



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

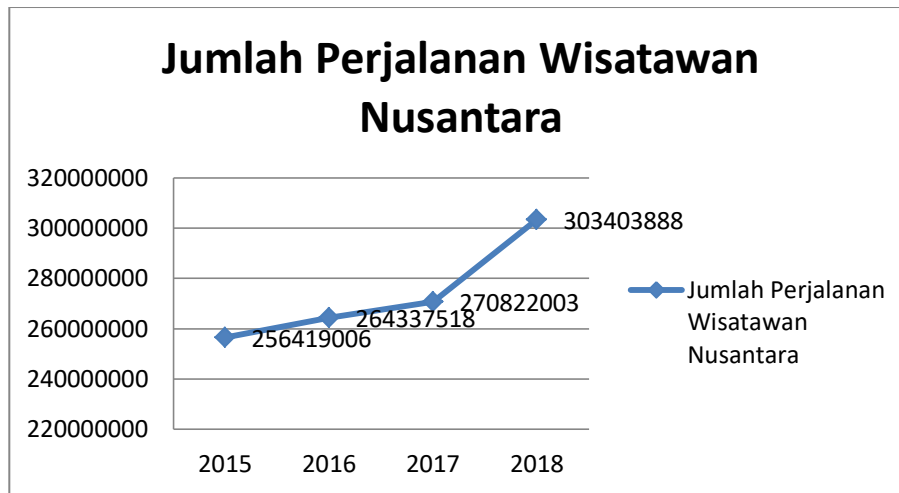
Indonesia memiliki tipe kelompok masyarakat yang berbeda, agama yang beraneka ragam, dan bahkan kuliner khas daerah. Semua dikarenakan Indonesia memiliki 700 suku bangsa di seluruh penjuru nusantara. Setiap suku yang ada di Indonesia memiliki budaya yang berbeda-beda dan menarik. Indonesia begitu kuat dalam menjaga keharmonisan budaya di negeri ini (Sonia, 2018, p. 1). Dengan keanekaragaman budaya tersebut menjadikan Indonesia salah satu destinasi wisata budaya.

Wisata memiliki pemaknaan yang penting dalam keseharian masyarakat. Wisata bisa diartikan sebagai sebuah perjalanan ke sebuah daerah yang disukai oleh individu-individunya. Wisata memiliki golongan, seperti wisata alam, wisata kuliner, wisata religi dan wisata budaya (Suriansyah, 2016, p. 1).

Wisata budaya merupakan jenis pariwisata yang maksud dan perjalanannya dalam rangka memperkaya informasi dan menambah pengetahuan tentang negara-negara, di samping itu juga mendapat kepuasan, *entertainment* hasil kebudayaan suatu bangsa, seperti tradisi, tarian, musik, kuliner tradisional serta tata cara hidup (*the way of life*) masyarakat setempat (Salah, 1992, p. 42).

Pada tabel 1.1 menjelaskan selama periode 2015-2018 jumlah perjalanan wisatawan nusantara menunjukkan peningkatan setiap tahunnya sebanyak 47 juta orang (Badan Pusat Statistik, 2018, p. 1).

Tabel 1.1 Grafik Perjalanan Wisatawan Nusantara



Sumber : Badan Pusat Statistik

Sedangkan pada tabel 1.2 menjelaskan kunjungan wisatawan nusantara ke luar negeri memiliki peningkatan sebanyak 2,3 juta orang pertahunnya. Peningkatan terjadi pada jumlah perjalanan wisatawan Indonesia ke luar negeri, kerana tren berlibur di luar negeri, terlebih jika faktor pendukungnya terus bertambah (Adiakurnia, 2018, p. 1).

Tabel 1.2 Grafik Perjalanan Wisatawan Indonesia ke Luar Negeri



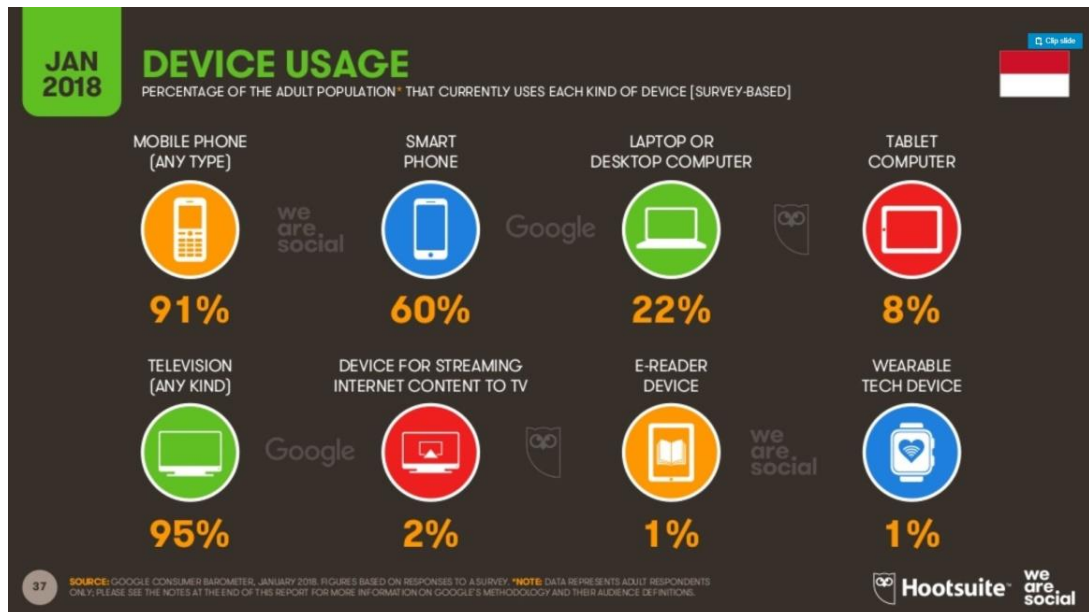
Sumber: Kompas.com

Beberapa faktor pendukung dalam peningkatan jumlah perjalanan wisatawan di Indonesia adalah ada pengaruh dari media massa. Rivers (2012) menjelaskan bahwa media bertugas memberikan informasi yang dapat meningkatkan kualitas manusia untuk mengembangkan struktur sosialnya (Rivers, 2012, p. 99). Contoh peran media dalam hal ini televisi dapat memberikan informasi mengenai budaya dan tempat wisata yang belum pernah dikunjungi dengan cara menonton acara seputar *traveling* di televisi dan melihat video pada Youtube.

Sedangkan menurut Effendy (2003), televisi mempunyai fungsi utama yang harus diperhatikan yaitu pemenuhan normatif, edukatif, rekreatif, dan sebagai sarana mensosialisasikan nilai-nilai atau kesepahaman. Namun jika dilihat kenyataannya saat ini, acara-acara televisi lebih kepada fungsi informatif dan rekreatif. Padahal fungsi edukatif merupakan fungsi yang sangat penting untuk disampaikan atau diinformasikan (Effendy, 2003, p. 17).

Televisi merupakan salah satu medium komunikasi massa yang menyampaikan pesan melalui audio dan visual secara bersamaan, sehingga penonton lebih mudah untuk menyerap informasi. Secara langsung atau tidak langsung tayangan televisi bisa mempengaruhi cara pikir, pengembangan wawasan dan pendapat umum. Karakteristik yang dimiliki oleh televisi yaitu mengutamakan gambar, mengutamakan kecepatan, bersifat sekilas, bersifat satu arah, dan memiliki jangkauan luas (Darwanto, 2007, p. 16).

Gambar 1.1 Persentase Penggunaan Perangkat Elektronik di Indonesia



Sumber: *We Are Social*

Menurut *website We Are Social*, penggunaan media elektronik terbesar adalah televisi sebagai media elektronik yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan persentase 95%. Dilanjutkan dengan *mobile phone* dengan persentase 91%, *smartphone* dengan persentase 60%, laptop dengan persentase 22% dan *tablet computer* dengan persentase 8% (Kemp, 2018, p. 37).

Salah satu program dokumenter televisi yang membahas tentang perjalanan budaya dan wisata dalam bentuk *feature* adalah program acara *Journey* di Metro Tv. *Journey* menjadi salah satu program acara yang mendapat penghargaan dan disukai oleh masyarakat di Metro Tv (Redaksi Metro TV, 2019).

Gambar 1.2 Logo *Journey*



Sumber: (Redaksi Metro TV, 2019)

Tayangan *Journey* adalah program Metro Tv yang memiliki unsur informasi dan sejarah. Tayangan ini mengangkat tema berpetualang ke tempat-tempat wisata dan sejarah budaya di Indonesia dan mancanegara. Khusus dalam program ini menjelaskan sejarah budaya yang belum dijajah atau belum diketahui oleh masyarakat (Redaksi Metro TV, 2019). Dari beberapa program acara *traveling* di televisi, program acara *Journey* di Metro Tv tidak hanya membahas destinasi wisata saja tetapi tayangan *Journey* menjelajah wisata budaya, kuliner dan pakaian khas di Indonesia dan mancanegara.

Tayangan *Journey* memperoleh penghargaan Anugerah Pewarta Wisata Indonesia (APWI). APWI merupakan kompetisi tulisan *feature* dan video *feature* untuk para pewarta yang diselenggarakan oleh kementerian pariwisata. Karya-karya yang akan diikutsertakan adalah karya yang harus ditayangkan di media massa baik di koran, majalah, *online*, blog, serta televisi sepanjang tahun tersebut.

Pada 11 desember 2017, *Journey* berhasil meraih penghargaan untuk kategori media televisi di APWI dengan judul *Surga Di Atas Tanah Flores*. Saat itu *Journey* menjelajahi wisata pesisir Flores dengan bumbu-bumbu sejarah yang diperoleh dari kota tersebut (Sabri, 2017, p. 1).

Gambar 1.3 Daftar Pemenang Anugerah Pewarta Wisata Indonesia 2017

Kategori Televisi

1. TV One - Dari Langit (*Mutiara di Batas Nusantara Morotai*)
2. Kompas TV - Jalan-Jalan! (*Labuan Bajo*)
3. Metro TV - Journey (*Surga Di Atas Tanah Flores*)
4. TV One - Coffee Break (*Pulau Komodo*)
5. CNN Indonesia TV - Inside Indonesia (*Danau Toba*)

Sumber: Bisniswisata.co.id

Sedangkan, pada 2018 *Journey* kembali memenangkan katagori yang sama dengan judul *Journey to Lasem Mutmainnah*. Dokumenter tersebut menjelaskan tempat wisata Lasem dan sejarah-sejarah kota Lasem (Sofia, 2018, p. 1).

Gambar 1.4 Daftar Pemenang Anugerah Pewarta Wisata Indonesia 2018

KATEGORI MEDIA TELEVISI

1. Journey: Metro TV – Journey to Lasem Mutmainnah
2. Tau Gak Sih: Trans 7 – Jaga Mata Jaga Hati – Okki Saputra
3. Let's Go: MNC TV – Hati Kecantol Pesona Misool – Jajang Dirajanaga
4. Jalan-jalan: Kompas TV – Pesona Bali Utara – Tia Noviana
5. Jejak Petualang Weekend: Trans 7 – Jelajah Pulau Naga – Rut Helga.[]

Sumber: Makassar.antaranews.com

Perkembangan teknologi membuat media menyajikan informasi mengenai tempat-tempat di berbagai pelosok negeri secara interaktif. Meskipun sekadar menonton acara televisi seputar *travel*, membaca majalah atau blog *travel*, dan melihat video-video *travel* di Youtube. Media memberikan masyarakat kesempatan untuk melihat dan merasakan tempat yang belum dikunjungi. Pada akhirnya, media berperan untuk memenuhi kebutuhan informasi manusia (Rivers, 2012, p. 99).

Perkembangan internet memengaruhi pengiriman informasi kepada setiap anggota masyarakat dengan cepat. Media elektronik yang sekarang juga memakai internet untuk melakukan pengiriman informasi melalui media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube.

Gambar 1.5 Persentase *Digital In Indonesia (We Are Social)*



Sumber: *We Are Social*

Menurut *We Are Social*, penggunaan internet mencapai 132,7 juta dari total populasi 265,4 juta. Pengguna aktif sosial media mencapai 130 juta. Sebesar 50 persen masyarakat Indonesia menggunakan internet dalam mengakses informasi (Kemp, 2018, p. 34).

Pada program acara *Journey*, Metro Tv melakukan konvergensi media melalui platform Youtube. Kanal Youtube *Journey* membuat penonton bisa melihat tempat-tempat wisata, budaya, kerajinan dan tarian di Indonesia dan mancanegara. Pemberitaan tersebut membuat penonton lebih mudah mendapat informasi tempat, akses, sejarah, budaya, dan tempat-tempat menarik di Indonesia dan mancanegara.

Dalam penelitian ini khalayak yang dimaksud adalah mahasiswa Jabodetabek. Ada kalanya mahasiswa lelah dan penat dalam melakukan aktivitas perkuliahan sehari-harinya, sehingga biasanya mereka memanfaatkan akhir pekan mereka dengan melakukan *traveling* dengan teman atau keluarga. Menurut Kurniawan (2012) mahasiswa berperan sebagai generasi penerus yang dianggap memiliki tingkat intelektual yang baik dan juga dianggap dewasa (Kurniawan, 2012, p. 127).

Aktivitas menonton dapat diartikan sebagai aktivitas yang tidak hanya menonton televisi saja melainkan penonton berpikir aktif untuk memilih, memakai dan juga menafsirkan tayangan-tayangan televisi tersebut (Darwanto, 2007, p. 121). Dengan demikian intensitas menonton merupakan seberapa sering seseorang memperhatikan sebuah tayangan untuk diamati dan ditafsirkan.

Dengan adanya intensitas menonton tayangan *Journey* diharapkan peneliti akan mengetahui sebuah minat untuk melakukan kegiatan wisata budaya.

Minat bisa diartikan sebagai rasa ketertarikan individu terhadap sesuatu hal atau aktivitas, tanpa adanya sebuah paksaan. Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minat tersebut (Slameto, 2015, p. 180).

Sedangkan wisata budaya yang dijelaskan Djoko Said Damardjati (2015), dapat diartikan sebagai sebuah perjalanan budaya yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan mengunjungi objek-objek hasil seni budaya seperti: adat istiadat, upacara agama, tata hidup masyarakat, peninggalan sejarah, dan kerajinan-kerajinan setempat (Damardjati, Djoko S, 2015, p. 1).

Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh intensitas menonton acara *Journey* Metro Tv dan kanal Youtube *Journey* terhadap minat wisata budaya di kalangan mahasiswa Jabodetabek.

1.2 Rumusan Masalah

Badan Pusat Statistik pada 2018 mengeluarkan laporan mengenai peningkatan jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara yang signifikan sejak 2015 hingga 2018 sejumlah 47 juta orang. Salah satu faktor pendukung dalam peningkatan jumlah wisatawan adalah program acara televisi. Televisi memiliki jenis program acara *feature*, salah satu program acara *feature* yang mendapatkan penghargaan yaitu *Journey* di Metro Tv. Di Indonesia persentase penonton

televisi dan Youtube menurut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) berada dalam rentang usia 15 hingga 24 tahun. Pada rentang usia tersebut peneliti memilih mahasiswa sebagai subjek penelitian karena dinilai memiliki tingkat intelektual yang tinggi dan kemampuan berpikir yang matang.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji apakah intensitas menonton program acara *Journey* di Metro Tv yang berisi perjalanan wisata budaya nusantara dan mancanegara berpengaruh pada meningkatnya minat wisata budaya di kalangan mahasiswa Jabodetabek.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis jelaskan di atas pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Seberapa tinggi intensitas menonton tayangan *Journey* Metro Tv dan *channel* Youtube *Journey* di kalangan mahasiswa Jabodetabek?
2. Seberapa tinggi minat berkunjung wisata budaya di kalangan mahasiswa Jabodetabek?
3. Apakah intensitas menonton tayangan *Journey* Metro Tv dan *channel* Youtube *Journey* berpengaruh terhadap minat berkunjung wisata budaya di kalangan mahasiswa Jabodetabek?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat intensitas menonton tayangan *Journey* di Metro Tv dan *channel* Youtube *Journey* di kalangan mahasiswa Jabodetabek.
2. Untuk mengetahui minat berkunjung wisata budaya di kalangan mahasiswa Jabodetabek.
3. Untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton tayangan *Journey* Metro Tv dan *channel* Youtube *Journey* terhadap minat berkunjung wisata budaya di kalangan mahasiswa Jabodetabek.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memperkaya penelitian bidang ilmu komunikasi yang mengkaji bagaimana teori S-O-R dapat diterapkan dalam menjelaskan dampak menonton program acara wisata budaya terhadap minat berwisata budaya pada mahasiswa Jabodetabek.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah rujukan kepada Metro Tv dan stasiun televisi lainnya dalam memproduksi atau mengadakan evaluasi dan masukan kepada program acara sejenisnya.

Selain itu, dapat berguna bagi pemerintah untuk meningkatkan tempat-tempat wisata berbudaya supaya diketahui oleh mahasiswa, masyarakat Indonesia dan mancanegara.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Peneliti memiliki keterbatasan yaitu: mahasiswa harus mengetahui program acara *Journey* di Metro Tv dan di *channel* Youtube *Journey*. Apabila mahasiswa hanya menonton satu media kuesioner tidak bisa dilanjutkan karena penelitian ini melihat dari dua media yaitu Metro Tv dan *channel* Youtube *Journey*.