II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya (Masyhuri dan Zainudin, 2009:100). Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan penulis dalam menentukan langkah–langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual.

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini yaitu hasil penelitian Antonius, mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2003 Universitas Lampung. Adanya persamaan penelitian Antonius dengan penelitian kali ini yaitu sama-sama meneliti besarnya pengaruh tayangan televisi, jika Antonius menggunakan tayangan " Wisata Kuliner" maka penelitian ini menggunakan tayangan "*My Trip My Adventure"*.

Berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang menjadi acuan bahan referensi penunjang penulis untuk melakukan penelitian terkait dengan pengaruh media.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

1	Judul	Pengaruh Tayangan "Wisata Kuliner" di Trans Tv Terhadap Minat Khalayak Untuk Berwisata Kuliner (Studi pada Ibu – Ibu Rumah Tangga di Perumahan Beringin Raya RT.01-04 Kecamatan Kemiling Bandar Lampung).
	Penulis	Antonius, 2003. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung
	Metode	Kuantitatif Eksplanasi
	Hasil	Hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv terhadap minat khalayak berwisata kuliner. Pengaruh tayangan Wisata Kuliner terhadap minat khalayak untuk berwisata kuliner sebesar 10,8%. Angka tersebut menunjukan bahwa pengaruh yang kecil dalam tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv.
	KritikDan Saran	Bagi peneliti yang akan meneliti fenomena tayangan kuliner di televisi ada baiknya meneliti aspek-aspek lain yang lebih mendalam dari penayangan acara sejenis. Seperti citra presenter dan usaha promosi dan bisnis kuliner lewat layar kaca.

Antonius (2003) dalam penelitiannya yang berjudul : Pengaruh Tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv terhadap Minat Khalayak untuk Berwisata Kuliner (Studi pada Ibu–Ibu Rumah Tangga di Perumahan Beringin Raya RT.01-04 Kecamatan Kemiling Bandar Lampung). Hasil penelitiannya adalah adanya pengaruh tayangan Wisata Kuliner terhadap minat khalayak untuk berwisata kuliner. Pengaruh tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv terhadap minat khalayak untuk berwisata kuliner sebesar 10,8% dan hal ini berarti bahwa pengaruhnya kecil.

Ada persamaan dalam penelitian Antonius dengan penelitian ini, yaitu menggunakan tayangan *reality show*, namun aspek yang diteliti berbeda. Jika Antonius meneliti minat khalayak untuk berwisata kuliner sedangkan penelitian ini meneliti minat mahasiswa untuk *traveling* atau melakukan perjalanan. Indikator penelitian mengenai minat juga berbeda, jika penelitian sebelumnya menggunakan indikator penelitian meliputi Kognisi, Afeksi dan Konasi maka dalam penelitian ini menggunakan indikator keinginan khalayak untuk melakukan perjalanan atau *traveling*.

B. Tinjauan tentang Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah suatu proses melalui mana komunikator–komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan–pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna–makna serta di harapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan berbagai cara. (DeFleur & McQuail, 1985, McQuail, 2000).

Konsep komunikasi massa pada satu sisi mengandung pengertian suatu proses di mana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan, dan di konsumsi oleh *audience*.

Karakter komunikasi massa :

1. Ditujukan ke khalayak luas, heterogen, tersebar, anonim serta tidak mengenal batas geografis dan kultural.
2. Bersifat umum buakan perorangan.
3. Penyampaian pesan berjalan secara cepat dan mampu menjangkau khalayak yang luas dalam waktu yang relatif singkat (*Massages multiplier).*
4. Penyampaian pesan cenderung berjalan satu arah.
5. Kegiatan komunikasi dilakukan secara terencana, terjadwal dan terorganisir.
6. Kegiatan komunikasi dilakukan secara berkala tidak bersifat temporer.
7. Isi pesan mencakup berbagai aspek kehidupan (sosial, politik, budaya dan lain sebagainya).

Penelitian ini menggunakan media televisi dimana termasuk dalam koteks komunikasi massa, sesuai dengan fungsinya komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan dengan menggunakan media massa yang khususnya dalam penelitian ini adalah televisi, dalam media televisi terdapat berbagai stasiun televisi yang menayangkan program-program unggulan mereka. penelitian ini melibatkan salah satu program tayangan televisi yaitu *My Trip My Adventure*. Pesan yang terkandung dalam program tersebut dapat mempengaruhi khalayak khususnya dalam penelitian ini adalah mahasiswa untuk melakukan perjalanan atau *traveling*.

C. Tinjauan tentang Media Massa

Media adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat – alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain (Soehadi, 1978:38).

Menurut *Leksikon Komunikasi*, media massa adalah "sarana penyampaian pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi dan surat kabar".

1. Karakteristik Media Massa

a. Publisitas, yakni disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak.
b. Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
c. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus–menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwat terbit.
d. Aktualitas, berisi hal–hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Karakteristik Media Massa menurut Cangara (2006)

a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni dimulai dengan pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan semacamnya.
e. Bersifat terbuka, artinya pesan dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Karakteristik Media Massa menurut Djafar H. Assegaf (1991)

a. Komunikasi yang terjadi dalam media massa bersifat searah. Komunikan tidak dapat memberikan tanggapan secara langsung kepada komunikatornya yang biasa disebut dengan tanggapan yang tertunda (*delay feedback)*.
b. Media massa menyajikan rangkaian atau aneka pilihan materi yang luas, bervariasi. Ini menunjukan bahwa pesan yang ada dalam media massa berisi rangkaian dan aneka pilihan materi yang luas bagi khalayak atau para komunikannya.

c. Media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak. Komunikan dalam media massa berjumlah besar dan menyebar dimana–mana, serta tidak tidak pernah bertemu dan berhubungan secara personal.
d. Media massaa menyajikan materi yang didapat mencapai tingkat intelek rata–rata. Pesan yang disajikan dengan bahasa yang umum sehingga dapat dipahami oleh seluruh lapisan intelektual baik komunikan dari kalangan bawah sampai kalangan atas.
e. Media massa diselenggarakan oleh lembaga masyarakat atau organisasi yang terstruktur. Penyelenggara atau pengelola media massa adalah lembaga masyarakat/organisasi yang teratur dan peka terhadap permasalahan kemasyarakatan.

2. Fungsi Media Menurut UU No. 40/1999 tentang Pers

a. Menginformasikan (*to inform)*
b. Mendidik *(to educate)*
c. Menghibur *(to entertain)*
d. Pengawasan Sosial*(social control)* – pengawas perilaku publik dan penguasa.

Tayangan *My Trip My Adventure* adalah salah satu program televisi. Dimana posisi televisi sebagai media massa, sesuai dengan karakteristik media massa yang bersifat Publisitas yaitu pesan yang terdapat dalam program *My Trip My Adventure* disebar luaskan kepada khalayak luas atau orang banyak. Kedua bersifat Universalitas yaitu pesan yang disampaikan bersifat umum, pesan dalam tayangan *My Trip My Adventure*berisi mengenai kondisi atau peristiwa di suatu tempat dan diperuntukan untuk khalayak luas di semua kalangan.

Kontinuitas, program *My Trip My Adventure* berkesinambungan, tayang secara terus menerus sesuai dengan jadwal tayangnya di akhir pekan yaitu Sabtu dan Minggu pukul 08.30-09.15 WIB. Terakhir aktualitas dimana isi pesan yang disampaikan bersifat aktual, dan berisi hal–hal baru, seperti informasi, laporan peristiwa atau tempat terbaru, tips baru, dan sebagainya.

D. Tinjauan tentang Televisi

Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa *audiovisual* dan penyiaran videonya secara *broadcasting*. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu *tele* (jauh) dan *vision* (melihat), jadi secara harfiah berarti "melihat jauh" karena pemirsa berada jauh dari studio tv (Ilham Z, 2010:255). Menurut Adi Badjuri (2010;39) televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (*audiovisual*), yang dimana orang tidak hanya memandang gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan salah satu media massa eletronik yang dapat menyiarkan siarannya dalam bentuk gambar atau video serta suara yang berfungsi memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak luas.

1. Karakter televisi

Menurut Elvinaro (2007:137-139) terdapat tiga macam karakteristik televisi, yaitu:

a. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata –kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik *audiovisual*. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata–kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

b. Berfikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berfikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi (*visualization*) yakni menerjemahkan kata–kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran (*picturization*) yakni kegiatan merangkai gambar–gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

c. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan pun lebih banyak dan untuk pengoprasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang–orang yang terampil dan terlatih.

2. Kekuatan dan Kelemahan Televisi

Menurut Skomis (1985)kekuatan televisi salah satunya adalah memberikan gambaran bila dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku dan sebagainnya), televisi tampaknya memberikan sifat yang istimewa. Ia merupakan gabungan dari media dengan dan gambar. Bisa bersifat informatif, hiburan, maupun pendidikan bahkan gabungan antara ketiga unsur tersebut.

Menurut Syahputra (2006:70)

Ada 4 kekuatan televisi, yaitu

a. Menguasai jarak dan waktu, karena teknologi televisi menggunakan elektromagnetik, kabel–kabel dan fiber yang di pancarkan transmisi melalui satelit.
b. Sasaran yang dicapai untuk menjangkau massa cukup besar, nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan cukup cepat.
c. Daya rangsang terhadap media televisi cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak (ekspresif).
d. Informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas dan sistematis.

Kelemahan televisi, yaitu:

a. Media televisi terikat waktu tontonan.
b. Televisi tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung dan vulgar.

c. Pengaruh televisi lebih cenderung menyentuh aspek psikologis massa. Bersifat "*transtory*", karena sifat ini membuat pesannya tidak dapat dimemori oleh pemirsanya. Lain halnya dengan media cetak, informasi dapat disimpan dalam bentuk kliping.

Program *My Trip My Adventure* ditayangkan melalui media massa salah satunya yaitu televisi. Televisi sebagai media massa yang efektif dalam menyampaikan pesan, karena dengan media televisi khalayak megunakan dua alat indera mereka (pendengaran dan penglihatan) secara bersamaan. Khalayak diharapkan lebih cepat menangkap dan mengerti isi pesan yang disampaikan melalui media televisi, dengan kelebihan *audiovisual*-nya televisi dianggap lebih efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dibandingkan dengan media massa lainya. Dari semua media yang ada, televisilah yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. 99% orang Amerika memilih televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka meliputi hiburan, berita, dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari (Ardianto,2007:134).

Adanya program *My Trip My Adventure* sebagai tayangan televisi diharapkan pesan-pesanya dapat tersampaikan dengan baik sehingga dapat memberikan inspirasi kepada khalayak khususnya mahasiswa untuk mengunjungi tempat-tempat wisata lokal yang tersebar di Indonesia.

E. Tinjauan tentang Program Acara dan Program Acara berita

1. Tinjauan tentang Program Acara

Program berarti acara atau rencana. Acara atau program adalah segala hal yang di tampilkan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan atau yang di inginkan *audience*-nya (Iman Santoso, 2010: *Hand Out*). Program yang ditayangkan stasiun televisi tidak harus di produksi sendiri melainkan dapat bekerja sama dengan pihak luar stasiun televisi. Umumnya pihak perencanaan siaran mengatur jadwal penayangan satu program televisi berdasarkan perkiraan kecenderungan menonton program tersebut.

Program acara *My Trip My Adventure* merupakan program acara garapan sendiri (*Production in house)*, acara yang dibuat sesuai dengan konsep stasiun televisinya yaitu Trans tv yang lebih mengunggulkan tema Gaya Hidup (*Live Style)*. Dengan tema tersebut Trans tv lebih dikenal oleh program-program yang menghibur seperti salah satunya program *My Trip My Adventure* yang tayang di akhir pekan.

2. Tinjauan tentang Program Acara Berita

Siaran berita bertitik tolak dari pengertian berita. Menurut Waltter Lippman (1992) dalam (Tri Yoga Kurniawan 2005:13), berita adalah upaya untuk menemukan isyarat yang jelas dan objektif yang memberi arti suatu peristiwa, oleh karena itu berita bukanlah cermin sosial tetapi laporan tentang salah satu aspek yang menyajikannya sendiri.

Bila kita bicara mengenai berita, maka berita yang baik harus mengandung unsur–unsur sebagai berikut :

a. Aktual (terbaru, terkini)
b. Faktual (fakta empiris dan dapat dipercaya)
c. Penting dan menarik (merupakan berita utama atau pokok berita yang tidak membosankan).

My Trip My Adventure merupakan program acara televisi yang mengandung unsur berita, karena pesan-pesan yang terkandung merupakan informasi yang bersifat aktual yaitu berita yang disampaikan merupakan berita baru yang belum diketahui banyak orang. Selain itu juga bersifat faktual, berita atau pesan yang disampaikan dapat dipercaya,data dan pesan yang disampaikan adalah benar adanya. Hal itu dibuktikan di setiap episodenya para pembawa acara mengunjungi dan menjelaskan tempat wisata tersebut secara langsung.

Situasi dan kondisi saat itu nyata adanya karena program tersebut sering melakukan syuting secara *live*. Selain itu para pembawa acara sering melibatkan warga setempat untuk sekadar wawancara langsung mengenai tempat wisata tersebut atau tanggapan masyarakat mengenai tempat tersebut. Sehingga tayangan tersebut lebih terlihat natural.

3. Syarat Berita

Tidaklah semua fakta peristiwa dan atau semua pendapat yang didapatkan layak dimuat dalam surat kabar atau majalah. Untuk itu perlu diadakannya seleksi.

Syarat–syarat berita yaitu:

a. Benar terjadi

Isi berita haruslah sesuatu yang berdasarkan fakta, bukan fakta yang di buat–buat oleh wartawan. Fakta dalam pengertian segala sesuatu yang benar–benar peristiwa atau kejadian. Jadi terlihat atau terdengar.

b. Aktual

Jarak antara terjadinya peristiwa ataupun suatu pendapat diucapkan dengan saat diturunkannya berita itu, hendaklah secepatnya. Bila memungkinkan peristiwa hari ini, ditulis atau disiarkan hari ini juga. Sebab apabila lewat beberapa hari saja, terutama berita peristiwa. Nilai aktualitasnya sudah menjadi basi.

c. Lengkap

Kelengkapan bahan berita dari apa yang diberitakannya perlu dalam menyusun suatu berita, agar beritanya nanti lengkap dan pembacanya pun bisa mengetahui secara lengkap.

d. Apa adanya

Apa yang dilihat dan di dengar, itulah yang ditulis oleh seorang wartawan. Berisi pemaparan dan penguraian peristiwa atau pendapat. Seorang wartawan tidak boleh menambahkannya, karena bertentangan dengan kode etik jurnalsitik.

e. Tersusun baik

Berita itu hendaklah tersusun dengan baik, sehingga menarik perhatian pembaca yang memudahkan mereka memahaminya secara benar. Kalimatnya tidak boleh bertele–tele.

f. Menarik

Berita yang di sajikan haruslah berisi peristiwa atau pendapat yang memang menarik perhatian sebagian besar pembaca. Berita yang menarik itu biasanya sesuatu yang aneh, luar biasa, ataupun yang belum pernah terjadi.

4. Jenis Berita

Menurut Deddy Iskandar Muda (2005:40), berita pada umumnya dapat dikategorikan menjadi tiga bagian yaitu :

a. *Hard News*

Hard News (berita berat) adalah berita tentang peristiwa yang di anggap penting bagi masyarakat, baik sebagai individu, kelompok, maupun organisasi.

b. *Soft News*

Soft News (berita ringan) sering juga disebut dengan *Feature* yaitu berita yang tidak terikat oleh aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya. Berita–berita semacam ini sering kali menitikberatkan pada hal–hal yang dapat menakjubkan atau menarik perhatian pemirsa. Objeknya manusia, hewan, benda, tempat atau apa saja yang dapat menarik perhatian pemirsa.

c. *Investigative Report*

Investigative Report atau disebut juga laporan penyelidikan adalah jenis berita yang *eksklusif*. Datanya tidak boleh dipermukaan tetapi harus dilakukan berdasarkan penyelidikan. Sehingga penyajian berita seperti ini membutuhkan waktu yang lama dan tentu akan menghabiskan energi reporternya.

Tayangan *My Trip My Adventure* juga merupakan tayangan yang mengandung unsur berita. Dilihat dari isi konten tayangan yang memberikan informasi mengenai tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia khususnya pelosok daerah yang belum banyak di ketahui masyarakat luas. Isi pesan dalam tayangan ini bersifat berita ringan atau *soft news* yang bertujuan memberikan informasi serta menghibur dengan cara menarik perhatian khalayaknya.

F. Tinjauan tentang Program *My Trip My Adventure*

My Trip My Adventure merupakan program acara yang di tayangkan oleh stasiun televisi swasta Trans tv. Tayangan yang sudah berjalan lebih dari satu tahun itu mengambil tema petualangan. Perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang tersebar di kota dan pelosok Indonesia kerap dikunjungi untuk melakukan eksplorasi.

Program acara*My Trip My Adventure* tayang setiap hari sabtu dan minggu pukul 08.30–09.15 WIB dan dipandu oleh dua pembawa acara laki–laki yaitu Vicky Nitinegoro dan Hamish Daud Wylie dan dua pembawa acara pendamping yaitu Nadine Chandrawinata dan Deni Sumargo. Mereka kerap melakukan perjalanan

ke tempat–tempat wisata yang ada di Indonesia khususnya tempat wisata alam yang belum terlalu dikenal masyarakat, durasi tayangan dengan jumlah keseluruhan durasi yaitu 45 menit teridentifikasi rata-rata konten asli tayangan berdurasi 27 menit 35 detik dan durasi iklan 17 menit 25 detik. Tujuan dari tayangan tersebut untuk mengeksplorasi tempat–tempat wisata alam dan memperkenalkan serta menunjukan kepada masyarakat luas bahwa Indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat indah dan menawan.

Gambar 2.2 Tayangan My Trip My Adventure

My Trip My Adventure memiliki ciri khas khusus terutama pembawa acara yang memiliki karakter kuat, terliat dari *gesture* tubuh dan pembawaan setiap penampilanya di tayangan tersebut. Vicky, Hamish dan Deni memiliki tubuh atletis dan cocok untuk membawakan acara yang bertemakan petualangan serta Nadine wanita cantik yang suka berpetualang. Tawa dan senyuman lebar yang mereka tunjukan setiap mendapatkan kepuasan dalam petualanganya di ikuti dengan kata "*My Trip My Adventure* aauuuu.... " menjadi salah satu karakter dari parapembawa acara tersebut. Ciri khas tresebut sudah melekat dan dikenal oleh masyarakat luas.

G. Tinjauan tentang Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002:435) berarti perhatian, kesukaan, dan kecenderungan hati. Menurut Hilgard dalam Slamento (1995:57) minat adalah suatu kecenderungan pada perhatian untuk melakukan beberapa aktifitas yang berarti dengan tujuan mencapai sesuatu yang lebih baik.Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan ketertarikan individu terhadap sesuatu, yang bertujuan untuk mencapai sesuatu yang lebih baik.

Pakar komunikasi Wilbur Schramm (Slamento,1995:66) menguraikan taraf pertumbuhan minat sebagai berikut:

a. Timbulnya minat, minat yaitu adanya sesuatu yang diminati, adanya harapan yang menyenangkan dan bermanfaat.
b. Timbulnya perhatian, yang berarti bahwa dalam benak atau tingkah lakunya mencari ketenangan tentang pesan atau informasi yang diterimanya itu karena menarik.
c. Timbulnya keinginan, adanya keinginan agar pesan atau informasi itu bermanfaat dan ingin memilikinya.
d. Keinginan kemudian disusul dengan pertimbangan mengenai manfaat baik tidaknya bila mana menerima pesan atau informasi tersebut dan melaksanakannya.
e. Taraf akhir, penerimaan pesan atau informasi dan manfaatnya dalam menimbulkan hasil.

Minat dalam penelitian ini adalah suatu kecenderungan atau keinginan yang timbul untuk melakukan *traveling* atau berwisata setelah menonton program acara *My Trip My Adventure* di Trans tv.

H. Tinjauan tentang *Traveling*

Dalam Kamus Bahasa Inggris *Traveling* dapat diartikan sebagai perjalanan, berwisata, dan pariwisata.Menurut UU No.9 Tahun 1990 Pasal 1 tentang kepariwisataan, wisata adalah "kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata."Pariwisata berasal dari dua suku kata yaitu "pari" yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap dan "wisata" yang berarti perjalanan. Sehingga pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat lain (Yoeti,1982:103).

Beberapa uraian diatas mengenai periwisata dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata dapat di artikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan berkali–kali dari suatu tempat ke tempat lain,dan yang membedakan perjalanan wisata dengan perjalanan-perjalanan lain salah satunya adalah tujuannya yaitu bersenang–senang atau bersantai. Berbeda dengan perjalanan petani keladang untuk mencari nafkah, perjalanan mahasiswa ke kampus untuk belajar namun perjalanan yang di maksud tujuanya untuk bersenang–senang seperti halnya para mahasiswa melakukan perjalanan ke Bali untuk berlibur.

Program acara *My Trip My Adventure* merupakan program yang bertemakan petualangan, dalam setiap episodenya program ini mengunjungi tempat-tempat

wisata yang ada di Indonesia. memperkenalkan kekayaan alam yang dapat dijadikan tempat wisata lokal yang tidak kalah menarik dengan tempat wisata mancanegara. Beberapa warga Indonesia tidak memiliki pengetahuan lebih mengenai kekayaan alam yang ada di Indonesia ini, mereka lebih memilih berkunjung ke luar negeri demi memuaskan keinginan untuk berlibur. Dengan adaya tayangan *My Trip My Adventure* diharapkan dapat menjadi inspirasi terhadap masyarakat Indonesia untuk mengunjungi tempat-tempat wisata lokal yang ada di Indonesia ini untuk dijadikan referensi tempat untuk berlibur.

I. Tinjauan tentang Mahasiswa

Mahasiswa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang yang belajar di perguruan tinggi. Peraturan pemerintah RI No.30 Tahun 1990 menjelaskan bahwa mahasiswa adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Sedangkan menurut Sarwono (1987) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30.Pengertian diatas bisa di simpulkan bahwa mahasiswa adalah suatu kelompok masyarakat yang mendapatkan status karena terikat dengan perguruan tinggi tempatnya menuntut ilmu hingga ia dianggap sebagai calon intelektual dan calon rencana.

Penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Peneliti memilih mahasiswa sebagai populasi yang mewakili khalayak dengan didasari beberapa

pertimbangan, mahasiswa cenderung memiliki waktu luang pada akhir pekan atau masa liburan tiba. Umumnya mahasiswa memiliki tingkat emosional yang cukup tinggi dimana ada kalanya meraka merasa lelah dan penat dalam melakukan aktivitas perkuliahan sehari–hari, untuk itu biasanya mereka memanfaatkan akhir pekan atau waktu liburan untuk melakukan perjalanan (*traveling*) serta berpetualang dengan teman atau keluarga.

Adapun alasan pemilihan lokasi sampel didasarkan pertimbangan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik umumnya bersifat heterogen yang terdiri dari berbagai suku, ras, agama, budaya, pengalaman dan latar belakang yang berbeda–beda dan bisa mewakili suatu khalayak. Selain itu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik termasuk kategori mengengah ke atas yang secara langsung atau tidak langsung mampu dan berengaruh dalam mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan (*traveling*).

J. Tinjauan tentang Pendekatan *Uses and Gratification Theory*

Teori *Uses and Gratifications* (kegunaan dan kepuasan) pertama kali diperkeenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Kartz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Grativication Research*. Teori ini mengatakan bahwa penggguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain pengguna media adalah pihak aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang baik dalam usaha memenuhi

kebutuhannya. Artinya teori ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kepuasannya (Nurudin,2007:191).

Teori *Uses and Gratification* digambarkan sebagai *a dramatic break with effects tradition on the past*, suatu loncatan dramatis dari teori jarum hipodermik. Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media terhadap khalayak, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan khalayak pada media. Khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sinilah timbul istilah *Uses and Gratifications* (Rakhmat,2001:65).

Teori *Uses and Gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media.

Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nurudin,2007:192). Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*Uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang. Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, perbedaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial. Sebagian besar prilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu.

Model ini meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain

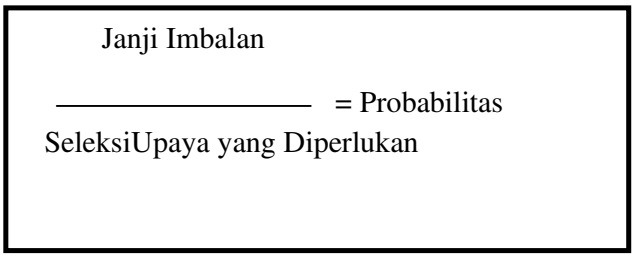
dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan *Uses and Gratifiications* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan (Ardianto,2004:70).

Menurut Lihu Katz, Jay G. Blumle dan Michael Gurenvitch dalam Ardianto(2004:71) menguraikan elemen atau asumsi dasar teori ini:

a. Khalayak dianggap aktif, artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa di asumsikan mempunyai tujuan.
b. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif, untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas, bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada prilaku khalayak yang bersangkutan.
d. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayaknya.

Sementara Schramm dan Porter dalam bukunya *Men, Women, Message and Media* (1982) pernah memberikan formula untuk menjelaskan bekerjanya teori *Uses and Gratifications*.

Gambar 2.2. Bagan Teori *Uses and Gratifications*



Sumber : Nurudin (2007)

Imbalan disini berarti imbalan yang saat itu juga diterima (segera) atau imbalan yang tertunda. Imbalan itu memenuhi kebutuhan khalayak. Upaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut sangat bergantung pada tersedianya media dan memudahkan memanfaatkannya. Bila membagi janji imbalan dengan upaya yang diperlukan, maka akan memperoleh probabilitas seleksi dari media massa tertentu (Nurudin,2007:182).

Ada berbagai macam riset yang berangkat dari model *Uses and Gratifications*, salah satunya adalah yang dilakukan oleh Philip Palmgreen dari Kentucky University. Kebanyakan riset *Uses and Gratifications* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Palmgreen kendati juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu, namun konsep yang diteliti oleh model Palmgreen ini lebih tidak berhenti disitu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dipenuhi oleh media.

Apakah khalayak puas setelah menggunakan media? Konsep pengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought)* dan GO *(Gratification Obtained)*. Penggunaan konsep-konsep baru ini memunculkan teori yang merupakan varian dari teori Uses and Gratifications, yaitu *Expectancy Values*(nilai pengharapan). *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Radio, televisi, koran). *Gratification sought* adalah motif yang mendorong seseorang untuk mengkonsumsi media. Sedangkan *gratifications obtained* kepuasan yang nyata diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Palmgreen,1985:27) dalam Kriyantono (2006:206).

Bisa dikatakan bahwa *Uses and Gratifikations* bukanlah proses komunikasi linier yang sederhana. Banyak faktor, baik personal maupun eksternal, yang menentukan kepercayaan dan evaluasi seseorang (Kriyantono,2006:206).

Dalam S.Djuarsa Sendjaja (1999 : 216), mendefinisikan sebagai berikut ;

"Dalam uses and gratifications, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, sementara pada uses and effect, kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepadda keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa."

Menurut Sendjaja (1999:214) Asumsi dasar pada penggunaan media terhadap model *uses and gratifications* terbagi menjadi tiga variabel, yaitu ;

1. Jumlah waktu, demensi ini menyajikan jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media.
2. Jenis isi media, dimensi ini menyajikan jenis isi media yang dipergunakan.
3. Hubungan, dimensi menyajikan perihal hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

1. Hubungan Teori*Uses and Gratifications* dengan Topik Penelitian

Seperti yang telah diuraikan diatas mengenai teori *Uses and Gratifications*, dapat diketahui bahwa teori tersebut mengasumsikan bahwa pengguna media, yaitu mahasiswa memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Para mahasiswa mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Seperti yang kita ketahui, aktivitas mahasiswa sangatlah padat. Mereka menjalankan kegiatan perkuliahan setiap harinya, bahkan diluar urusan perkuliahan kebanyakan dari mereka harus menjalankan kegiatan dalam organisasi. Dengan kesibukan mahasiswa tersebut, mereka tentu menyeleksi tontonan apa saja yang sekiranya dapat berguna dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Teori ini peneliti kaitkan dengan topik yang dibahas dengan judul "*Pengaruh Tayangan My Trip My Adventure di Trans Tv Terhadap Minat Traveling Mahasiswa"*. Banyak faktor pendukung dalam tayangan *My Trip My Adventure* yang membuat para khalayak khususnya mahasiswa memilih acara tersebut untuk ditonton. Contohnya, tempat-tempat yang dikunjungi tim *My Trip My Adventure* sangat menarik. Karena tempat-tempat tersebut merupakan tempat wisata lokal yang tersebar di Indonesia yang belum terjamah oleh banyak orang. Kedua pembawa acara disertai pembawa acarapendamping yang sangat berkarakter dan sesuai dengan tema acaranya yaitu petualangan, Vicky Nitinegoro, Hamish Daud Wylie, Nadine Chandrawinata dan Deni Sumargo dapat mencairkan suasana sehingga terlihat natural.

Faktor-faktor tersebut juga dapat menimbulkan minat *traveling* atau berpetualang mahasiswa dalam menghabiskan waktu liburan dengan teman atau keluarga. Mulai dari rasa penasaran akan suasana dan keindahan tempat wisata tersebut yang ditunjukan oleh para pembawa acara, ekspresi mereka yang menunjukan rasa puas dan takjub akan keindahan alam yang dimiliki Indonesia membuat khalayak penasaran akan kenyataanya, sehingga dapat memotivasi khalayak khususnya mahasiswa untuk mengunjungi tempat-tempat wisata tersebut.

K. Kerangka Pikir

Di era perkembangan teknologi komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi massa contohnya saja dunia pertelevisian saat ini sudah menunjukan kemajuan yang sangat pesat. Banyaknya stasiun televisi swasta yang bermunculan

dan mereka saling bersaing satu sama lain untuk menunjukan eksistensi mereka. Melalui tayangan–tayangan yang dinilai dapat menarik perhatian masyarakat dan tentunya disesuaikan dengan *trend* yang sedang hangat saat ini pastinya hal tersebut dapat memancing minat masyarakat untuk menonton tayangan tersebut.

Acara *reality show* saat ini menjadi salah satu fenomena tersendiri di kalangan masyarakat. Banyaknya tayangan *reality show* saat ini yang tayang setiap akhir pekan di anggap sangat menghibur masyarakat dalam menghabiskan waktu liburnya di akhir pekan. Salah satu contoh tayangan *reality show* yang saat ini sedang *booming* bertemakan petualangan atau perjalanan. Beberapa stasiun televisi membuat tayangan yang mengulas tentang perjalanan dan petualangan. Salah satu tayangan bertmakan petualangan dan perjalanan yang sedang *Hits* saat ini adalah program "*My Trip My Adventure"*. Tayangan yang mengandung unsur informasi dan hiburan itu tayang setiap hari Sabtu dan Minggu Pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 09.15 WIB. Tayangan dengan durasi 45 menititu mengangkat tema perjalanan di berbagai penjuru tempat wisata alam baik di kota maupun pelosok daerah, khususnya yang ada di Indonesia.

My Trip My Adventure tidak hanya mengunjungi tempat–tempat wisata yang ada di Indonesia saja, sesekali mereka mengunjungi tempat wisata yang ada di luar negeri. Dalam program ini pemirsa di ajak berkeliling nusantara untuk menikmati keindahan alam khusnya di tempat–tempat yang belum dijamahi banyak orang atau diketahui banyak orang. Sehingga terlihat jelas bahwa keindahan alam tersebut masih alami tanpa adanya campur tangan warga atau orang asing.Selain menguak tempat wisata yang ada di kota atau pelosok daerah yang ada di

Indonesia, tayangan ini juga mengulas tentang sejarah suatu kota atau tempat serta mengulas budaya–budaya yang ada didalamnya.

Program yang dipandu oleh dua pembawa acara laki–laki yaitu Vicky Nitinegoro dan Hamish Daud Wylie ditambah dengan adanya pembawa acarapendamiping yaitu Nadine Chandrawinata dan Deni Sumargo adalah program yang paling menonjol dibandingkan program–program bertemakan perjalanan lain yang menjamur di berbagai stasiun televisi di tanah air. Hal ini terlihat dari eksistensi program tersebut yang sudah lebih dari satu tahun masih disambut hangat dengan pemirsa setianya. Banyaknya tanggapan masyarakat yang mengeluarkan opini positif melalui internet khususnya *website* Trans tv dan banyaknya akun media sosial sebagai *funbase* dari program acara tersebut. Tayangan *My Trip My Adventure* diharapkan dapat menarik perhatian pemirsa untuk dapat melakukan *traveling* atau perjalanan dan menikmati keindahan alam khususnya yang ada di Indonesia.

Pada Penelitian ini, penulis mengetahui pengaruh dari program acara *My Trip My Adventure* di Trans tv terhadap minat mahasiswa untuk melakukan *traveling* atau perjalanan untuk berpetualang. Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Uses and Grratifications*, yang mengansumsikan bahwa khalayak berperan aktif dalam menentukan media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhanya.

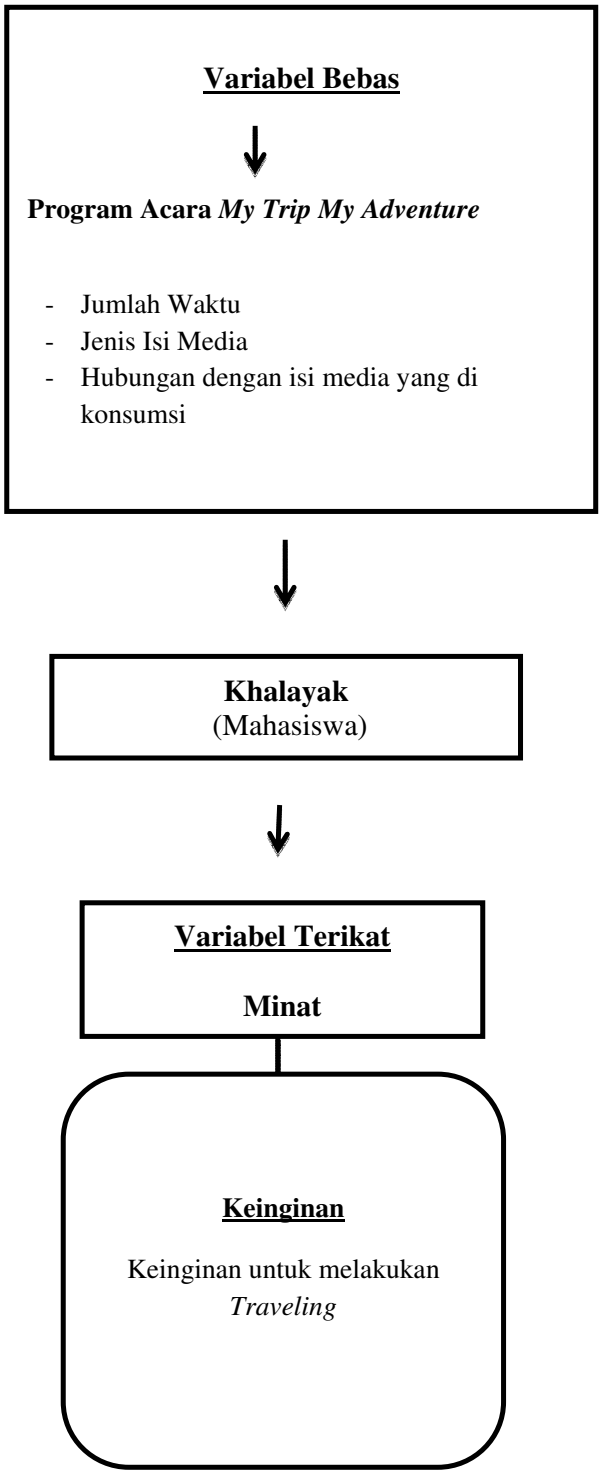
Khalayak yang dimaksud adalah mahasiswa, dalam penelitian ini mahasiswa yang akan menjadi sampel penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Pemilihan sampel berdasarkan beberapa

pertimbangan peneliti, diantaranya yaitu mahasiswa cenderung memiliki waktu luang pada akhir pekan atau masa liburan tiba. Umumnya mahasiswa memiliki tingkat emosional yang cukup tinggi dimana ada kalanya meraka merasa lelah dan penat dalam melakukan aktivitas perkuliahan sehari–hari, untuk itu biasanya mereka memanfaatkan akhir pekan atau waktu liburan untuk melakukan perjalanan (*traveling*) serta berpetualang dengan teman atau keluarga.

Adapun alasan pemilihan lokasi sampel didasarkan pertimbangan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik umumnya bersifat heterogen yang terdiri dari berbagai suku, ras, agama, budaya, pengalaman dan latar belakang yang berbeda–beda dan bisa mewakili suatu khalayak. Selain itu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik termasuk kategori mengengah ke atas yang secara langsung atau tidak mampu dan berengaruh dalam mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan *(traveling).* Dari jumlah data yang diterima, bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2012 saat ini yaitu 726 Orang terdiri dari 5 Program Studi untuk Strata 1, 3 Program Studi Diploma, peneliti membatasi jumlah populasi dikhawatirkan mahasiswa di program pascasarjana sudah lulus dari masa pendidikan.

Kerangka Pemikiran dari penelitian ini secara garis besar digambarkan melalui skema berikut ini :

Gambar 2.2 . Bagan Kerangka Pikir Penelitian



L. Pengajuan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir diatas, maka dapat ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian. Kesimpulan ini disebut dengan perumusan hipotesis. Perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis Nol (Ho) : Tidak ada pengaruh program acara *My Trip My Adventure* di Trans tv terhadap minat mahasiswa untuk melakukan *traveling* atau perjalanan.

Hipotesis Penelitian (Ha) : Ada pengaruh program acara *My Trip My Adventure* di Trans tv terhadap minat mahasiswa untuk melakukan *traveling* atau perjalanan.