

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif anggota komunitas Backpacker Indonesia (BPI) dalam menonton tayangan Jejak Petualang di *Trans7*. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* dengan indikator motif penggunaan media milik McQuail, yaitu informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial, dan hiburan.

Teori *Uses and Gratifications* merupakan teori efek komunikasi massa yang berpedoman pada khalayak yang aktif memilih pesan media sesuai kebutuhannya (Abidin, 2015:212). *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi “permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak” (Effendy, 2000:289-290 dalam Wardani, 2014:1). Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Wahyuni, 2014: 28).

Salah satu macam riset *Uses and Gratifications* yang saat ini berkembang adalah yang dibuat oleh Philip Palmgreen dari Kentucky University. Kebanyakan riset *Uses and Gratifications* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang

memengaruhi 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 dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur 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 teori *expectancy values* (nilai pengharapan) (Kriyantono, 2014:210).

Menurut teori nilai pengharapan, orang mengarahkan diri pada dunia (misalnya media) berdasarkan pada kepercayaan dan evaluasi mereka tentang dunia tersebut. *Gratification Sought* (GS) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, tv, atau koran). GS adalah motif yang mendorong seseorang untuk mengkonsumsi sebuah media (Kriyantono, 2014:210).

Sedangkan *Gratification Obtained* (GO) adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Palmgreen, 1985:27 dalam Kriyantono, 2014:211). Dengan kata lain, GS dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. Sedangkan GO mempertanyakan hal-hal khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu

secara spesifik (Kriyantono, 2014:211). Penelitian ini merujuk pada *Gratification Sought (GS)* untuk mengetahui motif dari anggota komunitas Backpacker Indonesia (BPI) dalam menonton tayangan Jejak Petualang di *Trans7*.

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu (Wahyuni, 2014:37). Dalam model *Uses and Gratifications*, pengguna media dipengaruhi oleh motif. Menurut McQuail (2004) dalam Abidin (2015:220-221), kategori motif penggunaan media ada 4, yaitu informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial, dan hiburan.

Motif adalah dorongan yang ada di dalam diri seseorang untuk melakukan perbuatan guna memenuhi kepuasannya yang belum terpuaskan. Salah satunya dengan menggunakan media untuk memenuhi kepuasannya (Telengkeng, 2014:4). Ketika seseorang menonton televisi, ia akan menyeleksi setiap acara dengan mengganti beberapa saluran sampai ia tertarik untuk menonton acara tertentu. Pada saat itulah motif mulai terbentuk pada diri orang tersebut (Angkari, 2013:37). Hasil mengonsumsi media berdasarkan motif tertentu itu diduga akan melahirkan pemuasan bagi mengonsumsi media (Abidin, 2015:220). Program televisi yang sama bisa jadi berbeda saat kepuasan pada kebutuhan yang berbeda untuk individu yang berbeda (Abidin, 2015:213).

Menurut Effendy (2000:19-20) dengan banyaknya televisi swasta, khalayak pemirsa banyak diuntungkan karena dapat memilih materi siaran yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya. Televisi dapat memenuhi dari sejumlah kebutuhan yang dimiliki khalayak melalui acara-acara yang disiarkan. Menitikberatkan isi media pada apa yang diinginkan khalayak menggunakan media (memilih isi) bukan merupakan kegiatan yang kebetulan atau dipengaruhi faktor eksternal, melainkan suatu perilaku yang didorong motif tertentu (Herlina & Amalia, 2009:95).

Tahun 2016 lalu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melakukan penelitian kepada 1200 responden dari 12 kota di Indonesia untuk menyusun rating kualitas program siaran televisi berdasarkan kategori program siaran secara periodik dan 120 panel ahli untuk mengevaluasi kualitas program acara televisi berdasarkan kategori program siaran secara periodik. KPI menetapkan standar kualitas program siaran televisi adalah 4,0 (berkualitas), dengan skala 1 hingga 5. Program siaran disebut baik atau berkualitas, jika nilai skor indeksnya minimal 4,0. Pada survei periode ini, program siaran televisi yang dinilai baik oleh panel ahli adalah wisata/budaya. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar dibawah ini.

## Grafik I.1

## Grafik Indeks Kualitas Program Siaran TV

INDEKS KUALITAS PER PROGRAM SIARAN TV (PANEL AHLI)	
Berita	3.80
Talkshow	3.70
Infotainment	2.89
Sinetron	3.27
Anak-anak	3.71
Variety Show	3.39
Komedi	3.33
Religi	3.89
Wisata Budaya	4.10

Sumber: Hasil Survei 1 Tahun 2016 KPI

Grafik tersebut memperlihatkan hasil riset delphi indeks kualitas program siaran televisi tahun 2016 yang diperoleh dari hasil survei 1 tahun 2016 KPI. Pada survei periode ini, program siaran televisi yang dinilai baik oleh panel ahli adalah wisata/budaya (4,10). Sementara sisanya masih di bawah 4. Program siaran wisata/budaya memiliki indeks yang tinggi dalam setiap indikator yang diteliti oleh KPI.

Tabel I.1

Tabel Indikator Indeks Kualitas Program Acara Wisata/Budaya

	INDIKATOR PROGRAM ACARA WISATA/ BUDAYA	INDEKS
<p>Pada survei periode ini, indeks kualitas program acara Wisata/Budaya adalah sebesar 4,10. Indeks ini masuk dalam kategori standar berkualitas yang ditetapkan oleh KPI.</p>	Informatif	4,23
	Edukatif	4,13
	Hiburan	3,99
	Transfer Budaya nilai-nilai bangsa	4,02
	Kearifan Lokal	4,08
	Menghormati nilai dan norma kesopanan dan kesusilaan	4,05
	Menghormati nilai-nilai kesukuan, agama, ras dan antar golongan	4,11
	Menghargai keberagaman budaya	4,17
	<b>INDEKS RATA-RATA</b>	<b>4,10</b>

Sumber: Hasil Survei 1 Tahun 2016 KPI

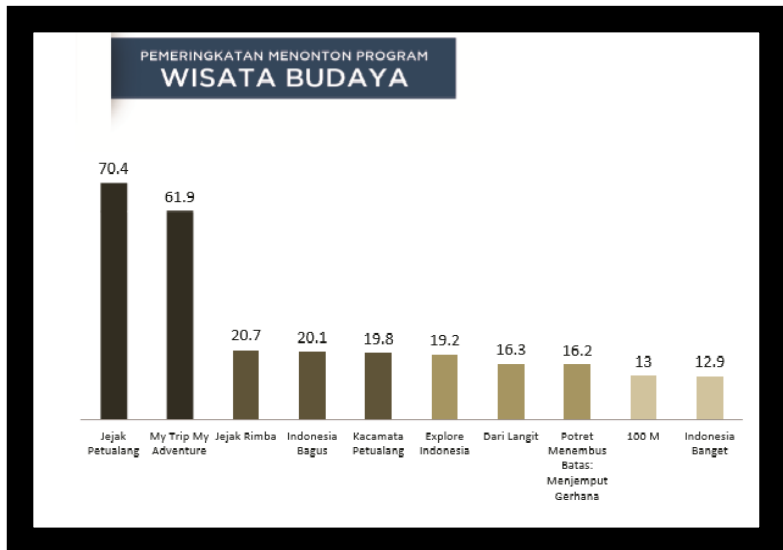
Tabel tersebut memperlihatkan indeks yang dicapai program acara wisata/budaya dalam setiap indikatornya diatas 4,0, kecuali indikator hiburan yang mendekati angka 4,0. Namun indeks rata-rata dari program acara ini diatas standar yang ditentukan oleh KPI.

Tayangan acara televisi tentang wisata/budaya di media televisi Indonesia banyak mengangkat kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Tayangan tersebut termasuk jenis program *feature* yang mengangkat *human interest* atau hal-hal yang dianggap menarik, bermanfaat, atau mendatangkan rasa simpati dan perlu diketahui masyarakat luas (Latief & Utut, 2015:40). Tayangan wisata/budaya yang memiliki jumlah penonton terbanyak sesuai

survei KPI pada tahun 2016 adalah tayangan Jejak Petualang. Tayangan ini memberikan informasi seputar kebudayaan Indonesia dan tempat-tempat wisata di Indonesia dengan penyajian yang menarik untuk ditonton.

### Grafik I.2

Grafik Pemeringkatan Penonton Program Wisata/Budaya



Sumber: Hasil Survei 1 Tahun 2016 KPI

Grafik tersebut menunjukkan pemeringkatan penonton program tayangan wisata/budaya. Di peringkat paling rendah ada tayangan Indonesia banget dengan jumlah penonton 12,9%, sedangkan di peringkat teratas ada tayangan Jejak Petualang yaitu sebanyak 70,4% penonton.

Walaupun tayangan Jejak Petualang menempati posisi tertinggi dalam pemeringkatan penonton wisata/budaya, namun ternyata indeks kualitas program tayangan ini tergolong lebih rendah dari program tayangan lainnya.

Grafik I.3

Grafik Indeks Kualitas Program Siaran Wisata/Budaya



Sumber: Hasil Survei 1 Tahun 2016 KPI

Dari grafik I.3, indeks kualitas tayangan Jejak Petualang dalam kategori siaran wisata/budaya sebesar 4,03 sama seperti tayangan *My Trip My Adventure*, sedangkan indeks kualitas tertinggi sebesar 4,23 ditempati oleh tayangan Indonesia Bagus.

Tayangan Jejak Petualang di *Trans7* walaupun indeks kualitasnya tergolong rendah (grafik I.3), namun memiliki jumlah



penonton terbanyak dibanding tayangan wisata/budaya yang lain (grafik 1.2). Fenomena ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti motif dari penonton tayangan Jejak Petualang di *Trans7*. *Trans7* merupakan stasiun televisi swasta di Indonesia yang menyajikan program-program yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif. Jejak Petualang adalah tayangan yang dipertahankan oleh stasiun televisi *Trans7* sejak 2003. Jejak Petualang tayang setiap hari Senin sampai Rabu pukul 14.15 WIB di *Trans7*.

Tayangan Jejak Petualang menyajikan pesona alam dan keunikan adat istiadat di Indonesia yang dikemas secara apik. Seperti yang dilansir di laman [www.trans7.co.id](http://www.trans7.co.id), Jejak Petualang memiliki citra yang kuat di kalangan pemirsanya karena didukung dengan eksplorasi lokasi-lokasi adventure yang menyajikan pemandangan eksotis. Selain itu, tayangan ini juga memberikan informasi dan mengedukasi pemirsanya tentang keanekaragaman hayati, ekosistem alam, dan lanskap budaya. Tayangan ini berbeda dengan tayangan wisata/budaya lainnya karena acara ini selalu dipandu oleh wanita. Selain itu, keistimewaannya presenter Jejak Petualang turut merasakan kehidupan masyarakat setempat dengan terjun langsung beraktifitas bersama warga lokal.

Keinginan dan kebutuhan masing-masing individu berbeda dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga motif juga berbeda-beda (Ardianto, dkk., 2007:93). Penonton tayangan Jejak Petualang di *Trans7* pun bisa sangat beragam dengan berbagai motif dibalikinya. Subjek dari penelitian ini adalah

anggota komunitas Backpacker Indonesia. *Backpacker* merupakan orang yang melakukan kegiatan *backpacking*, *backpacking* sendiri merupakan sebuah gaya perjalanan yang mandiri, tidak tergantung pada biro atau agen perjalanan, bebas menentukan tempat tujuan sendiri, dan dengan anggaran perjalanan yang terbatas atau minimal. *Backpacking* tersebut menjadi salah satu jalan keluar agar tetap melakukan sebuah perjalanan meskipun dengan anggaran yang terbatas (Rahmawati, 2013:13).

Seperti yang dilansir di laman [www.backpackerindonesia.com](http://www.backpackerindonesia.com), Prinsip utama *backpacking* adalah *independent* (tidak bepergian bersama kelompok tur), *travel light* (membawa barang sesedikit mungkin), *educated* (bersifat mendidik) dan *travel cheap* (berwisata dengan cara dan biaya yang murah). Seorang *backpacker* diwajibkan untuk mencari informasi dan riset secara mendalam dan bahkan berbulan-bulan yang artinya lebih lama dari waktu perjalanannya. Dan hal utama yang harus dipahami adalah tentang objek wisata, tempat menginap, aspek budaya, bahasa serta kondisi sosial tempat-tempat yang akan dikunjungi.

Peneliti memilih subjek anggota komunitas Backpacker Indonesia (BPI) karena anggotanya merupakan *backpacker*, dimana kewajiban seorang *backpacker* dalam mencari informasi dan riset secara mendalam dapat terpenuhi dari tayangan Jejak Petualang di *Trans7* yang menyajikan informasi mengenai pesona alam dan budaya Indonesia.

Jumlah anggota BPI yaitu 85.068 orang (per September 2018) ([www.backpackerindonesia.com/about](http://www.backpackerindonesia.com/about)). Anggota BPI tersebar di seluruh Indonesia dan komunitas ini memiliki cabang regional di setiap kota. BPI mempunyai forum dalam *website* [www.backpackerindonesia.com](http://www.backpackerindonesia.com) yang digunakan untuk mempertemukan para *backpackers* dari berbagai daerah di Indonesia untuk berbagi informasi dan mencari teman jalan atau merencanakan perjalanan bersama. Anggota BPI terbagi dalam beberapa jenis keanggotaan berdasarkan jumlah unggahan dalam forum, yaitu *newbie*, *semi-newbie*, *junior member*, dan *full member*.

Peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa anggota komunitas Backpacker Indonesia (BPI) yang pernah menonton tayangan Jejak Petualang di *Trans7*. Maulina Fajrini, seorang arsitek, mengatakan bahwa ia menonton tayangan tersebut karena berhubungan dengan dirinya yang merupakan seorang perempuan dan pembawa acaranya juga seorang perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa ia memiliki motif identitas pribadi dalam menonton tayangan tersebut. Anggota lainnya, Maria Yulita, mengatakan, “*seru aja liat mereka explore ke daerah-daerah pedalaman, masak makanan khas bareng orang-orang daerah sana*”. Hal ini menunjukkan bahwa ia memiliki motif integritas dan interaksi sosial dalam menonton tayangan tersebut.

Gilang Rama Santya, anggota BPI lainnya, mengatakan bahwa yang ia cari dari tayangan Jejak Petualang di *Trans7* adalah edukasi alamnya. Hal ini menunjukkan bahwa motif yang dimilikinya dalam menonton tayangan tersebut adalah motif

informasi. Maka, dapat disimpulkan bahwa motif dari anggota komunitas BPI berbeda-beda. Sehingga penelitian ini menjadi penting untuk mengetahui motif anggota komunitas *Backpacker Indonesia* (BPI) dalam menonton tayangan Jejak Petualang di *Trans7*.

Penelitian sejenis yang juga membahas mengenai motif adalah penelitian milik Felicia (2014). Namun, yang menjadi pembeda dengan penelitian ini adalah subjeknya, yaitu remaja Surabaya dan kajian penelitiannya adalah program acara CCTV *Trans 7*. Selain itu, perbedaan ada pada fenomena yang diangkat dalam penelitian tersebut. Fenomenanya adalah munculnya *fanpage* Facebook yang berisi artikel-artikel tentang buruknya dampak dari adegan kriminal dan kekerasan yang ditampilkan dalam program CCTV. Selain itu program tersebut juga pernah mendapat teguran dari KPI karena melanggar norma kesopanan. Walaupun begitu, program ini menempati rating dengan posisi tertinggi.

Penelitian terdahulu yang kajian penelitiannya juga merupakan program wisata/budaya dan termasuk jenis tayangan *feature* adalah penelitian milik Chalvari (2015). Penelitian tersebut membahas tayangan *feature*, namun objek, subjek, dan program acaranya berbeda dengan penelitian ini. *My Trip My Adventure* dan *Jejak Petualang* termasuk dalam program wisata/budaya namun sesuai hasil survey KPI tahun 2016, jumlah penonton *My Trip My Adventure* berada di peringkat kedua setelah *Jejak Petualang*. Selain itu, tujuan dari penelitian tersebut berbeda dengan penelitian ini,

yaitu untuk mengetahui tingkat pengetahuan penonton di Surabaya mengenai program acara My Trip My Adventure di Trans TV.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survei. Metode ini merupakan metode penelitian yang dalam melakukan pengumpulan datanya menggunakan kuisioner, yaitu daftar pertanyaan tertulis yang diajukan pada sekelompok orang yang disebut sampel (Abidin, 2015:21).

## **I.2. Rumusan Masalah**

Apa motif dari anggota komunitas Backpacker Indonesia (BPI) dalam menonton tayangan Jejak Petualang di *Trans7* ?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Mengetahui motif dari anggota komunitas Backpacker Indonesia (BPI) dalam menonton tayangan Jejak Petualang di *Trans7*.

## **I.4. Batasan Masalah**

Subjek dari penelitian ini adalah anggota komunitas Backpacker Indonesia (BPI). Objek yang diteliti adalah motif dari anggota komunitas Backpacker Indonesia (BPI) yang menonton tayangan televisi Jejak Petualang di *Trans7*. Metode dalam penelitian ini adalah metode survei.

## **I.5. Manfaat Penelitian**

### **I.5.1. Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah untuk menambah literatur untuk pengembangan ilmu komunikasi mengenai motif yang mendorong khalayak untuk menonton suatu tayangan televisi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu media pembelajaran bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dalam mempelajari penerapan teori *Uses and Gratifications* dan menganalisis motif pemirsa dalam menggunakan suatu media.

### **I.5.2. Manfaat Praktis**

Manfaat Praktis penelitian ini adalah sebagai rujukan bagi pihak *Trans7* untuk mengetahui motif dari penonton tayangan Jejak Petualang. Selain itu, dapat menjadi acuan untuk memperbaiki tayangan ini menjadi lebih bermanfaat bagi penontonnya.