

Hubungan Tayangan Para Petualang Cantik Trans7 dengan Minat Berwisata Keliling Indonesia

¹Haifa Vidyati Fa'za, ²Wulan Tri Gartanti

^{1,2}Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

e-mail: haifafaza@gmail.com, gartanti@yahoo.com

Abstract. The purpose of this research is to determine the relationship of Para Petualang Cantik program with the interest to travel around Indonesia among the business and travel student of Bandung State Polytechnic (Polban). The method that used in this research is correlational method which aims to find the relationship between Para Petualang Cantik programs in Trans7 with interest to travel in Bandung State Polytechnic (Polban) students. The result of this research shows a positive correlation between Para Petualang Cantik program with the interest to travel in business and travel student of Bandung State Polytechnic (Polban).

Keywords: mass media, para petualang cantik program, interest to travel

Abstrak. Tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan tayangan Para Petualang Cantik dengan minat berwisata keliling Indonesia dikalangan mahasiswa jurusan usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Bandung (POLBAN). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional yang bertujuan untuk menemukan sejauh mana hubungan antara tayangan Para Petualang Cantik Trans7 dengan minat berwisata keliling Indonesia dikalangan mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Berdasarkan hasil penelitian menggambarkan terdapat hubungan yang positif dari tayangan Para Petualang Cantik dengan minat berwisata keliling Indonesia dikalangan mahasiswa jurusan usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Bandung (POLBAN).

Kata Kunci :Media Massa, Tayangan Para Petualang Cantik, Minat Berwisata

A. Pendahuluan

Persaingan dalam industri televisi sangat kuat. Karena tidak lah mudah menjadi program televisi yang dapat dikenal banyak penonton dengan mudah tanpa adanya persaingan yang sehat. Banyak aspek yang diunggulkan, mulai dari *host*, lokasi shooting, jam tayang program, dan eksistensi dari stasiun televisi. Salah satu televisi nasional, yaitu Trans 7 menyuguhkan tayangan tentang destinasi pariwisata yang dimiliki oleh Negara Indonesia, berbagai macam info mengenai destinasi wisata diperoleh melalui program tayangan Para Petualang Cantik Trans7 yang ditayangkan setiap hari Sabtu pada pukul 09.30 WIB. Konten program disajikan dengan menarik dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dari penonton serta menambah referensi dan pengetahuan tentang destinasi wisata yang dimiliki oleh Indonesia. Program Para Petualang Cantik Trans 7 melibatkan para wanita yang berprofesi dalam bidang *modelling* untuk menjadi *Host* pada program Para Petualang Cantik Trans 7. Hal ini merupakan salah satu daya tarik dari program tersebut, karena para model identik bersifat *feminim*, manja, dan tidak tertarik pada hal ekstrim seperti bertualang. Namun, dalam program ini hal tersebut dapat ditepis oleh *Host* Para Petualang Cantik Trans 7 yang telah melakukan *travelling* di berbagai lokasi wisata yang berada di Indonesia. Semua episode yang ditayangkan dalam program Para Petualang Cantik Trans 7 telah diberi izin siar oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) kemudian disensor oleh Lembaga Sensor Indonesia dan disensor secara internal oleh Trans 7.

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis, secara teoritis, memberikan masukan dan dasar sebagai salah satu sumbangan pemikiran bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai tayangan televisi. Secara praktis, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pihak Trans7 agar meningkatkan kualitas program khususnya pada tayangan Para Petualang Cantik Trans7.

B. Landasan Teori

Dalam penelitian hubungan tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia ini menggunakan Teori S – O – R merupakan singkatan dari Stimulus – Organism – Response.

Menurut stimulasi response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah:

1. Pesan (stimulus, S)
2. Komunikan (organism, O)
3. Efek (response, R)

Menurut Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya “Sikap Manusia, Perubahan Serta Pengukurannya”. Mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu: *perhatian, pengertian dan penerimaan*.

Dimana dalam hal ini jika seseorang melihat sesuatu hal maka ia terlebih dahulu akan memberikan perhatiannya, lalu jika seseorang tersebut sudah memperhatikan sesuatu maka ia akan dapat mengerti dengan apa yang dimaksud oleh pengirim pesan, lalu akan terjadi penerimaan dalam diri kita baik positif maupun negatif.

Jika teori ini diterapkan pada tayangan Para Petualang Cantik Trans 7, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Stimulus yang dimaksudkan pada tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 adalah keseluruhan pengemasan tayangan itu sendiri seperti intensitas, isi pesan dan daya tarik acara tersebut. Jika stimulus ataupun pesan dalam tayangan tersebut dapat diterima oleh komunikan maka proses komunikasi berikutnya yang akan terjadi adalah timbulnya perhatian dalam diri komunikan.
- Proses berikutnya adalah komunikan mengerti akan pesan yang disampaikan oleh tayangan tersebut. Kemampuan komunikan inilah yang akan dapat melanjutkan proses berikutnya.
- Selanjutnya komunikan mengolahnya dan menerimanya, tetapi sebelumnya didalam diri komunikan akan terjadi konflik dahulu dalam menetapkan langkah selanjutnya, apakah akan mengunjungi destinasi tersebut? Jika stimulus itu lolos dari tahap perhatian dan pengertian maka komunikan akan menerima pesan atau stimulus tersebut yang pada akhirnya akan berlanjut pada proses selanjutnya yaitu adanya perubahan sikap dari komunikan sesuai dengan pesan dari tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 yaitu untuk mengunjungi destinasi wisata di wilayah Indonesia. Jika komunikan menolak pesan dari tayangan tersebut dikarenakan satu dan lain hal, maka komunikan hanya akan menerima pesan tersebut, sehingga hasil dari tayangan tersebut agar komunikan mengunjungi destinasi wisata di Indonesia dinilai pasif.

Proses akhir adalah kesediaan komunikasi dalam mengubah sikapnya yang sesuai dengan isi pesan dari tayangan Para Petualang Cantik Trans 7, yaitu minat berwisata keliling Indonesia.

C. Hasil Penelitian

Hasil analisis deskriptif data penelitian variabel tayangan Para Petualang Cantik melalui kuisioner menunjukkan persepsi responden pada posisi kategori baik setelah dihitung nilai rata-rata pada masing-masing pernyataan intensitas tayangan, isi pesan, dan daya tarik tayangan 3,41-4,20.

Menggunakan interpretasi skor, analisis deskriptif diperoleh nilai rata-rata 62,7% yang berarti berada pada kriteria baik, maka dapat dikatakan bahwa program tayangan Para Petualang Cantik program TV Trans 7 hari Sabtu pukul 09.30 mempunyai kemasan program yang baik dan menarik, penyampaian informasi yang menarik perhatian, serta kualitas gambar dan interaksi musik yang menarik minat penonton untuk ikut berwisata berkeliling Indonesia.

Sedangkan hasil penelitian analisis deskriptif data penelitian variabel Minat Berwisata Keliling Indonesia (Y) melalui kuisioner menunjukkan persepsi responden setelah dihitung nilai rata-rata masing-masing pernyataan dalam minat berwisata keliling Indonesia berada pada kategori baik.

Berdasarkan interpretasi skor diperoleh nilai rata-rata adalah 62,7% yang berarti bahwa program tayangan Para Petualang Cantik telah menarik minat mahasiswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung untuk berwisata keliling Indonesia.

Selanjutnya berkaitan dengan pengaruh tayangan Para Petualang Cantik terhadap minat berwisata keliling Indonesia ditinjau dari analisis koefisien korelasi, diperoleh hasil yang menunjukkan hubungan yang kuat antara tayangan Para Petualang Cantik dengan minat berwisata keliling Indonesia mahasiswa Jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

Adapun tayangan Para Petualang Cantik secara signifikan berpengaruh terhadap Minat Berwisata Keliling Indonesia mahasiswa Jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung, dan tentunya program ini telah memberikan informasi yang dipercaya kepada masyarakat yang akan berwisata keliling Indonesia untuk melihat lokasi-lokasi wisata yang memiliki keindahan alam yang mempesona.

Berdasarkan uji hipotesis H_0 dan hipotesis alternatif H_a yang menggunakan uji Z, diperoleh nilai Z hitung lebih besar dari pada nilai Z tabel. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara tayangan Para Petualang Cantik pada program TV Trans 7 terhadap Minat Berwisata Keliling Indonesia dari mahasiswa Jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung.

Dengan demikian, setelah melalui analisis deskriptif data penelitian yang menggunakan interpretasi skor semua variabel tayangan Para Petualang Cantik (X) dan variabel Minat Berwisata Keliling Indonesia (Y) berada pada kriteria baik, perhitungan koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y telah menghasilkan nilai koefisien korelasi berada pada interval yang positif sangat

kuat, yang menyebabkan terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara tayangan Para Petualang Cantik (X) terhadap Minat Berwisata Keliling Indonesia. Disamping itu, berdasarkan uji hipotesis telah menghasilkan perhitungan Z hitung lebih besar dari Z tabel, sehingga terdapat hubungan yang signifikan antara tayangan Para Petualang cantik terhadap Minat Berwisata Keliling Indonesia. Berdasarkan analisis data, perhitungan koefisien korelasi, dan uji hipotesis, maka tayangan Para Petualang Cantik melalui program TV Trans 7 berpengaruh terhadap Minat Berwisata Keliling Indonesia bagi mahasiswa Jurusan Upaya Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung khususnya dalam penelitian ini sebagai responden, namun tidak menutup kemungkinan bagi masyarakat pada umumnya yang mengetahui informasi tayangan Para Petualang Cantik program TV Trans 7 berminat untuk berwisata keliling Indonesia melihat keindahan alam bersama wanita cantik.

D. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas menonton tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Bandung. Dengan koefisien korelasinya sebesar 0,997 sangat tinggi atau kuat sekali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat hubungan yang sangat kuat antara tayangan program TV Trans 7 Para Petualang Cantik hari Sabtu pukul 09.45 WIB terhadap minat berwisata keliling Indonesia.
2. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara isi pesan tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Bandung. Dengan koefisien korelasinya sebesar 0,997 sangat tinggi atau kuat sekali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat hubungan yang sangat kuat antara tayangan program TV Trans 7 Para Petualang Cantik hari Sabtu pukul 09.45 WIB terhadap minat berwisata keliling Indonesia
3. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara daya tarik tayangan Para Petualang Cantik Trans 7 dengan minat berwisata keliling Indonesia di kalangan mahasiswa jurusan usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Bandung. Dengan koefisien korelasinya sebesar 0,997 sangat tinggi atau kuat sekali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat hubungan yang sangat kuat antara tayangan program TV Trans 7 Para Petualang Cantik hari Sabtu pukul 09.45 WIB terhadap minat berwisata keliling Indonesia.

Daftar Pustaka

- Liliweri, Alo. 1997. *Dasar-dasar Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Palapah, M O dan Atang Syamsudin. 1983. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Dennis. 1997. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*. Bandung: Alumni.
- Afifuddin dan Saibani, Beni Ahmad. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Porter, Michael E. 2003. *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan. Kinerja Unggul*. Cetakan ke-8. Penerbit Erlangga
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers
- Ruslan, Rosady. 2003. *Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Smith, D Ronald. 2002. *Strategic Planning for Public Relations, second edition*. London: Sage Publication
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution S. 1992, *Metode Penelitian Naturallistik Kualitatif*: Bandung, Tarsito
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisa Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kountur, Ronny. 2009. *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM Press.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Airlangga.
- Setyosari, H. Punajia. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana.
- Sevilla, dkk, Consuelo G. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Singarimbun, Masri dan Efendi, Sofian(ed). 1995. *Metode Penelitian Survey*.

Jakarta: LP3IS

Sugiono. 2005. Statistik untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Usman, Husaini dan Akbar, Purnomo Setiady. 2001. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.

Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi V. Jakarta: PT. Rineka Cipta.