BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Industri penyiaran di Indonesia berkembang pesat setelah orde baru berakhir. Jika sebelum era kekuasaan Soeharto berakhir pada tahun 1998, stasiun televisi baru berjumlah 5 buah untuk swasta nasional dan 1 televisi publik saja, jumlah tersebut sekarang meningkat dua kali lipat menjadi 10 buah untuk swasta nasional dan tetap 1 televisi publik, namun masih ditambah dengan ratusan televisi lokal, komunitas dan khusus berlangganan.[1]

Televisi merupakan sarana telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu layar hitam putih maupun layar berwana. Kata televisi adalah penggabungan dari kata *tele* (jauh) dari bahasa Yunani dan *visio* (penglihatan) dari bahasa latin, sehingga televisi dapat didefinisikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/ penglihatan[2]

Masuknya televisi di Indonesia pada tahun 1962 bertepatan dengan Asian game ke 4 yang di selenggarakan di Jakarta. Ketika itu Indonesia menjadi penyelenggara. Peresmian pesta olahraga tersebut bersamaan dengan peresmian penyiaran televisi oleh presiden Soekarno, tanggal 24 Agustus 1962. Televisi yang pertama muncul adalah TVRI.[3]

---

[1] Graeme Burton, *Membincangkan Televisi sebuah pengantar studi televisi*, (Jalasutra: Yogyakarta, 2011) hal 9.
[2] Indah rahmawati, *berkarir di dunia broadcast*,(niaga swadaya: Bandung,2011) hal 3.
[3] Wawan kuswandi, *komunikasi massa sebuah analisis media televisi*,(rineke cipta: jakata,1996) hal 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perkembangan industri televisi akhir-akhir ini mengalami peningkatan yang signifikan, salah satunya adalah program-program acara traveling. Kemunculan program traveling ini berbarengan dengan banyaknya anak muda jaman sekarang yang memulai trend baru yaitu dengan pergi ber traveling. Dari banyaknya program traveling di televisi tersebut banyak yang baru muncul belakangan ini ada juga yang sudah tayang sejak lama dan masih bertahan karena respon penonton yang baik pada acara tersebut, salah satunya adalah program jejak petualang yang sudah ada sejak tahun 2003.

Program traveling Jejak petualang bertahan dari awal penayangannya pada tahun 2003 ketika trans 7 masih bernama Tv 7. Program acara jejak petualang dipandu oleh banyak presenter diantaranya, Riani Jangkaru, Putry Ayudia, Syifa Kumala, Medina Kamil dan banyak lagi. Acara yang ditayangkan tiga kali dalam seminggu yakni pada hari Senin, Selasa dan Rabu pukul 15:15 wib. Ini merupakan program dokumenter yang khusus dihadirkan bagi para petualang. Sesuai namanya jejak petualang menayangkan perjalanan-perjalanan yang penuh dengan ekspedesi petualangan yang menampilkan keanekaragaman hayati, budaya dan eksotika bawah laut yang merupakan kekayaan potensi alam nusantara.

Jejak petualang bertahan selama 13 tahun sejak pertama kali kemunculanya pada tahun 2003 yang merupakan acara dengan segmen traveling terlama yang pernah tayang di stasiun televisi Indonesia. Tak terhitung lagi berapa lokasi di wilayah Indonesia ini yang sudah dijamah oleh tim jejak petualang, mulai dari pantai, pegunungan, kawasan pedalaman dan juga gua

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lain halnya dengan trans tv yang tidak mau kalah dengan trans 7 mereka juga membuat program acara traveling my trip my advanture. Program my trip my advanture ini baru muncul pada periode 2013, namun begitu program acara ini mampu menarik simpati penikmat progaram acara traveling karena program acara ini mengambil segmen yang lebih ke *life style* anak muda sehingga mudah diterima masyarakat penikmat program traveling

Program acara my trip my advanture tayang tiga kali dalam seminggu yaitu pada hari Jumat yang tayang pukul 07.30 wib dan Sabtu-Minggu tayang pukul 08.30 wib yang pembawa acaranya sudah pernah malang melintang di dunia pertelevisian karena memang sejak awal program acara ini lebih menekankan ke segmen anak muda. Antara lain pembawa acara tersebut adalah, Hamish Daud Wylllie. Vicky Nitinegoro, Nadine Chandrawinata dan Deny Sumargo.

Dalam hasil survei indeks kualitas program siaran televisi yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia, program my trip my advanture masuk dalam 10 besar program paling berkualitas dengan berada di posisi 4 dengan poin 178 dibawah program kick andy yang ada di posisi pertama dengan poin 389 disusul mata najwa dengan poin 358 dan Indonesia lawyer club dengan poin 232

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

[4]

Kesamaan dari kedua program ini adalah sama-sama menunjukan keindahan Indonesia disuatu daerah dan juga ikut mempromosiakan daerah tersebut agar lebih berkembang lagi potensi wisatanya.

Dari segi perbedaan program acara jejak petualang lebih menekankan pada potensi humanisme kearifan lokal dan budaya yang ada di daerah tersebut dan tidak lupa juga potensi wisatanya. Sedangkan pada program acara my trip my advanture langsung menekankan pada potensi wisatanya

Berorientasi pada studi efek isi pesan media kepada khalayak, penulis ingin memperoleh gambaran tentang kebutuhan efek isi pesan media kepada khalayak yang ingin dicarikan pemuasnya melalui media massa, pola penggunaan media, dan kepuasan yang diperoleh. Untuk selanjutnya akan

[4] Handout hasil survei indeks kualitas program siaran televisi 2015, Komisi penyiaran Indonesia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diketahui adanya kesenjangan kepuasan yang muncul dan media mana yang sering digunakan.

Dalam penelitian ini penulis memilih anggota bacpacker Indonesia regional Surabaya sebagai obyek penelitian karena pada dasarnya organisasi backpacker Indonesia merupakan organisasi yang cukup besar dan memiliki sub regional di setiap kota dan sangat terorganisir keanggotaanya, salah satunya di regional Surabaya. Ditambah secara kognitif anggota backpacker Indonesia tahu bagaimana menyikapi program acara yang bertema traveling karena memang sudah terbiasa dengan dunia traveling

Komunitas backpacker Indonesia sudah sangat berkembang dengan cepat sejak pertama didirikan. Yang saat ini telah mengumpulkan anggota backpacker sebanyak 65.170 orang dari berbagai daerah di Indonesia. Ditambah dengan munculnya beberapa program traveling di televisi yang membuat minat masyarakat untuk ikut atau ingin lebih tahu tentang dunia backpacker atau traveling. Hal itu berimbas pada tingginya minat masyarakat untuk bergabung dengan komunitas backpacker Indonesia. Berikut adalah statistik anggota di backpackerindonesia.com. Statistik dilacak oleh *Google Analytic* dan ditampilkan oleh *SeeTheStats*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

[5] sumber: www.seethestats.com/site/backpackerindonesia.com/STSCFY6wdMs

Itu merupakan data anggota baru backpacker Indonesia yang sudah ter daftar di forum internet, dimana data tersebut menunjukan kenaikan anggota terhitung dari tanggal 26 bulan April tahun 2015 sebanyak 16.870 anggota baru yang mendaftar, menjadi 18.960 anggota pada tangal 1 bulan Mei 2015

B. Rumusan masalah

1. Seberapa besar kepuasan yang diharapkan (*gratifications sought*) sebelum menonton program traveling Jejak petualang di Trans 7 dan My trip my advanture di Trans Tv?
2. Seberapa besar kepuasan yang diperoleh (*gratifications obtained*) setelah menonton program traveling Jejak petualang di Trans 7 dan My trip my advanture di Trans Tv?
3. Seberapa besar prosentase kesenjangan kepuasan (*gratifications discrepancy*) yang diperoleh anggota backpacker Indonesia regional

[5] Diakses 11 november 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya atas tayangan jejak petualang di trans 7 dan my trip my advanture di trans tv?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan yang diharapkan (*gratifications sought*) dari menonton program traveling Jejak petualang di Trans 7 dan My trip my advanture di Trans Tv
2. Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan yang diperoleh (*gratifications obtained*) dari menonton program traveling Jejak petualang di Trans 7 dan My trip my advanture di Trans Tv?
3. Untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan kepuasan (*gratifications discrepancy*) yang diperoleh anggota backpacker Indonesia regional Surabaya atas tayangan jejak petualang di trans 7 dan my trip my advanture di trans tv

D. Manfaat penlitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan mengenai ilmu komunikasi khususnya dalam penelitian kuantitatif dan lebih bisa memilih untuk menonton acara telivisi mana yang lebih dalam baik penyajian program acara khusunya acara traveling

2. Manfaat praktis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi mengenai mana program acara yang lebih baik dalam memberikan penyajian acara traveling meneurut anggota backpacker Indonesia regional Surabaya yang memang sudah terbiasa dengan traveling dan juga bisa menyikapi acara tersebut agar kita tidak hanya terbawa trend untuk bertraveling saja tanpa harus ikut menjaga dan merawat tempat wisata yang dikunjungi

E. Kajian dan hasil penelitian terdahulu

Adapun hasil penelitian terdahulu yang masih relevan dengan penelitian ini adalah analisi kesenjangan kepuasan (*gratification discreapancy*) : kasus pendengar program siaran "desa kita" pada radio republik Indonesia (RRI) Bogor FM 93,75 MHz yang diterbitkan oleh Hendra Purwana pada tahun 2011.

Dalam penelitian Hendra Purwana menjelaskan bagaimana strategisnya peran radio dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan, pesan-pesan pembangunan tersebut diantaranya dalam bidang pertanian, salah satu bentuk produk penyuluhan dan komunikasi pertanian melalui radio dalam siaran pedesaan. Hendra Purwana dalam penelitianya bertujuan menganalisis hubungan antara karakterisitik pendengar program siaran desa kita RRI Bogor FM dengan pengguna media radio dan juga menganalisis kesenjangan kepuasan (*gratification discrepancy*) pendengar program siaran desa kita.

Sedangkan penelitian ini menganalisis bagaimana kesenjangan kepuasan penonton terhadap dua tayangan program acara yaitu jejak petualang di trans 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan my trip my advanture di trans tv. Peneliti lebih mengutamakan pendekatan kuantitatif guna mendapatkan data yang mendalam.[6]

Adapun sebagai panduan penelitian terdahulu yang kedua yakni dengan judul kesenjangan kepuasan pemirsa televisi : suatu studi kesenjangan kepuasan dalam pendekatan uses and gratifications atas tayangn film hiburan pada TVRI dan TV swasta nasionl di kalangan pelajar sma di kotamadya Pekanbaru, Riau"[7] oleh Sukardi tahun 2001. Pada penelitian ini membahas masalah kepuasan yang dicari (GS) dan kepuasan yang diperoleh (GO) responden atas tayangan film hiburan di TVRI, RCTI, TPI, SCTV ANTV dan Indosiar terhadap pelajar SMA negeri di kodya Pekanbaru Riau

Adapun referensi penelitian terdahulu yang ketiga berjudul "talk show dan kesenjangan kepuasan (studi deskriptif kesenjangan kepuasan yang diperoleh pemirsa dari menonton acara kick andy di metro tv dan satu jam lebih dekat di tvone di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi fisip uns angkatan 2007-2009 dengan menggunakan pendekatan *uses and gratification*)

F. Definisi operasional

a. *Gratifications Discrepancy* (Kesenjangan Kepuasan)

Gratifications Discrepancy (Kesenjangan kepuasan) adalah perbedaan kepuasan yang terjadi antara skor *Gratifications Sought* (kepuasan yang diharapkan) dan *Gratifications Obtained* (kepuasan yang diperoleh) dalam

[6] Skripsi Hendra Purwana, kesenjangan kepuasan (gratification discreapancy) : kasus pendengar program siaran "desa kita" pada radio republik Indonesia (RRI) Bogor FM 93,75 MHz, 2011
[7] Skripsi sukardi, kepuasan pemirsa televisi : suatu studi kesenjangan kepuasan dalam pendekatan uses and gratifications atas tyngn film hiburan pada TVRI dan TV swasta nasionl di kalangan pelajar sma di kotamadya pekanbaru, riau, 2001

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengkonsumsi media tertentu. Semakin kecil *discrepancy*-nya, semakin memuaskan media tersebut.[8]

1. *Gratifications Sought* (kepuasan yang diharapkan)

   merupakan kepuasan yang dicari atau diinginkan individu saat mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, tv, koran)

2. *Gratifications Obtained* (kepuasan yang diperoleh)

   Kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.

b. Program televisi

Program televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut[9]

Program televisi sangat berpengaruh pada keberhasilan sebuah acara televisi yang akan diproduksi. Program acara televisi juga menentukan siapa target yang akan menonton acara televisi tersebut dan bagaimana cara menyajikannya agar dapat diterima dan dinikmati oleh penonton yang menjadi target acara tersebut.

c. Traveling

[8] Kriyantono Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group.) hal 210

[9] Naratama Rukmananda. 2004. *Sutradara Televisi: Dengan Angle Dan Multi Camera*.(jakarta : grasindo) hal 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Traveling dalam bahasa Indonesia adalah aktivitas melancong, berpindah dalam satu tempat ke tempat lainnya dengan berbagai alasan, seperti bisnis, liburan, dan sebagainya. Aktivitas traveling kebanyakan dianggap sebagai hobi ketimbang pekerjaan. Dalam perkembangannya travelling mempunyai sebutan baru seperti *backpacking*.[10]

Dalam traveling ada banyak cara untuk bisa menjadikan aktivitas ini lebih menyenangkan, oleh karena itulah banyak bermunculan komunitas traveling seperti yang bisa dilihat sekarang seiring mudahnya teknologi komunikasi dan akomodasi. Tentunya ini semua termasuk dari peran media televisi yang berlomba-lomba menyajikan program acara traveling

G. Kerangka pikir dan hipotesis

a. Kerangka Pikir

Salah satu macam riset *uses and gratifications* yang saat ini berkembang adalah yang dibuat Philip Palmgreen dari Kentucky University. Kebanyakan riset *uses and gratifications* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Palmgreen kendati juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu, namun konsep yang diteliti oleh Palmgreen ini tidak berhenti di situ, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut *gratification sought* dan *gratification obtained*. Penggunaan konsep-konsep baru ini

[10] http://www.kompasiana.com/mthapsari/traveling-atau-travelling

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memunculkan teori yang merupakan varian dari teori *uses and gratifications*, yaitu teori *expectancy values* (nilai pengharapan)[11]

Teori ini dikemukakan oleh Dr. Martin Fishbein , seorang profesor jurusan komunikasi di Annenberg School for Communication Theory. Penjelasan mengenai teori ini pertama kali ada dalam buku Martin Fishbein dan Icek Ijzen tahun 1975, yaitu *Belief, Attitude, Invention and Behavior: An introduction to theory and research.* Teori ini merupakan sebuah pengembangan dari teori *uses and gratification*. Fokus kajian teori ini adalah pada komunikasi massa yaitu meneliti pengaruh penggunaan media oleh penggunanya dilihat dari kepentingannya.

Asumsi dari teori ini bahwa 'Sikap khalayak terhadap segmen-segmen media tergantung pada nilai yang mereka anut dan evaluasi mereka terhadap media tersebut. Teori ini mengatakan bahwa kepuasan yang dicari sebagai pengguna media terhadap suatu media ditentukan oleh sikap penulis terhadap media tersebut. Penulis percaya dan berhak mengevaluasi dan menentukan sikap.

b. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian. Jawaban yang masih bersifat sementara tersebut akan di buktikan kebenarannya secara empiris melalui penelitian.[12] Secara *etimologis*, hipotesis dibentuk dari dua kata, yaitu kata *Hypho* dan *Thesis*. *Hypho* berarti kurang dan

[11] Kriyantono Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group.) hal 208

[12] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D",* (Bandung : Alfabeta 2008), hlm 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

thesis adalah pendapat. Kemudian kata ini di gabungkan menjadi *Hypothesis* yang berarti suatu kesimpulan yang masih belum sempurna.[13]

Penelitian kuantitatif deskriptif ini hanya menggunakan satu variabel atau disebut dengan variabel mandiri, yakni kesenjangan kepuasan anggota backpacker Indonesia regional Surabaya. Maka hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian ini adalah "Tingkat kesenjangan kepuasan anggota bacpacker Indonesia terhadap program acara jejak petualang di Trans 7 dan my trip my advanture di Trans Tv"

H. Metode Penelitian

Survei merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mencoba menakar kesenjangan kepuasan anggota backpacker Indonesia regional Surabaya terhadap program acara jejak petualang Trans 7 dan my trip my advanture Trans Tv.

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan anggota backpacker Indonesia regional Surabaya atas tayangan jejak petualang di trans 7 dan my trip my advanture di trans tv. Metode penelitian yang dipakai adalah penelitian survei yang bersifat deskriptif. Metode survei adalah metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian survei dengan kuesioner

[13] Burhan Bungin, "*Metodologi Penelitian Sosial"*, (Surabaya : Airlangga University Press, 2001) Hlm 90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperlukan responden dalam jumlah yang cukup agar validitas temuan tercapai dengan baik.[14]

2. Subyek, Obyek, Dan Lokasi Penelitian

Untuk itu dalam upaya mengumpulkan data dan lebih memahami kesenjangan kepuasan yang ada, serta untuk lebih memfokuskan penelitian ini, penulis menentukan subyek dari penelitian adalah anggota backpacker Indonesia regional surabaya dan obyek dari penelitian ini adalah kesenjangan kepuasan yang di dapat anggota backpacker Indonesia regional Surabaya atas tayangan jejak petualang di trans 7 dan my trip my advanture di trans tv

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Adapun pengertian sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Terkait dengan jumlah sampel, bila subyek dalam populasi kurang dari 100, sebaiknya diambil semua sehingga menjadi penelitian populasi. Jika subyeknya besar dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung dari antara lain: kemampuan peneliti dengan mempertimbangkan waktu, tenaga dan dana, sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, dan besar kecilnya risiko yang ditanggung peneliti.[15] Populasi dalam penelitian ini adalah angoota backpacker Indonesia regional Surabaya. Jumlah populasi keseleruan pada penelitian ini adalah 52 orang, namun data hasil rekapitulasi angket masih akan dipilih diantara responden yang menonton

---

[14] Irawan Soehartono [2008],” *Metode penelitian sosial: Suatu teknik penelitian bidang kesejahteraan sosial dan ilmu sosial lainnya*”. Bandung : Remaja Rosdakarya. Hal. 101.

[15]Suharsimi Arikunto, 2006. “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik”.* Jakarta : Rineka Cipta. Hal. 130

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

program traveling dan yang tidak. Berdasarkan riset awal, jumlah anggota backpacker Indonesia regional Surabaya yang menonton acara jejak petualang dan my trip my advanture sebanyak 24 yang digunakan sebagai responden penelitian ini

4. Variabel dan data

Variabel diartikan sebagai obyek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.[16]

Penelitian kuantitatif deskriptif ini hanya menggunakan satu variabel atau disebut dengan variabel mandiri, yakni kesenjangan kepuasan

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yang dilakukan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan masalah dan diteliti dan dapat dilihat dari dekat tentang kebenaran yang disampaikan oleh sumber informasi. Melalui pengamatan terhadap gejala-gejala yang diteliti juga mengidentifikasi kesenjangan kepuasan atas tayangan jejak petualang di trans 7 dan my trip my adenture di trans tv.

b. Kuesioner

Adapun alasan penggunaan kuesioner sebagai instrument utama dalam pengumpulan data ini adalah penelitian ini bersifat kuantitatif dan analisis datanya berdasarkan hasil kuesioner data yang diperoleh dengan menggunakan skala indikator variabel yakni dengan jenis angket tertutup

[16] Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998). Hal. 72.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang terdiri dari 20 pertanyaan. Pertanyaan yang diajukan penulis telah dirumuskan dalam bentuk tabel berdasarkan aspek penggunaan dan pemenuhan kebutuhan.

c. Dokumentasi

Yakni data yang diperoleh dari dokumen-dokumen berupa buku-buku dan bahan sumber info lainnya yang berkaitan dengan kesenjangan kepuasan atas tayangan jejak petualang di trans 7 dan my trip my adenture di trans tv

6. Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *discrepancy* dari Palmgreen yaitu :

$$D = \frac{\sum_{i \neq j} n.i.j}{\sum_{i} \sum_{j} n.i.j}$$

D : *discrepancy*/kesenjangan

n : jumlah sample

i : kepuasan yang dicari

j : kepuasan yang diperoleh

Dimana i ≠j

Rumus *discrepancy* yang digunakan tersebut dioperasionalkan dengan perhitungan *cross tabulation* atau tabulasi silang, dimana item-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

item dalam GS di-*cross*-kan dengan item-item dalam GO. Dari hasil perhitungan tersebut akan dapat diketahui persentasi tingkat kesenjangan kepuasan dari responden berdasar item-item yang sudah ditentukan dalam menonton lepas jejak petualang dan my trip my advanture

Setelah diketahui tingkat kesenjangan yang terjadi, maka akan dapat pula diketahui kepuasan yang mampu diberikan oleh acara jejak petualang dan my trip my advanture kepada responden. Besarnya kepuasan yang mampu diberikan oleh acara jejak petualang dan my trip my advanture kepada responden dapat dihitung dengan mengurangi tingkat kepuasan maksimal (100%) dengan tingkat kesenjangan kepuasan yang dialami responden pada tiap-tiap itemnya. Batasan kepuasan minimal sebesar 70%. Dengan kata lain, jika responden menyatakan bahwa kepuasan yang diperoleh untuk tiap jenis kebutuhan antara 70 - 100% atau apabila kesenjangan kepuasan berkisar antara 0 - 30% maka kebutuhan tersebut dianggap memuaskan[17].

Apabila kesenjangan kepuasan suatu media menunjukkan angka presentase diatas 30% berarti media tersebut tidak mampu memuaskan responden. Sebaliknya, apabila kesenjangan kepuasan menunjukkan angka dibawah 30% berarti media tersbut mampu memuaskan responden. Semakin besar besar angka kesenjangan berarti suatu media semakin tidak mampu memenuhi kebutuhan. Sebaliknya, semakin kecil angka kesenjangan, semakin besar kemampuan suatu media dalam memenuhi kebutuhan responden.

[17] Philip palmgreen, 1985. *media gratification reserach,* sage publiction hal 158

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kesenjangan kepuasan tersebut diklasifikasikan dalam tiga kategori :

- o Rendah, apabila presentase kesenjangan kepuasan sebesar 21-30%
- o Sedang, apabila presentase kesenjangan kepuasan sebesar 11-20%
- o Tinggi, apabila persentase kesenjangan kepuasan sebesar 0-10%

I. Sistematika Pembahasan

Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian ini ditulis menjadi lima struktur dengan pola penulisan lima bab.

1. Bab I dari penelitian ini adalah 'pendahuluan' yang memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tinjauan pustaka, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.
2. Bab II dari penelitian ini adalah kerangka teori yang berisi tentang kesenjangan kepuasan (kepuasan yang diharapkan, kepuasan yang diperoleh), program televisi dan juga traveling
3. Merupakan jabaran dari metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, jenis dan sumber data, variabel, indikator dan instrumen penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.
4. Bab IV dari penelitian ini mengulas tentang analisis hasil penelitian. Bagian ini merupakan inti dari penelitian karena memuat pengolahan data dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.
5. Bab V adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id