

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Dalam penelitian ini peneliti tertarik meneliti Pengetahuan Penonton di Surabaya mengenai program acara *My Trip My Adventure* (MTMA) di Trans TV. Penelitian ini menjadi penting untuk diteliti karena akan meneliti mengenai efek komunikasi yaitu efek kognitif berupa pengetahuan. Pengetahuan sendiri merupakan salah satu bentuk respon yang terjadi dalam sebuah proses komunikasi (Engel, 1994:25). Pengetahuan ada berdasarkan seberapa banyak informasi yang diterima seseorang dan tersimpan dalam ingatan ketika mereka menerima informasi tersebut.

Pada prinsipnya, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan, sedangkan tingkat pengetahuan adalah seberapa banyak informasi yang tersimpan dalam ingatan ketika seseorang menerima sebuah informasi, apakah tinggi, sedang, atau rendah (Engel, Blackwell, Miniard, 1994: 316 & 337). Menurut Benyamin Bloom yang dipaparkan oleh Notoatmodjo (1997) dalam Sunaryo (2002: 23-24), kognitif atau pengetahuan merupakan *domain* utama untuk terbentuknya perilaku baru, sehingga perilaku yang didasari pengetahuan umumnya bersifat langgeng (Sunaryo, 2002: 25). Karena itu tingkat pengetahuan dalam penelitian ini layak dan penting untuk diteliti.

Dari pemamaparan diatas dapat disimpulkan pengetahuan merupakan salah satu bentuk respon yang terjadi dalam sebuah proses komunikasi (Engel, 1994:25). Berdasarkan dari model komunikasi Lasswell cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan penting, yaitu: *Who, Says What, In what channel, To whom, dan With what effect.* jika model Lasswell diaplikasikan dalam penelitian ini maka Trans TV (*Who*) menayangkan program acara MTMA (*Says What*), melalui media televisi (*In what channel*), kepada khalayak dalam penelitian ini khalayak yang dimaksud adalah penonton di Surabaya (*To whom*) sehingga dapat memberikan efek kognitif berupa pengetahuan (*With what effect*) (Mulyana, 2013:147).

Saat ini banyak stasiun televisi bermunculan untuk berlomba-lomba menyampaikan informasi kepada khalayak, baik yang berskala televisi nasional sampai televisi lokal. Salah satu stasiun media televisi nasional yang tetap bertahan hingga saat ini adalah Trans TV. Stasiun televisi yang berada di bawah naungan PT. Trans Corp yang merupakan bagian dari manajemen Para Group. Di bawah naungan PT. Trans Corp, Trans TV tetap konsisten memproduksi secara *inhouse* (program acara yang dibuat sendiri oleh para crew), maupun menayangkan program-program dengan citra "*Trendsetter dan Lifestyle.* Hal tersebut yang menjadi ciri khas tersendiri bagi Trans TV dan menjadikannya berbeda dengan stasiun-stasiun televisi lainnya (Pingkan Steffi Lopian, 2012: 31).

Menurut Karina dalam laporan kuliah kerja profesi (2015: 23) pada akhir tahun 2005 Trans TV telah memperkuat jam dan lini dengan produk *inhouse*. Menurut catatan, 67% dari acara TV merupakan produksi *inhouse* seperti Extravaganza, Ketawa Ala Trans TV, Prime

Time, Sketsa, dan fenomena. Salah satu program yang diproduksi secara *inhouse* oleh TRANS TV adalah *My Trip My Adventure* (www.transtv.co.id). Alasan peneliti memilih program *inhouse* (MTMA), karena diproduksi oleh para crew TRANS TV sendiri, maka program ini memiliki keunikan yang menggambarkan ciri khas yang dimiliki oleh stasiun televisi ini.

TRANS TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta yang menayangkan program acara wisata melalui tayangan MTMA yang ditayangkan setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 08.30 WIB. Acara tersebut mengeksplorasi beragam daerah wisata di Indonesia, mulai dari tempat wisata yang populer, sampai tempat-tempat wisata yang masih terdengar asing dan belum terkenal atau belum terekspose tetapi mempunyai potensi untuk dibahas dan diketahui (Blog Indri Yuliani). Istimewanya lagi, MTMA merupakan tayangan petualangan wisata, sehingga dalam setiap tayangannya selalu menyajikan petualangan seru yang dilakukan oleh pembawa acara, selain itu acara ini juga dapat memberi inspirasi tersendiri bagi para petualang sejati agar ikut melestarikan cagar alam dan budaya Indonesia (mytrans.detik.com). Dari hasil observasi peneliti, program wisata MTMA ini memiliki keunikan jika dibandingkan dengan program wisata lainnya. Keunikan tersebut dapat dilihat di berbagai episode, ketika host MTMA baik secara langsung maupun tidak langsung mengajak para penonton bahkan masyarakat setempat untuk tetap peduli dan mencintai lingkungan setempat dengan cara agar tidak membuang sampah sembarangan dengan menyediakan tempat sampah di titik-titik yang belum terdapat tempat sampah. Pernyataan tersebut dalam dilihat dalam tayangan MTMA ketika berkunjung ke Pulau Kera, Kupang, NTT. Tidak hanya mengajak melalui program yang disiarkan di televisi,

MTMA juga mengajak untuk tidak membuang sampah melalui postingan twitter. Hal tersebut yang membuat MTMA berbeda dengan acara wisata pada umumnya. berikut beberapa ajakan yang di posting di official account twitter MTMA:



Gambar I.1

(Official Account Twitter My Trip My Adventure)

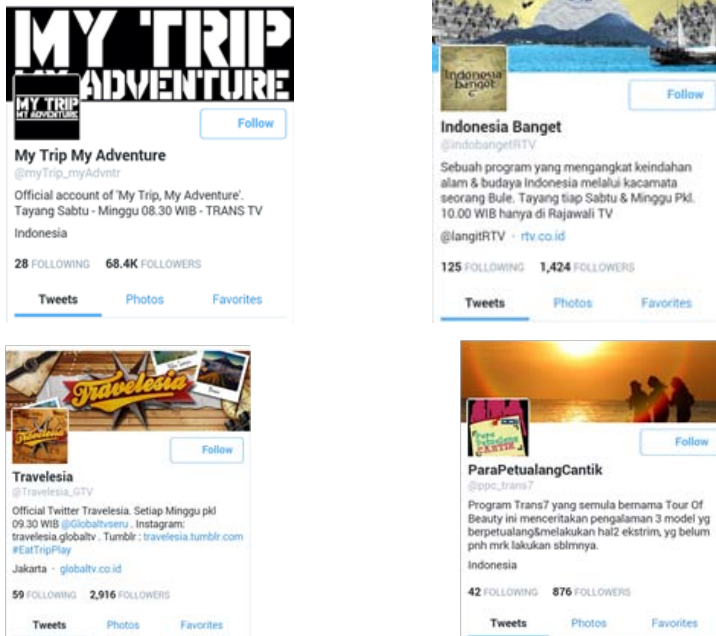
Acara ini dipandu oleh empat orang *host*, mereka adalah Vicky Nitinegoro, Hamish Daud, Nadine Chandrawinata, dan Deni Sumargo. Namun dalam setiap tayangannya hanya menampilkan dua *host* dengan karakter yang berbeda, misalnya Vicky Nitinegoro yang ceplas ceplos dan biangnya usil sangat bertolak belakang dengan karakter seorang Hamish Daud yang *cool* dan *calm*. Perbedaan karakter antar *host* itulah yang membuat tayangan MTMA lebih berwarna. Setiap *host* yang dipasangkan selalu mengunjungi daerah wisata yang berbeda, dan tidak jarang juga mereka mendatangi tempat wisata yang tidak *mainstream*. Sehingga tayangan MTMA dapat dijadikan referensi jika ingin melakukan perjalanan wisata yang luar biasa. Berikut adalah *review* program MTMA (www.transtv.co.id):

Program ini merupakan petualangan wisata yang dipandu oleh Vicky Nitinegoro dan Hamish Daud Wylie mengeksplorasi daerah wisata di Indonesia. Kisah-kisah seru mereka alami bahkan untuk yang pertama kalinya. Semisal ketika mereka berkunjung ke Kepulauan Seribu, mereka mendatangi beberapa

pulau seperti Pulau Pramuka. Dan ternyata Hamish seorang bule Indo-Aussie ini baru pertama kali merasakan buah sukun khas Pulau Pramuka. Tidak hanya itu pempek khas pulau inipun sangat berbeda dengan daerah asalnya.

Selain Pulau Pramuka, mereka akan singgah di Pulau Panggang dan Pulau Karya dan berbaur bersama masyarakat mengikuti kegiatan mereka hingga memancing ikan dilaut. My Trip My Adventure diharapkan mampu memberikan inspirasi tersendiri bagi para petualang sejati dan ikut melestarikan cagar alam dan budaya Indonesia.

Keseruan para host dan keunikan acara MTMA menjadi daya tarik tersendiri sehingga acara ini dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini terbukti dari munculnya beberapa program acara serupa lainnya yang tayang di televisi seperti Indonesia Banget tayang setiap Sabtu dan Minggu pukul 10.00 WIB di Rajawali TV dan Travelesia yang tayang setiap Minggu pukul 09.30 WIB di Global TV, dan Para Petualang Cantik yang tayang setiap Sabtu pukul 09.45 di Trans 7, tidak membuat eksistensi MTMA meredup. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dari data yang diperoleh peneliti melalui *official account* berupa *followers twitter* dari masing-masing program yang sudah disebutkan diatas. Jumlah *followers* MTMA mencapai 68.400 jauh lebih unggul dibandingkan dengan jumlah *followers* program wisata lainnya (*Official account twitter* masing-masing program).



Gambar I.2 Perbandingan *Followers* Masing-Masing Program

Waktu penyayangan program acara inipun dipilih setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 08.30-09.30, karena cukup banyak penonton yang menonton televisi pada pagi hari di hari tersebut (Morissan, 2008:297). *Day time* pada saat akhir pekan dimulai pukul 08.00 hingga berakhir pukul 19.30 pada hari Sabtu atau berakhir lebih awal pada hari Minggu (Morissan, 2008:344). Waktu penyayangan program juga membawa pengaruh bagi ketersediaan audiens. Berikut adalah tabel yang menjelaskan komposisi audien yang terbentuk pada waktu-waktu tertentu setiap harinya.

Tabel I.1 Pembagian Waktu Siaran dan Ketersediaan Audien

Bagian Hari	Audien Tersedia
Pagi Hari (06.00 - 09.00)	Anak-anak, ibu rumah tangga, pensiunan, pelajar dan karyawan yang akan berangkat ke kantor
Jelang Siang (09.00 - 12.00)	Anak-anak pra sekolah, ibu rumah tangga, pensiunan dan karyawan yang bertugas secara giliran (shift)
Siang Hari (12.00 - 16.00)	Karyawan yang makan siang di rumah, pelajar yang pulang sekolah.
Sore Hari (<i>Early Fringe</i>) (16.00 - 18.00)	Karyawan yang pulang dari tempat kerja, anak-anak dan remaja.
Awal Malam (<i>Early Evening</i>) (18.00 - 19.00)	Hampir sebagian besar audien berada di rumah.
Jelang Waktu Utama (<i>Prime Time</i>) (19.00 - 20.00)	Hampir seluruh audien tersedia menonton TV pada waktu ini.
Waktu Utama (<i>Prime Acces</i>) (20.00 - 23.00)	Seluruh audien tersedia pada waktu ini utamanya antara pukul 20.00 – 21.00. Namun setelah itu, audien mulai berkurang utamanya audien anak-anak, para pensiunan, dan mereka yang harus tidur lebih cepat agar dapat bangun pagi-pagi.

Jelang Tengah Malam (<i>Late Fringe</i>) (23.00 – 23.30)	Umunya orang dewasa.
Akhir Malam (<i>Late Night</i>) (23.30 – 02.00)	Orang dewasa termasuk karyawan yang bertugas secara giliran (shift)

Sumber: (Morissan, 2008: 296)

Sehingga bisa diketahui melalui tabel I.1 acara MTMA dapat dilihat oleh seluruh target audien mulai dari anak-anak, ibu rumah tangga, pensiunan, karyawan, hingga pelajar.

Tayangan MTMA yang ditayangkan TRANS TV merupakan sebuah program acara televisi yang menarik karena selain bersifat menghibur, tayangan ini juga dapat memberi manfaat dan pengetahuan bagi pemirsa karena tayangan tersebut mengeksplor beragam daerah wisata di Indonesia. Tayangan ini juga memberikan informasi-informasi tentang suatu tempat dan peristiwa sehingga membuat acara tersebut bersifat edukatif bagi para penontonnya. MTMA juga menampilkan bentuk kepedulian kepada masyarakat sekitar, misalnya saja pada setiap kesempatan host MTMA mencoba ikut merasakan kegiatan keseharian masyarakat yang didatangi sebagai bentuk empati kepada masyarakat setempat. Seperti yang telah dibahas pada paragraf sebelumnya, keistimewaan tayangan ini adalah pada saat host MTMA baik secara langsung maupun tidak langsung mengajak para penonton bahkan masyarakat setempat untuk tetap peduli dan mencintai lingkungan setempat dengan cara agar tidak membuang sampah sembarangan dengan menyediakan tempat sampah di titik-titik yang belum terdapat tempat sampah. Juga tidak jarang para host mengingatkan agar tidak membuang sampah sembarangan dengan mengucapkan kalimat “buang

sampah sembarangan itu gak asik bro”.

Berdasarkan pola pikir di atas, peneliti tertarik untuk meneliti pengetahuan penonton mengenai obyek wisata di Indonesia. Adapun alasan peneliti memilih Surabaya sebagai lokasi penelitian dikarenakan masyarakat di kota Surabaya heterogen yang terdiri dari berbagai suku, agama, usia, pendidikan, dan mata pencaharian (www.surabayatourism.com) yang menurut peneliti akan sangat membantu dalam pengambilan data. Alasan lain adalah karena Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah ibu kota Jakarta, sehingga tidak sedikit pula masyarakat di Surabaya berasal dari golongan kelas ekonomi menengah ke atas yang sering menghabiskan waktu senggang mereka dengan berlibur. Apabila masyarakat Surabaya mempunyai banyak pengetahuan mengenai obyek wisata di Indonesia, maka kemungkinan menonton tayangan wisata juga tinggi.

Melalui acara ini, para penonton mempunyai pengetahuan tentang obyek wisata yang ada di Indonesia, serta mengetahui bagaimana cara melestarikan dan menjaga kelestarian alam Indonesia untuk masa yang akan datang. Ketika masyarakat diterpa tayangan MTMA, selain memberikan informasi dan pengetahuan mengenai obyek wisata di Indonesia, diharapkan juga terciptanya suatu bentuk kepedulian terhadap lingkungan yang disampaikan dalam tayangan MTMA tersebut.

Penelitian tentang tingkat pengetahuan penonton di Surabaya mengenai program acara *My Trip My Adventure* di Trans TV ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif dapat dilakukan secara kuantitatif agar dapat dilakukan analisis statistik (Sulistyo-Basuki, 2006: 110). Untuk metode

penelitian menggunakan metode survei. Metode survey digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif kecil. Populasi dalam penelitian ini adalah penonton di Surabaya, sedangkan sampelnya meliputi Surabaya Pusat, Surabaya Timur, Surabaya Barat, Surabaya Utara, dan Surabaya Selatan.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimanakah tingkat pengetahuan penonton di Surabaya mengenai program acara *My Trip My Adventure* di Trans TV”.

I.3. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan terhadap suatu masalah sudah pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai, demikian pula dalam penelitian ini yang mempunyai tujuan sebagai berikut: untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan penonton mengenai program acara *My Trip My Adventure* di Trans TV.

I.4. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ditujukan agar ruang lingkup penelitian dapat lebih jelas dan terarah sehingga tidak mengaburkan penelitian. Adapun pembatasan masalah yang akan diteliti adalah:

- a. Penelitian ini dilakukan terbatas hanya pada tayangan *My Trip My Adventure* yang ditayangkan di Trans Tv setiap hari Sabtu dan Minggu pada pukul 08.30 WIB.
- b. Subyek penelitian ini adalah penonton *My Trip My Adventure* di Surabaya.
- c. Obyek penelitian ini adalah tingkat pengetahuan penonton di Surabaya mengenai program acara *My Trip My Adventure*.

I.5 Manfaat Penelitian

- a. Secara akademis, penelitian ini diharapkan melengkapi dan memperluas wawasan bagi penelitian ilmu komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- b. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh media dari komunikasi massa khususnya program acara yang ditayangkan di televisi terhadap kehidupan masyarakat
- c. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Trans TV baik produser sampai tim kreatif program acara *My Trip My Adventure* yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini.