

## **PENGARUH TAYANGAN MY TRIP MY ADVENTURE TRANS TV TERHADAP MINAT BERWISATA SISWA SMA NEGERI 3 SAMARINDA**

**Frista Rizky Massie<sup>1</sup>, Endang Erawan<sup>2</sup>, Kheyene Molekandella Boer<sup>3</sup>**

### ***Abstrak***

**Massie, F**, 2017. *Pengaruh Tayangan My Trip My Adventure Trans TV Terhadap Minat Berwisata Siswa SMA Negeri 3 Samarinda*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Dosen Pembimbing: (1) Drs. Endang Erawan, M.Si (2) Kheyene Molekandella Boer, S.I.Kom., M.I.Kom. Pengaruh televisi dalam sistem komunikasi tidak lepas dari aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Trans TV sebagai salah satu televisi swasta nasional yang mempunyai tagline “milik kita bersama”, menyuguhkan tayangan hiburan informatif berupa tayangan yang memberikan perspektif baru untuk melakukan kegiatan berwisata menjelajah Indonesia lebih dekat melalui perjalanan wisata wisata dengan penyampaian dan penggunaan bahasa khas anak muda. Tayangan *My Trip My Adventure* akan menunjukkan keindahan alam dan tempat-tempat menarik dari seluruh daerah di Indonesia

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* Trans TV terhadap minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda. Teori yang digunakan adalah teori perbedaan individu milik Melvin D. Defleur. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data berasal dari kuesioner dan data sekunder sedangkan teknik sampling yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode *cluster sampling* dimana responden dalam penelitian ini dipilih secara acak tanpa menggunakan kriteria khusus (Bebas). Hasil uji hipotesis penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara tayangan *My Trip My Adventure* Trans Tv terhadap minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda. Hal ini dibuktikan dengan  $T_{hitung} = 7.970 > T_{tabel} = 1.990$ . Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dengan membagikan kuisisioner dengan jumlah responden sebesar 82 orang, maka dapat dikatakan hasil bahwa terdapat pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* Trans Tv sebesar 54,61% terhadap minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda.

***Kata Kunci : Pengaruh, Tayangan, Minat Berwisata.***

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: fristamassie@gmail.com

<sup>2</sup> Endang Erawan selaku Dosen Pembimbing I dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

<sup>3</sup> Kheyene Molekandella Boer selaku Dosen Pembimbing II dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

## **Pendahuluan**

Trans TV sebagai salah satu televisi swasta nasional yang mempunyai tagline “milik kita bersama”, menyuguhkan tayangan hiburan informatif berupa tayangan yang memberikan perspektif baru untuk melakukan kegiatan berwisata menjelajah Indonesia lebih dekat melalui perjalanan wisata dengan penyampaian dan penggunaan bahasa khas anak muda. Tayangan *My Trip My Adventure* akan menunjukkan keindahan alam dan tempat-tempat menarik dari seluruh daerah di Indonesia. Baik yang sudah dikenal oleh masyarakat luas maupun yang belum banyak diketahui masyarakat Indonesia. Saat ini media massa khususnya televisi banyak menyajikan tayangan-tayangan serupa atau lebih dikenal dengan istilah *copycat* seperti contohnya tayangan *Travellezza* yang ditayangkan di ANTV. Tayangan *My Trip My Adventure* yang ditayangkan di Trans TV terletak pada urutan ke-29 posisinya berada diatas tayangan *Travellezza* yang ditayangkan di ANTV, dengan rating sebesar 1,8 persen dan share sebesar 13,6 persen, sedangkan tayangan *Travellezza* berada di urutan ke-116 dengan rating sebesar 0,6 persen dan share sebesar 13,8 persen. Dengan tayangan ini pula Trans TV melalui tayangan *My Trip My Adventure* sebagai salah satu tayangan edukasi yang tujuannya adalah memberikan pengetahuan dan mengajak penonton untuk mengenal lebih jauh lagi dunia berwisata. Penonton yang kurang berminat berwisata diharapkan akan menjadi berminat untuk berwisata. Serta mencoba mengenalkan dan menumbuhkan rasa kecintaan masyarakat Indonesia terhadap negaranya sendiri, terlebih generasi muda yang harus diberikan pengetahuan dalam mencintai potensi alam bangsa mereka serta sebagai tahap masyarakat remaja menuju dewasa yang sedang senangnya untuk mencoba hal baru dan menikmati wisata. Sebagai sebuah siaran wisata wisata yang tayang disebuah televisi nasional, tentu tayangan ini dengan mudah dapat diakses oleh seluruh lapisan publik. Karena televisi yang menjadi salah satu hasil dari teknologi yang terus berkembang saat ini, sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat, bahkan dapat mengubah pemikiran seseorang.

Adapun alasan peneliti memilih siswa yang notabene remaja karena dalam penelitian ini tayangan *My Trip My Adventure* termasuk dalam klasifikasi program siaran R-BO (remaja–bimbingan orangtua) yang ditujukan kepada remaja berusia 12-18 tahun. Sekolah SMA Negeri 3 Samarinda dipilih peneliti karena sekolah ini mempunyai *ekstrakurikuler* pecinta alam bernama *Travel Mania* sehingga siswanya dapat menyalurkan dan melakukan kegiatan berwisata melalui *ekstrakurikuler* ini, serta sudah terakreditasi A sehingga siswanya dianggap memiliki daya analisis yang lebih responsif dalam menentukan sikap dengan apa yang ada disekitarnya.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian adalah apakah terdapat pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* Trans TV terhadap minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda?

### ***Tujuan Penelitian***

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* Trans TV terhadap minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda.

### ***Kerangka Dasar Teori***

#### ***Teori Perbedaan Individu***

Teori yang diketengahkan oleh Melvin D. Defleur ini lengkap nya adalah "*individual differences theory of mass communication effect*". Jadi teori ini menelaah perbedaan-perbedaan diantara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga menimbulkan efek tertentu. Anggapan dasar dari teori ini ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda. Lingkungan juga berperan, dari lingkungan yang dipelajarinya itu mereka menghendaki seperangkat sikap, nilai, dan kepercayaan yang merupakan tatanan psikologisnya masing-masing pribadi yang membedakannya dari yang lain (Effendy, 2007:275). Teori perbedaan individu ini mengandung rangsangan-rangsangan khusus yang menimbulkan interaksi yang berbeda dengan watak-watak perorangan anggota khalayak. Oleh karena terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi anggota khalayak itu. Maka secara alamiah dapat diduga akan muncul efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu. Teori perbedaan individu yang berperan untuk memberikan interaksi yang berbeda dengan pemikiran perorangan antar khalayak yang berbeda. Perbedaan individu tersebut juga yang menimbulkan perbedaan efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individu itu sendiri. Teori ini digunakan peneliti karena setiap individu akan berbeda dalam menerima dan memproses stimuli atau sebuah pesan, sehingga menerangkan jika setelah individu sebagai sasaran media massa menerima pesan berupa tayangan *My Trip My Adventure*, sesuai dengan kepribadian individu yang berbeda-beda maka efek atau respon yang akan diberikan individu juga akan berbeda-beda.

#### ***Tayangan***

Dari definisi televisi dapat disimpulkan bahwa segala yang disiarkan pada media massa televisi merupakan sebuah tayangan atau program. Penyiaran adalah kegiatan penyelenggaraan siaran radio maupun televisi, yang diselenggarakan oleh organisasi penyiaran radio atau televisi. Output dari

organisasi penyiaran adalah siaran, siaran ditunjukkan kepada khalayak. Siaran berasal dari kata siar. Siar berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Siaran sebagai output stasiun penyiaran yang dikelola oleh organisasi penyiaran, merupakan hasil perpaduan anatara kreativitas manusia dan kemampuan sarana atau alat, atau antara perangkat keras dan lunak (Wahyudi, 1994:8).

### ***Elemen-Elemen Tayangan Televisi***

Semua program yang sukses memiliki elemen-elemen sebagai berikut (Morissan, 2009:324) :

#### **1. Konflik**

Salah satu elemen yang paling penting dalam keberhasilan program adalah konflik yaitu adanya benturan kepentingan atau benturan karakter diantara tokoh-tokoh yang terlibat.

#### **2. Durasi**

Suatu program yang berhasil adalah program yang dapat bertahan selama mungkin. Dengan demikian, ditinjau dari durasi atau lamanya penayangan program, suatu program itu terdiri atas program yang dapat bertahan lama (*durable* program) dan program yang tidak dapat bertahan lama (*nondurable* program). Sebuah program sebaiknya merancang program yang mampu bertahan terus menerus, dengan kata lain sebuah program itu memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin. Dalam penelitian ini tayangan *My Trip My Adventure* dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk program yang dapat bertahan lama (*durable*). Karena cerita yang dikemas secara *fresh* selalu berganti-ganti setiap penayangannya.

#### **3. Kesukaan**

Sebagian audien memilih program yang menampilkan pemain utama atau pembawa tayangan yang mereka sukai yaitu orang-orang yang membuat audien merasa nyaman, sebagaimana dikemukakan Vane-Gross : mereka adalah orang-orang yang memiliki kepribadian hangat, suka menghibur, sekaligus sensitif dan ramah. Mereka adalah jenis orang yang mungkin kita sukai untuk diundang datang ke rumah kita. Seorang pembawa tayangan harus memancarkan kegembiraan dan pemikiran yang positif atau memiliki *good will*.

#### **4. Konsistensi**

Suatu program harus konsisten terhadap tema dari karakter program yang disuguhkannya sejak awal. Menurut Vane-Gross : semua penonton televisi memiliki tingkat antisipasi tertentu terhadap setiap program. Ini berarti, penonton sejak awal sudah mengharapkan sesuatu ketika menonton sesuatu.

#### **5. Energi**

Setiap program harus memiliki energi yang mampu menahan audien untuk tidak mengalihkan perhatiannya kepada hal-hal lain. Vane-Gross mendefinisikan energi sebagai “ kualitas yang menekankan pada kecepatan

cerita dan semangat ke dalam cerita dengan menyajikan gambar-gambar yang tidak bisa ditinggalkan penonton”.

6. *Timing*

Programer dalam memilih suatu program siaran (tayangan) harus mempertimbangkan waktu penayangan (*timing*) yaitu apakah program bersangkutan itu sudah cocok atau sesuai dengan zamannya. Vane-Gross menilai persoalan timing ini sangat penting : agar suatu tayangan dapat berhasil maka tayangan itu haruslah harmonis dengan waktu. Program yang terlalu ketinggalan zaman akan ditinggalkan penonton; namun jika terlalu maju juga akan ditinggalkan penontonya. Dengan demikian nilai-nilai atau gaya hidup yang diperlihatkan tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai yang masih berlaku dan dipertahankan audien.

7. *Tren*

Seorang programer dalam memilih program harus memiliki kesadaran terhadap adanya hal-hal yang tengah digandrungi (*tren*) ditengah masyarakat. Tayangan yang sejalan dengan tren yang berkembang akan lebih menjamin keberhasilan, sebaliknya program yang tidak seirama dengan tren maka besar kemungkinan akan gagal. Menurut Vane-Gross, tayangan yang mengikuti tren bukanlah faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan. Menurutnya tren bisa menjadi petunjuk terhadap selera audien secara umum sehingga sedikit banyak membantu meningkatkan rating tayangan. Tren dalam program televisi terjadi jika beberapa stasiun televisi memproduksi atau mengembangkan suatu tayangan yang memiliki tema, format atau isi yang sama.

### ***Minat Berwisata***

Menurut Effendy (2000:103) minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan yang diharapkan. Minat merupakan momen dari kecenderungan-kecenderungan yang terarah secara intensif kepada suatu objek yang dianggap penting. Pada minat ini terdapat pengenalan (kognitif), dan kemauan, baik dalam perubahan sikap maupun tindakan. Berdasarkan pengertian mengenai minat yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa minat adalah gejala psikologis yang dialami oleh individu yang menunjukkan perhatian individu terhadap objek tertentu karena menarik perhatian dan menimbulkan rasa senang pada diri individu. Minat mempunyai beberapa komponen yang terdiri dari perhatian, keingintahuan, perasaan, kesiapan bertindak, dan kecenderungan untuk terlibat.

### **Metode Penelitian**

#### ***Jenis Penelitian***

Penelitian ini menggunakan pendekatan atau metodologi kuantitatif. Peneliti menggunakan jenis penelitian eksplanatif, bertujuan menjelaskan

gambaran dari suatu kondisi, karakteristik bagaimana sebuah fenomena sosial dapat terjadi. Peneliti menghubungkan atau mencari sebab akibat antar dua atau lebih variabel yang diteliti (Kriyanto, 2009:68). Karena sesuai dengan masalah yang akan diteliti yaitu terjadinya fenomena yang sudah terjadi dan ingin mengetahui pengaruh dari fenomena yang sudah terjadi itu pada khalayak yang dituju. Serta untuk menjawab permasalahan atau pengujian hipotesis yaitu untuk menjelaskan pengaruh antara dua variabel.

### ***Definisi Operasional***

Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

No.	Variabel	Indikator
1.	<b>Variabel Independent X</b> Tayangan <i>My Trip My Adventure</i>	1. Durasi (X1) 2. Kesukaan (X2) 3. Konsistensi (X3) 4. Energi (X4) 5. Tren (X5)
2.	<b>Variabel Dependent Y</b> Minat Berwisata	1. Perhatian (Y1) 2. Keingintahuan (Y2) 3. Perasaan (Y3) 4. Kesiapan Bertindak (Y4) 5. Kecenderungan Untuk Terlibat (Y5)

### ***Populasi dan Sampel***

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI SMA Negeri 3 Samarinda. Alasannya adalah siswa SMA Negeri 3 Samarinda Sebagai siswa dengan Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI) dianggap memiliki daya analisis yang lebih responsif dalam menentukan sikap dengan apa yang ada disekitarnya serta dinilai mampu memahami juga menilai sebuah tayangan berwisata, baik berupa peranannya, fungsi, dampak atau efek dari sebuah tayangan semi dokumenter, usia semua siswa kelas XI yang dikategorikan sebagai usia remaja yang sedang giat-giatnya untuk mencoba hal-hal dan pengalaman baru. Untuk mendapatkan data yang lebih spesifik, peneliti memperoleh data dari Bagian Kesiswaan SMA Negeri 3 Samarinda, sehingga mendapat 450 siswa Kelas XII.

### ***Teknik Pengambilan Sampel***

Diketahui jumlah populasi sebesar  $N = 450$  responden, dan batas kesalahan yang ditolerir ( $e$ ) yang ditetapkan sebesar 5% atau 0,05. Maka berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel ( $n$ ) sebagai berikut :

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{450}{1 + 450 (0,1)^2} \\ &= \frac{450}{5,5} = 81,81 \text{ orang}\end{aligned}$$

Dibulatkan menjadi 82 orang.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Untuk memperoleh informasi data yang akurat dan objektif maka dilakukan pengumpulan data sebagai berikut :

1. Data primer berupa :
  - a. Kuesioner, adalah suatu alat pengumpulan informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden (Zuriah, 2006:182).
  - b. Observasi, adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian.
2. Data sekunder berupa data yang diperoleh dari sumber-sumber tertulis yang terdapat dalam buku dan literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, seperti buku, internet, brosur, serta catatan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### ***Alat Pengukuran Data***

Peneliti menggunakan instrument untuk mengumpulkan data. Pertanyaan yang akan diajukan berupa pertanyaan dalam Skala Likert. Skala Likert (Riduwan, 2010 : 86) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

### ***Teknik Analisis Data***

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reabilitas dengan analisis regresi linier berganda dan Uji Normalitas. Analisis regresi dilakukan jika korelasi kedua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab-akibat) atau hubungan fungsional. Mustikoweni (2002:1)

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### ***Penyajian Data dan Pembahasan***

#### **Rata-Rata Kriteria Jawaban Responden**

<b>Skor</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Variabel X</b>	<b>(%)</b>	<b>Variabel Y</b>	<b>(%)</b>
1	Sangat tidak setuju	1	10	1	10
2	Tidak setuju	2	20	1	10
3	Setuju	6	40	4	60
4	Sangat setuju	3	30	2	20
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti Tahun 2017

**Tabel 4.46**  
**Hasil Uji Validitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	20

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 23.00, 2017

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \dots Bn$$

$$Y = 43.576 + 0,221X_1 + 0,918X_2 + 0,645X_3 + 0,316X_4 + 0,879X_5$$

Dari fungsi diatas, maka diketahui bahwa:

Nilai koefisien regresi (0,065) artinya bila nilai X (Tayangan *My Trip My Adventure*) = 0, maka (Kesadaran merek) = 43.576.

**Tabel 4.48**  
**Hasil Koefisien Korelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495 <sup>a</sup>	.245	.205	5.073

a. Predictors: (Constant), X

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 23.00, 2017 )

**Tabel 4.49**  
**Hasil Uji Normalitas**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Statistic	df	Sig.
Minat Berwisata (Y)	.103	82	.000
Tayangan <i>My Trip My Adventure</i> (X)	.094	82	.000

a. Lilliefors Significance Correction

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 23.00, 2017 )

Mo L	Sum Of	Df	Mean	F	Sig.
1	461.16	1	461.16	58.491	.000
Residual	630.74	80	7.88		
Total	1091.9	81			



- a. Dependent Variable: Minat Berwisata
- b. Predictors: (Constant), Tayangan *My Trip My Adventure*

### **Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* Trans TV terhadap minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 82 responden kepada siswa SMA Negeri 3 Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* Trans TV terhadap minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda. Hal ini membuktikan bahwa tayangan *My Trip My Adventure* berpengaruh dengan minat berwisata remaja khususnya siswa SMA Negeri 3 Samarinda.

Didapatkan hasil pada setiap butir pertanyaan yang diajukan memiliki variasi jawaban (jawaban yang didapatkan tidak seragam), hal ini sesuai dengan teori perbedaan individu. Sebagai anggota khalayak sasaran media massa, mereka menaruh selektif pada tayangan *My Trip My Adventure*, pesan-pesan yang disampaikan melalui tayangan *My Trip My Adventure* ditangkap siswa sesuai dengan karakteristik kebutuhan personal individu, tanggapan yang diberikan terhadap pesan-pesan melalui tayangan *My Trip My Adventure* kemudian diubah oleh tatanan psikologisnya masing-masing individu. Sehingga efek dari tayangan *My Trip My Adventure* pada khalayak tidak seragam melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.

Setelah melakukan uji validitas, didapat hasil bahwa terdapat 5 item yang tidak valid dengan nilai *corrected item total correlation* dibawah dari nilai  $r$  tabel sebesar 0,374 dan dapat dikatakan item tersebut tidak valid dan tidak akan dianalisa lebih lanjut. Untuk hasil uji reliabilitas, didapat nilai alpha sebesar 0,879. Nilai ini lebih besar dari nilai  $r$  kritis dengan uji 2 sisi pada signifikansi 0,05 dengan jumlah  $n = 82$  dan dapat disimpulkan bahwa item-item instrument penelitian tersebut reliabel. Setelah uji validitas dan reliabilitas, peneliti melakukan analisa regresi linear sederhana dimana yang menjadi variabel-variabel bebas disini adalah Tayangan *My Trip My Adventure*. Dari tabel model summary, diperoleh 0,671 untuk nilai koefisien korelasi ( $R$ ). Nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel tayangan *My Trip My Adventure* dan minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda. “Nilai korelasi antara 0,671 sampai dengan 0,781 masuk dalam kategori hubungan rendah tapi pasti. (Sugiyono 2010:257)

Setelah melakukan uji regresi linear sederhana, selanjutnya adalah melakukan uji normalitas dimana hasil pengujian normalitas nilai statistik tiap-tiap variabel  $> \alpha = 0.05$  maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keenam variabel penelitian ini berdistribusi normal, sehingga dapat dianalisa lebih lanjut. Setelah dilakukan uji Normalitas kemudian melakukan uji T, tujuannya adalah untuk mengetahui apakah variabel strategi komunikasi pemasaran memiliki

hubungan terhadap variabel kesadaran merek. Setelah dilakukan uji T dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung pada tiap – tiap variabel bebas memiliki nilai lebih kecil dari t tabel 1.990 dan nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima, yang artinya variabel tayangan *My Trip My Adventure* (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwisata (Y).

Nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) atau R squared pada tabel model summary adalah 0,495 artinya variabel tayangan *My Trip My Adventure* Trans TV berpengaruh terhadap minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda memiliki proporsi pengaruh sebesar 49,50% sedangkan sisanya 50,5% (100% - 49,50%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam model regresi linear.

Hasil pengkategorian yang telah dijelaskan sebelumnya menunjukkan hasil bahwa responden sebagian besar menilai adanya tayangan *My Trip My Adventure* Trans TV cukup penting dalam mempengaruhi minat berwisata siswa. Pernyataan ini didukung pula dari hasil pengujian hipotesis yang menyatakan variabel tayangan berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata secara simultan, namun tidak berpengaruh signifikan secara parsial.

Dalam penelitian ini pengaruh (P) yang ingin dilihat adalah adanya pertumbuhan minat dari siswa sebagai responden sebagai penerima pesan (p), setelah menonton tayangan *My Trip My Adventure* yang berlaku sebagai pesan (p), melalui media televisi (M) yang disampaikan oleh Trans TV sebagai sumber (S). Setelah peneliti melakukan kegiatan penyebaran kuesioner dan mengkaji data dari 82 orang responden yang dijadikan sebagai sampel.

Didapatkan hasil pada setiap butir pertanyaan yang diajukan memiliki variasi jawaban (jawaban yang didapatkan tidak seragam), hal ini sesuai dengan teori perbedaan individu. Sebagai anggota khalayak sasaran media massa, mereka menaruh selektif pada tayangan *My Trip My Adventure*, pesan-pesan yang disampaikan melalui tayangan *My Trip My Adventure* ditangkap siswa sesuai dengan karakteristik kebutuhan personal individu, tanggapan yang diberikan terhadap pesan-pesan melalui tayangan *My Trip My Adventure* kemudian diubah oleh tatanan psikologisnya masing-masing individu. Sehingga efek dari tayangan *My Trip My Adventure* pada khalayak tidak seragam melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.

Pada variabel X indikator durasi menjadi indikator yang paling dominan dengan rata-rata presentase sebesar 79,9%. Lama penayangan dan bertahan lama menjadi alat ukur yang dianggap siswa tepat. 45 menit menjadi jangka waktu yang tepat bagi sebuah tayangan berwisata dalam mengulas dan memberikan informasi kegiatan berwisata. Siswa juga menganggap tayangan *My Trip My Adventure* sebagai tayangan berwisata yang dapat bertahan lama untuk tetap dinikmati audien. Pada variabel Y indikator perhatian menjadi indikator yang paling dominan dengan rata-rata presentase sebesar 76,9%. Pemahaman isi

tayangan menjadi alat ukur yang dianggap siswa tepat, karena dengan penyajiannya siswa dapat dengan mudah memahami apa yang disampaikan. Durasi, kesukaan, konsistensi, energi, tren yang dijadikan peneliti sebagai indikator pada variabel X, dianggap tepat bagi siswa, karena siswa memandang jika elemen tersebut mewakili dan tepat dijadikan sebagai alat ukur dalam sebuah penayangan tayangan berwisata, ini terlihat dari jawaban responden yang sebagian besar memberikan jawaban positif, hal ini berarti indikator yang terdapat pada variabel X berpengaruh pada minat berwisata siswa (variabel Y).

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Tayangan *My Trip My Adventure* yang dijadikan sebagai variabel X dengan indikator durasi, kesukaan, konsistensi, energi, dan tren memiliki nilai presentase sebesar 54,61%, artinya bahwa tayangan *My Trip My Adventure* dikategorikan baik. Dengan nilai yang diperoleh menandakan jika tayangan *My Trip My Adventure* menjadi tayangan yang digemari siswa karena menghibur siswa serta menerangkan dan mendidik melalui apa yang ditampilkan dalam satu kesatuan kemasan tayangan yang disuguhkan.
2. Minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda dengan indikator perhatian, keingintahuan, perasaan, kesiapan bertindak, dan kecenderungan untuk terlibat memiliki nilai presentase sebesar 53,95%, artinya bahwa pemunculan minat berwisata dari tayangan *My Trip My Adventure* siswa dikategorikan baik.
3. Sedangkan pengaruh atau uji hipotesis antara variabel X dan variabel Y dengan melakukan Uji T. Setelah dilakukannya penghitungan didapat nilai thitung sebesar 7,970. Dengan derajat kebebasan sebesar 80 didapatkan ttabel sebesar 1,990. Selanjutnya thitung dibandingkan dengan nilai ttabel. Nilai thitung > ttabel.  $7,970 > 1,990$  penjabaran tersebut menyatakan jika  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat hubungan atau pengaruh antara tayangan *My Trip My Adventure* terhadap minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda.
4. Dari uji regresi linear sederhana didapat persamaan  $Y = 0,781 + 0,661X$ . Ini berarti jika variabel tayangan *My Trip My Adventure* naik nilainya sebesar satu satuan, maka variabel minat berwisata siswa SMA Negeri 3 Samarinda akan bertambah nilainya sebesar 0,661. Setelah dilakukan pengujian koefisien korelasi didapatkan nilai sebesar 0,642 yang menunjukkan jika hubungan diantara kedua variabel bernilai kuat, karena berada pada interval korelasi 0,60 - 0,799.

### **Daftar Pustaka**

- Agus, Dariyo. 2004. Psikologi Perkembangan Remaja. Bogor : Ghalia Indonesia.  
Ardianto, Elvinaro. Lukiat Komala Erdinaya & Siti Karlinah. 2007. Komunikasi

- Massa Suatu Pengantar. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2002. Imaji Media Massa. Jakarta : Prenada Media Group
- Cangara, Hafied. 2007. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. Televisi Siaran Teori dan Praktik. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Hofmann, Ruedi. 1999. Dasar-dasar Apresiasi Program TV Menjadikan TV Budaya Rakyat. Jakarta : Grasindo.
- Irwanto. 2002. Psikologi Umum. Jakarta : PT Prenhallindo.
- Komala, Lukiaty. 2009. Ilmu komunikasi. Bandung : Widya Padjajaran.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. Teknis Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kuswandi, Wawan. 2008. Komunikasi Massa Analisis Interaksi Budaya Massa. Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Kuswandi, Wawan. 1996. Komunikasi Massa Sebuah Analisis Isi Media TV. Jakarta : Rineka Cipta.
- Mufid, Muhammad. 2010. Komunikasi dan Regulasi Penyiaran. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Mulyana, Dedi. 2003. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2005. Media Penyiaran Startegi Mengelola Radio & Televisi. Tangerang : Ramadina Prakarsa.
- Morrison. 2009. Manajemen Media Penyaiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Morrison. 2010. Teori Komunikasi Massa. Bogor : PT Ghalia Indonesia.
- Nurudin. 2004. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Rajawali Pers.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosadakarya.
- Riduwan. 2009. Metode & Tekhnik Penyusunan Proposal Penelitian. Bandung : Alfabeta.
- Walgito, Bimo. 2002. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta : Andi.

***Website Resmi :***

<http://www.facebook.com/DuniaTelevisi?fref=photo>, diakses pada tanggal 31 Maret 2016 pada pukul 18.33 WIB.

<http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/38-dalam-negeri/32815-kpi-minta-lembaga-penyiaran-evaluasi-total-variety-show-dan-sinetron-mistik>, diakses pada tanggal 23 Juni 2016, pukul 13:49WIB

<http://eprints.uny.ac.id> <eprints.uny.ac.id/8315/> diakses pada 22 Maret 2017 pukul 20:26 WIB.

[http://www.transtv.co.id/index.php/programs/view/6/456#.VWghOs\\_tmko](http://www.transtv.co.id/index.php/programs/view/6/456#.VWghOs_tmko), diakses pada tanggal 04 April 2015 pada pukul 11.06 WIB.

<http://www.transtv.co.id/index.php/about/coverage>, diakses pada tanggal 26 Mei 2017 pada pukul 13.11 WIB.

[http://www.transtv.co.id/index.php/programs#.VWgbxc\\_tmko](http://www.transtv.co.id/index.php/programs#.VWgbxc_tmko), diakses pada tanggal 26 Mei 2017 pada pukul 15.20 WIB.

[http://www.transtv.co.id/index.php/programs/view/6/456#.VWgioc\\_tmkp](http://www.transtv.co.id/index.php/programs/view/6/456#.VWgioc_tmkp), diakses pada tanggal 26 Mei 2017 pukul 18.50 WIB.

[http://twitter.com/mytrip\\_myadvntr](http://twitter.com/mytrip_myadvntr) diakses pada tanggal 03 Juni 2016,13:36WIB

[https://instagram.com/mytrip\\_myadvntr/](https://instagram.com/mytrip_myadvntr/) diakses pada tanggal 03 Juni 2016, pukul 13:40WIB

<https://www.youtube.com/watch?v=XVeBIGSD3Jg>, diakses pada tanggal 25 juni 2016 pukul 14:19 WIB

<https://www.youtube.com/watch?v=dAmZZNFceNU>, diakses pada tanggal 25 juni 2017 pukul 14:19 WIB

<https://www.youtube.com/watch?v=JnMI3RnQ7jA>, diakses pada tanggal 25 juni 2017 pukul 14:56WIB