

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Di era modern seperti saat ini, khalayak bisa secara aktif mencari dan memilih media tertentu untuk menghasilkan kepuasan. Sebagaimana yang dinyatakan teoritikus dalam teori *uses and gratification*, seseorang bisa aktif dikarenakan mereka mampu mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media demi tercapainya tujuan komunikasi (West & Turner, 2010: 101). Menurut Morissan (2015: 508), teori ini memfokuskan perhatian pada audiens sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan.

Inti dari teori *uses and gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu (Kriyantono, 2014: 208). Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Apabila motif khalayak terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi pula. Wardani (2014: 1) menyatakan bahwa pada dasarnya, kebutuhan individu dalam menonton berbeda antara satu individu dengan lainnya. Maka dari itu aktivitas audien untuk menonton memiliki tujuan kepuasan yang berbeda satu dengan yang lainnya.

Komunikasi massa dalam kehidupan manusia sehari-hari selalu digunakan. Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet (Suryawati, 2011: 37). Media

massa sendiri dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu media cetak, media elektronik, dan media *online*. Media elektronik memiliki kekhususan karena digunakannya dukungan elektronik dan teknologi yang menjadikannya sebagai kekuatan. Kelebihan media elektronik yang lainnya adalah sifatnya yang *real time*. Televisi merupakan salah satu bentuk dari media elektronik. Televisi memiliki karakteristik sebagai media massa yang beroperasi secara linier atau satu arah (Oramahi, 2015: 7). Umpan balik (*feedback*) tidak dapat diperoleh seketika.

Masih banyak siaran-siaran TV di Indonesia yang memiliki nilai di bawah standar. Komisi Penyiaran Indonesia (2017) menetapkan nilai minimal berkuatitasnya sebuah program dengan nilai minimal 3.00. Berdasarkan survei Indeks Kualitas Program yang telah dilakukan oleh KPI bersama Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, serta 12 Perguruan Tinggi di Indonesia pada 2017 lalu, dinyatakan ada 4 kategori program yang dinilai berkualitas. Program wisata budaya mendapat nilai tertinggi dengan indeks 3.25, urutan kedua diperoleh program religi dengan indeks 3.11, program *talkshow* mendapat nilai 3.04, dan program berita dengan nilai 3.00.

Berdasarkan rekap data mengenai “Indeks Kualitas Kategori Program TV Berdasarkan Periode”, program wisata budaya kerap mendapatkan nilai di atas standar yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (2017). Data tersebut menunjukkan bahwa selama dua periode di tahun 2017, program wisata budaya mendapatkan nilai sebesar 3.30 dan 3.25. Hasil tersebut menunjukkan bahwa program wisata budaya mendapat nilai di atas standar minimal yang ditentukan KPI.

Ada beberapa program wisata budaya yang masih tayang di televisi Indonesia hingga saat ini. Beberapa di antaranya adalah Ragam Indonesia – Trans 7, My Trip My Adventure – TRANS TV, serta Indonesia Bagus – NET. TV. Peneliti membandingkan ketiga program ini dikarenakan berdasarkan hasil survei KPI (Kemenpar, 2017), program-program ini merupakan program yang memiliki penilaian berkualitas dari responden.

Ragam Indonesia – Trans 7 merupakan sebuah program *magazine* yang dikemas secara ringan dan informatif. Program ini memberikan informasi mengenai segala keunikan yang ada di Indonesia mulai dari kuliner, tempat wisata, serta ragam suku dan budaya (Pradityo, 2015). Ragam Indonesia tayang di Trans 7 setiap hari Senin – Jumat pukul 06.45 WIB.

Program My Trip My Adventure – Trans TV atau yang biasa dikenal dengan MTMA merupakan program yang menampilkan sekelompok selebriti muda yang suka berpetualang dengan semangat melestarikan budaya dan alam Indonesia yang indah. Mereka selaku *host* mengunjungi tempat-tempat terindah yang belum pernah tereksplorasi sebelumnya, bersosialisasi dengan masyarakat sekitar, serta menghargai budaya setempat (My Trip My Adventure, 2013). Program ini memiliki *target audience* berusia 13-21 tahun (Rasyid, 2016). MTMA tayang di Trans TV setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 08.30 WIB.

Indonesia Bagus NET. TV merupakan salah satu program dengan genre *feature* dokumenter wisata yang ditayangkan di stasiun televisi NET. TV. Program ini telah tayang di dunia pertelevisian Indonesia sejak 1 Juni 2013. Tidak hanya menampilkan keindahan alam Indonesia, program yang tayang di NET. TV setiap

hari minggu pukul 14.00 WIB, juga menampilkan keunikan kehidupan berbudayanya. Indonesia Bagus menampilkan penduduk asli daerah tersebut sebagai narator sekaligus pembawa cerita (Indonesia Bagus, 2017). Muhammad Mustika (2018), Kepala NET. Biro Jawa Timur yang merupakan pencetus program ini menyatakan bahwa tujuan dibuatnya Indonesia Bagus untuk menampilkan keindahan alam Indonesia dan budayanya dengan dikemas secara menarik.

Selain itu, fokus konten dari ketiga program tersebut berbeda satu dengan yang lainnya. Konten program Ragam Indonesia lebih berfokus terhadap kuliner suatu daerah dan interaksi dengan penduduk lokal juga tidak terlalu banyak. Program My Trip My Adventure lebih berfokus pada keindahan alam suatu tempat. Dalam satu kali tayangan My Trip My Adventure hanya berfokus ke suatu tempat.

Berbeda dengan Ragam Indonesia – Trans 7 dan My Trip My Adventure – Trans TV, program Indonesia Bagus NET. TV tidak hanya berfokus kepada kuliner dan keindahan alam saja, namun juga pada kebudayaan suatu tempat atau daerah. Dalam satu episode, program ini dapat menampilkan kuliner, keindahan alam, dan budaya dalam waktu yang bersamaan. Sekitar 4-5 destinasi ditampilkan dalam episode program ini. Interaksi dengan penduduk lokal juga banyak ditampilkan dalam program ini. Berdasarkan perbandingan ketiga program di atas, peneliti memilih program Indonesia Bagus untuk diteliti dikarenakan program tersebut memiliki konten yang lebih lengkap dibandingkan My Trip My Adventure – Trans TV dan Ragam Indonesia – Trans 7.

Tabel I.1
Rating & Share

Program	Rating (%)	Share (%)
Indonesia Bagus	0.20	1.54
Ragam Indonesia	0.61	6.84
My Trip My Adventure	0.65	5.87

Sumber: (AC Nielsen, 2018)

Tabel I.1 menjelaskan *rating* dan *share* dari program Indonesia Bagus – NET. TV, Ragam Indonesia – Trans 7, dan My Trip My Adventure – Trans TV. Adapun periode data tersebut adalah periode Mei-Agustus 2018. Tabel tersebut menunjukkan bahwa *rating* dan *share* program Indonesia Bagus – NET. TV mendapat angka yang lebih kecil dibandingkan kedua program lainnya. Hal ini menjadi alasan peneliti untuk meneliti program Indonesia Bagus – NET. TV.

Alasan lain yang mendasari peneliti memilih program Indonesia Bagus – NET. TV berdasar data "Pemeringkatan Menonton Program Wisata Budaya" (Komisi Penyiaran Indonesia, 2017). Data tersebut menjelaskan bahwa 3 program wisata budaya yang paling banyak ditonton adalah Jejak Si Gundul – Trans 7, Indonesia Bagus – NET. TV, dan Comedy Traveler (Trans TV). Program Ragam Indonesia – Trans 7 dan My Trip My Adventure – Trans TV tidak termasuk ke dalam program wisata budaya yang paling banyak ditonton versi KPI.

Hasil survei KPI juga menyebutkan bahwa Indonesia Bagus NET. TV merupakan program wisata berkualitas versi panel ahli dan responden

"Program My Trip My Adventure (Trans 7), Ragam Indonesia dan Jejak (Trans TV), dan Jendela (MNC TV) menjadi tiga program wisata budaya yang paling tinggi jumlah penontonnya. Sementara itu, berdasarkan penilaian kualitas dari panel ahli, tiga program yang paling bermutu adalah Indonesia Bagus (NET.),

Melihat Indonesia (Metro TV), dan Jendela (MNC TV)” (Kemenpar, 2017).

Pada ajang penghargaan “Anugerah KPI 2017” lalu, program Indonesia Bagus – NET. TV keluar sebagai tayangan televisi terbaik kategori wisata budaya. Indonesia Bagus – NET. TV mengalahkan empat program wisata dari stasiun televisi lain, yaitu Dari Langit Ngalanggeran milik TV One, Jejak Petualang dengan episode Pohon Raksasa Kalimantan di Mata Dunia milik Trans 7, Journey dengan episode Surga di Tanah Flores milik Metro TV, dan Kacamata Petualang dengan episode 32- Desa Sakral Tanah Leluhur milik Global TV (Komisi Penyiaran Indonesia, 2017).

Bedasarkan penilaian penilaian panel ahli (Komisi Penyiaran Indonesia, 2017) mengenai kualitas program siaran wisata budaya, program Indonesia Bagus mendapatkan nilai indeks kualitas program tertinggi dibandingkan program wisata budaya lainnya. Penilaian tersebut menunjukkan bahwa program tersebut memperoleh nilai sebesar 3,44. Sedangkan untuk program siaran wisata budaya lainnya mendapatkan nilai di bawah program Indonesia Bagus – NET. TV. Hal ini menjadi salah satu alasan peneliti memilih program Indonesia Bagus – NET. TV. Selain itu, peneliti melakukan penelitian ini agar program Indonesia Bagus – NET. TV bisa mempertahankan posisinya sebagai program yang berkualitas.

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa masyarakat Surabaya yang menonton program Indonesia Bagus – NET. TV. Sekar Ranti (15) mengaku menonton program ini saat sedang bosan di hari Minggu. Sekar menceritakan bahwa melalui program ini, ia semakin megagumi keindahan ciptaan Tuhan.

“Saya nontonnya kalau sedang bosan di hari Minggu mbak. Program ini sangat menarik dan membuat saya lebih tahu tentang Indonesia. Dari program tersebut, saya semakin mengagumi keindahan ciptaan Tuhan. Saya bangga, ternyata Indonesia *nggak* kalah bagusya dengan luar negeri.” (Sekar Ranti, Perempuan, 15 tahun, Wawancara tanggal 7 Oktober 2018).

Jawaban lain juga diberikan oleh Yovina Agnes (21) yang merupakan mahasiswi jurusan Akuntansi dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

“Aku nonton program ini karena pada dasarnya aku suka dengan program yang membahas tentang alam atau budaya Indonesia. Dari pada nonton *gossip* atau sinetron, lebih baik aku nonton Indonesia Bagus.” (Yovina Agnes, Perempuan, 21 tahun, Wawancara tanggal 7 Oktober 2018)

Remy Benso (40) seorang pekerja swasta mengaku cukup gemar menonton program Indonesia Bagus.

“Hampir tiap minggu saya nonton program ini karena saya memang suka *explore* tempat-tempat baru. Program ini bisa menambah pengetahuan *sih* karena membahas tradisi dan budaya beberapa daerah di Indonesia.” (Remy Benso, Laki-laki, 40 tahun, Wawancara tanggal 7 Oktober 2018)

Sesuai dengan jawaban dari beberapa responden yang diwawancara peneliti, ditemukan beragam motif mereka dalam menonton program Indonesia Bagus – NET. TV. Jawaban yang beragam dari penonton menjadi dasar peneliti ingin meneliti motif yang dimiliki oleh masing-masing penonton Indonesia Bagus – NET. TV. Selain itu, data-data dari KPI yang telah peneliti jabarkan di atas juga menjadi dasar mengapa peneliti memilih objek penelitian motif. Conway dan Rubin (1991) menyatakan ada enam motif penonton dalam menonton televisi, yaitu *pass time*, *entertainment*, *information*, *escape*, *relaxation*, *self-enhancement*. Keenam indikator tersebut dioperasionalisasikan menjadi kuesioner untuk menjawab

penelitian ini. Alasan peneliti menggunakan motif milik Conway dan Rubin karena lebih spesifik membahas motif penonton dalam menonton televisi.

Tabel I.2
Jumlah Kategori Penonton Indonesia Bagus

Target	Usia
5-9 years	49
10-14 years	95
15-19 years	152
20-29 years	95
30-39 years	86
40-49 years	110
50+ years	90

Sumber: (AC Nielsen, 2018)

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari AC Nielsen, penonton yang dominan menonton Indonesia Bagus adalah yang berusia 15-19 tahun. Namun, posisi tertinggi kedua pada penonton Indonesia Bagus adalah masyarakat berusia 40-49 tahun. Kedua data ini berbanding terbalik dengan *target audience* yang berusia 18-35 tahun (Sarnia, 2016). Berdasarkan ketidaksesuaian *target audience* NET dan data dari AC Nielsen membuat peneliti ingin meneliti program Indonesia Bagus sehingga nantinya bisa dijadikan bahan evaluasi. Data inilah yang mendasari peneliti mengambil subjek penelitian penonton Surabaya yang berusia 15-49 tahun.

Penelitian mengenai "Motif Pemirsa Surabaya dalam Menonton Program Acara Televisi Serial Komedi OK-JEK di NET TV" pernah dilakukan Nggoro (2016) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah teori motif yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan teori menurut Denis McQuail,

yaitu motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan. Sedangkan peneliti menggunakan teori motif milik Conway dan Rubin.

Penelitian berjudul "Tingkat Pengetahuan Penonton di Surabaya Mengenai Program Acara My Trip My Adventure di Trans TV" dilakukan oleh Megga (2015) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian milik peneliti terletak pada objeknya. Objek dari penelitian milik Megga adalah tingkat penerahuan. Sedangkan objek penelitian milik peneliti adalah motif.

Penelitian mengenai "Motif Menonton Tayangan My Trip My Adventure pada Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta" pernah dilakukan oleh Rasyid (2016) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah program yang dipilih. Program dokumenter wisata yang diteliti oleh Rasyid adalah My Trip My Adventure, sedangkan program yang diteliti peneliti adalah Indonesia Bagus. Subjek penelitian yang dipilih peneliti adalah penonton Surabaya berbeda dengan subjek penelitian yang dipilih Rasyid yaitu mahasiswa pecinta alam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kota Surabaya dipilih peneliti karena selama hampir 5 tahun program Indonesia Bagus tayang di televisi, kota Surabaya belum pernah dikunjungi dan ditayangkan pada program tersebut. Objek penelitian yang dipilih peneliti adalah Motif karena hingga saat ini belum ada klaim dari NET. TV mengenai motif khalayak khususnya penonton Surabaya dalam menonton program Indonesia Bagus – NET. TV. Sehingga penelitian ini bisa menjadi acuan bagi NET. TV agar

mengetahui apa motif dari penonton program Indonesia Bagus – NET. TV. Selain itu, penelitian mengenai motif juga bisa menjadi acuan agar Indonesia Bagus – NET. TV tetap menjadi program dokumenter wisata yang terbaik baik menurut panel ahli, KPI, dan khalayak umum.

I.2. Rumusan Masalah

Apa motif penonton Surabaya dalam menonton program Indonesia Bagus NET. TV?

I.3. Tujuan Penelitian

Mengetahui motif penonton Surabaya dalam menonton program Indonesia Bagus NET. TV.

I.4. Batasan Masalah

Subjek yang dipilih oleh peneliti pada penelitian ini adalah penonton Surabaya yang berusia 15-49 tahun. Objek yang diteliti adalah motif yang pernah menonton program Indonesia Bagus – NET. TV sebanyak 2 kali dalam 2 bulan terakhir. Pertanyaan yang diberikan berhubungan dengan motif yang dikemukakan oleh Conway dan Rubin (1991), yaitu motif *pass time*, *entertainment*, *information*, *escape*, *relaxation*, *self-enhancement*.

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1 Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran bagi mahasiswa dalam mempelajari penerapan teori Motif pada program TV. Penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi referensi untuk penelitian motif menonton program dokumenter wisata.

I.5.2 Praktis

- (1) Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pihak Indonesia Bagus dalam mengetahui motif khalayak menonton program tersebut.
- (2) Penelitian ini dapat membuat pihak yang bersangkutan bisa lebih memperbaiki program acaranya agar lebih bermanfaat dan menghibur bagi para khalayaknya.
- (3) Penelitian ini bisa menjadi acuan untuk stasiun televisi maupun program lain yang serupa agar bisa menjadi yang terbaik.