitif yaitu berkaitan dengan pengertian atau nalar yakni apakah responden mengerti tentang kegiatan Wisata Kuliner. Aspek afeksi berkaitan dengan perasaan atau emosi yakni apakah responden menyukai gagasan tentang kegiatan Wisata Kuliner. Kemudian aspek konatif yaitu apakah responden memiliki kecenderungan atau keinginan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner.

5.1.3.1 Aspek kognitif

Aspek ini menjelaskan apakah responden mengerti tentang kegiatan wisata kuliner. Penulis mengkategorikan tanggapan responden dalam tiga kategori, yakni: menarik apabila responden mengerti dan merasa tertarik pada kegiatan wisata kuliner, biasa saja apabila responden tidak merasa bahwa kegiatan wisata kuliner merupakan kegiatan yang menarik atau menganggap bahwa kegiatan wisata kuliner tidak menarik, serta tidak menarik apabila responden tidak tertarik terhadap kegiatan wisata kuliner.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 14. Tanggapan Responden Mengenai Kegiatan Wisata Kuliner

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Menarik	46	88,46 %
Biasa saja	5	9,61 %
Tidak menarik	1	1,92 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 10

Dari tabel di atas dapat terlihat 46 responden (88,46%) menjawab menarik yang berarti bahwa mereka mengerti dan merasa tertarik terhadap kegiatan wisata kuliner. 5 responden (9,61%) menjawab biasa saja, ini berarti bahwa mereka merasa biasa saja atau bersikap netral yakni tidak menganggap bahwa kegiatan wisata kuliner itu menarik atau tidak menarik.. Serta 1 responden (1,92%) menjawab tidak menarik yang berarti bahwa mereka tidak mengerti dan tidak tertarik terhadap kegiatan wisata kuliner.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab menarik. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar responden mengerti dan merasa tertarik terhadap kegiatan wisata kuliner. Menurut mereka banyak hal positif yang dapat diambil dari kegiatan wisata kuliner. Yang utama tentunya dapat memuaskan kebutuhan akan makanan. Karena tidak setiap saat mereka dapat memasak dan menyajikan makanan sendiri. Dan mereka serta keluarga juga akan merasa jenuh jika terus-menerus hanya memakan masakan rumah. Selain itu menurut responden dengan berwisata kuliner mereka serta keluarga dapat lebih

mengerti ciri masakan di tiap daerah. Dan juga wisata kuliner juga bisa lebih mempererat hubungan antar anggota keluarga.

5.1.3.2 Aspek Afeksi

Aspek ini berarti bahwa apakah responden responden menyukai gagasan tentang kegiatan Wisata Kuliner. Pertanyaan pertama pada aspek ini adalah apakah responden suka melakukan kegiatan wisata kuliner di daerah Lampung. Untuk mengetahui hal ini penulis mengkategorikan tanggapan responden dalam tiga kategori, yakni: ya apabila responden suka melakukan kegiatan wisata kuliner di daerah Lampung, ragu-ragu apabila responden merasa tidak mengerti dan tidak tahu terhadap kegiatan wisata kuliner di daerah Lmpung, serta tidak apabila responden tidak menyukai kegiatan wisata kuliner di daerah Lampung..

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 15. Responden Suka Melakukan Kegiatan Wisata Kuliner Di Daerah Lampung

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	40	76,92 %
Ragu-ragu	8	15,38 %
Tidak	4	7,69 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 11

Dari tabel di atas dapat terlihat 40 responden (76,92%) menjawab ya yang berarti bahwa mereka menyukai gagasan tentang kegiatan wisata kuliner dengan melakukan kegiatan wisata kuliner di daerah Lampung. 8 responden (15,38%)

menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka merasa tidak tahu dan tidak mengerti terhadap gagasan tentang kegiatan wisata kuliner. Serta 4 responden (7,69%) menjawab tidak yang berarti bahwa mereka tidak menyukai gagasan tentang kegiatan wisata kuliner dan mereka tidak melakukan kegiatan wisata kuliner di daerah Lampung.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab ya yang bermakna bahwa responden menyukai gagasan tentang kegiatan wisata kuliner dengan melakukan kegiatan wisata kuliner di daerah Lampung. Hal ini karena responden berdomisili di Lampung sehingga untuk melakukan kegiatan berwisata kuliner di Lampung tidak perlu menghabiskan terlalu banyak waktu dan uang. Karena waktu yang dibutuhkan tidak terlalu lama, karena masih berada dalam satu propinsi sehingga obyek-obyeknya dapat dijangkau dalam waktu yang cukup singkat, sehingga ini juga berdampak untuk uang yang dibutuhkan tidak terlalu banyak. Selain itu juga dapat lebih mengenal obyek-obyek wisata kuliner yang ada di Lampung yang tentunya tidak kalah dengan di daerah lainnya.

Tabel 16. Responden Suka Melakukan Kegiatan Wisata Kuliner Ke Luar Kota

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	10	19,23 %
Ragu-ragu	12	23,07 %
Tidak	30	57,69 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 12

Dari tabel di atas dapat terlihat 10 responden (19,23%) menjawab ya yang berarti bahwa mereka menyukai gagasan melakukan kegiatan wisata kuliner ke luar kota. 12 responden (23,07%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka merasa tidak mengerti terhadap gagasan tentang kegiatan wisata kuliner ke luar kota. Serta 30 responden (57,69%) menjawab tidak yang berarti bahwa mereka tidak menyukai gagasan melakukan kegiatan wisata kuliner ke luar kota.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab tidak yang bermakna bahwa responden tidak menyukai gagasan melakukan kegiatan wisata kuliner ke luar kota. Hal ini berkaitan dengan tabel sebelumnya, bahwa responden lebih suka menghabiskan waktu untuk berwisata kuliner di dalam kota saja dibanding ke luar kota. Dan yang menjadi alasan yang mendasar adalah berwisata kuliner di dalam kota lebih mudah dan murah dibandingkan dengan melakukannya ke luar kota. Selain itu obyek yang berada di dalam kota juga tidak kalah banyak dan bagus dibandingkan dengan obyek yang ada di luar kota.

Tabel 17. Responden Suka Melakukan Kegiatan Wisata Kuliner Secara Khusus

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	8	15,38 %
Ragu-ragu	14	26,92 %
Tidak	30	57,69 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 13

Dari tabel di atas dapat terlihat 8 responden (15,38%) menjawab ya yang berarti bahwa mereka suka melakukan kegiatan wisata kuliner secara khusus. 14 responden (26,92%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka merasa tidak tahu dan tidak mengerti akan gagasan tentang kegiatan wisata kuliner secara khusus. Serta 30 responden (57,69%) menjawab tidak yang berarti bahwa mereka tidak suka melakukan kegiatan wisata kuliner secara khusus.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab tidak yang bermakna bahwa responden tidak melakukan kegiatan wisata kuliner secara khusus. Sebagian besar dari mereka umumnya tidak merencanakan dan meluangkan waktu secara khusus untuk pergi berwisata kuliner. Umumnya mereka pergi jika ada momen yang pas seperti seluruh anggota keluarga berkumpul, sedang tidak memasak di rumah atau pada saat kunjungan kerja.

Tabel 18. Responden Suka Melakukan Kegiatan Wisata Kuliner Dibarengi Tugas Atau Pekerjaan

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	20	38,46 %
Ragu-ragu	22	42,30 %
Tidak	10	19,23 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 14

Dari tabel di atas dapat terlihat 20 responden (38,46%) menjawab ya yang berarti bahwa mereka menyukai gagasan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner dengan dibarengi tugas atau pekerjaan. 22 responden (42,30%) menjawab ragu-

ragu, ini berarti bahwa mereka merasa tidak yakin atau tidak mengerti terhadap gagasan tentang kegiatan wisata kuliner yang dilakukan berbarengan dengan tugas. Serta 10 responden (19,23%) menjawab tidak yang berarti bahwa mereka tidak suka melakukan kegiatan wisata kuliner dibarengi tugas atau pekerjaan.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab ragu-ragu yang bermakna bahwa responden merasa tidak yakin dan tidak mengerti benar terhadap gagasan kegiatan wisata kuliner yang dibarengi tugas. Mereka merasa ragu-ragu apakah mereka suka atau tidak melakukan kegiatan wisata kuliner dibarengi tugas atau pekerjaan. Bisa saja mereka lebih memilih pergi bersama keluarga atau orang terdekat dibanding melakukan wisata kuliner pada saat bekerja atau bertugas di suatu daerah.

Tabel 19. Responden Suka Melakukan Kegiatan Wisata Kuliner Bersama Keluarga

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	48	92,30 %
Ragu-ragu	4	7,69 %
Tidak	0	0 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 15

Dari tabel di atas dapat terlihat 48 responden (92,30%) menjawab ya yang berarti bahwa mereka menyukai gagasan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner bersama keluarga. 4 responden (7,69%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka merasa biasa saja terhadap gagasan tentang kegiatan wisata kuliner. Dan

tidak ada yang responden menjawab tidak atau dengan kata lain mereka tidak suka melakukan kegiatan wisata kuliner tanpa didampingi keluarga.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab ya yang bermakna bahwa responden menyukai gagasan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner bersama keluarga. Responden lebih suka bepergian mencicipi masakan – masakan di berbagai tempat bersama orang-orang terdekat yakni keluarga mereka sendiri. Karena menurut mereka pergi bersama keluarga dapat memberi kepuasan batin dan dapat mempererat ikatan antar anggota keluarga.

5.1.3.3 Aspek Konatif

Aspek ini berarti bahwa apakah responden memiliki kecenderungan atau keinginan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner. Untuk mengetahui hal ini penulis mengkategorikan tanggapan responden dalam tiga kategori, yakni: ya apabila responden memiliki kecenderungan atau keinginan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner, ragu-ragu apabila responden merasa tidak yakin dan tidak mengerti, serta tidak apabila responden tidak memiliki kecenderungan atau keinginan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 20. Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv Memberikan Informasi Yang Jelas Mengenai Lokasi-lokasi Kuliner

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	39	75 %
Ragu-ragu	10	19,23 %
Tidak	3	5,76 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 16

Dari tabel di atas dapat terlihat 39 responden (75%) menjawab ya yang berarti bahwa mereka merasa bahwa tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv memberikan informasi yang jelas mengenai lokasi-lokasi kuliner. 10 responden (19,23%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka merasa tidak yakin atau tidak mengerti terhadap tayangan wisata kuliner di Trans Tv. Serta 3 responden (5,76%) menjawab tidak yang berarti bahwa mereka tidak merasa bahwa tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv memberikan informasi yang jelas mengenai lokasi-lokasi kuliner.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab ya yang bermakna bahwa responden merasa bahwa tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv memberikan informasi yang jelas mengenai lokasi-lokasi kuliner. Berarti responden merasa tayangan Wisata Kuliner telah menampilkan informasi-informasi yang bermutu bagi pemirsa.

Tabel 21. Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv Dapat Menambah Pengetahuan Tentang Wisata Kuliner

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	50	96,15 %
Ragu-ragu	2	3,84 %
Tidak	0	0 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 17

Dari tabel di atas dapat terlihat 50 responden (96,15%) menjawab ya yang berarti bahwa mereka merasa bahwa tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dapat menambah pengetahuan tentang wisata kuliner. 2 responden (3,84%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka merasa tidak yakin atau tidak mengerti terhadap tayangan wisata kuliner di Trans Tv. Dan tidak ada responden yang menjawab tidak.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab ya yang bermakna bahwa responden merasa bahwa tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dapat menambah pengetahuan tentang wisata kuliner. Responden merasa pengetahuan mereka akan tempat-tempat makanan atau masakan yang menarik bertambah setelah menyaksikan tayangan Wisata Kuliner. Dengan kata lain informasi yang diberikan oleh tayangan Wisata Kuliner telah diterima dengan baik oleh responden. Hal tersebut dikarenakan penyajian acara tersebut yang sesuai dengan keinginan responden. Faktor pemilihan tempat, masakan dan pembawa acara juga turut menunjang hal tersebut.

Tabel 22. Kecenderungan Responden Untuk Melakukan Kegiatan Wisata Kuliner Setelah Menonton Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Ya	45	86,53 %
Ragu-ragu	6	11,53 %
Tidak	1	1,92 %
Jumlah	52	100 %

Sumber: hasil kuesioner pertanyaan No. 18

Dari tabel di atas dapat terlihat 45 responden (86,53%) menjawab ya yang berarti bahwa mereka memiliki keinginan atau minat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner setelah menonton tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv. 6 responden (11,53%) menjawab ragu-ragu, ini berarti bahwa mereka tidak yakin terhadap minat melakukan kegiatan wisata kuliner setelah menonton tayangan wisata kuliner di Trans Tv. Serta 1 responden (1,92%) menjawab tidak yang bermakna bahwa mereka tidak mempunyai minat atau keinginan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner setelah menyaksikan tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv.

Berdasarkan hasil jawaban responden, mayoritas responden menjawab ya yang bermakna bahwa responden memiliki kecenderungan atau minat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner setelah menonton tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv. Tayangan Wisata Kuliner dapat mempengaruhi responden hingga ke ranah konatif, dimana dalam diri responden timbul kecenderungan ingin melakukan kegiatan wisata kuliner. Hal tersebut dikarenakan konsep acara yang dikemas menarik dan dibawakan secara spontan dan sederhana oleh Bondan Winarno sehingga responden merasakan efeknya hingga ranah konatif.

5.1.3.4 Analisis Data Berdasarkan Kategori Jawaban Responden Mengenai Minat Untuk Melakukan Kegiatan Wisata Kuliner (Variabel Y).

Analisis data menurut kategori jawaban responden mengenai minat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner menggunakan kategori jawaban yaitu tinggi, sedang dan rendah. Dari kuesioner yang telah dikumpulkan dan melihat total-total skor pada variable Y, diketahui bahwa skor tertinggi adalah 27 dan skor terendah adalah 14, maka:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

$$I = \frac{27 - 14}{3}$$

$$I = \frac{13}{3}$$

I = 4,333, dibulatkan menjadi 5

Setelah diketahui intervalnya, maka disusun kategori yang dimaksud:

Tinggi : 23-27

Sedang : 19-22

Rendah : 14-18

Setelah diketahui kategori jawaban responden, maka analisis data menurut kategori jawaban responden mengenai minat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 23. Analisis Data Berdasarkan Kategori Jawaban Responden Mengenai minat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner

Kategori Jawaban	Kelas Interval	Total	Persentase
Tinggi	23 – 27	20	38,46 %
Sedang	19 – 22	26	50 %
Rendah	14 - 18	6	11,53 %
Jumlah		52	100%

Sumber: Data diolah, 2009

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat dari 52 responden sebanyak 20 responden (38,46 %) menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan minat responden untuk melakukan kegiatan wisata kuliner, digolongkan dalam kategori tinggi. Sebanyak 26 responden (50 %) digolongkan dalam kategori sedang, sedangkan sebanyak 6 responden (11,53 %) digolongkan dalam kategori rendah.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa dari seluruh responden, mayoritas responden digolongkan dalam kategori sedang. Oleh karena itu tabel di atas dapat bermakna bahwa berdasarkan minat responden untuk melakukan kegiatan wisata kuliner dapat dimasukkan dalam kategori sedang.

5.1.4 Analisis Tabel Silang

Analisis tabel silang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh tayangan Wisata Kuliner terhadap minat khalayak untuk melakukan kegiatan wisata kuliner, pada tiap-tiap kategori jawaban responden, baik kategori tinggi, kategori sedang, maupun kategori rendah.

Analisis tabel silang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel.24: Analisis Tabel Silang tentang Pengaruh Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv (x) Terhadap Minat Responden Untuk Melakukan Kegiatan Wisata Kuliner (y)

		Minat khalayak melakukan wisata kuliner (variabel Y)			Jumlah
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Tayangan Wisata Kuliner di Trans tv (variabel x)	kategori rendah	2 3,8%	2 3,8%	0 ,0%	4 7,7%
	kategori sedang	1 1,9%	3 5,8%	2 3,8%	6 11,5%
	kategori tinggi	3 5,8%	21 40,4%	18 34,6%	42 80,8%
Jumlah		6 11,5%	26 50,0%	20 38,5%	52 100,0%

Sumber: Data diolah dari penelitian, 2009

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 52 responden ada 4 responden (7,7 %) yang masuk kategori rendah dalam mengetahui tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv. Dan dari kategori ini ternyata sebanyak 2 responden (3,8 %), mengetahui tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dalam kategori rendah, sehingga menyebabkan minat responden untuk melakukan kegiatan wisata kuliner rendah. Sebanyak 2 responden (3,8 %), mengetahui tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv

dengan kategori rendah, menyebabkan minat responden yang sedang mengenai kegiatan wisata kuliner.

Sebanyak 6 responden (11,5 %) yang mengetahui tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv masuk dalam kategori sedang. Berdasarkan kategori ini sebanyak 1 responden (1,9 %) yang mengetahui tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dengan sedang sehingga, menyebabkan minat responden rendah terhadap kegiatan wisata kuliner. Sebanyak 3 responden (5,8 %) mengetahui tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dengan sedang, sehingga menyebabkan minat yang sedang dari responden terhadap kegiatan wisata kuliner. Sedangkan sebanyak 2 responden (3,8 %) mengetahui tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dalam kategori sedang dan menyebabkan minat yang tinggi dari responden untuk melakukan kegiatan wisata kuliner.

Selanjutnya dari 52 responden, ada 42 responden (80,8%) yang tingkat pengetahuannya tinggi terhadap tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv. Dari kategori ini ternyata terdapat 3 responden (5,8 %) yang mengetahui tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dalam kategori tinggi, dan menyebabkan minat responden rendah terhadap kegiatan wisata kuliner. Sebanyak 21 responden (40,4 %) yang tingkat pengetahuannya tinggi mengenai tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv, dan menghasilkan minat yang sedang dari responden terhadap kegiatan wisata kuliner. Dan selanjutnya sebanyak 18 responden (34,6 %) yang tingkat pengetahuannya tinggi terhadap tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dan menghasilkan minat yang rendah dari responden untuk melakukan kegiatan wisata kuliner.

Berdasarkan tabel tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa frekuensi tertinggi responden mengenai pengaruh tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv terhadap minat khalayak berwisata kuliner terdapat pada kategori tinggi, yakni 42 responden atau 80,8% dari total 52 responden. Tayangan Wisata kuliner di Trans Tv mempunyai hubungan dengan minat khalayak untuk berwisata kuliner, mulai dari yang tinggi, sedang, hingga rendah. Dari tabel di atas juga dapat dilihat bahwa frekuensi tertinggi adalah sebanyak 21 responden (40,4%) yang masuk kategori sedang.

5.1.5 Analisis Penerapan Rumus Regresi Linear

Untuk mengetahui besarnya pengaruh tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv terhadap minat khalayak untuk melakukan kegiatan wisata kuliner digunakan analisis regresi linear. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak ada pengaruh program acara Wisata Kuliner di Trans tv terhadap minat atau kecenderungan khalayak untuk berwisata kuliner.

H_1 = Ada pengaruh program acara Wisata Kuliner di Trans tv terhadap minat atau kecenderungan khalayak untuk berwisata kuliner.

Tabel 25: Hasil Perhitungan Regresi Linear dengan program SPSS 13.0

Perhitungan Regresi Linier dengan Program SPSS 13.0	Hasil
Constanta Intercept (a)	15,911
Koefisien regresi (b)	0,255
Persamaan Regresi Y atas X	$Y = 15,911 + 0,255X$
R2 (R Square)	0,108 atau 10,8 %
Standar Error dari koefisien Regresi b (Sb)	2,615
Standar Error Estimate / Seest (Se)	3,016
DF (N-2)	50
T _{hit}	6,084
T Tabel pada taraf signifikan 5 %	2,000

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana, dari tabel di atas diperoleh:

$$\text{Constanta Intercept (a)} = 15,911$$

$$\text{Coefisien regresi (b)} = 0,255$$

Dengan demikian persamaan regresi Y atau X adalah

$$Y = 15,911 + 0,255 X$$

Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 15,911 menyatakan bahwa jika tidak ada tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv minat masyarakat mengenai kegiatan wisata kuliner adalah sebesar 15,911.

2. Koefisien regresi sebesar 0,255 (25,5 %) menyatakan bahwa setiap penambahan tayangan Wisata kuliner akan meningkatkan minat masyarakat mengenai kegiatan wisata kuliner sebesar 25,5 %.

Berdasarkan tabel diatas pula diketahui R Square yang sebesar 0,108, maka dapat dijelaskan bahwa pengaruh tayangan Wisata Kuliner terhadap minat masyarakat mengenai kegiatan wisata kuliner adalah sebesar 0,108 atau 10,8 %. Karena koefisien korelasi regresi (b) bertanda positif, maka kenaikan nilai tayangan Wisata kuliner diikuti oleh naiknya nilai pada minat masyarakat mengenai kegiatan wisata kuliner. Artinya setiap perubahan nilai tayangan Wisata Kuliner sebesar satu unit akan mempengaruhi perubahan pada minat masyarakat mengenai kegiatan wisata kuliner sebesar 10,8 %. Sedangkan 89,2 % minat masyarakat mengenai kegiatan wisata kuliner dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar tayangan Wisata Kuliner yang tidak diteliti dalam penelitian ini, baik internal maupun eksternal.

Berdasarkan nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,329, mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel tayangan Wisata kuliner di Trans Tv dengan minat khalayak untuk berwisata kuliner berkorelasi lemah.

Kemudian untuk mengetahui signifikansi hasil perhitungan regresi tersebut digunakan T_{hit} . Sebelumnya harus diketahui besarnya nilai standard error dari koefisien regresi b (S_b) yaitu 2,615. Besarnya T_{hit} adalah 6,084 kemudian harga T_{hit} ini akan dikonsultasikan dengan T_{tabel} pada taraf signifikansi 5 % dengan $DF = 50$ Jika $T_{hit} > T_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5 %, maka koefisien regresinya

signifikan yang berarti hipotesis penelitian diterima. Hasil perbandingan T_{hit} dan T_{tabel} dengan taraf signifikansi 5 % dengan $DF = 50$ adalah :

$T_{hit} > T_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5 % adalah

$$6,084 > 2,000$$

Dari perbandingan di atas terlihat bahwa T_{hit} lebih besar dari T_{tabel} . Dengan demikian hipotesis penelitian diterima. Artinya pada penelitian ini, tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv mempengaruhi minat masyarakat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner.

5.1.6 Rangkuman Hasil Penelitian

Nilai R yang diperoleh sebesar 0,329. Dari nilai R ini, maka dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 10,8 %. Artinya Tayangan Wisata Kuliner berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner sebesar 10,8 % ($0,108 \times 100$ %) dan hal ini berarti bahwa pengaruhnya kecil, kesimpulan ini berdasarkan nilai pengaruh dikonsultasikan dengan lima nilai keajegan sebagai berikut:

0,800 - 1,000 pengaruh sempurna (sangat tinggi)

0,600 - 0,799 pengaruh kuat (tinggi)

0,400 - 0,599 pengaruh sedang

0,200 - 0,399 pengaruh lemah

0,000 – 0,199 pengaruh sangat lemah

Jadi kehadiran tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv memiliki kontribusi terhadap minat masyarakat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner yaitu sebesar 10,8 %.

Sedangkan, sisanya sebesar 89,2 % minat masyarakat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv yang tidak diteliti dalam penelitian ini, baik internal maupun eksternal.

Nilai constanta intercepta (a) yang diperoleh yaitu sebesar 15,911. Artinya walaupun tidak ada tayangan Wisata Kuliner maka minat masyarakat untuk melakukan kegiatan wisata kuliner adalah sebesar 15,911.

Berdasarkan kuesioner yang diisi oleh 52 responden, sebagian besar atau hampir semua responden sangat sering menyaksikan tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv yaitu dengan frekuensi sebesar 42 responden, 7 responden menyatakan sering, dan hanya 3 responden yang menyatakan kadang-kadang. (kuesioner no. 1)

Dalam penelitian ini telah diketahui bahwa mayoritas responden menyukai lokasi-lokasi yang menjadi obyek dalam tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv, hal ini dapat dilihat pada kuesioner no.5, dengan 32 responden yang menyatakan suka, 15 responden menyatakan ragu-ragu dan hanya 5 responden menyatakan tidak suka. Termasuk untuk lokasi yang berada di luar negeri, dapat dilihat pada kuesioner no. 6, dengan frekuensi 37 responden menyatakan setuju, 5 responden menyatakan ragu-ragu, dan 10 responden menyatakan tidak setuju.

Kemudian pengetahuan masyarakat mengenai pembawa acara tayangan Wisata kuliner di Trans Tv hampir sama memiliki persentase yang tinggi yaitu mayoritas masyarakat mengetahui pembawa acara tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv.

Dari hasil penelitian ini dapat ditemukan bahwa tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv memiliki pengaruh terhadap minat khalayak untuk melakukan kegiatan wisata kuliner. Khalayak yang dalam penelitian ini diwakilkan oleh ibu rumah tangga jadi memiliki kecenderungan untuk berwisata kuliner setelah menyaksikan tayangan Wisata kuliner di Trans Tv

Mengacu pada teori *S-O-R* maka dapat disimpulkan bahwa stimulus yang berupa pengetahuan dan pemahaman pirsawan terhadap isi tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv, dan indikator pendukung lainnya seperti lokasi dan presenter acara tersebut dapat menstimuli ibu-ibu yang dalam hal ini adalah pirsawan acara Wisata Kuliner di Perumahan Beringin Raya (Organism), sehingga menghasilkan minat ibu-ibu yang menyaksikan acara tersebut (respons) yang mencakup aspek kognitif, afektif dan konatif, yakni ibu-ibu dapat mengetahui dan memahami kegiatan wisata kuliner seperti yang dilakukan oleh pembawa acara tayangan tersebut, serta dapat menilai dan menentukan pilihan lokasi mana yang dapat menjadi referensi bagi mereka dalam menghabiskan waktu liburan.

Dengan demikian, dari hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tayangan Wisata kuliner terhadap minat khalayak untuk berwisata kuliner, didapati bahwa ada pengaruh yang ditimbulkan dari tayangan Wisata kuliner terhadap minat khalayak (ibu-ibu rumah tangga di perumahan beringin raya Kemiling) untuk melakukan kegiatan wisata kuliner.

5.2 PEMBAHASAN

Televisi merupakan salah satu jenis media massa yang efektif untuk menyampaikan suatu informasi karena mampu menjangkau khalayak secara luas dalam waktu yang bersamaan dan jutaan pasang mata menonton televisi setiap harinya (McQuail, 1997:211). Pada penelitian ini, tayangan Wisata Kuliner di Trans tv merupakan bagian dari jenis tayangan berita yang menyampaikan dan menjelaskan informasi tentang dunia kuliner.

Dari hasil penelitian terlihat bahwa pengaruh tayangan Wisata Kuliner terhadap minat khalayak untuk melakukan wisata kuliner tergolong rendah, hal itu bisa saja disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya kurangnya pemilihan tempat lokasi kuliner di daerah sekitar khalayak dari sampel penelitian yang diangkat oleh tayangan Wisata Kuliner. Walau begitu hubungan pengaruh tayangan Wisata Kuliner terhadap minat khalayak di perumahan Beringin Raya untuk melakukan wisata kuliner tetap menimbulkan pengaruh yang positif, yaitu dapat mempengaruhi minat khalayak pemirsanya untuk melakukan kegiatan wisata kuliner.

Hasil penelitian ini sesuai dengan salah satu teori komunikasi yang mengkaji tentang efek media massa utamanya televisi, yaitu teori Stimulus-Organisme-Respon atau yang lebih populer dikenal dengan sebutan teori S-O-R. Bahwa setiap peristiwa komunikasi yang disajikan lewat media massa khususnya televisi (stimulus) akan menimbulkan efek (respon) dari khalayaknya (organism). Teori S-O-R ini pada dasarnya merupakan suatu teori tentang perubahan sikap dimana efek merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu, sehingga seseorang dapat

mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. (Effendi, 2003: 254).

Stimulus dalam hal ini adalah tayangan Wisata Kuliner, mempengaruhi kognisi khalayak atau mempengaruhi apa yang dipikirkan oleh khalayak. Lalu timbul perasaan suka atau tidak suka (afektif) dan berakhir dengan konatif atau minat dan kecenderungan yang timbul akibat pengaruh dari stimuli tersebut. Hal ini dapat dilihat pada tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv yang mempengaruhi minat khalayak untuk melakukan kegiatan wisata kuliner seperti yang dilakukan oleh pembawa acara dalam tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv.

Dunia kuliner memang memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Saat ini wisata kuliner sudah menjadi bagian dari gaya hidup sebagian masyarakat kita. Berdasarkan hasil survey pun banyak keluarga yang lebih memilih untuk mencari makan di luar ketimbang memasak di rumah pada akhir pekan. Maka tidak heran jika tayangan seperti wisata kuliner bisa menarik perhatian pemirsa. Penelitian ini telah menjelaskan bahwa tayangan televisi yang berisi informasi yang dekat dengan sendi kehidupan masyarakat dalam hal ini kuliner telah dapat mempengaruhi aspek konatif khalayak hingga menimbulkan minat atau kecenderungan untuk melakukan kegiatan wisata kuliner sama seperti yang di sajikan oleh tayangan tersebut.

Tayangan Wisata kuliner memiliki keunikan dan nilai lebih dibandingkan acara-acara lain yang sejenis. Elemen-elemen acara Wisata Kuliner berupa lokasi dan pembawa acaranya memberikan pengaruh yang cukup besar kepada responden. Makanan yang disajikan dan cara memperkenalkan makanan tersebut juga

membuat pemirsa tergodanya. Pemilihan waktu yang tepat yakni setiap akhir pekan, dimana sebagian besar dari responden baik yang bekerja atau pun tidak berada di rumah juga berpengaruh terhadap reaksi responden.

Pada akhirnya penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para peneliti lainnya dalam penelitian lebih lanjut yang ada hubungannya dengan pengaruh tayangan televisi terhadap minat tertentu dari khalayak. Berkenaan dengan penelitian ini adalah minat khalayak akan dunia kuliner atau masakan, karena tayangan di televisi tentang kuliner cukup banyak dengan format dan penyajian acara yang berbeda-beda. Misalnya meneliti faktor yang lebih mendalam seperti citra presenter atau usaha promosi bisnis kuliner lewat televisi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai media informasi dan menambah pengetahuan kepada khalayak pemirsa televisi.

Demikian, lewat penelitian ini peran televisi sebagai salah satu media komunikasi massa, dalam hal mengubah pendapat, sikap dan perilaku khalayaknya telah terbukti, walaupun hanya memberikan kontribusi yang sangat kecil.