

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki keanekaragaman alam sangat berpotensi untuk dijadikan obyek wisata alam. Hal ini memberikan kontribusi ide atau gagasan, untuk mengangkat wisata alam sebagai suatu topik yang menarik dalam penayangan program televisi. Dimana wisata alam merupakan bentuk kegiatan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungannya seperti gunung, hutan, laut, sungai, pantai, gua bahkan suku, budaya dan adat istiadat (<http://www.wisataindonesia.com>).

Dengan banyaknya potensi wisata alam yang ada di Indonesia, maka media menangkap bahwa kekayaan alam Indonesia perlu untuk diangkat sebagai suatu program yang menjual dimana pesan yang disampaikan dalam program tersebut merupakan program informasi yang bisa menambah wawasan tentang alam dan berbeda dengan program-program televisi yang lainnya. Seperti yang dikutip dari *website* tvri.co.id, stasiun televisi pemerintah pada masa orde baru ini pernah menayangkan potensi wisata alam berupa liputan bahari, maritim atau kelautan, hasil perikanan, dan hasil pertanian atau budaya panen padi dimana Indonesia merupakan negara agraris yang hasil perekonomiannya ditunjang oleh sektor alam atau pertanian. Program mengenai wisata alam, program televisi di TVRI 'Nusa Wisata' masih ada sampai sekarang, program ini ditayangkan setiap hari Jumat pukul delapan pagi.

Program wisata alam di televisi yang semakin banyak bermunculan tidak lepas dari rasa ingin tahu manusia akan pendokumentasian kekayaan alam dengan melakukan eksplorasi ke berbagai tempat yang mempunyai potensi wisata alam. Dari lingkup yang sederhana ini menjadikan manusia ingin lebih menambah wawasan dengan tidak hanya sekedar melakukan petualangan ataupun penjelajahan melainkan sebuah ekspedisi yang penuh dengan tantangan (<http://www.jejakpetualang.com>).

Program televisi yang menggambarkan perjalanan, petualangan ke alam bebas merupakan salah satu cara untuk memperoleh potongan demi potongan sebuah perjalanan, hal seperti inilah yang ditayangkan Trans 7 dengan program

televisi ‘Jejak Petualang’, yang berdasarkan atas laporan dari sebuah petualangan yang didokumentasikan. Dari sifat manusia yang tidak pernah puas untuk mendapatkan sesuatu, maka timbul rasa ingin tahu yang lebih besar untuk dapat menggali potensi-potensi yang ada di Indonesia. Sehingga melakukan suatu penjelajahan keseluruhan pelosok tanah air dan muncul dari gambaran tersebut sebuah tanyangan di Trans TV dengan nama program ‘Jelajah’.

Dari penggambaran atau pendokumentasian tentang perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lainnya, dari pulau yang satu ke pulau yang lainnya beserta keunikan dan keanekaragaman alam budaya, maka muncul program televisi wisata alam seperti ‘Jelajah’ dan ‘Jejak Petualang’. Hal inilah yang menjadi latar belakang munculnya program wisata alam seperti yang telah dipaparkan dalam paragraf sebelumnya.

Dari kedua program ini mampu menyedot perhatian audiens dengan *Television Rating & Share* rata-rata tiap bulan selama bulan Januari sampai dengan Maret 2007 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Performa Program Information (TOP 20)
Average per month, period January- March 2007

RA NK.	PROGRAM	PROGRAM TYPE	CHANNEL	DAY	STAR T TIME	END TIME	TV R	TVS
1	EMPAT MATA	Information:TalkShow	TRANS7	Mon-Fri	21:29	22:58	4.7	20.6
2	SILET	Information:Infotainment	RCTI	Sun-Sat	10:55	11:54	2.7	20.4
3	LEPAS MALAM	Information:TalkShow	TRANS	Saturday	18:14	19:11	2.3	8.4
4	HOT SHOT	Information:Infotainment	SCTV	Sat-Sun,Wed	10:57	11:26	2.2	15.6
5	DORCE SHOW(E04)	Information:Documentary	TRANS	Sunday	09:30	10:21	2.2	15.6
6	WISATA KULINER	Information:Documentary	TRANS	Mon-Sat	13:56	14:25	2.1	16.2
7	KABAR KABARI	Information:Infotainment	RCTI	Mon,Thu	15:54	16:20	2.0	17.6
8	JELANG SIANG	Information:TV Magazine	TRANS	Sun-Sat	11:42	12:29	2.0	15.4
9	OTISTA(OBROLAN ARTIS DLM BERIT	Information:Infotainment	SCTV	Mon,Fri	11:01	11:28	2.0	16.6
10	INSERT (INFORMASI SELEBRITI)	Information:Infotainment	TRANS	Sun-Sat	06:55	07:29	2.0	14.3
11	NIKMATNYA DUNIA	Information:Documentary	SCTV	Saturday	10:33	11:03	2.0	15.2
12	CEK & RICEK	Information:Infotainment	RCTI	Tue-Sat	15:54	16:22	2.0	15.7
13	KASAK KUSUK	Information:Infotainment	SCTV	Sun-Sat	16:23	16:55	2.0	16.4
14	RINSO AYO MAIN JANGAN TAKUT KO	Information:Education	TRANS	Sunday	08:00	08:30	1.9	14.9
15	JELAJAH	Information:Documentary	TRANS	Sun-Sat	14:59	15:30	1.9	12.7

16	SISI LAIN	Information:Infotainment	TRANS	Mon-Sat	13:24	13:54	1.9	13.5
17	SKETSA SELEBRITIS	Information:Infotainment	SCTV	Friday	10:35	11:07	1.8	15.2
18	HALO SELEBRITI	Information:Infotainment	SCTV	Tue,Thu	10:59	11:30	1.8	14.9
19	JEJAK PETUALANG	Information:Documentary	TRANS 7	Sun-Sat	17:00	17:31	1.8	10.7
20	ADA GOSIP	Information:Infotainment	SCTV	Mon-Fri	12:37	13:12	1.7	12.8

Sumber: *Trans Corp Television*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, program televisi ‘Jelajah’ di Trans TV dan ‘Jejak Petualang’ di Trans 7 merupakan jenis program *information: documentary* yaitu program yang memberikan suatu informasi berupa program dokumenter, dimana kedua program tersebut masuk dalam 20 besar program yang memiliki *rating & share* rata-rata tertinggi selama tiga bulan terakhir yakni bulan Januari sampai dengan Maret 2007, untuk jenis program informasi. Selain itu peneliti mengambil dua program wisata alam ‘Jelajah’ dan Jejak Petualang’ karena setiap hari (Senin s/d Sabtu) kedua program ini tayang di televisi dengan jam tayang yang berbeda, sehingga secara tidak langsung program ini akan memberikan pengaruh terhadap audiensnya.

Program televisi wisata alam yang sering muncul sekarang ini mulai bermunculan dengan berbagai kemasan, sehingga dapat memberikan wacana tersendiri bagi pecintanya untuk mempunyai suatu gambaran mengenai program wisata alam di televisi, misalnya sebagai bahan referensi untuk melakukan kegiatan di alam. Dari program wisata alam ‘Jelajah’ dan ‘Jejak Petualang’ merupakan program televisi yang memiliki kesamaan topik yaitu eksplorasi mengenai kekayaan alam Indonesia dengan mendokumentasikan setiap perjalanan, petualangan atau penjelajahan bahkan keragaman budaya, adat istiadat disuatu daerah yang memiliki ciri khas tertentu. Informasi diberikan dengan cara yang lebih *personal* melalui sudut pandang reporter atau *host* ke hadapan audiens. Reporter akan terlibat aktif dalam seluruh liputan yang dilakukan, hingga reporter menjadi tidak berjarak dengan audiens.

Reporter dalam program ini merupakan penonton itu sendiri, yang ingin tahu segala sesuatu. Sesuatu yang baru, unik, aneh, indah, berat, menyenangkan, mengharukan, jadi reporterlah panca indra audiens dilapangan. Akan tetapi terdapat perbedaan dalam konsep ataupun format program petualangannya yakni, ‘Jejak Petualang’ masih menampilkan sosok perempuan yang lebih dominan

sebagai seorang reporter atau *host* yang sangat tangguh, seperti misalnya Ryani Djangkaru, Meidina Kamil. Sedangkan dalam program 'Jelajah' laki-laki dan perempuan menjadi seorang reporter yang mempunyai ciri khas masing-masing dalam liputannya seperti misalnya reporter laki-laki lebih ke arah wisata alam ke daerah yang sulit dijangkau atau sebaliknya. Selain itu jam tayang 'Jelajah' pukul 15.00 WIB setiap hari Senin sampai dengan Sabtu dan 'Jejak Petualang' pukul 17.00 WIB dengan hari yang sama.

Secara tidak langsung sebuah program di media televisi yang memberikan visualisasi gambar dan suara akan memberikan pengaruh atau efek kepada audiensnya. Bertitik tolak pada paradigma Harold D. Lasswell tentang proses komunikasi yang berbunyi "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*", dapat diambil kesimpulan bahwa dalam proses komunikasi seseorang memerlukan media. Jika paradigma Lasswell dihubungkan dengan komunikasi massa media televisi, menurut Kuswandi (1996) "tentu saja mempunyai tujuan audiens sasaran serta akan mengakibatkan umpan balik, baik secara langsung maupun tidak langsung" (p. 17). Sehingga program televisi akan membentuk persepsi audiens dalam tahap kognitif dimana audiens menggambarkan pengetahuannya dan persepsi terhadap suatu obyek. Pengetahuan dan persepsi tersebut diperoleh melalui pengalaman langsung dari obyek sikap dan informasi berbagai sumber lainnya seperti media televisi.

Audiens atau khalayak yang dijadikan sasaran dari program wisata alam ini adalah semua kalangan yang berumur lebih dari 15 tahun, akan tetapi lebih difokuskan kepada *audiens* yang mempunyai kegemaran terhadap wisata alam, *travelling*, para penggiat alam, pecinta alam dan lain sebagainya, sesuai dengan *target audiens* yang digagas oleh *Transcorp Television* untuk program ini. Akan tetapi stasiun televisi menekankan sebagai media edukasi berupa esai suatu tema dari kegiatan alam bebas dengan *host* adalah si penggiat sendiri atau pakar yang diundang. Sedangkan program wisata alam yang ada merupakan reportase suatu perjalanan, dan lebih dilihat dari kacamata audiens yang diwakili oleh seorang presenter, tentunya dengan memperhatikan selera audiens Indonesia yang senang pada hal-hal yang heboh, gaul, seru, dramatis, sensasional dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan *rating*, yang berarti terdapat pemasukan dari iklan.

Dalam penelitian ini salah satu dari target audiens yang dijadikan subyek dalam penelitian adalah para pecinta alam yang tergabung dalam sebuah organisasi pecinta alam (OPA) di tingkat Perguruan Tinggi. Menurut kode etik pecinta alam se-Indonesia, pecinta alam merupakan penggiat alam yang berkecimpung dalam kegiatan alam dan secara sadar bahwa pecinta alam adalah makhluk yang mencintai alam sebagai anugerah Tuhan Yang Maha Esa.

Pecinta alam dipilih sebagai subyek dalam penelitian ini karena pecinta alam sebagai penggiat alam yang mempunyai latar belakang, kedekatan (*proximity*), dan beberapa pengalaman yang sangat erat sekali kaitannya dengan kegiatan wisata alam. Dimana dalam mengapresiasi dan mengevaluasi suatu kegiatan alam akan lebih mengena karena terdapat unsur kedekatan dari penggiatnya. Sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi yang diutarakan Deddy Mulyana (2001) dalam bukunya ilmu komunikasi suatu pengantar, bahwa semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah komunikasi.

Dari berbagai kalangan pecinta alam yang mempunyai latar belakang berbeda akan membentuk suatu pandangan, kesan atau pola pikir yang berbeda pula mengenai program wisata alam di televisi. Sehingga dari berbagai macam perbedaan pola pikir atau pandangan tersebut peneliti ingin mengetahui sejauh mana persepsi pecinta alam mengenai program wisata alam di televisi.

Pada hakikatnya persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi, karena jika persepsi seseorang terhadap suatu hal atau obyek tidak akurat, maka tidak mungkin orang tersebut bisa berkomunikasi dengan efektif. Rahmat Kriyantono dalam bukunya Teknik Praktis Riset Komunikasi (2006), yang dimaksud dengan komunikasi efektif apabila terjadi kesamaan antara kerangka berpikir (*frame of reference*) dan bidang pengalaman (*field of experience*) antara komunikator dengan komunikan. Sehingga persepsi itu sendiri mempunyai pengertian bahwa menurut J. Cohen yang dikutip oleh Deddy Mulyana (2001), persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal, dimana persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana. Akan tetapi dalam berpersepsi untuk menafsirkan suatu makna tidak hanya melibatkan sensasi melainkan atensi, ekspektasi, motivasi dan memori yang ditentukan oleh faktor personal dan situasional.

Proses pembentukan persepsi baik itu terhadap obyek (lingkungan fisik) ataupun persepsi terhadap manusia, menurut Deddy Mulyana (2001), melalui beberapa proses atau tahapan-tahapan yaitu dari suatu pesan yang diterima melalui panca indera (sensasi) akan di respon atau ditafsirkan (atensi) untuk dimaknai atau disimpulkan berdasarkan informasi yang diterima oleh panca indera yang dipercaya untuk mewakili obyek yang akan dipersepsi (interpretasi). Jadi pengetahuan audiens yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai obyek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya obyek tersebut.

Kesadaran total yang diperoleh manusia untuk mengenal dunia luar merupakan kemampuan panca indera dalam mempersepsi setiap obyek. Hal ini disampaikan pula oleh Stewart L Tubbs (2000) dalam bukunya *Human Communication* bahwa ketidak cermatan dalam berpersepsi merupakan sumber kegagalan komunikasi, sehingga diperlukan empati yang merupakan unsur penting dalam proses persepsi yang biasanya berbentuk suatu kepercayaan.

Dari program wisata alam yang ada di televisi merupakan alternatif untuk mengikuti perkembangan potensi sumber daya alam yang ada di alam semesta ini sehingga memperoleh informasi dan wawasan melalui media televisi yang bisa membentuk persepsi tersendiri bagi audiensnya, karena program televisi wisata alam yang sering muncul dengan berbagai kemasan dapat memberikan wacana tersendiri bagi pecintanya untuk mempunyai pandangan atau persepsi mengenai program wisata alam di televisi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana persepsi mahasiswa pecinta alam Surabaya mengenai program wisata alam di televisi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa pecinta alam di Surabaya mengenai program wisata alam di televisi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Akademis

Dapat digunakan sebagai bahan referensi data atau perbendaharaan kepustakaan bagi Jurusan Ilmu Komunikasi, untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan persepsi, program televisi dan tayangan wisata alam. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai penerapan *media study* atau kajian media televisi dalam jurusan ilmu komunikasi. Dimana tayangan televisi memberikan pengaruh terhadap audiens berupa pembentukan persepsi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi penyiaran televisi yang menayangkan kegiatan wisata alam atau mengangkat tema serupa. Penelitian ini dapat dijadikan suatu masukan (*input*), karena setiap audiens memiliki pandangan atau persepsi yang berbeda-beda mengenai program wisata alam di televisi. Penelitian ini juga sebagai alat untuk memahami keberadaan penyiaran televisi dan tanggung jawab moral sosial dalam penyiaran programnya.

Penelitian ini juga dimaksudkan agar dapat menambah pengetahuan atau wawasan bagi para pembaca khususnya pecinta program wisata alam di televisi ataupun para pemerhati lingkungan dan para pecinta alam yang gemar akan program ini, sehingga terdapat tanggung jawab moral untuk terus menjaga kelestarian alam sesuai dengan kode etik pecinta alam.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada persepsi audiens terhadap program wisata alam di televisi, yaitu program acara 'Jelajah' di Trans TV dan program acara 'Jejak Petualang' di Trans 7. Sesuai dengan *Trans Corp Television* (AC Nielsen), rating rata-rata dari kedua program tersebut adalah yang tertinggi dibanding dengan

program wisata alam yang lain. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif deskriptif ini dilakukan pada segmentasi program Jelajah dan Jejak Petualang pada periode tayang bulan Januari sampai dengan Maret 2007, hal ini dikaitkan dengan antusiasme para pencinta alam yang tinggi di awal tahun (<http://www.wanadri.org>). Persepsi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah bagaimana proses terbentuknya persepsi mulai dari sensasi, atensi, hingga sampai tahap interpretasi, dengan mengukur program wisata alam berdasarkan kombinasi kualitas program.

Sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini maka responden dari penelitian adalah pecinta alam di Surabaya yang tergabung dalam organisasi pecinta alam di tingkat Perguruan Tinggi. Dalam penelitian ini jumlah responden dibatasi berdasarkan organisasi pecinta alam yang terdapat di lingkungan Perguruan Tinggi, seperti Wanala-Universitas Airlangga, Matrapala-Universitas Kristen Petra, Pataga-Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Mapaus-Universitas Surabaya, Himapala-Universitas Negeri Surabaya. Selain itu kredibilitas Organisasi Pecinta Alam (OPA) yang baik dan prestasi yang diraih dari 5 Perguruan Tinggi yang terpilih

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab, yang disusun secara rinci dan berkesinambungan, guna mendukung isi dari tiap bab secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan yang dimaksud, adalah sebagai berikut:

◆ Bab I: Pendahuluan

Secara garis besar, pendahuluan berisi latar belakang yang berhubungan dengan pemilihan topik; permasalahan yang menyangkut isu utama yang diangkat dalam penelitian; tujuan penelitian yang berisi harapan yang hendak dicapai dari penelitian; manfaat penelitian yang berisi kegunaan yang dapat diambil dari hasil penelitian; batasan masalah yang berfungsi untuk membatasi kegiatan penelitian; serta sistematika penulisan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam penulisan laporan penelitian ini.

◆ Bab II: Kerangka Teori

Bagian ini berisi landasan teori yang menyangkut teori-teori yang relevan dengan topik yang akan diangkat pada penelitian yaitu teori Persepsi; Terpaan Media Massa tentang Pengaruh Media Televisi; sedangkan nisbah antar konsep berisi hubungan antar teori yang digunakan; kemudian yang terakhir adalah kerangka pemikiran.

◆ Bab III: Metodologi Penelitian

Berisi mengenai langkah-langkah dalam pengerjaan skripsi secara terperinci, seperti definisi konseptual; definisi operasional; populasi dan sampel; metode atau teknik penelitian; data dan sumber data; prosedur pengumpulan data; analisis data; uji reabilitas.

◆ Bab IV: Analisis Data

Berisi mengenai pemaparan dan penjelasan terperinci mengenai gambaran objek dan subjek dalam penelitian ini, yaitu program wisata alam di televisi dan pecinta alam Surabaya serta hasil pembahasan yang mengenai hal-hal yang berkaitan dengan analisis hasil pengumpulan data melalui kuesioner (analisis data).

◆ Bab V: Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang ringkasan hasil penelitian, yang menyangkut isi keseluruhan dari penelitian, beserta saran yang bermanfaat bagi peningkatan mutu atau kualitas suatu program program televisi.