

**TANGGAPAN KOMUNITAS MTMA MAKASSAR
TERHADAP TAYANGAN MY TRIP MY ADVENTURE DI
TRANS TV**

OLEH :

ANDI NOVIA ARFIDAYANTI



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2017

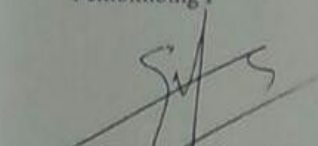
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : TANGGAPAN KOMUNITAS MTMA MAKASSAR
TERHADAP TAYANGAN MY TRIP MY
ADVENTURE DI MAKASSAR
Nama Mahasiswa : ANDI NOVIA ARFIDAYANTI
Nomor Pokok : E311 12 251

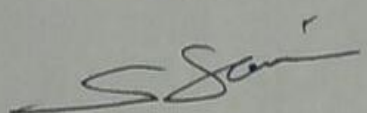
Makassar, 28 November 2017

Menyetujui

Pembimbing I

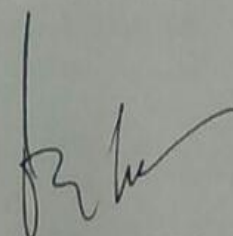

Drs. Abdul Gafar, M.Si
NIP: 195702271985031003

Pembimbing II


Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si
NIP: 197402232001121002

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin


Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si
NIP: 196312101991031002

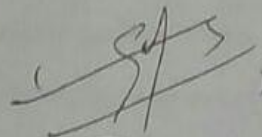
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah Diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations Pada Hari Selasa, Tanggal Dua Puluh Sembilan November Dua Ribu Tujuh Belas.

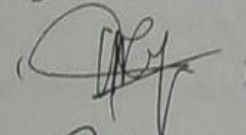
Makassar, 29 November 2017

TIM EVALUASI

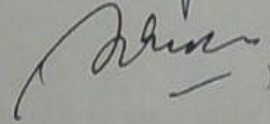
Ketua : Drs. Abdul Gafar, M.Si.

()

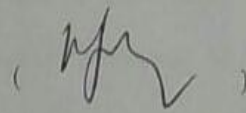
Sekretaris : Nosakros Arya, S.Sos, M.I.Kom.

()

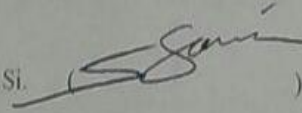
Anggota : 1. Drs. Kahar, M.Hum.

()

2. Andi Subhan Amir, S.Sos, M.Si.

()

3. Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si.

()

**TANGGAPAN KOMUNITAS MTMA MAKASSAR
TERHADAP TAYANGAN MY TRIP MY ADVENTURE DI
TRANS TV**

OLEH :

ANDI NOVIA ARFIDAYANTI

E311 12 251

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relations*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2017

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Rabbal Alamin, Puji dan Syukur yang sebesar-besarnya atas kehadiran Allah SWT. dan Nabi Muhammad SAW atas rahmat dan karuniannya yang senantiasa diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan Penulis. Sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Di kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati dan ketulusan tutur, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua saya, Andi Amir dan Nurcahaya, atas segala doa tiada henti dalam setiap sujud yang diliputi cinta dan kasih yang tulus dan penuh kesabaran serta dukungan moril dan materil yang dengan ikhlas telah

diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kalian kesehatan, berkah dan berada dalam lindungan-Nya.

2. Bapak Drs. Abdul Gafar, M.Si dan bapak Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si selaku pembimbing I dan pembimbing II. Terima kasih atas waktu, bimbingan, ilmu dan kesabaran selama ini yang sangat berarti bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Maaf atas segala tingkah laku atau ucapan yang kurang berkenan dari penulis sebagai mahasiswa yang dibimbing.
3. Suami, Achmad Fadhil dan buah hati tercinta Kai Razeen, yang memberikan ruang lebih banyak, menghibur, memberikan dukungan, motivasi, kasih sayang serta pengorbanan kepada penulis sehingga dapat lebih berkonsentrasi dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga kalian selalu dilindungi Allah SWT.
4. Bapak Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si. dan bapak Andi Subhan Amir S.Sos, M.Si selaku ketua dan sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Unhas. Terima kasih untuk semua kebijaksanaan yang telah diberikan.
5. Dosen-dosen Departemen Ilmu Komunikasi atas segala ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Semoga amalan kalian akan mendapatkan balasan pahala yang berlimpah dari Allah SWT.
6. Seluruh staf Departemen Ilmu Komunikasi UNHAS, Ibu Suraidah, Pak Amrullah, Pak Ridho, dan Pak Herman serta seluruh staf akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

7. Saudara-saudari penulis, Zahwa Zafira, Darul Aksa dan Dzaky Ramadhan telah menjadi saudara terbaik buat saya yang senantiasa menghibur, memberi semangat dan dukungan kepada penulis hingga detik ini. Semoga kita dapat selalu membanggakan dan memberikan yang terbaik kepada orang tua kita.
8. Faradiba Humaerah dan Mukarramah Amri, saudara angkat, sahabat, teman bertukar pikiran, terima kasih untuk waktu kalian selama ini dalam mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi, selalu ada di saat yang tepat, selalu menjadi orang yang pertama penulis hubungi jika ada masalah, terima kasih kalian berdua sudah menjadi sosok yang sangat perhatian, semoga semua kebaikan yang telah kalian lakukan dibalas oleh Allah SWT.
9. Endy, Iin, Rina dan Ayuni, sahabat dari semester awal yang selalu bersama penulis baik suka maupun duka, terima kasih untuk seluruh pengalaman, kenangan yang penuh cerita, canda dan tawa yang tidak akan pernah terlupakan.
10. Dipa dan Akmal, sahabat sedari KKN yang setia menemani penulis, memberikan dukungan, bantuan dan motivasi. Semoga kita dapat meraih apa yang dicita-citakan.
11. Team berkas Ida, Inna dan Aya, terima kasih telah membantu dan menemani penulis. Semoga diberikan kesuksesan oleh Allah SWT.
12. TREASURE 2012 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih telah menjadi teman penulis semenjak menjadi mahasiswa baru.

13. Rumah kedua penulis di makassar, KOSMIK UNHAS. Jaya selalu, tetap unik dan radikal. Terimakasih kawan, kakak dan adik semuanya.

14. Dan semua pihak yang memberikan penulis dukungan, perhatian dan motivasi. Terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak kesalahan sehingga penulis akan sangat bersyukur dan menerima jika pembaca memberikan kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki penelitian ini sehingga memberikan manfaat bagi pembaca dan yang memerlukannya.

Wassalamu Alaikum Wr, Wb.

Makassar, 22 November 2017

Andi Novia Arfidayanti

ABSTRAK

ANDI NOVIA ARFIDAYANTI. *Tanggapan Komunitas MTMA Makassar terhadap Tayangan My Trip My Adventure di Trans TV.* (dibimbing oleh **Abdul Gafar** dan **Alem Febri Sonni**)

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui tanggapan komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan My Trip My Adventure di Trans TV, (2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi tanggapan komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan My Trip My Adventure di Trans TV.

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih dua bulan, yaitu bulan Maret-Mei 2016. Populasi dalam penelitian ini yaitu Komunitas MTMA Makassar. Responden pada penelitian ini ditentukan dengan *sampling* jenuh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yaitu dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang berstruktur dan diajukan kepada responden. Pengumpulan data sekunder melalui observasi, studi pustaka, dan situs internet. Data yang terkumpulkan dianalisis secara kuantitatif dan selanjutnya dideskripsikan dalam bentuk tabel frekuensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota komunitas menganggap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV menarik dengan menyajikan materi dan destinasi wisata yang beragam dan juga *host* yang berpengalaman sehingga tayangan *My Trip My Adventure* lebih diminati dari tayangan dokumenter perjalanan lainnya. Namun demikian, banyak responden yang menyatakan bahwa durasi penayangannya kurang cukup untuk lebih menikmati dan mendalami episode yang ditayangkan.

ABSTRACT

ANDI NOVIA ARFIDAYANTI. *The response of MTMA Makassar Community on My Trip My Adventure TV Program in Trans TV.* (supervised by **Abdul Gafar and Alem Febri Sonni**)

The purposes of this study are: (1) To investigate MTMA Makassar community's responses on My Trip My Adventure TV Program in Trans TV, (2) To know the factors that affect the response of MTMA Makassar community on My Trip My Adventure TV Program in Trans TV.

This study was performed for approximately two months, from March to May 2016. The population in this study is MTMA Makassar Community. The samples in this study were determined through saturation sampling. This research uses quantitative method with descriptive approach. The primary data was collected by using questionnaire that is by using structured questionnaire and distributed to the respondents. The secondary data were collect through observation, library research, and internet survey. The collected data is quantitatively analyzed and then were described in frequency table.

The study indicates that members of the community considered My Trip My Adventure TV Program in Trans TV is interesting by presenting the material and the various tourist destinations and also the experienced hosts so that My Trip My Adventure is more in demand from other travel documentary. However, many respondents stated that the duration of the broadcast was insufficient to better enjoy and deepen the episodes that aired.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan & Kegunaan Penelitian	5
D. Kerangka Konseptual	6
E. Defenisi Operasional	10
F. Metode Penelitian	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa	15
1. Pengertian Komunikasi Massa	15
2. Karakteristik Komunikasi Massa	17
3. Fungsi Komunikasi Massa	19

4. Komunikasi Massa sebagai Proses Transmisi Pesan	19
B. Media Penyiaran Televisi	21
1. Pengertian Media Televisi	21
2. Program Siaran Televisi	23
C. Tanggapan.....	26
1. Pengertian Tanggapan	26
2. Proses Terjadinya Tanggapan	27
3. Faktor yang Memengaruhi Tanggapan	28
D. Teori <i>Stimulus - Organism – Response</i>	29

BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. My Trip My Adventure	33
B. Komunitas <i>My Trip My Adventure</i> Makassar	42
1. Sejarah Komunitas <i>My Trip My Adventure</i> Makassar	42
2. Tujuan Komunitas <i>My Trip My Adventure</i> Makassar	42
3. Struktur Komunitas <i>My Trip My Adventure</i> Makassar	43
4. Logo Komunitas <i>My Trip My Adventure</i> Makassar	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	45
1. Identitas Responden	45
1.1. Jenis Kelamin	45
1.2. Usia	46
1.3. Pendidikan Orangtua	47

1.4. Pekerjaan Orangtua	48
1.5. Pendapatan Orangtua	48
1.6. Tempat Tinggal Responden	49
1.7. Kepemilikan Media	50
2. Variabel Penelitian	51
2.1. Waktu Menonton	51
2.2. Rentan Waktu Menonton	52
2.3. Media yang Digunakan	53
2.4. Informasi tentang <i>My Trip My Adventure</i>	54
3. Jadwal Penayangan	54
3.1. Waktu Penayangan	54
3.2. Durasi Penayangan	55
4. Tema / Materi Acara	56
4.1. Tema / Materi Acara yang Paling Dinikmati	56
4.2. Tema / Materi Acara Dapat Menambah Pengetahuan	57
4.3. Tema / Materi Acara Dapat Menarik Perhatian	58
4.4. Tema / Materi Acara Bervariasi	59
5. Daya Tarik	60
5.1. Daya Tarik Menonton Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> ...	60
5.2. Tujuan Menonton	61
5.3. Kemudahan Memahami	62
6. Manfaat	63
6.1. Menjaga Kelestarian Alam	63

6.2. Menambah Pengetahuan tentang Keindahan Alam	64
6.3. Motivasi Untuk Berkunjung	65
6.4. Menumbuhkan Keinginan Untuk Mengeksplorasi Alam	66
6.5. Perasaan Terhibur	67
6.6. Menambah Informasi tentang Kehidupan Sosial Budaya ...	68
B. Pembahasan	69
1. Identitas Responden	70
2. Informasi dan Waktu Menonton	70
3. Jadwal Penayangan	70
4. Tema / Materi Acara	71
5. Daya Tarik	71
6. Manfaat	72
7. Tanggapan	72
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Program Wisata dan Budaya di Stasiun Televisi	4
Tabel 3.1 Penghargaan yang Diraih Program My Trip My Adventure	41
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Orang Tua	47
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua	48
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua	49
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	50
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Media	51
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Terakhir Menonton ..	52
Tabel 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Rentan Waktu Menonton	53
Tabel 4.10 Distribusi Responden Berdasarkan Media yang Digunakan.....	53
Tabel 4.11 Distribusi Responden Berdasarkan Informasi tentang <i>My Trip My Adventure</i>	54
Tabel 4.12 Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Penayangan	55
Tabel 4.13 Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penayangan	56

Tabel 4.14 Distribusi Responden Berdasarkan Tema / Materi Acara yang Paling Dinikmati	57
Tabel 4.15 Distribusi Responden Berdasarkan Tema / Materi Acara Menambah Pengetahuan	58
Tabel 4.16 Distribusi Responden Berdasarkan Tema / Materi Acara Menarik Perhatian	59
Tabel 4.17 Distribusi Responden Berdasarkan Tema / Materi Acara Bervariasi	60
Tabel 4.18 Distribusi Responden Berdasarkan Daya Tarik Menonton	61
Tabel 4.19 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Menonton	62
Tabel 4.20 Distribusi Responden Berdasarkan Kemudahan Memahami Tayangan	63
Tabel 4.21 Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat untuk Menjaga Kelestarian Alam	64
Tabel 4.22 Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat dalam Menambah Pengetahuan tentang Keindahan Alam Indonesia	65
Tabel 4.23 Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat dalam Memberikan Motivasi untuk Berkunjung	66

Tabel 4.24 Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat dalam Menumbuhkan Keinginan untuk Mengeksplorasi Alam	67
Tabel 4.25 Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat dalam Memberikan Perasaan Terhibur	68
Tabel 4.26 Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat dalam Menambah Informasi tentang Kehidupan Sosial Budaya	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Teori S-O-R	9
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual	9
Gambar 2.1 Model Komunikasi oleh Laswell	20
Gambar 2.2 Unsur-unsur Komunikasi oleh Miller dan Cherry	21
Gambar 2.3 Skema Terjadinya Proses Tanggapan	27
Gambar 2.4 Teori S-O-R	31
Gambar 2.5 Model Komunikasi S-R oleh Morrigan	32
Gambar 3.1 Struktur Komunitas MTMA Makassar	43
Gambar 3.2 Logo Komunitas MTMA Makassar	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu media massa yang mudah diakses dan memiliki pengaruh besar dalam kehidupan saat ini adalah televisi. Televisi tanpa disadari mampu menarik antusiasme banyak orang berbagai penjuru dunia untuk duduk manis dan menghabiskan banyak waktu menatap layar bergambar pada sebuah program acara yang ditayangkan.

Televisi adalah salah satu bentuk media massa yang dinilai paling efektif saat ini. Melalui sifat audio visualnya yang tidak dimiliki media massa lain, perkembangan teknologinya yang begitu cepat, dan penayangannya mempunyai jangkauan yang relatif tidak terbatas, televisi dapat menarik banyak simpatik dari kalangan masyarakat luas (Darwanto,2007:27).

Saat ini Indonesia memiliki 15 stasiun Televisi Nasional yaitu TVRI, RCTI, SCTV, MNCTV, ANTV, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Trans 7, TV One, Global Tv, iNews TV, RTV, NET, serta Kompas TV. Banyaknya stasiun televisi nasional saat ini membuat persaingan yang ketat dalam menyajikan program-program yang disukai oleh masyarakat Indonesia. Semakin banyak penonton sebuah program televisi maka semakin tinggi pula *rating* program tersebut.

Penayangan sebuah acara televisi bukan hanya bergantung pada konsep penyutradaraan atau kreativitas penulisan naskah, melainkan sangat bergantung pada kemampuan profesionalisme dari seluruh kelompok kerja di dunia

broadcasting dengan seluruh mata rantai divisinya. Acara yang bagus bisa gagal karena kurang promosi dan juga bisa jatuh bila kualitas gambar *on air*-nya mengalami gangguan frekuensi seperti suaranya bergema atau gambarnya rusak. Namun, semuanya masih bisa diantisipasi. Kuncinya ada pada penentuan Format Acara Televisi (Naratama, 2006:62).

Format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut (Naratama, 2006:63).

Salah satu format acara yang cukup mewarnai sajian tayangan televisi Indonesia saat ini adalah program dokumenter. Program dokumenter adalah sebuah program yang berkaitan langsung dengan suatu fakta yang berusaha untuk menyampaikan kenyataan dan bukan sebuah kenyataan yang direkayasa.

Dokumenter televisi menghadirkan tema dan topik tertentu yang disajikan dengan gaya bercerita menggunakan narasi dan ilustrasi musik yang bermaksud untuk menunjang gambar visualnya, sehingga penonton merasa benar-benar ikut terlibat dalam peristiwa tersebut. Program seperti ini memberikan banyak informasi, edukasi dan hiburan kepada khalayak sesuai dengan fungsi komunikasi massa. Fungsi dari komunikasi massa itu sendiri seperti dikemukakan oleh Effendy (2004;54) yaitu untuk menyiarkan informasi (*to inform*), untuk mendidik (*to educate*), dan untuk menghibur (*to entertain*). Adapun fungsi lain terhadap fungsi komunikasi massa seperti mempengaruhi (*to influence*), membimbing (*to*

guide), mengeritik (*to criticize*), dan lain-lain, hanya merupakan tambahan saja terhadap ketiga fungsi sebelumnya.

Saat ini beberapa televisi nasional telah memiliki program dokumenter sebagai menu program. Beberapa diantaranya yaitu, *Explore* Indonesia di Kompas TV, *Jejak Petualang* di Trans 7, *Mata Angin* di Global TV, *Indonesia Bagus* di NET TV, dan *My Trip My Adventure* di Trans TV.

Salah satu tayangan bertemakan petualangan dan perjalanan yang sedang naik daun saat ini adalah program “*My Trip My Adventure*”. Tayangan yang mengandung unsur informasi dan hiburan itu tayang setiap hari Sabtu dan Minggu Pukul 08.30 WITA sampai dengan pukul 10.15 WITA dengan durasi 45 menit.

My Trip My Adventure tidak hanya menjelajahi alam yang ada di Indonesia saja, sesekali mereka meliput kekayaan alam dan budaya yang ada di luar negeri. Dalam program ini pemirsa diajak berkeliling nusantara untuk menikmati keindahan alam khususnya di tempat - tempat yang belum dijamah banyak orang atau diketahui banyak orang. Sehingga terlihat jelas bahwa keindahan alam tersebut masih alami tanpa adanya campur tangan warga atau orang asing. Selain menguk tempat wisata yang ada di kota atau pelosok daerah yang ada di Indonesia, tayangan ini juga mengulas tentang sejarah suatu kota atau tempat serta mengulas budaya yang ada didalamnya (<http://www.transtv.co.id>)

Program ini dipandu beberapa pembawa acara yang silih berganti di tiap episodenya yaitu David Jhon Scaap, Marshall Sastra, Richard Kyle, Nadine Chandrawinata, Rikas Harsa, Deni Sumargo, Dion Wiyoko dan Della Dartyan adalah program yang paling menonjol dibandingkan program-program

bertemakan perjalanan lain yang menjamur di berbagai stasiun televisi di tanah air menurut hasil survei indeks kualitas program siaran televisi periode November-Desember 2015 yang diadakan oleh KPI.

Tabel 1.1 Program Wisata dan Budaya di Stasiun Televisi

Nama Program	Stasiun TV	Menonton	
		Ya	Tidak
Potret	SCTV	30.8	62.6
Paskibraka Kita	Indosiar	17.6	72.2
My Trip My Adventure	Trans TV	63.8	33.6
Selebriti on Vacation	Trans TV	51.2	43.7
Lentera Indonesia	NET TV	51.6	39.9

Sumber: (<http://www.kpid.go.id>)

Tabel di atas menunjukkan hasil survey index kualitas program siaran televisi periode Desember 2015. Untuk program wisata dan budaya, hasil survey memperlihatkan bahwa program *My Trip My Adventure* di Trans Tv ditonton oleh 63,85% dari jumlah keseluruhan responden, diikuti Lentera Indonesia 51,6% dan *Selebriti on Vacation* 51,2%. Program acara *My Trip My Adventure* mampu menarik perhatian dari masyarakat Indonesia dibuktikan dari banyaknya akun media sosial sebagai *fanbase* dari program acara tersebut setelah berjalan selama tiga tahun.

Salah satu *fanbase* dari program acara *My Trip My Adventure* adalah Komunitas MTMA (*My Trip My Adventure*) Makassar dimana berkumpul para penonton tayangan tersebut dan juga peminat kegiatan alam bebas yang awalnya merupakan pemirsa tayangan *My Trip My Adventure* kemudian berkembang menjadi tempat untuk berbagi pengalaman dan melakukan petualangan bersama.

Karena komunitas ini mempunyai kedekatan dengan alam bebas dan komunitas ini dibentuk atas kesamaan minat para anggota terhadap tayangan *My Trip My Adventure*, maka penulis memilih komunitas ini sebagai objek penelitian.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti tanggapan khalayak yaitu komunitas MTMA Makassar terhadap program dokumenter *My Trip My Adventure* yang disiarkan di stasiun televisi Trans TV dengan judul penelitian:

**“TANGGAPAN KOMUNITAS MTMA MAKASSAR TERHADAP
TAYANGAN *MY TRIP MY ADVENTURE* DI TRANS TV”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana tanggapan komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi tanggapan anggota Komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini antara lain:
 - a. Untuk mengetahui tanggapan komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV.

- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi tanggapan anggota Komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV
2. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Secara Teoritis:
 - 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan karya ilmiah dan pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya media massa dalam bentuk penelitian khalayak.
 - 2) Sebagai referensi bagi para peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan tema maupun metode yang sama.
 - b. Secara Praktis:
 - 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi stasiun televisi TRANS TV untuk program acara *My Trip My Adventure* untuk lebih banyak memberikan informasi dan pengetahuan mengenai fenomena yang terjadi di Indonesia.
 - 2) Sebagai syarat meraih gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNHAS.

D. Kerangka Konseptual

Menurut Effendy (2009:20), yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah “komunikasi melalui media massa”. Media massa sangat berperan penting dalam kehidupan manusia dalam mengakses informasi, baik itu melalui media cetak maupun media elektronik seperti menonton televisi. Disaat menonton

televisi umumnya kita tertarik bagaimana televisi mampu menambah pengetahuan, mengubah sikap atau menggerakkan perilaku kita. Inilah yang disebut efek dari komunikasi massa yang dilakukan oleh media massa.

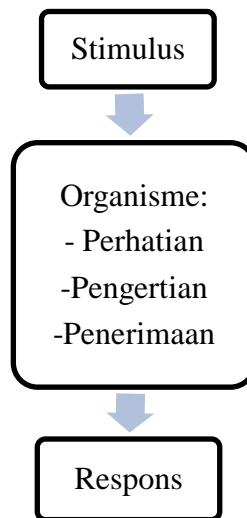
Dalam proses penyiaran televisi, komunikasi yang terjadi mempunyai tujuan utama untuk menimbulkan efek terhadap khalayak. Adapun efek-efek tersebut berupa:

1. Efek kognitif (*cognitive effect*) terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
2. Efek afektif (*affective effect*) timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.
3. Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati meliputi tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku yang dilakukan setelah terjadinya efek kognitif dan afektif terhadap khalayak.

Media memang berpengaruh kepada individu, tetapi pengaruh ini tidak hanya diterima begitu saja melainkan individu dapat menyaring berbagai informasi yang diterimanya. Hal ini berkaitan dengan teori *Uses and Gratification* yang dimana teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Rakhmat, 2007 : 65). Oleh karena khalayak dianggap aktif dalam menggunakan media, maka respon yang diperlihatkan oleh setiap individu juga berbeda.

Reaksi berupa respon media massa terhadap khalayak dapat diidentifikasi melalui tanggapan. Tanggapan atau respon yang muncul dari setiap individu akan berbeda dari satu dengan yang lainnya tergantung dari faktor-faktor yang memengaruhinya, seperti pemahaman, sudut pandang, pola pikir, dan tingkat pengetahuannya dan tanggapan yang muncul dapat berupa lisan maupun tulisan dimana tanggapan merupakan umpan balik yang mulanya hanya berupa sikap saja, tetapi kemudian diekspresikan kepada orang lain. McQuail, 2011 mengatakan bahwa tanggapan adalah proses dimana individu berubah atau menolak perubahan sebagai respons terhadap pesan yang dirancang untuk memengaruhi sikap, pengetahuan, dan perilaku.

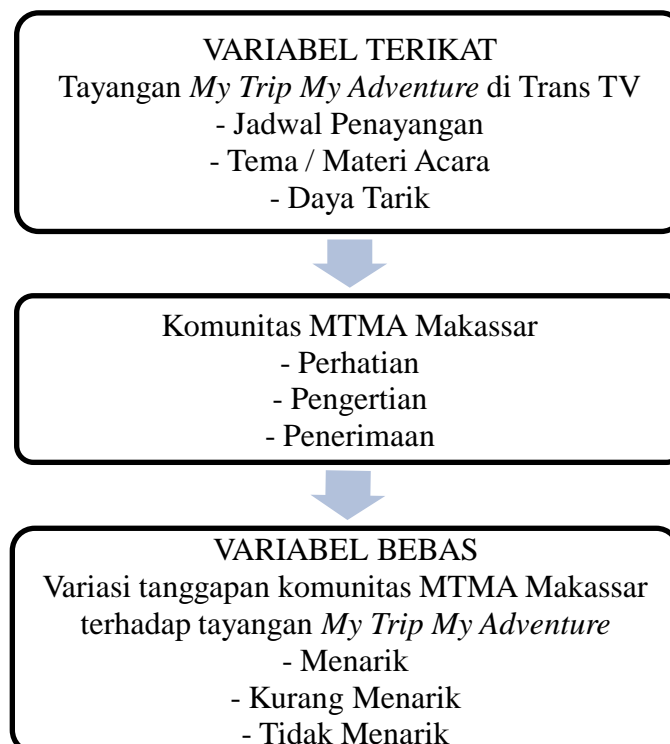
Pada kerangka konseptual ini, peneliti menghubungkannya dengan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respons*) yang dikemukakan oleh DeFleur, yang menyatakan bahwa pengaruh yang terjadi pada pihak penerima, pada dasarnya merupakan suatu reaksi tertentu dari “*stimulus*” (rangsangan) tertentu. Jadi besar kecilnya berpengaruh, tergantung pada isi dan penyajian *stimulus* (Wahyudin dkk). Selanjutnya, teori ini juga menekankan pada perubahan sikap dengan stimulus yang datang dan berkonsentrasi terhadap bagaimana berubahnya sebuah sikap. Hovland, Jennis dan Kelly menyatakan bahwa dalam menelaah perubahan sikap, ada tiga variabel penting yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan (Effendy, 2003 : 254-255).



Gambar 1.1 Teori S-O-R

Model S-O-R menjadi landasan teori dalam penelitian ini dengan tayangan *My Trip My Adventure* sebagai stimulus, komunitas MTMA Makassar sebagai *organism*, dan tanggapan anggota komunitas MTMA Makassar sebagai *respons*.

Adapun kerangka teori pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1.2 Kerangka Konseptual

E. Definisi Operasional

a. Tanggapan

Pernyataan subyektif Komunitas MTMA Makassar dalam menonton tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV.

b. Komunitas MTMA Makassar

Komunitas MTMA Makassar merupakan kumpulan penggemar dan fans dari acara *My Trip My Adventure* yang berdomisili di Makassar.

c. My Trip My Adventure

Nama acara dokumenter yang ditayangkan oleh stasiun Trans TV, dan yang akan ditanggapi oleh Komunitas MTMA Makassar.

d. Trans TV

Trans TV adalah sebuah stasiun televisi swasta di Indonesia yang merupakan anak perusahaan PT Trans Corporation. Trans TV memperoleh izin siaran pada tanggal 1 Agustus 1998. Trans TV kemudian pertama mengudara dan diresmikan Presiden Megawati Soekarnoputri sejak tanggal 15 Desember 2001.

e. Perhatian

Tahap dimana *stimulus* atau informasi dari tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV mulai diperhatikan oleh responden yaitu Komunitas MTMA Makassar.

f. Pengertian

Tahap setelah perhatian dimana stimulus atau informasi tayangan *My Trip My Adventure* mulai dimengerti oleh responden yaitu Komunitas MTMA Makassar.

g. Penerimaan

Tahap setelah pengertian dimana stimulus atau informasi tayangan *My Trip My Adventure* mulai diterima dan diamati secara seksama oleh responden yakni Komunitas MTMA Makassar.

h. Jadwal Penayangan

Dalam penelitian ini, maksud dari jadwal penayangan adalah waktu, hari, dan durasi tayangan *My Trip My Adventure* yang di tayangkan oleh Trans TV.

i. Tema

Tema adalah ide atau gagasan dalam tayangan *My Trip My Adventure* yang disampaikan kepada khalayak. Dikategorikan menjadi tiga yaitu keanekaragaman budaya, eksplorasi daratan dan pegunungan dan eksotika bawah laut.

j. Daya Tarik

Dalam penelitian ini, daya tarik yang dimaksud adalah hal-hal yang membuat anggota komunitas MTMA Makassar tertarik dalam menonton tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan kurang lebih dua bulan, terhitung mulai bulan Maret – Mei 2016. Penelitian ini akan dilakukan di Perumnas Antang, Jalan Lasuloro No.59, Makassar yang merupakan tempat berkumpulnya anggota Komunitas MTMA Makassar.

2. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2005:11), menyatakan bahwa:“Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Metode ini merupakan metode yang relevan dalam penelitian mengenai tanggapan komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV, karena format deskriptif yang digunakan untuk penelitian kuantitatif tidak menguji hubungan sebab akibat antara variabel yang ada. Dalam penelitian ini peneliti tidak akan menguji hubungan sebab akibat antar variabel, melainkan menggambarkan situasi yang terjadi dan menjabarkan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Kriyantono, 2006:43). Informasi tentang data yang dibutuhkan dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada sampel yang mewakili suatu populasi.

Menurut Arikunto (2003:140) angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal yang ia ketahui, sedangkan menurut Sugiyono (2009:199) angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2005 : 62), data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan – catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 1997 : 57).

Populasi dalam penelitian ini yaitu Komunitas MTMA Makassar, sesuai data yang diperoleh dari Aslam Mathar selaku Ketua Komunitas MTMA Makassar, anggota dari komunitas yang masih aktif hingga Maret 2016 berjumlah 102 orang. Tujuan dari ditetapkannya target populasi tersebut karena Komunitas MTMA Makassar memiliki kesukaan yang sama dengan tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV.

Pada penelitian ini pengambilan besar sampel ditentukan dengan *sampling* jenuh. Menurut Sugiyono (2007), *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu semua anggota dari Komunitas MTMA (*My Trip My Adventure*) Makassar sebanyak 102 orang. Alasan mengambil jumlah sampel yang sama dengan jumlah populasi karena menurut Sugiyono (2007) jumlah populasi yang kurang dari 100 seluruh populasi dijadikan sampel penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh dari kuesioner yang telah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan tabel frekuensi yang kemudian dijabarkan secara deskriptif. Penelitian ini memanfaatkan *software* SPSS versi 20.s dalam pengolahan data

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Karena itu, massa di sini menunjuk kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca (Nurudin, 2007:2). Adapun yang menjadi media antara lain: televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku, dan film.

Joseph Devito seperti dikutip oleh Nurudin (2007:11-12), menjelaskan definisi komunikasi massa secara terperinci yaitu

First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large society. This does not mean that the audience include all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its; television, radio, newspaper. Magazines, films, books, tapes.

Pengertian di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang sangat banyak, atau biasa disebut massa. Tapi ini tidak berarti bahwa massa yang dimaksud adalah orang-

orang yang hanya menonton televisi atau membaca koran, melainkan dapat diartikan sebagai masyarakat dalam arti luas.

Disebutkan juga bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan melalui pemancar-pemancar audio dan atau visual. Komunikasi mungkin akan lebih mudah dimengerti apabila didefinisikan dengan media penunjangnya, seperti televisi, radio, koran, majalah, buku, dan film. Yang lebih spesifik menekankan penggunaan media massa adalah dikemukakan oleh Bittner bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Rakhmat, 2012:188).

Joseph R. Dominick mendefinisikan komunikasi massa sebagai suatu proses di mana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Sementara menurut Severin, Tan dan Wright dalam Liliwari, komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh berpencar, sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu (Liliwari, 1991:36).

Selanjutnya menurut Wright dalam uraian Wahyuni (2014:2), komunikasi massa didefinisikan dalam tiga ciri sebagai berikut:

- a. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen dan anonim.

- b. Pesan-pesan yang disebarakan secara umum, sering dijadualkan untuk mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
- c. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Menurut Gerbner, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Rakhmat, 2012:186).

Menurut Mulyana (2008:75), komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (majalah, surat kabar) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, *anonym* dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

2. Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Effendy (2004:22) komunikasi massa merupakan salah satu dari komunikasi yang memiliki perbedaan dengan bentuk komunikasi yang lain, karena memiliki sejumlah ciri atau karakteristik yang khas, diantaranya:

- a. Komunikator Terlembaga

Dalam komunikasi massa, komunikator atau sumber yang menyampaikan pesan bukanlah secara personal, namun bersifat

melembaga. Lembaga penyampai pesan komunikasi massa inilah yang dinamakan media massa, seperti televisi, surat kabar, radio, internet.

b. Pesan bersifat umum

Dalam proses komunikasi massa pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada khalayak luas atau masyarakat umum. Dengan demikian, maka proses komunikasi massa bersifat terbuka. Hal ini dikarenakan, komunikasi tersebar di berbagai tempat yang tersebar.

c. Komunikasi Heterogen

Komunikasi atau penerima informasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen. Hal ini dikarenakan komunikasi massa menyampaikan pesan secara umum pada seluruh masyarakat, tanpa membedakan suku, ras, agama serta memiliki beragam karakter psikologi, usia, jenis kelamin, tempat tinggal, adat budaya, maupun strata sosial.

d. Media massa bersifat Keserempakan

Artinya media massa adalah kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dengan komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

e. Pesan yang disampaikan satu arah

Artinya tidak terjadi satu interaksi antara komunikator dan komunikasi secara langsung, sehingga komunikator aktif menyampaikan pesan sementara komunikasi pun aktif menerima pesan namun tidak ada

integritas diantar kedua yang menyebabkan tidak terjadinya proses pengendalian arus informasi.

f. Umpan Balik Tertunda (*Delayed Feedback*)

Artinya bahwa seorang sumber atau komunikator tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang telah disampaikannya. Umpan balik dari komunikan atau khalayak dapat disampaikan melalui telepon, email, atau surat yang tidak langsung (*indirect*) diterima komunikator dan proses pengiriman *feedback* membutuhkan waktu tertentu (*delayed*)

3. Fungsi Komunikasi Massa

Effendy (2004:22) mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah:

- a. Fungsi Informasi, memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa.
- b. Fungsi Pendidikan. Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidiki yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

- c. Fungsi Memengaruhi. Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, feature, iklan, artikel, dan sebagainya.

4. Komunikasi Massa Sebagai Proses Transmisi Pesan

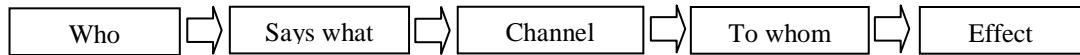
Menurut Arifin (2003:20), komunikasi menyentuh semua aspek kehidupan masyarakat atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi. Justru itu orang melukiskan komunikasi sebagai ubiquitous atau serba hadir. Artinya komunikasi berada dimanapun dan kapanpun juga.

Komunikasi merupakan rangkaian proses pengalihan informasi dari satu orang kepada orang lain dengan maksud tertentu (Liliweri,2008:4). Informasi yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal. Dapat dilakukan secara individu dengan individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok

Proses komunikasi merupakan aktifitas yang mendasar bagi manusia sebagai makhluk sosial. Dalam proses komunikasi tersebut mencakup sejumlah komponen atau unsur, salah satu komponen atau unsur tersebut adalah pesan. Pesan adalah keseluruhan daripada apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai panduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran dan sebagainya (Effendy, 2002: 6).

Rumusan komunikasi yang sangat dikenal orang adalah rumusan yang dibuat oleh Laswell. Menurut Laswell sebagaimana yang dikutip oleh Mulyana (2002:62), Effendy (2008:30), dan Cangara (2012:46), komunikasi adalah: “*who*

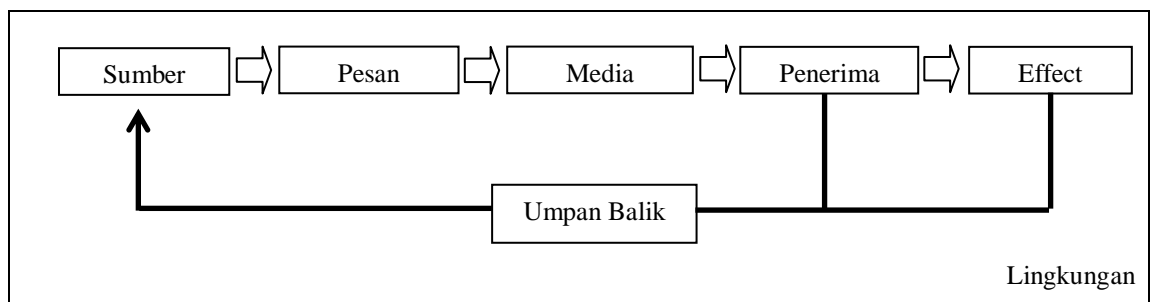
says what in which channel to whom with what effect“. Jadi, jika dipilah-pilahkan akan terdapat lima unsur atau komponen di dalam komunikasi, yaitu:



Gambar 2.1 Model Komunikasi oleh Lasswell

- a. *Who* : Siapakah komunikatornya
- b. *Say What* : Pesan apa yang dinyatakan
- c. *In Which Channel* : Media apa yang digunakan
- d. *To Whom* : Siapa komunikannya
- e. *With What Effect* : Efek apa yang diharapkan.

Dalam perkembangan selanjutnya, model komunikasi Lasswell tersebut dikembangkan oleh Shannon dan Weaver, terutama dalam proses komunikasi elektronika. Selain itu, Miller dan Cherry sebagaimana yang dikutip Cangara (2012:26) menerapkan teori tersebut untuk menganalisa proses komunikasi antarmanusia sebagaimana terlihat dalam gambar berikut.



Gambar 2.2 Unsur-Unsur Komunikasi oleh Miller dan Cherry

B. Media Penyiaran Televisi

1. Pengertian Media Televisi

Pada dasarnya televisi lahir karena perkembangan teknologi. Awalnya di mulai ketika di temukannya *telegraph* oleh seorang Amerika bernama S. Morse pada tahun 1835. Teknologi ini memungkinkan pengiriman isyarat jarak jauh (wikipedia.org). Pendapat lain mengatakan bahwa televisi lahir sejak ditemukannya *electric telescope* antara tahun 1883-1884 sebagai perwujudan gagasan seorang mahasiswa dari Berlin, Paul Nipkow untuk mengirim gambar melalui udara dari satu tempat ketempat lain (Morissan,2008:2).

Uraian di atas menjelaskan tentang aspek sejarah kehadiran televisi sebagai bagian dari perkembangan mutakhir teknologi informasi dan komunikasi. Faktanya, sejarah tersebut menjelaskan dua tempat berbeda, yakni antara Amerika dan Jerman dengan masing-masing penemu atau perintis media televisi. Terlepas dari dua fakta berbeda itu, bahasan ini akan difokuskan pada pengertian tentang media penyiaran televisi.

Untuk memperjelas pengertian tentang media penyiaran televisi, maka perlu dibedakan pengertian antara lembaga penyiaran dengan penyiaran televisi, seperti penjelasan Komisi Penyiaran Indonesia dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS,2009:6) tentang kedua hal tersebut sebagai berikut:

- a. Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku
- b. Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa lembaga penyiaran menyangkut klasifikasi secara umum terhadap status sosial-ekonomi organisasi pers/media massa, antara lain penyiaran publik, penyiaran swasta, penyiaran komunitas, dan penyiaran berlangganan yang terikat secara konstitusional dalam menjalankan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya. Sedangkan pengertian penyiaran televisi merujuk pada aspek fungsional media ini sebagai sarana komunikasi massa (*audio-visual*) melalui perantara teknologi elektronik yang kini disebut televisi.

Sebagian pakar menggabungkan pengertian dari dua kalimat di atas, antara lain, Cangara (2006:155), mendefinisikan televisi sebagai lembaga penyiaran dan media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

2. Program Siaran Televisi

Secara teknis, pengertian siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara. Pancaran sinyal ini diterima oleh antena televisi untuk kemudian diubah kembali menjadi gambar dan suara. Untuk menyelenggarakan siaran televisi, maka diperlukan tiga komponen yang disebut trilogi televisi yaitu studio dengan berbagai sarana penunjangnya, pemancar atau transmisi dan pesawat penerima yaitu televisi (Morissan,2008:2).

Program yang bagus terdiri dari orang-orang yang telah belajar untuk mengukur selera atau cita rasa publik melalui penelitian untuk mengetahui

kebiasaan orang menonton televisi. Program siaran yang akan dibuat harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran (Morissan, 2008:211):

- a. *Product*, artinya materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audien yang dituju.
- b. *Price*, artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif iklan bagi pemasang iklan yang berminta memasang iklan pada program bersangkutan.
- c. *Place*, artinya kapan waktu siaran yang tepat bagi penonton itu.
- d. *Promotion*, artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor.

Program siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak yang disiarkan oleh lembaga penyiaran (P3SPS,2009:6). Jenis program siaran televisi dapat dibedakan berdasarkan bentuk jadi teknis atau berdasarkan isi (<http://id.wikipedia.org>).

- a. Bentuk jadi teknis merupakan bentuk jadi umum yang menjadi acuan terhadap bentuk program televisi seperti gelar wicara (*talk show*), dokumenter, film, kuis, musik, instruksional, dan sebagainya.
- b. Berdasarkan isi, program televisi berbentuk berita dapat dibedakan antara lain berupa program hiburan, drama, olahraga, dan agama. Sedangkan untuk program televisi berbentuk berita secara garis besar digolongkan ke dalam warta penting (*hard news*) atau berita-berita mengenai peristiwa penting yang baru saja terjadi dan warta ringan (*soft news*) yang mengangkat berita bersifat ringan.

Kategori program siaran televisi di atas agak berbeda dengan kategorisasi program siaran yang dirumuskan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (P3SPS,2009:6), yakni program faktual dan program non faktual.

- a. Program faktual adalah program siaran yang menyajikan fakta non-fiksi, seperti: program berita, *features*, dokumentasi, *infotainment*, program realita (*reality show*), konsultasi *on-air*, diskusi, bincang-bincang (*talkshow*), jajak pendapat, pidato, ceramah, editorial, kuis, perlombaan, pertandingan olahraga, dan program sejenis yang bersifat nyata dan terjadi tanpa rekayasa.
- b. Program non-faktual adalah program siaran yang berisi ekspresi, pengalaman situasi dan/atau kondisi individual dan/atau kelompok yang bersifat rekayasa atau imajinatif dan bersifat menghibur, seperti: drama yang dikemas dalam bentuk film, program musik, seni, dan/atau program sejenis yang bersifat rekayasa dan bertujuan menghibur.¹

Pada umumnya isi program siaran di televisi meliputi acara dengan penggunaan berbagai nama yang berbeda sesuai dengan keinginan televisi masing-masing. Berikut adalah beberapa program siaran televisi (Deddy Iskandar Muda, 2008:9):

- a. *News reporting* (laporan berita)
- b. *Talk show*
- c. *Call-in show*
- d. *Documentair*
- e. *Magazine/tabloid*
- f. Rural program
- g. *Advertising*
- h. *Education/instructional*
- i. *Art and culture*
- j. *Music*
- k. *Soap operas/sinetron/drama*
- l. *Tv movies*
- m. *Games show/kuis*
- n. *Comedy/situation comedy*

¹Komisi Penyiaran Indonesia, *loc. cit.*

Selain beberapa program siaran televisi di atas, (Wibowo <http://blog.tp.ac.id>) mengatakan bahwa format acara televisi dapat dibagi menjadi beberapa bagian, antara lain; Program seni Budaya (seni pertunjukan dan seni pameran), Program *Talk Show* atau Program wicara di televisi, Program Dokumenter, Program *Feature*, Program *Magazine*, Program Spot, dan Program Sinetron.

C. Tanggapan

1. Pengertian Tanggapan

Tanggapan adalah suatu kemampuan individu untuk memberikan makna atau interpretasi berdasarkan stimuli yang diterima oleh panca indera sehingga melahirkan refleksi dari dalam diri seseorang untuk merealisasikan *stimulant* yang diterimanya. Tapi ternyata manusia mempunyai kemampuan yang lain disamping kemampuan untuk mengadakan pengamatan yaitu membayangkan atau menanggapi atau tidak yang diamatinya itu. Dengan adanya kemampuan ini sekaligus bahwa gambaran yang terjadi pada waktu pengamatan tidak hilang begitu saja tetapi tersimpan dalam jiwa individu itu apabila tanggapan tersebut ada di bawah sadar atau tidak disadari, maka tanggapan ini disebut 'latent' (tersembunyi, belum terungkap), sedangkan tanggapan tersebut aktual apabila tanggapan tersebut kita sadari dan pesan atau gambar pengamatan itu lebih jelas, lebih jernih, dan lebih lengkap.

Pengertian tanggapan oleh beberapa ahli akan lebih memperjelas dalam proses komunikasi di antaranya sebagai berikut :

Kartono Kartini (1990: 30) mendefinisikan “Tanggapan adalah kesan-kesan yang dialami dan perangsang-perangsang sudah tidak ada. Jika proses pengamatan sudah berhenti dan hanya tinggal kesan-kesannya saja, ini disebut sebagai tanggapan”

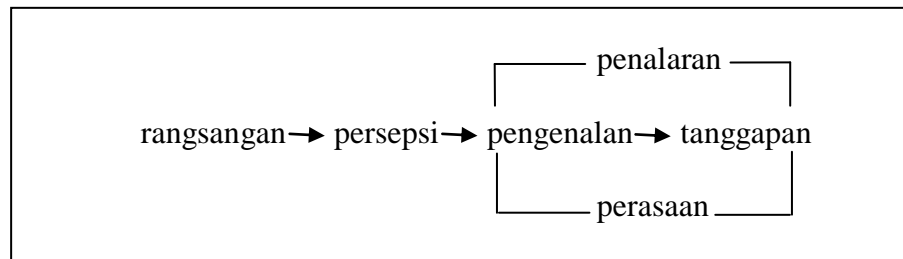
Sedangkan menurut Dennis Mc. Quail (1987) “Suatu proses dimana individu berubah atau menolak perubahan sehingga tanggapan terhadap pesan yang dirancang untuk mempengaruhi sikap, pengetahuan, dan perilaku”

Dari definisi-definisi diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa tanggapan mahasiswa Universitas Hasanuddin merupakan reaksi atau respon yang diterima mahasiswa Universitas Hasanuddin untuk menginterpretasi sesuatu yang telah diamatinya sehingga dapat mempengaruhi kognitif, afektif, dan behavioral.

2. Proses Terjadinya Tanggapan

Dalam komunikasi, proses penerimaan pesan itu merupakan suatu stimuli (rangsangan) kemudian terjadi proses persepsi pesan menerima tanggapan-tanggapan yang merupakan suatu umpan balik kepada sumber. Jadi sebelum terjadinya tanggapan, maka terlebih dahulu harus ada rangsangan atau stimulus, kemudian rangsangan yang diterima dipersepsikan. Sedangkan perasaan adalah konotasi emosional yang dihasilkan oleh diri sendiri maupun bersama-sama dengan rangsangan lain pada tingkat kognitif atau konseptual untuk selanjutnya dapat melahirkan tanggapan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada skema berikut

Gambar 2.3
Skema Terjadinya Proses Tanggapan



Bagan diatas menggambarkan bahwa terjadinya tanggapan terlebih dahulu harus ada rangsangan. Kemudian rangsangan yang di terima kita persepsi. Persepsi dapat di definisikan sebagai cara manusia menangkap rangsangan, kemudian pengenalan rangsangan. Pengenalan adalah cara manusia memberikan arti terhadap rangsangan. Selanjutnya adalah penalaran dan perasaan. Penalaran adalah proses dengan nama rangsangan yang dihubungkan dengan rangsangan lainnya, pada tingkat pembentukan kegiatan psikologi. Sedangkan perasaan adalah konotasi emosional yang dihasilkan oleh diri sendiri maupun bersama-sama dengan rangsangan lain pada tingkat kognitif atau konseptual. Untuk selanjutnya dapat melahirkan tanggapan.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Tanggapan

Schramm (1971) (dalam Wiryanto, 2006: 41) menyebutkan empat faktor yang mempengaruhi tanggapan yaitu pesan, situasi ketika pesan itu diterima dan ditanggapi, kepribadian komunikan, dan konteks kelompok ketika komunikan menjadi anggotanya.

Selain itu, faktor-faktor yang mempengaruhi tanggapan, yaitu :

1. Adanya perhatian yaitu proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah
2. Kesukaan adalah sesuatu yang disebut komunikasi praktis. Dengan kata lain minat seseorang dapat tercipta karena adanya rasa suka terhadap sesuatu
3. Keinginan hati terjadi apabila dalam diri seseorang ada rasa ingin tahu terhadap sesuatu. Dalam komunikasi, hal ini termasuk efektif untuk menunjukkan bahwa minat seseorang dapat muncul karena adanya keinginan atau kemauan
4. Niat yaitu keinginan yang dikehendaki oleh seseorang untuk melakukan sesuatu, tanpa niat seseorang mustahil melakukan sesuatu.
5. Ingin tahu yaitu adanya perasaan ingin tahu atau pertanyaan yang muncul di dalam benak seseorang untuk diketahui atau perasaan-perasaan terhadap sesuatu sehingga seorang berminat.

D. Teori *Stimulus-Organism-Response*

Menurut Rakhmat (2007:51), respon adalah suatu kegiatan (*activity*) dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan (*activity*) yang ditimbulkan oleh suatu perangsang dapat juga disebut respon. Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau

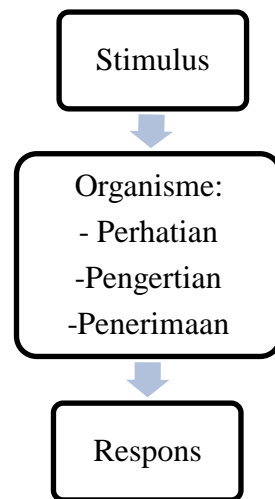
hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan.

Istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau dalam setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Menurut Chafe dalam uraian Rakhmat (2007:118), respon dibedakan menjadi tiga bagian;

- a. Kognitif : yang dimaksud dengan respon kognitif adalah respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami oleh khalayak.
- b. Afektif : yang dimaksud dengan respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu.
- c. Konatif (Psikomotorik) : yang dimaksud dengan psikomotorik adalah respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan.

Salah satu teori yang mengurai lebih jelas mengenai respon adalah *Stimulus-Organism-Response* yang biasa disingkat dengan S-O-R. Teori S-O-R berasumsi bahwa *organism* menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu. Maksudnya adalah keadaan internal *organism* berfungsi menghasilkan respon tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula. Mar'at yang

mengutip pendapat Hovland, Jains dan Kelly (Effendy,2002:253), mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru, ada tiga variable penting, yaitu :



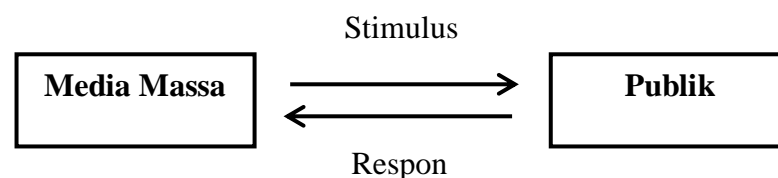
Gambar 2.4 Teori S-O-R (Effendy,2002: 253)

Hovland, Jains dan Kelly (Effendy,2002:253), menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu : perhatian, pengertian dan penerimaan. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya.

Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Respon atau perubahan sikap bergantung pada

proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya.

Teori ini juga disebut sebagai teori SR. Teori ini memiliki banyak nama lain, seperti teori jarum suntik hipodermik (*Hyperdemic Needle Theory*) atau teori peluru ajaib (*Magic Bullet Theory*). Disebut demikian karena teori itu meyakini bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakan menyuntikan obat yang bisa langsung kedalam jiwa penerima pesan sebagaimana peluru yang ditembakkan dan langsung masuk kedalam tubuh.



Gambar 2.5 Model Komunikasi S-R (Morrisan, 2010:17).

Dalam perspektif teori SR, media massa dianggap sangat kuat dalam memengaruhi penerimaan pesan. Teori SR menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan yaitu khalayak. Media massa mengeluarkan stimulus dan penerima pesan menanggapi dengan menunjukkan respons sehingga dinamakan teori stimulus respons (Morrisan, 2010:17).

BAB III

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. *MY TRIP MY ADVENTURE*

My Trip My Adventure adalah sebuah acara televisi bergenre dokumenter wisata yang ditayangkan stasiun televisi Trans TV sejak bulan September 2013. Tayang setiap Jumat pukul 10.00 WIB serta Sabtu & Minggu pukul 08.30 WIB. Sejak tayangan perdananya hingga kini, siaran MTMA ini banyak digandrungi oleh banyak kalangan, terutama bagi para *traveller*. Referensi dan informasi seputar tempat menarik di Indonesia, bahkan yang belum terjamah disiarkan di acara tv ini.

Dalam acara ini, *My Trip My Adventure* menggambarkan petualangan dan eksplorasi keindahan alam Indonesia. Acara ini dipandu oleh sekelompok selebriti muda yang suka berpetualang dengan semangat melestarikan budaya dan alam Indonesia yang indah, dengan cara menyambangi tempat-tempat indah yang belum pernah terekplorasi sebelumnya, bersosialisasi dengan masyarakat sekitar, menghargai budaya setempat dan menjadikan semuanya dalam satu perjalanan tak terlupakan. Hadirnya para host berparas menawan, membawa acara *My Trip My Adventure* ini kian lebih berwarna. Biasanya dibawakan oleh lebih dari 2 orang *host*, dan disetiap episodenya dipandu oleh *host* yang berbeda. Setelah beberapa kali mengalami pergantian, inilah daftar nama pembawa acara sekarang ini:

a. David Jhon Schaap

Lahir di Pakistan, 14 April 1990, sekarang telah menjadi seorang pembawa acara dan aktor berkebangsaan Indonesia. David adalah pria blasteran Sunda-Belanda. Ibunya adalah warga Bandung, namun hanya sampai usia 13 tahun David tinggal di sana. Menginjak masa remajanya, dia pindah ke Bali untuk mencari jati diri dan memuaskan hasratnya berolahraga ekstrim. David berjiwa petualang di segala medan, laut, gunung maupun daratan. Dia menggemari *surfing*, trail motor, trail sepeda dan olahraga ekstrem lainnya. Kariernya di dunia hiburan dimulai dengan menjadi bintang iklan Djarum - *Bull Race*, yang kemudian membuka jalan menjadi pembawa acara perjalanan *My Trip My Adventure* di stasiun televisi Trans TV.

b. Marshall Sastra

Marshall Sastra lahir di Jakarta, 6 Juli 1985. Sebelum masuk kedalam jajaran pembawa acara di *My Trip My Adventure*, Marshall Sasta adalah seorang desainer interior dan model. Nama Marshall ini sekarang tercatat sebagai salah satu model di bawah manajemen: Jim Models, yang mana agensi model ini banyak melahirkan papan atas Indonesia. Selain terlibat dalam sejumlah pemotretan dan *fashion show*, Marshall Sasta juga pernah terlibat dalam bintang iklan dan model video klip terkenal di video klipnya Afgan Syahreza, yang berjudul: Kumohon.

Awal masuknya Marshall Sastra ke dalam host *My Trip My Adventure* adalah melihat sosoknya yang suka berpetualang. Salah satu *team creative* MTMA melihat Marshall di Instagram. Dari situ, mereka merasa Marshall punya

basic yang cukup kuat untuk menjadi host program ini. setelah mengikuti serangkaian *casting* akhirnya cowok bertubuh indah ini lolos sebagai host *My Trip My Adventure*.

c. Richard Kyle

Richard Kyle (lahir di Melbourne, Australia, 15 Desember 1987) adalah aktor, model, dan bintang iklan asal Australia. Richard Kyle lahir, tumbuh dan besar di Australia, ia juga mengawali karier sebagai model saat masih menjadi mahasiswa jurusan perfilman di sana. Sebelum terjun menjadi model, Richard Kyle bercerita bahwa suatu hari ada seseorang yang tiba-tiba menghampirinya dan memberinya brosur. Orang tersebut menawarinya untuk menjadi model karena tertarik dengan gaya berjalannya. Richard Kyle pun akhirnya setuju.

Bergabung dengan agensi model *Vivian's Models* adalah langkah awal Richard Kyle meniti karier di dunia model sebelum merambah ke bidang perfilman dan iklan. Selain sebagai model internasional, Richard Kyle juga adalah seorang bintang iklan terkenal. Di Thailand yang merupakan tempat di mana orang tuanya tinggal, Richard Kyle sukses menjadi seorang bintang iklan beberapa produk terkenal seperti *Head and Shoulders*, *Vespa*, dan *Nestle*. Walaupun memiliki darah Indonesia, Richard Kyle terlahir di negara Australia dan tumbuh besar di sana. Sejak remaja, rupanya Richard Kyle sudah menjadi model profesional untuk majalah, iklan dan model untuk pakaian pria termasuk pakaian dalam. Saat itu Richard Kyle masih terlihat sangat remaja dengan tubuh kurus khas remaja pria pada umumnya.

Nama Richard Kyle mendadak jadi populer saat ia menjadi model iklan produk pencuci muka khusus pria, Nivea *Men Whitening* edisi Si Muka Kaku. Wajah Richard Kyle yang tampan langsung menghipnotis para kaum hawa. Setelah itu, bersama Bambang Pamungkas, Richard Kyle kembali jadi model iklan Nivea untuk produk pembersih muka dan *deodorant* dari Nivea Men. Di iklan ini, Richard Kyle tampil membuka bajunya dan memperlihatkan otot serta perut *sixpack*nya yang langsung menarik perhatian banyak orang. Berkat tubuh atletisnya yang macho, Richard Kyle pun kini menjadi host presenter atau pembawa acara *My Trip My Adventure* yang tayang di Trans TV bersama Denny Sumargo dan Marshall Sastra.

d. Nadine Chandrawinata

Nadine Chandrawinata, ia adalah aktris, model, sekaligus *presenter* asal Indonesia. Wanita kelahiran Hannover, 8 Mei 1984 ini memiliki darah campuran Jerman-Indonesia. Sang ayah adalah pria keturunan Jawa-Tionghoa. Sedangkan ibunya merupakan orang Jerman.

Tak hanya dirinya, namun kedua adiknya pun merupakan seorang pekerja seni di dunia hiburan Indonesia. Mereka adalah Marcel Chandrawinata dan Mischa Chandrawinata. Kedua adalah anak kembar dan bekerja sebagai model dan aktris. Mereka juga tak kalah populernya dari Nadine.

Sebelum menjadi artis seperti sekarang, Nadine pernah terpilih sebagai putri Indonesia padat tahun 2005 silam dengan mewakili DKI Jakarta. Dengan dinobatkannya dirinya menjadi seorang putri Indonesia, Nadine pun berkesempatan untuk mewakili Indonesia di ajang *Miss Universe* 2006 di (Los

Angeles, Amerika Serikat) dan meraih juara kedua untuk Budaya Nasional Terbaik dan Putri Persahabatan.

Apabila dinilai dari wawancara perkenalan *Miss Universe* 2006, Nadine tidak bisa berbahasa Inggris dengan lancar, walaupun sudah mengikuti persiapan bahasa Inggris dari panitia. Nadine menjawab pertanyaan-pertanyaan juri dengan terbata-bata dan sering kali melenceng dari konteks pertanyaan. Pada sesi tanya-jawab selanjutnya, tampaknya Nadine menyadari kemampuannya dalam berbahasa Inggris yang minim dan menjawab pertanyaan dengan menggunakan bahasa Indonesia dan menggunakan jasa penerjemah. Pada acara *infotainment* di Indonesia, diinformasikan walaupun tidak lancar berbahasa Inggris, tetapi ia fasih berbicara dalam bahasa Jerman.

Kini usai masa jabatannya berakhir, Nadine mulai menapaki karirnya sebagai seorang artis. Beberapa film layar lebar pun pernah ia bintanginya, diantaranya adalah *Realita*, *Cinta dan Rock'n Roll*, *Generasi Biru*, *Mati Suri*, dan *The Mirror Never Lies*. Lewat peran-perannya tersebut juga ia semakin terkenal di jagad hiburan Indonesia.

Tak hanya tampil sebagai seorang pemain film, wanita cantik ini juga dipercaya untuk menjadi seorang *presenter*. Dalam acara *My Trip My Adventure*, Nadine bersama rekan lainnya mengajak para penonton untuk melihat pesona alam Indonesia di berbagai daerah.

Di acara tersebut juga dirinya tak pernah merasa kesulitan dengan berbagai medan yang harus ia lalui. Hal ini dikarenakan memang dirinya memiliki jiwa petualang yang tinggi.

e. Rikas Harsa

Rikas Harsa (lahir di Lampung, 7 Juli 1980; umur 37 tahun) adalah pemenang kontes *L-Men of The Year* pada tahun 2010. Ia mewakili Indonesia dalam kontes *Mister Universe Model* 2011 yang diselenggarakan di Punta Cana, Republik Dominika pada bulan Mei 2011, dan ia meraih *Best National Costume* dan meraih posisi Top 15. Sebelum terjun ke dunia entertainment, Rikas sebelumnya bekerja sebagai manajer pemasaran untuk suatu perusahaan otomotif di Lampung. Sesuai dengan pekerjaannya, ia menyukai berkedaraan motor besar dan berangan-angan melakukan *touring* keliling Indonesia dan luar negeri dengan motor besar yang dia miliki. Motor besar adalah *passion* nya dan terinspirasi dari cuplikan video "*Long Way Round*" yg dibintangi oleh Charley Boorman & Ewan McGregor, dimana mereka melakukan ekspedisi dari London sampai dengan New York menggunakan transportasi roda dua alias motor besar. Suatu hari, Rikas pun berkeinginan untuk mencapai impian tersebut. Di akhir pekan, ia menghabiskan waktu nya bergabung dengan komunitas motor besar lainnya.

Studi akademi pernah dilakukannya di Australia dan disana ia juga aktif mengikuti berbagai macam kompetisi karate aliran Shotokan, bahkan sudah meraih lebih dari 20 medali pada kejuaraan *Shotokan Karate International of Western Australia & Shotokan Karate National Competition* pada tahun 1998–2002.

Sekembalinya dari Australia ia mendalami olah raga tinju dan fitness. Ia menjadi peserta *event L-Men of the Year* pada tahun 2009 namun tidak berhasil lolos. Pada tahun 2010, Rikas kembali mengikuti event tersebut dan mendapatkan

prestasi *Winner L-Men of the Year* 2010 sebagai perwakilan kota Bandar Lampung.

Setelah mendapatkan gelar *Winner L-Men of the Year* 2010, tentunya pintu dunia *entertainment & job* iklan terbuka lebar. Berbagai FTV dan sinetron dia jalankan hingga saat ini. Dengan *basic* kemampuan bela diri yang dia miliki sebelumnya, tidak heran jika beberapa judul FTV dan sinetron yang ditayangkan bercampur dengan nuansa drama & *fighting*.

Selain *passion* terhadap motor besar, Rikas juga cinta akan olah raga *scuba diving* dan *travelling*. Melihat keindahan dalam & luar negeri menjadi momen "*refreshing*" baginya. Ia pun akhirnya dipercaya ikut serta membawakan acara *travelling* dan menjelajah alam Indonesia *My Trip My Adventure*.

f. Deni Sumargo

Denny Sumargo (lahir di Luwuk, 11 Oktober 1981) merupakan seorang pemain basket berkebangsaan Indonesia berdarah Minangkabau-Tionghoa. Denny bermain untuk tim Garuda Flexi Bandung.

Karir Denny dimulai sejak duduk di sekolah menengah atas atau SMA. Kala itu ia sudah tergabung dengan klub Viking di Makassar. Tahun 2000, Denny Sumargo hijrah ke Jakarta dan bergabung dengan klub Aspac. Dari Aspac ini kemampuan Denny mulai terlihat, sehingga Satria Muda Britama meminangnya pada tahun 2004. Sejak itulah Denny Sumargo dikenal sebagai salah satu pemain basket tangguh di Indonesia. Bersama timnya tersebut, ia meraih Juara IBL Turnamen di Yogyakarta pada tahun 2004 dan IBL *Regular Tournament* di tahun yang sama.

Selain aktif menjadi pemain basket, Denny juga mulai merambah dunia keartisan. Wajahnya mulai terpampang di berbagai iklan, hingga majalah. Tak hanya itu saja, Denny juga mulai bermain di FTV dan layar lebar. *Hattrick* adalah film layar lebar yang pernah ia bintanginya bersama Arumi Bachsin. Dan yang paling fenomenal serta melambungkan namanya adalah ketika ia turut membintangi film *5 cm*. Sampai saat ini tercatat sudah ada 8 judul film layar lebar yang telah ia bintanginya. Selain jadi atlet dan aktor, Denny Sumargo juga menjadi *host* yakni dalam acara *My Trip My Adventure*.

g. Dion Wiyoko

Dion Wiyoko (lahir di Surabaya, 3 Mei 1984) adalah aktor berkebangsaan Indonesia keturunan Tionghoa yang memulai kariernya sebagai model. Dion Wiyoko memulai kariernya sebagai model di beberapa majalah. Seperti *Aneka Yess*, *Femina*, dan masih banyak lagi. Yang dilanjutkan dengan aktingnya melalui beberapa FTV dan sinetron. Film pertamanya adalah *Kuntilanak Beranak* yang dirilis tahun 2009 yang kemudian disusul film berikutnya *Serigala Terakhir* di mana ia berperan sebagai Lukman masih pada tahun yang sama. Kemudian pada tahun 2011, ia turut serta dalam film *Khalifah* di mana ia beradu akting dengan Marsha Timothy, Ben Joshua, dan Indra Herlambang.

Selain berakting wajah tampan Dion juga kerap membintangi video klip musik Indonesia. Sebut saja lagu "Galih dan Ratna" yang dinyanyikan grup musik *D'Cinnamons* hingga lagu "Ya ya ya" yang dibawakan oleh GIGI. Saat ini, ia juga dipercaya sebagai *host* acara ngetop *My Trip My Adventure*.

h. Della Dartyan

Della Erawati Dartyan merupakan salah satu finalis Puteri Indonesia 2013 yang berasal dari Banten. Della yang berusia 27 tahun dan tinggi 171 cm ini mempunyai banyak pengalaman di bidang *modelling* dan *acting*. Della telah melakukan *photoshoot* untuk berbagai desainer, *photoshoot* di Singapore hingga *beracting* di sinetron-sinetron seperti *Aladdin*, *Tendangan Si Madun*, *Safa & Marwah* hingga sejumlah FTV. Karirnya di dunia entertainment mengantarnya untuk menjadi salah satu host acara *My Trip My Adventure*.

Kesuksesan yang diraih sejak 2013 membuat Transinema Pictures mengangkat *My Trip My Adventure* ke layar lebar dalam film *My Trip My Adventure: The Lost Paradise* pada September 2016 dan juga menjadi nominasi pada ajang penghargaan di televisi.

Tabel 3.1

Penghargaan yang Diraih

Tahun	Penghargaan	Kategori	Hasil
2016	<i>Indonesian Choice Awards</i> 2016	<i>TV Program of the</i> <i>Year</i>	Nominasi
2017	<i>Indonesian Choice Awards</i> 2017	<i>TV Program of the</i> <i>Year</i>	Nominasi

Selain menjadi nominasi pada beberapa penghargaan, program tayangan *My Trip My Adventure* juga dinobatkan sebagai salah satu acara dengan kualitas

baik menurut survei kualitas acara televisi Komisi Penyiaran Indonesia periode September hingga Oktober 2015.

B. Komunitas *My Trip My Adventure* Makassar

1. Sejarah

Dalam tiga tahun belakangan ini sebuah acara televisi menjadi tren petualangan baru. Sejak Jejak Petualang, jarang sekali acara jalan-jalan yang mendapat sambutan luar biasa di Indonesia. Kini *My Trip My Adventure* adalah tren baru, banyak komunitas *fans* acara ini di berbagai regional dari seluruh Indonesia.

Mengikuti perkembangan itupun akhirnya Andi Muhammad Aslan Mathar dan Erwin Mandala berinisiatif untuk membentuk Komunitas *My Trip My Adventure* Makassar. Aslan dan Erwin pun mengajak beberapa teman yaitu Dedi Wahyu, Iskandar Muda, Arie Syafri, Muh Farhan, Suki Pebrianto, Muh Iyan Adha untuk bergabung membentuk komunitas. Setelah itu mereka mengajukan ijin kepada produser tayangan *My Trip My Adventure* Trans TV, Christianus Hutaniyaya. Akhirnya pada tanggal 2 Desember 2014 Komunitas *My Trip My Adventure* Makassar resmi terbentuk dan telah mengadakan beberapa kali perekrutan anggota yang hingga saat ini telah terdata 102 orang anggota.

2. Tujuan

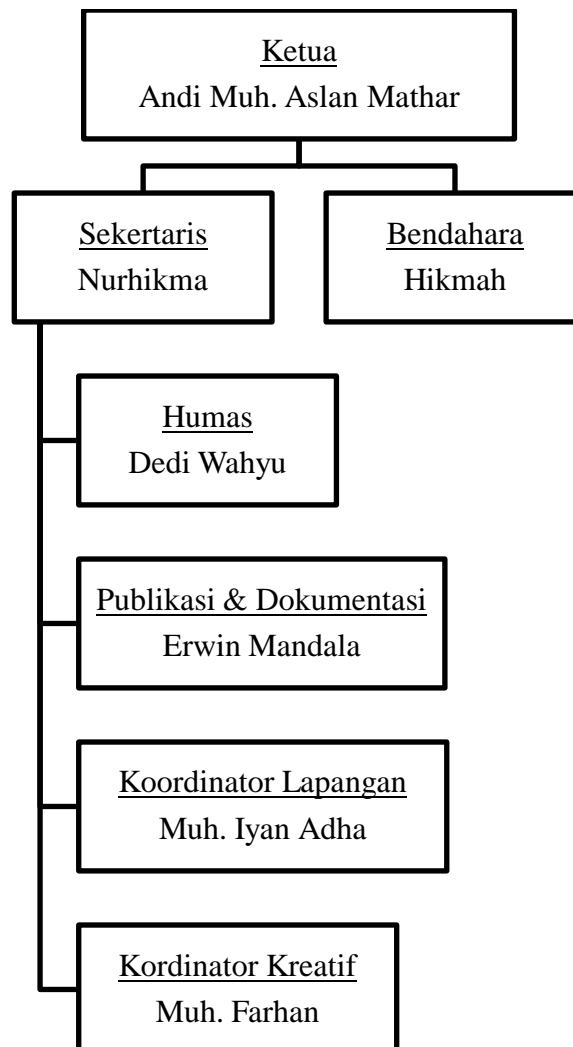
Membina kesadaran generasi muda tentang peduli lingkungan dan wisata di Indonesia guna:

1. Mengabdikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, bangsa dan negara
2. Memotivasi memberikan aksi nyata terhadap lingkungan hidup dan pariwisata pelosok Indonesia

3. Struktur:

Gambar 3.1

Struktur Komunitas MTMA Makassar



4. Logo



Gambar 3.2 Logo Komunitas MTMA Makassar

Tulisan Makassar pada logo sesuai dengan ikon tulisan Makassar pada umumnya yang bentuknya menyerupai huruf lontara Makassar dan dihuruf "K" nya diambil dari bentuk pulau Sulawesi dari atas untuk mewakili huruf K.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya dan sesuai dengan judulnya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penulis memilih komunitas MTMA Makassar sebagai objek pengukuran tanggapan.

Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas MTMA Makassar, dan jumlah responden yang menjadi sampel berjumlah 102 responden. Untuk lebih jelasnya maka hasil penelitian ini dapat kita lihat pada tabel-tabel dibawah ini :

1. Identitas Responden

1.1. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden laki-laki dengan jumlah 62 responden (60,78%) kemudian responden perempuan dengan jumlah 40 responden (39,22%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

N=102

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	62	60,78
Perempuan	40	39,22
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

1.2. Usia

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden, persentase terbesar adalah responden usia > 20 tahun sebanyak 65 responden (63,73%), kemudian responden usia 17 – 20 tahun sebanyak 37 responden (36,27%)

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Umur

N=102

Umur	Frekuensi	Persentase
17 - 20 Tahun	37	36,27
> 20 Tahun	65	63,73
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

1.3. Pendidikan Orang Tua

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden dengan pendidikan orang tua SMA/Sederajat dengan jumlah 39 responden (38,24%), disusul responden dengan pendidikan orang tua sarjana dengan jumlah 36 responden (35,29%), lalu responden dengan pendidikan orang tua diploma dengan jumlah 14 responden (13,73%), kemudian responden dengan pendidikan orang tua SD/Sederajat dengan jumlah 13 responden (12,75%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Orang Tua
N=102

Pendidikan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
SD/Sederajat	13	12,75
SMP/Sederajat	0	0,00
SMA/Sederajat	39	38,24
Diploma	14	13,73
Sarjana	36	35,29
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

1.4. Pekerjaan Orang Tua

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden dengan pekerjaan orang tua Wiraswasta dengan jumlah 51 responden (50,00%), disusul dengan pekerjaan orang tua PNS / TNI / POLRI dengan jumlah 30 responden (29,41%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua
N=102

Pekerjaan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
PNS / TNI / Polri	30	29,41
Wiraswasta	51	50,00
Politisi	0	0,00
Pegawai BUMN/Swasta	16	15,69
Buruh	5	4,90
Profesional	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

1.5. Pendapatan Orang Tua

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden dengan pendapatan orang tua per bulan Rp 1.000.001 – Rp 3.000.000

sebanyak 35 responden (34,31%), disusul pendapatan orang tua per bulan Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000 sebanyak 29 responden (28,43%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua
N=102

Pendapatan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
Rp ≤ 500.000 – Rp 1.000.000	25	24,51
Rp 1.000.001 – Rp 3.000.000	35	34,31
Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000	29	28,43
≥ Rp 5.000.001	13	12,75
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

1.6. Tempat Tinggal Responden

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden dengan tempat tinggal di rumah orang tua sebanyak 59 responden (57,84%), disusul responden dengan bertempat tinggal di rumah saudara sebanyak 23 responden (22,55%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal
N=102

Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase
Rumah Kontrakan	17	16,67
Kamar Kos	3	2,94
Tinggal dengan Saudara	23	22,55
Tinggal dengan Orang Tua	59	57,84
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

1.7. Kepemilikan Media

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden dengan kepemilikan media televisi + internet sebanyak 37 responden (36,27%), disusul responden dengan kepemilikan semua media sebanyak 35 responden (34,31%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Media
N=102

Jenis Media	Frekuensi	Persentase
Surat Kabar	2	1,96
Televisi	7	6,86
Radio	0	0,00
Internet	9	8,82
Surat Kabar + TV	0	0,00
TV + Internet	37	36,27
Surat Kabar + Internet	0	0,00
Radio + TV	0	0,00
Radio + Internet	0	0,00
Surat Kabar + Radio + TV	0	0,00
Radio + TV + Internet	12	11,76
Semua	35	34,31
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

2. VARIABEL PENELITIAN

2.1. Waktu Menonton

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang sudah lama (1 minggu yang lalu) menonton sebanyak 46 responden

(45,1%), disusul dengan responden yang agak lama (3 hari yang lalu) menonton sebanyak 28 responden (27,45%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Terakhir Menonton
N=102

Waktu Menonton	Frekuensi	Persentase
1 Hari yang Lalu	17	16,67
2 Hari yang Lalu	11	10,78
3 Hari yang Lalu	28	27,45
1 Minggu yang Lalu	46	45,10
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

2.2. Rentan Waktu Menonton

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang sering (1 – 4 kali) menonton sebanyak 52 responden (50,98%), disusul dengan responden yang kurang sering (5 – 8 kali) menonton sebanyak 33 responden (32,35%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9

Distribusi Responden Berdasarkan Rentan Waktu Menonton

N=102

Rentan Waktu	Frekuensi	Persentase
1 - 4 kali	52	50,98
5 - 8 kali	33	32,35
9 - 12 kali	17	16,67
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

2.3. Media yang Digunakan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menonton melalui media televisi sebanyak 98 responden (92,16%), lalu sisanya menonton melalui internet sebanyak 8 responden (7,84%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10

Distribusi Responden Berdasarkan Media yang Digunakan

N=102

Media yang Digunakan	Frekuensi	Persentase
Televisi	94	92,16
Internet	8	7,84
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

2.4. Informasi tentang *My Trip My Adventure*

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang mendapatkan informasi tentang tayangan *My Trip My Adventure* dari media sebanyak 72 orang (70,59%) dan responden lainnya mendapatkan informasi dari teman sebanyak 30 responden (29,41%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11

Distribusi Responden Berdasarkan Informasi tentang
My Trip My Adventure

N=102

Informasi tentang MTMA	Frekuensi	Persentase
Teman	30	29,41
Keluarga	0	0,00
Media	72	70,59
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

3. JADWAL PENAYANGAN

3.1. Waktu Penayangan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan bahwa waktu tayangan *My Trip My Adventure* sudah sesuai sebanyak 72 responden (70,59%), lalu sebanyak 18 responden

(17,65) menyatakan bahwa waktu tayangan *My Trip My Adventure* tidak sesuai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Penayangan

N=102

Waktu Penayangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Sesuai	12	11,76
Sesuai	72	70,59
Tidak Sesuai	18	17,65
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

3.2. Durasi Penayangan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan durasi tayangan *My Trip My Adventure* selama 45 menit sudah sesuai sebanyak 57 responden (55,88%), lalu sebanyak 45 responden (44,12%) menyatakan durasi tayangan *My Trip My Adventure* tidak sesuai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13

Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penayangan
N=102

Durasi Penayangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Sesuai	0	0,00
Sesuai	57	55,88
Tidak Sesuai	45	44,12
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

4. TEMA / MATERI ACARA

4.1. Tema / Materi Acara yang Paling Dinikmati

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan eksplorasi daratan dan pegunungan paling dinikmati sebanyak 39 responden (38,23%), lalu disusul tema / materi acara eksotika bawah laut sebanyak 34 orang (33,34%) dan sisanya lebih menikmati tema / materi acara keanekaragaman budaya sebanyak 29 responden (28,43%).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Distribusi Responden Berdasarkan Tema / Materi Acara yang Paling
Dinikmati

N=102

Tema/Materi yang Diminati	Frekuensi	Persentase
Keanekaragaman Budaya	29	28,43
Eksplorasi Daratan dan Pegunungan	39	38,23
Eksotika Bawah Laut	34	33,34
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

4.2. Tema / Materi Acara Dapat Menambah Pengetahuan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan sangat setuju tema / materi acara dapat menambah pengetahuan sebanyak 60 responden (58,82%), lalu disusul responden yang menyatakan setuju tema / materi acara dapat menambah pengetahuan sebanyak 42 responden (41,18%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Distribusi Responden Berdasarkan Tema / Materi Acara Dapat
Menambah Pengetahuan
N=102

Tema/Materi Menambah Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	60	58,82
Setuju	42	41,18
Tidak Setuju	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

4.3. Tema / Materi Acara Dapat Menarik Perhatian

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan tema / materi acara menarik perhatian sebanyak 55 responden (53,92%), lalu disusul responden yang menyatakan tema / materi acara sangat menarik perhatian sebanyak 47 responden (46,08%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Distribusi Responden Berdasarkan Tema / Materi Acara Dapat
Menarik Perhatian

N=102

Tema/Materi Menarik Perhatian	Frekuensi	Persentase
Sangat Menarik	47	46,08
Menarik	55	53,92
Tidak Menarik	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

4.4. Tema / Materi Acara Bervariasi

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan setuju tema / materi acara bervariasi sebanyak 67 responden (65,69%), lalu responden lainnya menyatakan sangat setuju tema / materi acara bervariasi sebanyak 35 responden (34,31%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17

Distribusi Responden Berdasarkan Tema / Materi Acara Bervariasi

N=102

Tema/Materi Bervariasi	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	35	34,31
Setuju	67	65,69
Tidak Setuju	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

5. DAYA TARIK

5.1. Daya Tarik Menonton Tayangan *My Trip My Adventure*

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan tayangan *My Trip My Adventure* memiliki materi yang beragam sebanyak 39 responden (38,24%), sama dengan responden yang menyatakan tayangan *My Trip My Adventure* menambah pengetahuan sebanyak 39 responden (38,24%), lalu lainnya menyatakan host yang menarik sebanyak 24 responden (23,52%) menjadi alasan menonton tayangan *My Trip My Adventure*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18

Distribusi Responden Berdasarkan Daya Tarik Menonton
N=102

Daya Tarik Menonton	Frekuensi	Persentase
Materi yang beragam	39	38,24
Host yang menarik	24	23,52
Menambah pengetahuan	39	38,24
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

5.2. Tujuan Menonton

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan tujuan menonton tayangan *My Trip My Adventure* untuk menambah pengetahuan sebanyak 47 responden (46,08%) kemudian disusul untuk mencari hiburan sebanyak 38 responden (37,25%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19

Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Menonton

N=102

Tujuan Menonton	Frekuensi	Persentase
Mencari hiburan	38	37,25
Mengisi waktu luang	17	16,67
Menambah pengetahuan	47	46,08
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

5.3. Kemudahan Memahami

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan setuju penyajian tayangan *My Trip My Adventure* mudah dipahami sebanyak 72 responden (70,59%), lalu yang lain menyatakan sangat setuju penyajian tayangan *My Trip My Adventure* mudah dipahami sebanyak 30 reponden (29,41%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.20

Distribusi Responden Berdasarkan Kemudahan Memahami Tayangan

N=102

Kemudahan Memahami	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	30	29,41
Setuju	72	70,59
Tidak Setuju	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

6. MANFAAT

6.1. Menjaga Kelestarian Alam

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan setuju tayangan *My Trip My Adventure* membuat ingin turut menjaga kelestarian alam sebanyak 56 responden (54.90%), lalu yang lain menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* membuat ingin turut menjaga kelestarian alam sebanyak 46 responden (45,10%).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21

Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat untuk Menjaga Kelestarian Alam
N=102

Menjaga Kelestarian Alam	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	46	45,10
Setuju	56	54,90
Tidak Setuju	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

6.2. Menambah Pengetahuan Tentang Keindahan Alam Indonesia

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan setuju tayangan *My Trip My Adventure* menambah pengetahuan tentang keindahan alam indonesia sebanyak 52 responden (50,98%), kemudian lainnya menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* menambah pengetahuan tentang keindahan alam indonesia sebanyak 50 responden (49,02%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.22
Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat dalam
Menambah Pengetahuan tentang Keindahan Alam Indonesia
N=102

Menambah Pengetahuan tentang Keindahan Alam Indonesia	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	50	49,02
Setuju	52	50,98
Tidak Setuju	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

6.3. Motivasi untuk berkunjung

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* membuat responden ingin berkunjung ke daerah tersebut sebanyak 63 responden (61,76%) dan responden lainnya menyatakan setuju tayangan *My Trip My Adventure* membuat responden ingin berkunjung ke daerah tersebut sebanyak 39 reponden (38,34%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23

Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat
dalam Memberikan Motivasi untuk Berkunjung

N=102

Motivasi untuk Berkunjung	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	63	61,76
Setuju	39	38,24
Tidak Setuju	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

6.4. Menumbuhkan Keinginan Untuk Mengeksplorasi Alam

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* menumbuhkan keinginan responden untuk mengeksplorasi alam sebanyak 64 responden (62,75%) lalu responden lainnya menyatakan setuju tayangan *My Trip My Adventure* menumbuhkan keinginan responden untuk mengeksplorasi alam sebanyak 38 responden (37,25%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.24
 Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat dalam Menumbuhkan
 Keinginan untuk Mengeksplorasi Alam
 N=102

Menumbuhkan Keinginan untuk Mengeksplorasi Alam	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	64	62,75
Setuju	38	37,25
Tidak Setuju	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

6.5. Perasaan Terhibur

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan sangat terhibur setelah menonton tayangan *My Trip My Adventure* sebanyak 55 responden (53,92%) lalu disusul responden yang menyatakan terhibur setelah menonton tayangan *My Trip My Adventure* sebanyak 47 responden (46,08%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25
Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat dalam Memberikan
Perasaan Terhibur

N=102

Perasaan Terhibur	Frekuensi	Persentase
Sangat Terhibur	55	53,92
Terhibur	47	46,08
Tidak Terhibur	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

6.6. Menambah Informasi tentang Kehidupan Sosial Budaya

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden yang menyatakan setuju bahwa responden mendapatkan informasi yang beragam mengenai petualangan dan kehidupan sosial budaya di berbagai wilayah Indonesia dari tayangan *My Trip My Adventure* sebanyak 55 responden (53,92%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.26
Distribusi Responden Berdasarkan Manfaat dalam Menambah
Informasi tentang Kehidupan Sosial Budaya

N=102

Menambah Informasi tentang Kehidupan Sosial Budaya	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	47	46,08
Setuju	55	53,92
Tidak Setuju	0	0,00
Total	102	100,00

Sumber : Data Primer diolah dari Kuesioner, 2017

B. Pembahasan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan anggota komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV dan faktor-faktor yang memengaruhi tanggapan anggota komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV.

Dalam penelitian ini, tanggapan dibutuhkan untuk mengetahui seberapa bagus dan kurang bagusnya tayangan *My Trip My Adventure* yang diperuntukkan kepada khalayak dari berbagai kalangan khususnya anggota komunitas MTMA Makassar. Karena anggota komunitas MTMA Makassar merupakan penonton potensial yang mempunyai kapasitas untuk memberikan tanggapan kritis dan penilaian yang membangun terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans

TV. Berikut secara mendetail pembahasan mengenai tanggapan anggota komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* dengan pengkategorian sebagai berikut:

1. Identitas Responden

Hasil olah data berdasarkan anggota komunitas menunjukkan bahwa responden didominasi oleh responden laki-laki, mayoritas berumur > 20 tahun, pendidikan orangtua SMA/Sederajat, pekerjaan orangtua PNS / TNI / POLRI, pendapatan orangtua Rp 1.000.001 – Rp 3.000.000, bertempat tinggal di rumah orangtua, dan memiliki televisi dan internet.

2. Informasi dan Waktu Menonton

Secara keseluruhan, semua responden menyatakan pernah menonton tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV, didominasi pula responden yang menyaksikan tayangan *My Trip My Adventure* 1-4 kali dalam sebulan yang menyaksikan tayangan tersebut.

3. Jadwal Penayangan

Pada variabel ini terbagi menjadi 2 kategori, yaitu:

1. Waktu penayangan (dapat dilihat pada tabel 4.12) dari 102 responden, 84 responden menyatakan waktu penayangan memadai, namun 18 responden menyatakan waktu penayangan kurang memadai dua kali seminggu.
2. Durasi penayangan (dapat dilihat pada tabel 4.13) dari 102 responden, 57 responden menyatakan durasi penayangan *My Trip My Adventure*

yakni 45 menit sudah cukup, namun 45 responden menyatakan durasi penayangan *My Trip My Adventure* kurang cukup.

4. Tema / Materi Acara

Pada variabel ini terbagi menjadi 4 kategori yaitu:

1. Tema / materi acara yang paling diminati (dapat dilihat pada tabel 4.14) dari 102 responden, 50 responden menyatakan tema / materi acara yang paling diminati adalah keanekaragaman budaya, eksplorasi daratan dan pegunungan, dan eksotika bawah laut.
2. Tema / materi acara menambah pengetahuan (dapat dilihat pada tabel 4.15) dari 102 responden, semua responden menyatakan tayangan *My Trip My Adventure* menambah pengetahuan.
3. Tema / materi acara dapat menarik perhatian (dapat dilihat pada tabel 4.16) dari 102 responden, semuanya menyatakan tema / materi acara tayangan *My Trip My Adventure* menarik perhatian.
4. Tema / materi acara bervariasi (dapat dilihat pada tabel 4.17) dari 102 responden, semuanya menyatakan tema / materi acara tayangan *My Trip Adventure* bervariasi.

5. Daya Tarik

Pada variabel ini terbagi menjadi 3 kategori, yaitu:

1. Daya tarik menonton tayangan *My Trip My Adventure* (dapat dilihat pada tabel 4.18) dari 102 responden, 39 responden menyatakan menyaksikan tayangan tersebut karena materi yang beragam dan 39

responden menyatakan menyaksikan tayangan tersebut untuk menambah pengetahuan.

2. Tujuan menonton tayangan *My Trip My Adventure* (dapat dilihat pada tabel 4.19) dari 102 responden, 47 responden menyatakan tujuan menonton *My Trip My Adventure* untuk menambah pengetahuan.
3. Kemudahan memahami tayangan *My Trip My Adventure* (dapat dilihat pada tabel 4.20) dari 102 responden, sebanyak 72 responden menyatakan setuju tayangan tersebut mudah dipahami. Lalu 30 responden menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* mudah dipahami.

6. Manfaat

Pada variabel ini terbagi menjadi 6 kategori, yaitu:

1. Menjaga kelestarian alam (dapat dilihat pada tabel 4.21) dari 102 responden, 56 responden menyatakan setuju tayangan *My Trip My Adventure* membuat ingin turut menjaga kelestarian alam. Lalu 46 responden menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* membuat ingin turut menjaga kelestarian alam.
2. Menambah pengetahuan tentang keindahan alam Indonesia (dapat dilihat pada tabel 4.22) dari 102 responden, 52 responden setuju tayangan *My Trip My Adventure* menambah pengetahuan tentang keindahan alam Indonesia. Lalu sebanyak 50 responden menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* menambah pengetahuan tentang keindahan alam Indonesia.

3. Motivasi untuk berkunjung (dapat dilihat pada tabel 4.23) dari 102 responden, 63 responden menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* membuat responden ingin berkunjung ke daerah yang ditayangkan. Lalu sebanyak 39 responden menyatakan setuju tayangan *My Trip My Adventure* membuat responden ingin berkunjung ke daerah yang ditayangkan
4. Menumbuhkan keinginan untuk mengeksplorasi alam (dapat dilihat pada tabel 4.24) dari 102 responden, 64 responden menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* menumbuhkan keinginan responden untuk mengeksplorasi alam. Lalu sebanyak 38 responden menyatakan setuju tayangan *My Trip My Adventure* menumbuhkan keinginan responden untuk mengeksplorasi alam
5. Perasaan terhibur (dapat dilihat pada tabel 4.25), dari 102 responden, 55 responden menyatakan sangat terhibur setelah menonton tayangan *My Trip My Adventure*. Lalu sebanyak 47 responden menyatakan terhibur setelah menonton tayangan *My Trip My Adventure*.
6. Menambah informasi tentang kehidupan sosial budaya (dapat dilihat pada tabel 4.26) dari 102 responden, 55 responden menyatakan setuju tayangan *My Trip My Adventure* menambah informasi tentang kehidupan sosial budaya. Lalu sebanyak 47 responden menyatakan sangat setuju tayangan *My Trip My Adventure* menambah informasi tentang kehidupan sosial budaya.

7. Tanggapan

Pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 102 responden, sebagian besar menyatakan bahwa tayangan *My Trip My Adventure* bagus dan menarik untuk ditonton. Hal ini dapat dilihat dari tema / materi acara yang beragam sehingga menimbulkan perhatian dari anggota komunitas MTMA Makassar untuk menyaksikan tayangan *My Trip My Adventure*. Selain itu, waktu tayang *My Trip My Adventure* sudah sesuai seminggu dua kali tetapi 45 responden menyatakan durasi 45 menit kurang cukup bagi mereka. Kemudian tayangan *My Trip My Adventure* mudah dipahami sehingga dapat menghibur dan memberikan manfaat dari tayangan tersebut agar lebih mengetahui serta mampu menjaga kekayaan alam dan budaya yang ada di Indonesia.

Model S-O-R menjadi pijakan teoritis dalam penelitian ini, menjadikan program tayangan *My Trip My Adventure* sebagai *stimulus* dengan pengkategorian penilaian seperti Jadwal Penayangan, Tema Tayangan dan Daya Tarik. Perhatian, Pengertian dan Penerimaan dari responden dalam hal ini anggota komunitas MTMA Makassar sebagai *organism*. Bentuk-bentuk pengamatan, persepsi, dan pengenalan dari responden sebagai tanggapan untuk menghasilkan perubahan sikap.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai tanggapan komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV, maka kesimpulan ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Tanggapan komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV menunjukkan bahwa 102 responden menyatakan tayangan dokumenter perjalanan yang ditayangkan mampu menarik perhatian. Kemudian materi dan destinasi wisata yang beragam dan juga *host* yang berpengalaman sehingga tayangan *My Trip My Adventure* lebih diminati dari tayangan dokumenter perjalanan lainnya. Disamping mampu menghibur pemirsanya dengan pemandangan alam yang mempesona, tayangan *My Trip My Adventure* juga memberikan beragam pengetahuan mengenai sejarah dan kebudayaan di Indonesia. Namun demikian, 44,12% responden yang menyatakan bahwa durasi penayangannya kurang cukup untuk lebih menikmati dan mendalami episode yang ditayangkan.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi tanggapan Komunitas MTMA Makassar terhadap tayangan *My Trip My Adventure* adalah faktor eksternal yang meliputi intensitas, ukuran, kontras, gerakan, pengulangan, keakraban dan

novelty. Hal ini dapat dilihat dari penjadwalan tayangan *My Trip My Adventure* yang konsisten dalam menayangkan tontonan yang informatif dan menghibur yang membuat tayangan ini dapat terus eksis sejak tahun 2013. Selain itu, *My Trip My Adventure* ditayangkan berulang dengan episode baru di setiap minggu dan selalu diberi variasi dalam penayangannya sehingga tayangan *My Trip My Adventure* tidak membosankan dan juga tidak menghilang dari perhatian komunitas MTMA Makassar. Kemudian faktor internal, meliputi kebutuhan psikologis, latar belakang, pengalaman, kepribadian, sikap, kepercayaan umum dan penerimaan diri.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis mengemukakan beberapa saran yaitu:

1. Kepada Trans TV sebagai stasiun televisi swasta yang menayangkan program *My Trip My Adventure*, diharapkan agar semakin kreatif dan inovatif dalam membuat konsep dari materi acara yang akan ditayangkan. Sebaiknya mengutamakan pesan-pesan sosial dan informasi mendalam mengenai daerah yang ditayangkan, host tetap yang sudah banyak sebaiknya tidak terus diganti melainkan lebih baik jika dihadirkan sebagai bintang tamu saja.
2. Kepada para host tayangan *My Trip My Adventure* diharapkan menguasai pengetahuan tentang daerah yang dikunjungi agar tidak terlalu banyak berbincang hal yang tidak informatif kepada sesama host.

3. Selain saran-saran yang diberikan penulis di atas, penulis juga mengemukakan saran-saran yang diberikan para responden yaitu komunitas MTMA Makassar, diantaranya yaitu:

- Sebaiknya lebih mendetail dalam menginformasikan akses menuju lokasi, jarak tempuh, sarana dan persiapan kepada penonton agar memudahkan jika penonton juga ingin berkunjung ke lokasi yang ditayangkan.
- Agar lebih menumbuhkan kesadaran untuk menjaga dan melestarikan alam.
- Diharapkan agar jam tayangnya dimajukan lebih pagi lagi yaitu pukul 08:30 WITA
- Diharapkan durasi tayangnya diperpanjang menjadi satu jam agar tayangannya bisa lebih dinikmati penonton dan informasi yang didapatkan lebih banyak.
- Lebih mengeksplor lokasi-lokasi yang belum diketahui banyak orang dan memberikan pengetahuan tentang budaya di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar Ringkas*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.
- Arikunto, S, 2003. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cangara, Hafied, 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Darwanto. 2007. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- _____. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fiske, John. 2012. *Introduction to Communication Studies*. terj, Hapsarai Dwiningtyas. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Liliweri, Alo, 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti,
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Komisi Penyiaran Indonesia, 2009. *Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran-P3SPS*. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia
- Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Morissan, 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, Dedy, 2008. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muda, Deddy Iskandar, 2008. *Jurnalistik Televisi; Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Naratama, 2006. *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Kamera*. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT.Grasindo.
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

- Sugiyono. 1997. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2009. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyudin, Dinn, Permasih, Riche Cynthia. 2007. *Teori-Teori Komunikasi Pada Tahap Awal*. Jakarta: Tim Dosen Komunikasi UPI.

Skripsi

- Sasmita, Ayu. 2012. *Tanggapan Mahasiswa Universitas Hasanuddin Terhadap Tayangan On The Spot di Trans 7*. Makassar : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Referensi Internet

- <http://www.transtv.co.id> diakses pada tanggal 20 Desember 2015 pada pukul 16:35.
- <http://id.wikipedia.org/wiki> diakses pada tanggal 20 Desember 2015 pada pukul 17:00.
- <http://www.kpid.go.id> diakses pada tanggal 9 Maret 2016 pada pukul 19:32.

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Tanggapan Komunitas MTMA Makassar terhadap Tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV

No. Responden:

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - 1) Laki-laki
 - 2) Perempuan
3. Umur :
 - 1) < 17 tahun
 - 2) 17 - 20 tahun
 - 3) > 20 tahun
4. Pendidikan orang tua :
 - 1) SD/Sederajat
 - 2) SMP/Sederajat
 - 3) SMA/Sederajat
 - 4) Diploma / Sarjana
5. Pekerjaan orang tua :

1) PNS/TNI/Polri	4) Pegawai BUMN/Swasta
2) Wiraswasta	5) Buruh
3) Politisi	6) Profesional
6. Pendapatan orang tua per bulan:

1) Rp ≤ 500.000 – Rp 1.000.000	3) Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000
2) Rp 1.000.001 – Rp 3.000.000	4) ≥ Rp 5.000.001
7. Tempat tinggal responden :

1) Rumah kontrakan	3) Tinggal dengan saudara
2) Kamar kos	4) Tinggal dengan orangtua
8. Jenis media apa yang anda miliki?

1) Surat kabar	8) Radio + TV
2) Televisi	9) Radio + Internet
3) Radio	10) Surat Kabar + Radio + TV

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 4) Internet | 11) Radio + TV + Internet |
| 5) Surat kabar + TV | 12) Semua |
| 6) TV + Internet | |
| 7) Surat kabar + Internet | |

B. VARIABEL PENELITIAN

1. Apakah anda pernah menonton tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV?
 - 1) Pernah
 - 2) Belum pernah
2. Jika pernah, kapan terakhir kali anda menontonnya?
 - 1) 1 hari yang lalu
 - 2) 2 hari yang lalu
 - 3) 3 hari yang lalu
 - 4) 1 minggu yang lalu
3. Berapa kali anda menyaksikan tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV dalam sebulan?
 - 1) 1 - 4 kali
 - 2) 5 - 8 kali
 - 3) 9 - 12 kali
4. Melalui media apa anda menyaksikan tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV?
 - 1) Televisi
 - 2) Internet
5. Dari mana anda pertama kali mendapatkan informasi tentang tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV?
 - 1) Teman
 - 2) Keluarga
 - 3) Media

1. JADWAL PENAYANGAN

1. Menurut Anda apakah waktu tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV yakni setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 09.30 - 10.15 WITA sudah sesuai?

- 1) Sangat sesuai
 - 2) Sesuai
 - 3) Tidak sesuai
2. Menurut anda, apakah durasi tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV yakni 45 menit sudah sesuai?
- 1) Sangat sesuai
 - 2) Sesuai
 - 3) Tidak sesuai
3. Jika jawaban Anda ‘tidak sesuai’ bagaimana pendapat anda terhadap waktu tayang dan durasi dari tayangan *My Trip My Adventure* yang sesuai menurut Anda?
-
-
-

2. TEMA / MATERI ACARA

1. Menurut Anda, Tema/ Materi acara apa yang paling Anda nikmati dari tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV? (jawaban boleh lebih dari satu)
 - 1) Keanekaragaman Budaya
 - 2) Eksplorasi Daratan dan Pegunungan
 - 3) Eksotika Bawah Laut
2. Apakah anda setuju bahwa episode mengenai tema / materi acara pada tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV menambah pengetahuan?
 - 1) Sangat Setuju
 - 2) Setuju
 - 3) Tidak Setuju
3. Menurut Anda, apakah tema / materi acara yang dibahas pada tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV menarik perhatian anda?
 - 1) Sangat Menarik
 - 2) Menarik
 - 3) Tidak Menarik
4. Apakah anda setuju bahwa setiap minggunya tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV menampilkan tema / materi acara yang bervariasi?

- 1) Sangat Setuju
- 2) Setuju
- 3) Tidak Setuju

3. DAYA TARIK

1. Apakah yang membuat Anda menyaksikan tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV? (jawab boleh lebih dari satu)
 - 1) Materi yang beragam
 - 2) Host yang menarik
 - 3) Menambah pengetahuan
2. Apa tujuan Anda menyaksikan tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV? (jawab boleh lebih dari satu)
 - 1) Mencari hiburan
 - 2) Mengisi waktu luang
 - 3) Menambah pengetahuan
3. Menurut anda, penyajian tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV dapat dengan mudah dipahami?
 - 1) Sangat Setuju
 - 2) Setuju
 - 3) Tidak Setuju

4) MANFAAT

1. Menurut anda, materi tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV membuat anda ingin turut menjaga kelestarian alam?
 - 1) Sangat Setuju
 - 2) Setuju
 - 3) Tidak Setuju
2. Menurut anda, materi tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV menambah pengetahuan tentang keindahan alam yang ada di Indonesia?
 - 1) Sangat Setuju
 - 2) Setuju
 - 3) Tidak Setuju

3. Menurut anda, keindahan alam yang ditampilkan pada tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV membuat anda ingin berkunjung ke daerah tersebut?

- 1) Sangat Setuju
- 2) Setuju
- 3) Tidak Setuju

4. Menurut anda, tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV menumbuhkan keinginan untuk mengeksplorasi alam?

- 1) Sangat Setuju
- 2) Setuju
- 3) Tidak Setuju

5. Apakah anda merasa terhibur setelah menonton tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV?

- 1) Sangat Terhibur
- 2) Terhibur
- 3) Tidak Terhibur

6. Menurut anda, anda mendapatkan informasi yang beragam mengenai petualangan dan kehidupan sosial budaya di berbagai wilayah Indonesia dari tayangan *My Trip My Adventure* di Trans TV?

- 1) Sangat Setuju
- 2) Setuju
- 3) Tidak Setuju

4. Setelah menyaksikan tayangan *My Trip My Adventure* apa tanggapan Anda sebagai anggota komunitas MTMA Makassar?

.....
.....
.....

5. Apa saran Anda terhadap tayangan *My Trip My Adventure* supaya lebih menghibur dan mengedukasi?

.....
.....
.....