

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media massa merupakan media yang dapat digunakan untuk mempublikasikan sesuatu, baik itu informasi, berita, atau produk tertentu di khalayak luas. Penyajiannya dilakukan semenarik mungkin untuk menarik perhatian dari khalayak. Salah satu dari media massa itu adalah televisi. Televisi mengalami perkembangan secara dramatis, terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi program televisi kabel menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar televisi dirumah dengan menggunakan jaringan internet yang membuka tambahan saluran televisi bagi pemirsa (Sumantono,2012:32)

Televisi karena bentuknya yang dapat menampilkan gambar dan suara sekaligus, maka media yang satu ini dapat menarik perhatian masyarakat lebih banyak dari media lainnya, yang mana kemudiannya dapat mempengaruhi pikiran hingga perilaku khalayak pemirsanya. Kemampuan televisi melampaui media lain dalam menarik perhatian khalayak ditunjang oleh budaya masyarakat Indonesia yang lebih kuat dalam hal budaya lisan. Pengaruh televisi dalam menarik perhatian masyarakat, dapat kita lihat ketika televisi telah menguasai jarak sosial dan geografis. Acara-acara yang ditampilkan oleh media televisi lebih memiliki pengaruh dari pada

media lainnya seperti radio, surat kabar, majalah, ataupun tabloid (Darwanto 2007 :119).

Hal ini berkaitan dengan harga yang jauh lebih murah dan penggunaannya yang lebih mudah dari pada media lainnya. Terlepas dari pengaruh positif dan negatif yang dimilikinya, televisi sudah menjadi bagian dari keseharian masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi, berita, maupun hiburan dalam bentuk tontonan. Televisi menyajikan berbagai macam tayangan yang dikemas secara menarik dapat menyedot perhatian pemirsa. Tayangan seperti berita, reality show, talk show, infotainment dan berbagai bentuk acara lainnya dikemas sedemikian rupa guna menarik perhatian para pemirsa yang sesuai dengan selera dan kebutuhan para pemirsanya. Indonesia sebagai Negara kepulauan memiliki keanekaragaman alam yang memiliki potensi yang sangat besar untuk dijadikan sebagai objek wisata alam (Andi, 2006:12).

Hal ini memberikan ide atau gagasan untuk mengangkat wisata alam sebagai suatu topik yang menarik dalam penyayangan program televisi. Dimana wisata alam merupakan bentuk kegiatan yang memanfaatkan sumber alam dan tata lingkungan yang berupa hutan, gunung, sungai, laut, pantai, gua, ataupun suku budaya dan adat istiadat. Dengan banyaknya potensi alam yang ada di Indonesia, maka media merasa bahwa kekayaan alam Indonesia perlu diangkat sebagai suatu program yang menjual dimana pesan yang disampaikan dalam program tersebut adalah program informasi yang dapat menambah wawasan tentang alam Indonesia. Program wisata alam di televisi yang semakin banyak

bermunculan tidak lepas dari rasa ingin tahu manusia akan pendokumentasian kekayaan alam dengan melakukan eksplorasi ke berbagai tempat yang memiliki potensi alam (Effendi dan Praja, 1993 : 72)

Dari lingkup yang sederhana ini menjadikan manusia ingin lebih menambah wawasan dengan tidak hanya sekedar melakukan petualangan ataupun penjelajahan, melainkan melakukan sebuah ekspedisi yang penuh dengan tantangan. (Andi, 2006:12).

Program televisi yang menggambarkan petualangan kealam bebas merupakan salah satu cara memperoleh informasi dan wawasan ekspedisi alam. Hal seperti ini lah yang di tayangkan oleh stasiun TV swasta Trans 7 yang berkomitmen menyajikan tayangan berupa informasi dan hiburan yang menyajikan tayangan yang mengutamakan kecerdasan, ketajaman, kehangatan penuh hiburan serta kepribadian yang aktif salah satunya dengan menghadirkan program televisi jejak petualang yang berdasarkan atas laporan dari sebuah petualangan yang di dokumentasikan (Andi, 2006:13).

Program yang hadir pada setiap hari rabu pukul 15.00 WIB ini merupakan program dokumenter yang khusus dihadirkan bagi para petualang sejati. Sesuai namanya, Jejak petualang menayangkan perjalanan-perjalanan ke berbagai tempat yang penuh dengan ekspedisi petualangan yang penuh dengan tantangan. Keanekaragaman hayati, budaya, dan eksotika bawah laut merupakan kekayaan potensi alam nusantara. Program ini menyajikan pesona alam yang dikemas secara apik serta menghadirkan kedalam ruang keluarga pemirsa Trans7. Dipandu dengan

presenter wanita yang energik dan penuh semangat tanpa mengurangi sisi feminitas(Andi, 2006:14).

Sebagai salah satu segmen acara yang terlama di stasiun televisi ini, jejak petualang hadir sebagai tayangan dokumenter untuk memberikan nuansa dan pengalaman baru bagi pemirsa yang gemar melakukan petualangan ke alam bebas. Tayang sejak tahun 2003 ketika stasiun TV Trans 7 masih bernama TV 7, tak terhitung lagi berapa lokasi di wilayah Indonesia ini yang sudah dijamah oleh tim jejak petualang, mulai dari pantai, pegunungan, kawasan pedalaman, dan perut bumi(gua) sekali pun (Andi, 2006:15).

Program ini juga pernah beberapa kali mengadakan temu kumpul dengan komunitas pecinta alam, seperti yang digelar dalam kegiatan Jambore Jejak Petualang di Jawa Barat, dan terakhir dilaksanakan di kawasan Gunung Semeru, Jawa Timur pada tahun 2005. Program acara sejenis tayangan jejak petualang juga dihadirkan oleh stasiun televisi lain. Misalnya saja seperti tayangan nuansa 1000 pulau yang tayang di stasiun televisi TV One sejak tahun 2008, dan tayangan archipelago yang tayang pada stasiun televisi Metro TV. Tetapi tayangan jejak petualang adalah tayangan yang paling lama hadir dilayar kaca dan di hadirkan dengan presenter wanita membuat tayangan ini beda dan lebih unik dari tayangan lainnya. Indonesia yang terbentang dari Sabang sampai Merauke memiliki banyak potensi alam yang bagi orang-orang yang memiliki jiwa petualang akan menjadi wadah yang sangat menarik untuk memuaskan hasrat berpetualang mereka (Andi, 2006:16).

Dengan berpetualang, mereka akan menemukan banyak sekalipengalaman baru dan informasi mengenai keanekaragaman potensi alam serta budaya dari tempat yang mereka kunjungi. Namun demikian, masih banyak daerah di Indonesia yang belum dikenal bahkan oleh masyarakat Indonesia sendiri, tapi memiliki banyak potensi yang sangat unik dan menarik untuk dinikmati. Sehingga informasi yang dimiliki masyarakat Indonesia mengenai wilayah dan potensi alam Indonesia sangat minim. Untuk itulah tayangan jejak petualang mencoba merangkai acara menarik ini (Andi, 2006:17).

Tayangan jejak petualang adalah tayangan yang berdurasi 30 menit yang disajikan dengan sangat menarik sehingga pemirsa akan tetap tertarik menikmati setiap informasi yang disajikan. Program televisi wisata alam seperti jejak petualang ini muncul dengan berbagai kemasan sehingga dapat memberikan wacana tersendiri dan wawasan unik bagi pencintanya untuk mempunyai gambaran mengenai suatu program ekspedisi alam di televisi, misalnya sebagai referensi untuk melakukan kegiatan di alam. (Andi, 2006:18).

SMA Negeri 9 Pekanbaru adalah salah satu Sekolah Menengah Atas yang berada di Jalan Semeru No.12 Kota Pekanbaru Provinsi Riau., sekolah ini telah dibenahi dengan berbagai fasilitas yang dapat menunjang prestasi sekolah secara keseluruhan dan siswa secara pribadi. Salah satunya adalah pelengkapan laboratorium belajar siswa mulai dari laboratorium IPA, laboratorium kimia, laboratorium bahasa, laboratorium komputer, laboratorium multimedia, perpustakaan serta jaringan wifi di seluruh lokasi sekolah sehingga siswa diharapkan bisa dengan

mudah mendapatkan tambahan materi dalam mendukung proses belajar-mengajar di sekolah. Agar menghasilkan siswa-siswa yang lebih berkompentensi SMA Negeri 9 Pekanbaru juga memiliki berbagai ekstrakurikuler yang menjadi wadah siswa dalam mengembangkan bakat dan minat siswa diantaranya adalah siswa pencinta alam (SISPALA) dimana sispala ini merupakan wadah disekolah untuk siswa menyalurkan bakatnya berpetualang, dimana dalam setiap minggunya mereka latihan berkemah dilokasi yang ditentukan pengurus dan setiap bulan mereka akan melakukan petualang di daerah yang ada di Provinsi Riau.

Siswa SMA Negeri 9 Pekanbaru dipilih menjadi responden karena menurut peneliti siswa SMA Negeri 9 Pekanbaru mempunyai ekstrakurikuler SISPALA merupakan khalayak yang memiliki minat berpetualang dan membutuhkan informasi mengenai alam Indonesia dan berbagai potensi yang dimilikinya. Selain itu, sebagai siswa yang berada dalam lingkungan sekolah rintisan bertaraf internasional mereka dianggap memiliki daya analisis yang lebih responsif dalam menentukan sikap dengan apa yang ada disekitarnya.

Penelitian ini akan dilakukan dengan cara memilih sampel yang mewakili populasi dan menyebarkan kuesioner. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti Pengaruh Tayangan Jejak Petualang di Trans 7 terhadap minat berpetualang siswa SMA Negeri 9 Pekanbaru

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagaiberikut: **PENGARUH TAYANGAN JEJAK**

PETUALANG DITRANS7 TERHADAP MINAT BERPETUALANG SISWA SMAN 9 PEKANBARU.

B. Alasan Pemilihan Judul

Yang menjadi alasan, mengapa penulis mengambil judul penelitian tersebut adalah :

1. Karena acara ini sangat bagus untuk ditonton karena program yang bersifat hiburan tetapi bersifat mendidik
2. Judul ini mempunyai hubungan dengan jurusan penulis, yaitu Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting
3. Judul ini sangat menarik, dan sepengetahuan penulis judul ini belum ada yang meneliti

C. Penegasan Istilah

1. Pengaruh

Menurut Kamus Bahasa Indonesia Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan atau perbuatan seseorang (kamus terbaru Bahasa Indonesia, 2008 : 505)

2. Jejak Petualang

Jejak petualang adalah tayangan yang berdurasi 30 menit yang disajikan dengan sangat menarik sehingga pemirsa akan tetap tertarik menikmati setiap informasi yang disajikan. (<http://www.trans7.co.id>)

3. Program Acara

Menurut Sutisno (1993:9), Program Televisi adalah bahan yang telah di susun dalam suatu format sajian dengan unsur audio yang secara teknik telah memenuhi layak siar dan telah memenuhi standar estetik dan aristik.

4. Minat

Minat adalah suatu gejala Psikis atau jiwa yang sangat berkaitan dengan objek atau aktivitas terhadap perasaan senang pada suatu individu. Menurut Slameto minat adalah suatu rasa ketertarikan yang lebih pada suatu hal atau aktiifitas tanpa ada menyerah. (Djamar, 2002:157).

5. Siswa-siswi adalah murid (kamus terbaru Bahasa Indonesia, 2008 : 600)

6. SISPALA SMAN 9 Pekanbaru adalah suatu wadah atau tempat dimana murid-murid melakukan suatu kegiatan berpetualang di daerah yang ada di Riau

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi adalah suatu proses penelitian yang boleh dikatakan paling penting diantara proses lain. Masalah penelitian akan menentukan kualitas dari penelitian, bahkan juga menentukan apakah sebuah kegiatan bias disebut penelitian atau tidak. Masalah penelitian secara umum bias kita temukan lewat studi literature atau lewat pengamatan lapangan (angkert,obervasi dan sebagainya) (admin,2008).

Adapun Masalahnya yaitu :

- a. Bagaimana Intentisitas menonton SISPALA SMA 9 Pekanbaru terhadap acara jejak petualang.

b Bagaimana Pengaruh acara jejak petualang terhadap minat petualang SISPALA SMA 9 Pekanbaru.

2. Pembatasan masalah

Berdasarkan masalah diatas begitu luas, maka penulis membatasi permasalahan yaitu mengenai Pengaruh Tayangan Jejak Petualang di Trans7 terhadap minat berpetualang Sispala SMA 9 Pekanbaru

3. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Pengaruh tayangan Jejak Petualang Trans7 terhadap Minat Berpetualang SISPALA SMA 9 Pekanbaru

E. Tujuan dan manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh tayangan jejak petualang trans 7 terhadap minat berpetualang siswa SMA 9 Pekanbaru

2. Manfaat Penelitian

a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis mengenai tayangan jejak petualang dan minat berpertualang siswa.

b. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya bahan penelitian dan sumber bacaan.

- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran kepada praktisi pertelevisian dan pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan yang berkenaan dengan penelitian ini.

F. Kerangka Teori dan Konsep Operasional

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalah. Untuk itu, perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari mana sudut pandang penelitian akan disoroti. (Nanawi, 2001 : 39).

1. Kerangka Teori

Pada bagian ini akan disajikan kerangka Teoritis dan Konsep Operasional yang nantinya akan menjadi tolak ukur dalam penelitian dan penulisan hasil penelitian. Kerangka Teoritis disajikan menurut Teori-teori dengan tujuan untuk memudahkan menjawab pertanyaan yang menjadi permasalahan dalam penelitian secara teoritis. Dengan kerangka Teoritis inilah, Konsep Operasional di rumuskan untuk mempermudah pelaksanaan penelitian di lapangan.

a. Uses & Gratification

Teori ini mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya. Penganut teori ini meyakini bahwa individu sebagai makhluk supra-rasional dan sangat selektif. Menurut para pendirinya, Elihu Katz; Jay G. Blumler; dan Michael Gurevitch (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1984), uses and gratifications meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber

lain , yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Perkembangan teori Uses and Gratification Media dibedakan dalam tiga fase (dalam Rosengren dkk., 1974), yaitu:

- a) Fase pertama ditandai oleh Elihu Katz dan Blumler (1974) memberikan deskripsi tentang orientasi subgroup audiens untuk memilih dari ragam isi media. Dalam fase ini masih terdapat kelemahan metodologis dan konseptual dalam meneliti orientasi audiens.
- b) Fase kedua, Elihu Katz dan Blumler menawarkan operasionalisasi variabel-variabel sosial dan psikologis yang diperkirakan memberi pengaruh terhadap perbedaan pola-pola konsumsi media. Fase ini juga menandai dimulainya perhatian pada tipologi penelitian gratifikasi media.
- c) Fase ketiga, ditandai adanya usaha menggunakan data gratifikasi untuk menjelaskan cara lain dalam proses komunikasi, dimana harapan dan motif audiens mungkin berhubungan.

Kristalisasi dari gagasan, anggapan, temuan penelitian tentang Uses and Gratification Media mengatakan, bahwa kebutuhan social dan psikologis menggerakkan harapan pada media massa atau sumber lain yang membimbing pada perbedaan pola-pola terpaan media dalam menghasilkan pemuasan kebutuhan dan konsekuensi lain yang sebagian besar mungkin tidak sengaja.

Elihu Katz; Jay G. Blumler; dan Michael Gurevitch (dalam Baran dan Davis, 2000) menguraikan lima elemen atau asumsi-asumsi dasar dari Uses and Gratification Media sebagai berikut:

- 1) Audiens adalah aktif, dan penggunaan media berorientasi pada tujuan.
- 2) Inisiatif yang menghubungkan antara kebutuhan kepuasan dan pilihan media spesifik terletak di tangan audiens
- 3) Media bersaing dengan sumber-sumber lain dalam upaya memuaskan kebutuhan audiens
- 4) Orang-orang mempunyai kesadaran-diri yang memadai berkenaan penggunaan media, kepentingan dan motivasinya yang menjadi bukti bagi peneliti tentang gambaran keakuratan penggunaan itu.
- 5) Nilai pertimbangan seputar keperluan audiens tentang media spesifik atau isi harus dibentuk.

Tayangan jejak petualang adalah tayangan yang berdurasi 30 menit yang disajikan dengan sangat menarik sehingga pemirsa akan tetap tertarik menikmati setia informasi yang disajikan. Program televisi wisata alam seperti jejak petualang ini muncul dengan berbagai kemasan sehingga dapat memberikan wacana tersendiri dan wawasan unik bagi pencintanya untuk mempunyai gambaran mengenai suatu program ekspedisi alam di televisi, misalnya sebagai referensi untuk melakukan kegiatan di alam. (Chairil Andi, 2006).

b. Pengaruh Televisi

Pengaruh dalam tinjauan psikologi adalah daya yang ada atau timbul dari (sesuatu orang, atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang (Depdikbud, 1995: 84). Saat sekarang ini, penyebaran informasi dan pengiriman pesan-pesan sudah semakin mudah yaitu salah satunya dengan pesawat televisi. Jadi dalam hal ini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwasanya televisi merupakan gudang informasi dan suatu wadah tempat pembelajaran bagi manusia yang juga penanaman nilai yang terus-menerus.

Pengaruh atau efek menurut Stuart yaitu perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. (Hafied, 2001 : 184)

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Menurut R. Mar'at dari UNPAD, acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan para penonton ini adalah hal yang wajar, sebab salah satu pengaruh psikologis dari televisi seakan-akan menghipnotis penonton sehingga mereka seolah-olah terhanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang dihadirkan televisi. Peniruan yang sering kali dipermasalahakan, yakni peniruan yang negatif kenyataan televisi tidak selalu menimbulkan pengaruh peniruan yang negatif, tidak jarang juga yang positif.

1. Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa, merujuk pada pendapat Tan dan Wright, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak,

bertempat tinggal yang jauh(terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu (Ardianto, 2004 :3). Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2004:3), yakni “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang”. Dari defenisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa (mass communication) adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan siklus dari komunikasi media massa (mass media communication). Mereka membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi (Effendy, 1986 : 20).

2. Fungsi Komunikasi Massa

Ada beberapa fungsi komunikasi massa (Nurudin, 2009, 66-90) yaitu :

- a) Informasi
- b) Hiburan
- c) Persuasi
- d) Tranmisi budaya
- e) Mendorong kohesi sosial
- f) Pengawasan
- g) Korelasi
- h) Pewarisan sosial
- i) Melawan kekuasaan dan kekuatan represif

j) Menggugat hubungan trikonomi

3. Efek Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan suatu kegiatan penyampaian pesan dari seseorang komunikator kepada komunikan dimana komunikan akan memberikan umpan balik kepada komunikator sebagai umpan balik atau tanggapan dari pesan yang diterimanya. Komunikasi dapat berupa komunikasi internal dan eksternal, komunikasi internal merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan sebuah individu terhadap dirinya sendiri mengenai apa yang hendak dilakukan. Sedangkan komunikasi eksternal merupakan komunikasi seorang individu dengan orang lain seperti halnya percakapan yang kita lakukan sehari-hari.

Disisi lain terdapat juga sebuah komunikasi yang disebut dengan komunikasi massa yakni sebuah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak dengan menggunakan media massa atau dapat juga komunikasi secara langsung seperti halnya pada acara seminar-seminar atau diskusi panel. Komunikasi massa tidak memberi dampak yang positif dalam penerimaan sebuah pesan tapi kadang juga menimbulkan efek pada kognitif, afektif, dan behavioristik.

4. Pengertian Televisi

Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa Perkembangan teknologi melahirkan suatu media baru yang dapat menyajikan informasi secara cepat kepada masyarakat yaitu televisi. Televisi sebagai alat menangkap siaran dan gambar. Televisi berasal dari kata tele ; tampak dan vision; jauh atau digabungkan menjadi

satu makna yang berarti “jauh dan tampak” atau dengan kata lain televisi merupakan suatu alat untuk “melihat dari jarak jauh”.

Menurut Effendy (1986 : 21) yang dimaksud dengan televisi adalah siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah. Komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan serempak dalam komunikannya yang heterogen. Televisi merupakan salah satu dari sejumlah media massa yang ada sekarang ini. Dimana media massa yang satu ini memiliki daya tarik yang cukup kuat dibandingkan dengan media massa lainnya. Disebabkan adanya unsur kata-kata, musik, serta sound effect media televisi mampu menarik perhatian khalayak lebih baik.

Televisi sebagai media komunikasi massa, secara umum memiliki lima fungsi utama, yaitu:

- a) Pendidikan,
- b) Hiburan,
- c) Penerangan/Informasi,
- d) Iklan, dan
- e) Seleksi.

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering memperoleh berbagai pengalaman. Hal ini dikenakan terintegrasinya kelima indera yang dimiliki, tetapi dengan menonton audiovisual, akan mendapatkan 10% dari informasi yang diperoleh

sebelumnya. Ini sebagai akibat timbulnya pengalaman tiruan (Stimulate Experience) dari media audiovisual tersebut (Darwanto 2007 :119).

Darwanto juga mengemukakan, dalam kaitannya terhadap peningkatan pengetahuan, suatu tayangan televisi hendaknya memperhatikan beberapa hal, antara lain:

- a) Frekuensi menonton. Melalui frekuensi menonton komunikasi, dapat dilihat pengaruh tayangan terhadap pengetahuan komunikasi.
- b) Waktu penayangan. Apakah waktu penayangan suatu acara sudah tepat atau sesuai dengan sasaran komunikasi yang dituju. Misalnya tayangan yang dikhususkan bagi pelajar, hendaknya ditayangkan pada jam setelah kegiatan belajar di sekolah usai.
- c) Kemasan acara. Agar mampu menarik perhatian pemirsa yang menjadi sasaran komunikannya, suatu tayangan harus dikemas dan ditampilkan secara menarik.
- d) Gaya penampilan pesan. Dalam menyampaikan pesan dari suatu tayangan, apakah host atau pembawa acara sudah cukup komunikatif dan menarik, sehingga dapat menghindari rasa jenuh pemirsanya dan juga memahami pesan yang disampaikan.
- e) Pemahaman pesan. Apakah komunikasi dapat mengerti dan memahami setiap materi atau pesan yang disampaikan oleh suatu tayangan.

Program Tayangan Acara Televisi Wahyudi mengemukakan secara umum siaran televisi dapat dibagi menjadi 2 golongan besar (Wahyudi 1986 : 215), yaitu

a) Siaran Berita

Siaran berita bertitik tolak dari pengertian berita. Bila kita berbicara tentang berita, berarti harus mengandung unsur-unsur:

- a) Aktual, atau baru, yang berarti mengandung makna kecepatan
- b) Faktual, atau fakta/kenyataan, yang berarti tidak boleh berbohong.
- c) Penting dan menarik.

b) Siaran Non Berita

Siaran Non-Berita biasanya siaran-siaran yang tidak memiliki nilai politik dan strategis. Disini yang diutamakan adalah keindahan dan sasarannya adalah kepuasan penonton. Boleh tidak faktual, artinya boleh sesuatu yang tidak masuk di akal. Yang termasuk dalam kategori siaran. televisi non berita adalah :

- 1) Sandiwara
- 2) Musik
- 3) Penerangan umum
- 4) Acara-acara yang tidak mempunyai nilai politis dan strategis.
- 5) Siaran Iklan

5. Dampak Televisi Bagi Pemirsa

Televisi merupakan sala satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Akan tetapi, dengan kehadiran media televisi pada masyarakat mempunyai arti yang sangat penting. Sebagaimana kita ketahui bahwa televisi merupakan sebagai alat informasi, hiburan, control sosial dan penghubung wilayah

secara geografis.

Bersamaan berjalannya proses penyampaian isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda-beda menurut visi pemirsa. Serta dampak yang ditimbulkan juga beraneka macam.

Hal ini terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap isi pesan acara televisi berkaitan erat dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton televisi. Dengan demikian apa yang asumsikan televisi sebagai suatu acara yang penting untuk di sajikan bagi pemirsa, belum tentu penting bagi khalayak.

Berdasarkan hal itulah maka timbul pendapat pro dan kontra terhadap dampak acara televisi (efek) yaitu:

- a) Acara televisi dapat mengancam nilai-nilai sosial yang ada dalam masyarakat.
- b) Acara televisi dapat menguatkan nilai-nilai sosial yang ada dalam masyarakat.
- c) Acara televisi akan membentuk nilai-nilai sosial baru dalam kehidupan masyarakat.

Pemirsa televisi tidak perlu berikir dalam menangkap isi pesan, cukup menonton acara tersebut. Lain halnya dengan surat kabar. Selain dari tiga hal diatas, ada beberapa dampak yang sangat kuat di timbulkan televisi terhadap pemirsanya:\

- a) Dampak kognitif, yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan di televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.
- b) Dampak peniruan, yaitu pemirsa dihadapkan pada terdiri actual yang

ditayangkan televisi. Sebagai contoh, model pakaian, model rambut bintang televisi yang kemudian digandrungi atau secara fisik.

- c) Dampak perilaku, yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari (Wawan Kuswandi, 1996: 98-100)

6. Minat

a) Definisi Minat

Minat adalah suatu gejala Psikis atau jiwa yang sangat berkaitan dengan objek atau aktivitas terhadap perasaan senang pada suatu individu. Menurut Slameto minat adalah suatu rasa ketertarikan yang lebih pada suatu hal atau aktiifitas tanpa ada menyerah. Minat pada dasarnya adalah ketertarikan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat pada sesuatu, (Djamar, 2002:157).

Minat Menurut Cangara (2002 : 65) minat berarti perhatian, rasa suka/senang, rasa tertarik atau hasrat terhadap suatu keinginan. Menurut Effendy (2000 : 103) minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan tindakan yang diharapkan. Minat ialah suatu keadaan dalam diri Individu yang mampu mengarahkan perhatiannya untuk objek tertentu yang dianggap penting yang mampu mendorong mereka untuk cenderung mencari objek yang disenangi tersebut, adapun ciri-ciri minat dapat dilihat dari uraian tersebut yaitu :

- 1) Minat timbul dari perhatian terhadap subjek
- 2) Setiap orang mempunyai kesukaan terhadap objek yang diminati.
- 3) Minat memunculkan kecenderungan hati untuk mencari objek yang disenangi
- 4) Minat ditunjukkan dalam bentuk hasrat melakukan sesuatu kegiatan.

Bila dikaitkan dengan penelitian ini maka minat adalah sikap yang timbul dalam diri pemirsa setelah mereka mengetahui atau menonton tayangan Jejak Petualang tersebut.

Jadi, minat adalah suatu kemauan yang didorong dengan kekuatan dari dalam yang mempunyai tujuan tertentu dan berlangsung secara tak sadar, (Abu Ahmadi, 2004 : 20).

b) Minat terbagi menjadi 3 aspek, yaitu: (Hurlock, 1995 : 117)

1) Aspek Kognitif

Berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah dipelajari baik di rumah, sekolah dan masyarakat serta dan berbagai jenis media massa.

2) Aspek Afektif

Konsep yang membangun aspek kognitif, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting yaitu orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.

3) Aspek Psikomotor

Berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi, urutannya tepat. Namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun ini semua berjalan lambat.

c) Macam minat

Minat dibedakan menjadi 2 yaitu: (Witherington, 1999 : 26)

1) Minat primitive

Disebut pula minat biologis, yaitu minat yang berkisar soal makanan dan kebebasan aktifitas.

2) Minat cultural

Disebut juga minat sosial yaitu minat yang berasal dari perbuatan yang lebih tinggi tarafnya.

d) Kriteria Minat

Menurut Nursalam (2003), minat seseorang dapat digolongkan menjadi :

1) Rendah ;

Jika seseorang tidak menginginkan obyek minat

2) Sedang ;

Jika seseorang menginginkan obyek minat akan tetapi tidak dalam waktu segera.

3) Tinggi ;

Jika seseorang sangat menginginkan obyek minat dalam waktu segera.

e) Proses Timbulnya Minat

Minat merupakan hal yang terpenting pada diri kita, karena dengan adanya minat yang tertanam di hati untuk menyenangkan akan sesuatu Objek. Minat yang ada pada diri kita tidak terjadi, apabila tidak ada yang mendorongnya. Menurut Sujantodalam bukunya (1986:92), proses timbulnya minat pada diri kita antara lain :

1) Adanya Kemauan

Kemauan merupakan dorongan yang memiliki tujuan untuk dapat dikendalikan dan oleh akal budi.

2) Adanya Lingkungan

Lingkungan merupakan hal yang dapat menimbulkan minat, karena lingkungan merupakan tempat tinggal untuk melakukan kegiatan sosial.

3) Adanya Bakat

Setiap individu menyukai dan menyenangkan akan sesuatu hal, karena adanya bakat di dalam diri untuk dikembangkan.

4) Hal-hal Yang Mempengaruhi Minat

Minat seseorang yang terjadi disekitar dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor, baik itu factor dari dalam maupun factor dari luar pada setiap individu. Menurut Rahmat (2004:52) dalam bukunya menjelaskan bahwa factor-faktor internal yang meliputi kemauan, sosiopsikologi, kebiasaan dan sikap. Sedangkan factor eksternal yang meliputi factor lingkungan, waktu dan intensitas gambar.

5) Cara Menimbulkan Minat.

Minat dapat ditimbulkan dengan cara: (Effendi dan Praja, 1993 : 72)

- (a) Membangkitkan suatu kebutuhan.
- (b) Menghubungkan dengan pengalaman yang lampau.
- (c) Memberikan kesempatan untuk mendapat hasil yang lebih baik.

7. Remaja

a) Defenisi Remaja

Remaja berasal dari kata latin yaitu adolensence yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah adolensence mempunyai arti yang lebih luas lagi mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik. (Andi Malpiare, 1982 : 131). Remaja sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi juga tidak golongan dewasa atau tua.

b) Ciri-ciri Remaja

(Andi Malpire,1982:82), merangkum Hurlock dan Sujanto mengenai ciri ciri ramaja, antara lain :

- 1) Mulai mencari identitas diri melalui penggunaan simbol status seperti menggunakan simbol status dalam bentuk mobil, pakaian, dan pemilikan barang-barang lain yang mudah terlihat.
- 2) Bersifat ambivalen (keadaan perasaan yang bertentangan; perasaan

mencintai sekaligus membenci) terhadap setiap perubahan sehingga pendiriannya tidak kuat.

- 3) Meningginya emosi, yang identitasnya bergantung pada tingkat perubahan fisik dan psikologis yang terjadi sehingga mudah untuk dipengaruhi.
- 4) Munculnya rasa takut tidak diterima teman sebaya jika tidak berpenampilan sama dengan teman-teman yang lainnya.
- 5) Memiliki sifat ingin tahu terhadap informasi yang diterima sehingga selalu ingin mencoba sesuatu yang baru.
- 6) Mulai mencari identitas diri yang ditunjukkan dalam berpakaian, berbicara, dan memiliki tokoh yang di idolakan.
- 7) Mulai tahu menghias diri dan menggunakan berbagai aksesoris yang dapat menimbulkan kepercayaan diri.

Terlepas dari ciri-ciri tersebut, pada dasarnya remaja telah memiliki kemampuan untuk menyerap informasi yang diterimanya dari televisi. Namun proses penerimaan tersebut berlangsung tanpa kontrol diri yang baik.

c) Sifat Remaja

- 1) Sadar diri
- 2) Cinta untuk mengeksplorasi dan mencoba hal-hal baru
- 3) Menunjukkan perubahan suasana hati tiba-tiba
- 4) Tidak ingin orang tua mereka untuk ikut campur pada gaya rambut mereka, dll
- 5) Lebih suka melakukan hal-hal sendiri

- 6) Menuntut kemerdekaan
- 7) Menjadi tertarik lawan jenis
- 8) Egois

d) Karakteristik Remaja

1) Remaja Awal (Andi Malpiare, 1982 : 35) 13-15 tahun

Waktu ini sekarang adalah cepatnya pertumbuhan yang sering membawa kejanggalan, memperlihatkan kurangnya koordinasi antara pikiran dan badan. Hal ini juga memberikan rasa malu pada anak-anak muda karena organ-organ tubuh tertentu, seperti hidung, mulut dan kaki bertumbuh lebih cepat dari anggota tubuh yang lain.

Usia untuk bergelombol sekarang mencapai puncaknya dan mulai surut digantikan oleh ketertarikan kepada lawan jenis dan disertai perasaan malu pada periode ini.

Perkembangan mental telah membuat peganganyang pasti menyebabkan remaja lebih kritis dari pada yakin seperti pada waktu sebelumnya. Mereka mempunyai waktu yang lebih banyak untuk berkhayal dan memikirkan tentang masa depannya dan akan apa yang akan dikerjakannya nanti. Mereka benar-benar tidak mementingkan diri sendiri dan tertantang untuk melakukan hal-hal yang berguna dimuka bumi ini.

2) Pertengahan Remaja 16-17 Tahun

Pertumbuhan berlanjut dengan cepat, anak muda dalam banyak hal mencapai ketinggian fisiknya pada akhir periode usia ini. Dimana pada

waktu yang lalu anak-anak ini telah melalui satu periode dimana mereka mencari jati diri, remaja sekarang mulai untuk mengembangkan rasa individualitasnya dan menjadi seorang yang mempunyai keputusannya sendiri.

3) Remaja Akhir 18-24 Tahun

Secar fisik, ini adalah waktu yang lambat untuk tumbuh, pertumbuhan yang terlambat pada bagian yang lain akan menyesuaikan dengan bagian yang lain. Kepribadian muncul dan karakter menjadi tetap. Rasa memerlukan orang lain sekarang menemukan jalan keluarnya, tidak dalam grup-grup atau kelompok-kelompok tetapi dalam satu klub, kelompok persaudaraan dan tempat satu rumah.

Keraguan apapun akan berhubungan dengan keagamaan yang juga dipikirkan dan suatu dasar yang memuakan dalam penemuan iman atau ini adalah penolakan terhadap barang peninggalan pada masa lalu, dengan kekecewaan yang menghasilkan sinisme. Ketertarikan pada lawan jenis telah menemukan pemecahannya melalui cinta dan rumah tangga dan membangun sebuah rumah tangga.

2. Konsep Operasional

Kerangka konsep Kerangka sebagai hasil pemikiran yang rasional merupakan uraian yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang dicapai dalam mengantar penelitian pada rumusan hipotesis (Nanawi, 1995 : 33).

Konsep adalah penggambaran secara tepat fenomena yang hendak diteliti

yakni istilah dan defenisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Dalam pengertian ilmiah, konsep harus memiliki kriteria yang tepat dalam menjelaskan variabel penelitian (Burgin, 2005 : 58). Agar konsep-konsep tersebut dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan dengan mengubahnya menjadi varibel. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya (Kriyanto, 2008 : 21). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah tayangan jejak petualang di trans 7.

b) Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Kriyanto, 2008 : 21). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat berpetualang siswa.

Model teoritis Model teoritis merupakan paradigma yang mentransformasikan permasalahan terkait atau dengan lainnya. Variabel-variabel yang telah dikelompokkan dalam kerangka konsep akan dibentuk menjadi suatu model teoritis sebagai berikut :

Definisi variabel operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya untuk mengukur suatu variable (Singarimbun, 1995 : 46). Definisi variabel operasional dalam penelitian ini adalah :

a) Variabel bebas (X) tayangan jejak petualang di trans 7

- 1) Pembawa acara : orang yang berperan sebagai komunikator dalam tayangan jejak petualang. Yang dilihat adalah penampilan, cara berbicara, dan tata bahasa yang digunakan pembawa acara.
- 2) Materi acara : isi acara sebagai pesan dalam tayangan jejak petualang yang disampaikan kepada komunikan.
- 3) Waktu tayang : waktu dan durasi tayangan jejak petualang yang dihadirkan lewat televisi.
- 4) Daerah-daerah yang dikunjungi : Daerah-daerah unik dan menarik yang dikunjungi tim jejak petualang.

b) Variabel terikat (Y) minat berpetualang siswa

- 1) Perhatian : SISPALA SMA Negeri 9 sebagai responden ketika mengakses, melihat dan mengetahui berpetualang
- 2) Pengertian : SISPALA SMA Negeri 9 Pekanbaru mengertimengenai pesan berpetualang
- 3) Penerimaan : SISPALA SMA Negeri 9 Pekanbaru terhadap pesan yang terkandung dalam berpetualang
- 4) Keinginan : SISPALA SMA Negeri 9 Pekanbaru keinginan untuk berpetualang

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Metode korelasional adalah metode yang berusaha menjelaskan suatu permasalahan atau gejala yang lebih khusus dalam menjelaskan antara dua objek. Metode penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa besar eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya 'hubungan tersebut (Kriyantono, Rahmat,2008:55)

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di SMA 9 Pekanbaru, tepatnya di Jalan Semeru no.9.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam Penelitian ini adalah SISPALA SMA 9 Pekanbaru, pengaruh jejak petualang terhadap minat siswa berpetualang

3. Populasi

a) Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek Penelitian apabilaann seseorang meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian maka, penelitiannya merupakan penelitian populasi (Suharsimi, 2006: 130).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa yang ikut Organisasi SISPALA SMAN 9 Pekanbaru . Berdasarkan data yang diperoleh pada saat pra penelitian, jumlah SISPALA SMA Negeri 9 yang terdaftar adalah 100 siswa.

4. Teknik Pengumpulan Data.

a) Angket

Angket, dengan teknik ini penulis menyebarkan lembaran kertas yang telah berisi pertanyaan mengacuh kepada penelitian. Angket disebarakan sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditetapkan.

b) Observasi

ObservasiSebuah penelitian, pengubahan ,pencatatan dan pengodean serangkaian dan suasana yang berkenaan dengan organisme sesuai dengan tujuan-tujuan empiris (Jalaludin Rakhmat;1998:183).

5. Teknik Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik koefisien korelasi dengan menggunakan beberapa cara:

a) Teknik analisis kualitas data

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,275. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas :

(a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,275) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

(b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,275) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) (Duwi Priyatno, 2008: 16).

2) Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk uji realibilitas digunakan Teknik Alpha Cronbach, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (reliable) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan ini, maka penulis membagi kedalam Lima BAB, setiap bab terdiri dari sub bab, antara lain :

BAB I

Merupakan bab Pendahuluan yang meliputi Latar Belakang, Alasan Pemilihan Judul, Penegasan Istilah, Permasalahan, Tujuan dan Kegunaan, Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional, Metode Penelitian.

BAB II

Tinjauan Umum Lokasi Penelitian, yang terdiri dari sejarah ringkas berdirinya Sekolah Menengah Atas (SMA) 9 Pekanbaru, keadaan guru, Murid dan Stafnya, sarana dan prasarana Sekolah.

BAB III

Penyajian Data yang disajikan untuk pertimbangan bahan untuk pembahasan lebih lanjut untuk bab selanjutnya.

BAB IV

Merupakan analisa data yang dipaparkan pada bab sebelumnya, di iringi dengan pertimbangan akademi dan berbagai literatur.

BAB V

Merupakan Bab Penutup dari keseluruhan Bab yang di tampilkan dan digambarkan dalam kesimpulan, saran dan daftar pustaka serta lampiran-lampiran lainnya.

