

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Landasan Teori

1. Media Televisi

Penelitian mengenai efek media berkembang dari masa ke masa. Begitu banyak penelitian mengenai efek media yang dilakukan untuk memperlihatkan bagaimana media massa, termasuk televisi, telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia. Media massa baik secara sengaja maupun tidak telah mempengaruhi dan mengubah cara berpikir masyarakat. Hal ini dipertegas oleh pernyataan McLuhan bahwa televisi sebagai kekuatan dominan dapat membentuk masyarakat.

Istilah media massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang beroperasi dalam skala besar, menjangkau dan melingkupi kehidupan setiap orang yang ada di masyarakat mulai dari tingkatan tinggi sampai rendah. Hal ini merujuk pada beberapa media yang kita kenal sehari-hari seperti surat kabar, majalah, film, radio, dan televisi (McQuail, 2000: 4).

Paska tahun 2002, dinamika ekonomi politik industri televisi didominasi oleh konsolidasi daya-daya yang digerakkan oleh kekuatan mekanisme pasar bersama-sama dengan daya-daya politis kekuasaan perangkat negara, artinya terjadi konsolidasi antara kekuatan negara dengan kekuatan pasar (Sudibyo, 2007: 6).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Selama Orde Lama kehidupan industri televisi belum berkembang karena keberadaan televisi saat itu masih didominasi oleh siaran monopolitik TVRI yang menjadi salah satu instrumen penting pemerintah untuk konsolidasi kepentingan politik nasional. Tampaknya masa depan penyiaran kita akan makin semarak dengan munculnya berbagai stasiun televisi di level nasional dan lokal tersebut.

Pada awalnya televisi hanya dipandang sebagai barang mainan yang kemudian dilihat sebagai sebuah penemuan serius. Lalu televisi pun dianggap sebagai sesuatu yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial dan memiliki peran sebagai sebuah alat pelayanan.

Sampai dengan tahun 2003, menurut laporan Gazarin (2005) dan Sudibyo (2004), tidak kurang terdapat 48 stasiun televisi lokal bermunculan di Indonesia. Selain 11 stasiun lama, terjadi penambahan sebanyak 86 stasiun televisi yang tersebar di lebih 50 kota besar di Indonesia. Jumlah ini dipastikan akan bertambah lagi menyusul adanya 218 stasiun televisi baru lainnya yang telah mengajukan izin beroperasi.

Televisi berusaha menyampaikan pesan kepada khalayaknya. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa televisi juga merupakan salah satu bentuk komunikasi. Televisi merupakan sebuah media yang berusaha mengkomunikasikan beragam hal seperti berita, hiburan atau informasi lain kepada khalayaknya sebagai penonton.

Rating menjadi instrumen penting untuk mengukur sejauh mana isi siaran mampu memenuhi kaidah komodifikasi tersebut. Rating diperoleh melalui persentase jumlah pemirsa suatu program pada suatu



satuan waktu terhadap suatu target audiens tertentu. *Share (channel share)* adalah persentase jumlah pemirsa suatu program pada suatu satuan waktu di saluran tertentu terhadap total pemirsa di semua saluran (Effendi, 2006: 1-7).

Menurut Marshall McLuhan, hal tersebut disebabkan karena televisi memiliki keunggulan dibandingkan jenis media lainnya, terutama dalam hal penyajian (audiovisualistik), fungsi (informasi dan hiburan) serta suasana komunikasi yang terbangun. Dengan kata lain, televisi memiliki karakteristik penyajian yang lengkap, multi-fungsi dan dapat dinikmati dalam suasana yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, audiovisual adalah sesuatu yang bersifat dapat dilihat dan dapat didengar. Informasi yang disampaikan oleh televisi dapat didengar dengan cara membahasakan informasi tersebut dan visual dapat dilihat melalui gambar-gambar yang disiarkan. Ada tiga karakteristik televisi, yaitu: (Elvinaro, 2004: 128)

1) Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (audiovisual). Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Karena sifatnya yang audiovisual itu pula, maka acara siaran berita harus selalu dilengkapi dengan gambar, baik gambar diam seperti foto, gambar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

peta (still picture), maupun film berita, yakni rekaman peristiwa yang menjadi topik berita

2) Berpikir dalam gambar

Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Bila dia membuat naskah acara atau membaca naskah acara, ia harus berpikir dalam gambar (think in picture). Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. Pertama, adalah visualisasi, yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, adalah penggambaran, yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3) Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Untuk menayangkan acara siaran berita yang dibawakan oleh dua orang pembaca berita saja dapat melibatkan sepuluh orang. Mereka terdiri dari produser, pengarah acara, pengarah teknik, pengarah studio, pemandu gambar, dua atau tiga orang juru kamera, juru video, juru audio, juru rias, juru suara, dan lain-lain. Peralatan yang digunakan pun lebih banyak dan mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Televisi dengan keunggulannya sebagai media audiovisual kinematografik (pandang, dengar, dan gambar bergerak) memiliki

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dampak yang lebih dahsyat bila dibandingkan dengan media cetak atau radio. Hal ini dikarenakan televisi memiliki dampak identifikasi optik yang tajam bagi pemirsa. Dengan kata lain, pemirsa seolah-olah sedang berada di tempat peristiwa yang ditayangkan di televisi. Seakan-akan melihat dengan mata kepala sendiri, padahal hanya merupakan berita yang disiarkan dari jarak yang sangat jauh (Muis, 2001: 56).

Dibandingkan dengan media cetak, televisi memiliki keunggulan dalam hal lebih efektif dalam membentuk pengalaman dan kesan atas realitas sosial yang dipersepsikan khalayak (Dominick, 1996: 350). Keunggulan ini terjadi karena berita televisi lebih banyak mengandung dimensi visual atau gambar daripada kata-kata. Dimensi visual ini merupakan senjata ampuh dan utama dalam setiap peliputan jurnalistik televisi. Dominick pernah mengatakan “pembunuhan dan kekerasan yang terjadi di belahan dunia lain, dan ditampilkan di televisi Amerika tidak disebabkan karena nilai berita yang sangat penting namun karena dari sudut gambar dan unsur dramatisnya”.

a. Fungsi-fungsi Televisi

Media khususnya televisi memberikan fungsi yang beragam bagi tiap individunya. Menurut McQuail, media massa memiliki beberapa fungsi antara lain (McQuail, 2000: 145) :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- 1) Fungsi informasi
 - a) Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat
 - b) Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan
 - c) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
 - d) Belajar, pendidikan diri sendiri
 - e) Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
- 2) Fungsi identitas pribadi
 - a) Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi
 - b) Menemukan model perilaku
 - c) Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media)
 - d) Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri
- 3) Fungsi integrasi dan interaksi sosial
 - a) Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial
 - b) Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki
 - c) Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial
 - d) Memperoleh teman selain manusia
 - e) Membantu menjalankan peran sosial
 - f) Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- 4) Fungsi hiburan
 - a) Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan
 - b) Bersantai
 - c) Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis
 - d) Mengisi waktu
 - e) Penyaluran emosi
 - f) Membangkitkan gairah seks

b. Tayangan Pada Televisi

Dibalik kelebihanannya televisi dengan sifatnya yang audiovisual lebih berpeluang untuk memberikan efek-efek tertentu, baik positif maupun negatif, pada khalayaknya, baik secara sengaja maupun tidak. Dengan pemilihan gambar dan manipulasi suara, televisi bisa mempengaruhi sikap, persepsi dan keyakinan seorang khalayak (dominick, 1996: 528). Televisi adalah media yang didominasi oleh dimensi visual. Oleh karena itu, produser televisi cenderung untuk mencari cerita yang terbaik untuk mengeksploitasi aspek dari medium ini. Shot yang secara visual sangat menarik akan cenderung untuk dipilih. Dan lagi, ini akan mengarahkan pada penyederhanaan yang berlebihan dan penyimpangan dari realitas yang tergambarkan. Aksi sangat penting untuk efek dramatis, walaupun hal tersebut tidak menolong khalayak untuk dapat memahami.

Lebih jauh lagi, berita televisi yang didramatisasi penting untuk dirubah (jalan ceritanya) dengan tujuan mendapatkan perhatian



selektif dari khalayak. Dengan memilih informasi yang tepat untuk permintaan dan keterbatasan televisi, cerita berita penting untuk dibuat lebih simpel dalam penyajian dan isinya. Kebanyakan berita televisi memanfaatkan “melodrama” sebuah bentuk dramatis yang bergantung pada bangkitnya emosi dan penyederhanaan dari karakter dan alur (milburn & mcgrail, 1992: 617).

c. Drama Seri

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (game), musik, dan pertunjukan.

Kata “drama” berasal dari bahasa Yunani dan yang berarti bertindak atau berbuat (action). Program drama adalah pertunjukan (show) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang tokoh yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi. Dengan demikian, program drama biasanya menampilkan sejumlah pemain yang memerankan tokoh tertentu. Suatu drama akan mengikuti kehidupan atau petualangan para tokohnya. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinema elektronik (sinetron) dan film. Sinetron di negara lain disebut dengan opera sabun (soap opera atau daytime serial), namun di Indonesia lebih populer dengan sebutan sinetron (Shafira, 2012: 85).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Telenovela merupakan istilah yang digunakan televisi Indonesia untuk sinetron yang berasal dari Amerika Latin. Sinetron merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing-masing tokoh memiliki alur cerita mereka masing-masing tanpa harus dirangkum menjadi suatu kesimpulan. Akhir cerita sinetron cenderung selalu terbuka dan seringkali tanpa penyelesaian (open-ended). Cerita cenderung dibuat berpanjang-panjang selama masih ada audien yang menyukainya (Shafira, 2012: 96).

Di luar negeri, drama opera sabun merupakan salah satu program tertua yang disiarkan media penyiaran. Pertama kali disiarkan stasiun radio di Amerika Serikat pada tahun 1920-an dan ditayangkan pertama kali di televisi pada tahun 1940-an. Istilah “opera sabun” berasal dari fakta bahwa program ini pertama kali disiarkan di radio pada siang hari dan digemari banyak ibu rumah tangga. Iklan yang banyak dipasang pada program ini adalah produk atau barang yang terkait dengan kebersihan, seperti deterjen dan sabun mandi, sehingga program ini dinamakan opera sabun. Penayangan sinetron biasanya terbagi dalam beberapa episode. Sinetron yang memiliki episode terbatas disebut dengan miniseri. Episode dalam suatu miniseri merupakan bagian dari cerita keseluruhan. Dengan demikian, episode sama seperti bab dari buku. Di Amerika, suatu episode miniseri yang berakhir pada saat puncak ketegangan disebut cliffhanger (Morissan, 2008: 214).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Televisi sering menayangkan film sebagai salah satu jenis program yang masuk dalam kelompok atau kategori drama. Adapun yang dimaksud film di sini adalah film layar lebar yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan film. Karena tujuan pembuatannya adalah untuk layar lebar (theatre), maka biasanya film baru bisa ditayangkan di televisi setelah terlebih dahulu dipertunjukkan di bioskop atau bahkan setelah film itu didistribusikan atau dipasarkan dalam bentuk VCD atau DVD.

Alan Landsburg salah seorang produser acara televisi paling sukses di Amerika menyatakan hanya ada tiga tema dalam setiap program drama yang disukai audien, yaitu: tema seks, uang, dan kekuasaan. Tiga tema tersebut merupakan daya tarik yang dapat mendorong audien mengikuti program drama atau komedi. Tema-tema sinetron ataupun telenovela yang sukses ditayangkan di televisi Indonesia juga memiliki ketiga tema tersebut. Ini merupakan penegasan bahwa suatu program drama atau komedi yang memiliki salah satu atau gabungan dari tiga tema itu akan mendapatkan pijakan yang kuat untuk berhasil mendapatkan audiens.

Namun harus diperhatikan bahwa tema seks tidak harus diartikan secara vulgar. Seks harus dipahami dalam pengertian cinta secara luas dan upaya untuk mendapatkan perhatian orang lain. Hal ini harus diterapkan terhadap semua cerita sebagai suatu daya tarik karena sifatnya yang universal. Dengan demikian, kisah mengenai pria atau wanita yang mendapatkan pria atau wanita idaman lain selain



pasangannya sendiri selalu menarik perhatian audien yang menontonnya, seperti kisah perselingkuhan.

Episode mengenai uang biasanya juga dapat menyentuh perasaan banyak orang. Keinginan untuk mendapatkan uang dan ketakutan atau kekhawatiran kehilangan penghasilan (uang) selalu menjadi pemikiran banyak audien setiap harinya. Keinginan untuk menjadi cepat kaya merupakan impian setiap orang dalam hidupnya.

Kekuasaan (power), yaitu zat perangsang yang paling mujarab. Orang-orang akan berjuang, berbohong, dan bahkan membunuh untuk mendapatkan kekuasaan. Kekuasaan telah menjadi tema yang selalu digunakan dalam banyak cerita besar mulai dari *Shakespeare* hingga drama seri *Dynasty*.

Tema-tema cerita lain, seperti balas dendam, penaklukan, simpati, dan nostalgia juga menjadi tema yang menarik perhatian audien, namun demikian sebenarnya berbagai tema tersebut dapat dirangkum dalam tiga tema besar awal, yaitu seks, uang, dan kekuasaan yang merupakan tema dasar cerita (Morissan, 2008: 216).

2. Terpaan Media

Perkembangan yang semakin cepat di bidang teknologi komunikasi menyebabkan pengaruh yang besar terhadap kegiatan penyebaran informasi atau gagasan. Ini berarti pula berpengaruh besar terhadap kegiatan hubungan masyarakat. Media massa (pers, radio, televisi dan film) sangat membantu kegiatan hubungan masyarakat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan menggunakan media massa penyebaran informasi bukan saja sangat luas tetapi juga cepat dan serentak (Widjaja, 2008).

Rosengren mengemukakan bahwa terpaan tayangan diartikan sebagai penggunaan media oleh khalayak yang meliputi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis media, jenis isi media, media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara khalayak dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rakhmat, 2004: 66).

Shore dalam Rakhmat (1992) menjelaskan terpaan media tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seseorang itu cukup terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok. Terpaan media dapat diukur memakai parameter-parameter baku seperti frekuensi, durasi dan atensi konsumen.

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan atau *longevity*. Frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian), berapa kali seminggu seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk program mingguan) serta berapa kali sebulan seseorang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan), dalam penelitian ini program yang diteliti merupakan program mingguan. Untuk pengukuran variabel durasi penggunaan media menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari) atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (Ardianto & Erdinaya, 2004: 164).

Sedangkan hubungan antara khalayak dengan isi media meliputi *attention* atau perhatian. Kenneth E. Andersen (2005) mendefinisikan perhatian sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol atau kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Berdasarkan pengertian terpaan media yang telah dijelaskan oleh Rosengren (dalam Rakhmat 2001: 66), maka cara mengukur terpaan media dari kasus flu virus H1N1 dengan melihat frekuensi, durasi dan atensi menonton/ menyaksikan seseorang terhadap tayangan berita kasus flu H1N1 di televisi.

Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi dimana orang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens. Terpaan media adalah perilaku seseorang atau audiens dalam menggunakan media massa. Perilaku ini menurut Blumler dalam Littlejohn (Rahayu, 2009: 28) dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti:

- 1) *Surveillance*, yaitu kebutuhan individu untuk mengetahui lingkungannya.
- 2) *Curiosity*, yaitu kebutuhan individu untuk mengetahui peristiwa-peristiwa menonjol di lingkungannya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 3) *Diversion*, yaitu kebutuhan individu untuk lari dari perasaan tertekan, tidak aman, atau untuk melepaskan ketegangan jiwa.
- 4) *Personal identity*, yaitu kebutuhan individu untuk mengenal dirinya dan mengetahui posisi keberadaannya di masyarakat.

Media exposure menurut Jalaluddin Rakhmat diartikan sebagai terpaan media, sedangkan Singarimbun mengartikannya dengan sentuhan media. Menurut Rakhmat, *media exposure* dapat dioperasionalkan sebagai frekuensi individu dalam menonton televisi, film, membaca majalah atau surat kabar, maupun mendengarkan radio. Selain itu, *media exposure* berusaha mencari data audiens tentang penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan atau *longevity* (Ayu, 2007: 9).

Artinya terpaan media adalah lebih lengkap daripada akses. Terpaan tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa akan tetapi apakah seseorang tersebut benar-benar terbuka dengan pesan-pesan media tersebut. Terpaan merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media massa ataupun pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu maupun kelompok. Menurut Andersen (1992), perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Sifat menonjol yang menjadi bahan perhatian oleh stimuli, yaitu:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 1) Gerakan. Seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Kita senang melihat huruf-huruf dalam *display* yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan.
- 2) Intensitas stimuli. Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain. Warna merah pada latar belakang putih, tubuh jangkung di tengah-tengah orang pendek, sukar lolos dari perhatian kita.
- 3) Kebaruan (*novelty*). Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian. Beberapa eksperimen juga membuktikan stimuli yang luar biasa lebih mudah dipelajari atau diingat.
- 4) Perulangan. Hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. Disini unsur *familiarity* (yang mudah dikenal) berpadu dengan unsur *novelty* (yang baru kita kenal. Perulangan juga mengandung unsur sugesti: mempengaruhi bawah sadar kita (Rakhmat, 2007: 52-53).

Frank Biocca dalam Littlejohn (Rahayu, 2009: 28) menyatakan bahwa karakteristik terpaan media dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti:

- 1) *Selectivity* (kemampuan memilih) yaitu kemampuan audiens dalam menetapkan pilihan terhadap media dan isi yang akan dieksposnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 2) *Intentionally* (kesengajaan) yaitu tingkat kesengajaan audiens dalam menggunakan media atau kemampuan dalam mengungkapkan tujuan penggunaan media.
- 3) *Utilitarianism* (pemanfaatan) yaitu kemampuan audiens untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan media.
- 4) *Involvement* (keterlibatan) yaitu keikutsertaan pikiran dan perasaan audiens dalam menggunakan media dan pesan media yang diukur melalui frekuensi maupun intensitas.
- 5) *Previous to influence* yaitu kemampuan untuk melawan arus pengaruh media.

3. Minat

a. Pengertian minat

W. S Winkel mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu (Winkel, 1983, 2014: 38, diakses 24 September 2014), sedangkan menurut Witherington (1985: 38) minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.

Faktor-faktor yang mendasari minat menurut Crow & Crow yang diterjemahkan oleh Z. Kasijan (1984: 4) yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada sedangkan faktor emosional memperlihatkan ukuran intensitas seseorang dalam menanam perhatian terhadap suatu kegiatan atau obyek tertentu. Menurut Djali (2008: 121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan, atau karir. Tidak akan mungkin orang yang tidak berminat terhadap suatu pekerjaan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan baik. Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau tidak senang dalam menghadapi suatu objek (Mohamad Surya, 2003: 100).

Menurut Sudirman (2003: 76) minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasan senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang dituju.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti bagaimana minat para mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie program studi ilmu komunikasi terhadap negara Korea sehingga ingin berwisata ke negara tersebut diakibatkan oleh tayangan-tayangan drama Korea. Karena seperti yang kita tahu, salah satu drama Korea yaitu *My Love From The Star* sekarang lagi hits di tengah masyarakat dan baru-baru ini pihak dari negara Korea Selatan mengajukan keberatan terhadap pihak stasiun swasta RCTI karena menyiarkan sinetron yang dinilai alur ceritanya sangat mirip dengan drama aslinya.

Slameto (Darmawan, 2009) menyatakan bahwa “minat adalah rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal yang menyuruh, minat pada hakikatnya adalah penerimaan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar dirinya”. Oleh karena itu, minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut.

b. Faktor-faktor Mempengaruhi Minat

Minat pada seseorang akan suatu obyek atau hal tertentu tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang akan hal tertentu.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Miflen, FJ & Miflen FC, (2009: 114) mengemukakan ada dua faktor yang mempengaruhi minat seseorang, yaitu 1) faktor dari dalam yaitu sifat pembawaan, 2) Faktor dari luar yaitu keluarga, sekolah, dan masyarakat. Menurut Crow and Crow yang dikutip (Mahmud, 2001: 56) yang menyebutkan bahwa ada tiga faktor dimensi yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

- 1) Faktor dari dalam diri dengan dorongan yang berasal dari dalam yaitu kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial yaitu Timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.
- 3) Faktor emosional yaitu Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan tertentu.

Menurut Siti Rahayu Haditomo (1998: 189) menjelaskan bahwa ada 2 faktor yang mempengaruhi minat seseorang yaitu minat ekstrinsik dan minat intrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang timbulnya dari dalam individu sendiri tanpa pengaruh dari luar sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang timbul karena pengaruh dari luar. Maka minat instrinsik dapat timbul karena pengaruh sikap sedangkan minat ektrinsik dapat timbul karena pengaruh latar belakang status sosial ekonomi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara garis besar minat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri (faktor Intrinsik) dan faktor yang berasal dari luar individu tersebut (faktor eksrinsik). Faktor instrinsik terdiri atas rasa tertarik, perhatian dan aktivitas. Ketiga faktor instrinsik dari minat tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1) Rasa Tertarik

Menurut Sudirman (1994: 36) ketertarikan adalah proses yang dialami setiap individu tetapi sulit dijelaskan. Sedangkan Winkell (1993: 30) mendefinisikan rasa tertarik sebagai penilaian positif terhadap suatu obyek. Berdasarkan tiga pendapat ini, disimpulkan bahwa rasa tertarik merupakan rasa yang dimiliki setiap individu dalam ungkapan suka, senang dan simpatik kepada sesuatu sebelum melakukan aktivitas, sebagai penilaian positif atau suatu obyek.

2) Perhatian

Perhatian didefinisikan oleh Sumadi Suryabrata (1992: 14) sebagai frekuensi dan kuantitas kesadaran yang menyertai aktivitas seseorang, minat perhatian sebagai keaktifan peningkatan kesadaran seluruh jiwa yang dikerahkan dalam pemusatannya kepada sesuatu, dan Walgito (2002: 98) mendefinisikan perhatian sebagai pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada suatu objek. Berdasarkan tiga definisi tersebut, disimpulkan perhatian merupakan pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertentu kepada suatu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



objek, atau frekuensi dan kuantitas kesadaran peningkatan kesadaran seluruh jiwa.

3) Aktivitas

Tahap setelah siswa tertarik dan memberikan perhatian terhadap suatu objek atau kegiatan adalah bergabungnya siswa dalam kegiatan tersebut. Dalam penelitian ini aktivitas siswa berbentuk keaktifan siswa dalam mengikuti kegiatan ekstrakurikuler bola voli mini.

Faktor ekstrinsik terdiri atas pengaruh dari lingkungan keluarga, sekolah, dan lingkungan. Lingkungan keluarga yang memberikan pengaruh misalnya keadaan sosial ekonomi, serta cara orang tua mendidik anak merupakan sebagian contoh faktor keluarga yang dapat mempengaruhi minat siswa. Pengaruh lingkungan sekolah misalnya kurikulum, metode mengajar yang digunakan guru, serta aturan dan disiplin sekolah. Adapun faktor masyarakat meliputi teman bergaul serta kegiatan siswa di masyarakat.

4. Pariwisata

Menurut, Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Yunisha, 2012).

Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Para wisatawan dapat melakukan perjalanan di dalam negeri atau pariwisata domestik dan perjalanan ke luar negeri atau mancanegara baik secara *inbound* maupun *outbound* (Ismayanti, 2010).

Pengunjung dalam pariwisata terdiri atas dua jenis, yaitu wisatawan dan pengunjung harian. Yang termasuk dalam kategori pengunjung harian adalah penumpang kapal pesiar, awak kendaraan seperti pramugari dan anak buah kapal. Sedangkan yang termasuk dalam kategori wisatawan adalah orang asing (berkebangsaan lain), para awak kendaraan yang bukan residen dan warga negara penduduk luar negeri.

Menurut Ismayanti (2010), wisatawan memiliki tiga kelompok tujuan kunjungan, seperti :

1) Waktu luang dan rekreasi

Memiliki tujuan vakansi dan rekreasi, mengunjungi event budaya, kesehatan, olah raga aktif (bukan profesional), dan tujuan liburan lain yang termasuk dalam kategori bersenang-senang.

2) Bisnis dan profesional

Tujuan kunjungannya adalah rapat, misi, perjalanan insentif, dan bisnis. Tujuan wisatawan ini berhubungan erat dengan pekerjaan, perjalanan yang dilakukan tidak untuk mencari nafkah, tetapi kegiatannya berdampak pada pekerjaannya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3) Tujuan wisata lainnya

Wisatawan ini memiliki tujuan belajar, pemulihan kesehatan, transit, perjalanan ziarah atau religi, dan melakukan kunjungan kepada kerabat dan saudara.

Kegiatan yang dilakukan dengan tujuan tersebut diantaranya menambah wawasan dan pengetahuan, melakukan pemeriksaan kesehatan, bersosialisasi, dan mempertebal keimanan. Pergerakan wisatawan berlangsung pada tiga area geografi, seperti berikut ini.

1) Daerah Asal Wisatawan (DAW)

Daerah tempat asal wisatawan berada, tempat ketika melakukan aktivitas keseharian, seperti bekerja, belajar, tidur dan kebutuhan dasar lain. Rutinitas itu sebagai pendorong untuk memotivasi seseorang berwisata. Dari DAW, seseorang dapat mencari informasi tentang obyek dan informasi wisata yang diminati, membuat pemesanan dan berangkat menuju daerah tujuan.

2) Daerah Transit (DT)

Tidak seluruh wisatawan harus berhenti di daerah itu. Namun, seluruh wisatawan pasti akan melalui daerah tersebut sehingga peranan DT pun penting. Seringkali terjadi, perjalanan wisata berakhir di daerah transit, bukan di daerah tujuan. Hal inilah yang membuat negara-negara seperti Singapura dan Hong Kong berupaya menjadikan daerahnya multifungsi, yakni sebagai Daerah Transit dan Daerah Tujuan Wisata.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

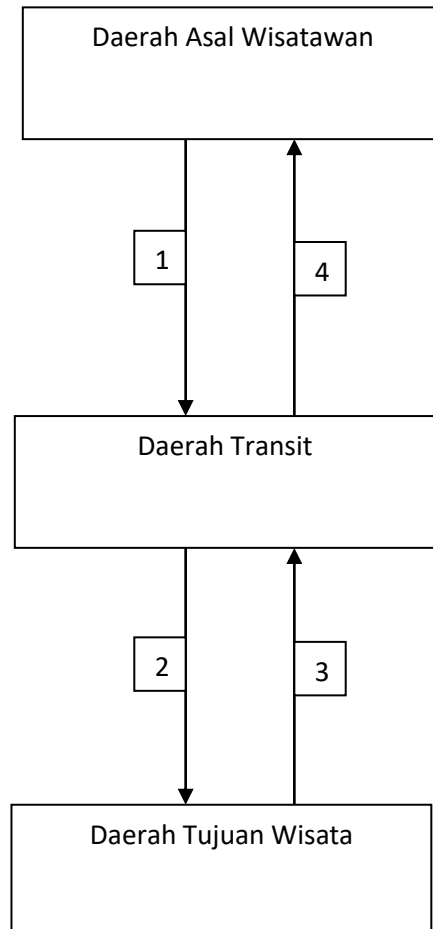
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3) Daerah Tujuan Wisata (DTW)

Daerah ini sering dikatakan sebagai *sharp end* (ujung tombak) pariwisata. Di DTW ini dampak pariwisata sangat dirasakan sehingga dibutuhkan perencanaan dan strategi manajemen yang tepat. Untuk menarik wisatawan, DTW merupakan pemacu keseluruhan sistem pariwisata dan menciptakan permintaan untuk perjalanan dari DAW. DTW juga merupakan *raison d'etre* atau alasan utama perkembangan pariwisata yang menawarkan hal-hal yang berbeda dengan rutinitas wisatawan.

Gambar 2.1 Skema Arus Pergerakan Wisatawan





5. Terpaan Informasi dan Media

Menurut kamus umum Bahasa Indonesia pengertian terpaan adalah suatu hal yang mengenai sesuatu. Pengertian informasi menurut *Oxford English Dictionary*, adalah *that of which one is apprised or told: intelligence, news* yaitu informasi adalah salah satu yang dapat memberitahukan di mana menyangkut kecerdasan dan berita. Kamus lain menyatakan bahwa informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui. Namun ada pula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan. Selain itu istilah informasi juga memiliki arti yang lain sebagaimana diartikan oleh RUU (Rancangan Undang-undang) teknologi informasi yang mengartikannya sebagai suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisa, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu. Sedangkan informasi sendiri mencakup data, teks, gambar, suara, kode, program komputer, database (www.ensiklopedia.com, 2013, diakses tanggal 15 Agustus 2014).

Schramm dalam Rakhmat (2002) mendefinisikan informasi sebagai segala sesuatu yang mengurangi segala ketidakpastian atau mengurangi jumlah alternatif dalam situasi. Fungsi utama dan pertama dari informasi adalah menyampaikan pesan (informasi), atau menyebarluaskan informasi kepada orang lain. Artinya diharapkan dari penyebaran informasi itu, para penerima informasi akan mengetahui sesuatu yang ingin diketahui (Liliweri, 2007: 34).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Sifat-sifat informasi

Untuk dapat menyajikan informasi yang terpilih maka harus diketahui sifat-sifat informasi adalah sebagai berikut (Liliweri, 2007):

- 1) Informasi relevan dan tidak relevan, yang dimaksud dengan informasi yang relevan adalah informasi yang ada hubungannya atau ada kepentingannya bagi si penerima, sedangkan informasi yang tidak ada atau sedikit sekali kepentingan bagi si penerima.
- 2) Informasi dapat berguna dan kurang berharga
- 3) Informasi dapat tepat waktunya dapat pula tidak tepat waktunya. Informasi dikatakan tepat waktunya apabila dapat mencapai si penerima sebelum ia melakukan pengambilan keputusan, tetapi apabila informasi tersebut terlambat datangnya setelah keputusan diambil, maka informasi tersebut tidak tepat waktunya.
- 4) Informasi dapat valid dan dapat tidak valid. Apabila informasi yang diberikan kepada seseorang merupakan informasi keliru, maka informasi tersebut merupakan informasi yang tidak valid, sebaliknya bila informasi itu benar maka informasi itu valid.

b. Faedah Informasi

Setiap orang dalam setiap saat akan mengambil keputusan untuk mengambil keputusan yang tepat memerlukan informasi yang relevan, berguna, tepat dan benar. Dengan demikian informasi merupakan bahan baku untuk mengambil keputusan. Pengambilan keputusan oleh seseorang tanpa informasi yang relevan, berguna, tepat dan benar berarti seseorang mempertaruhkan dana yang dipercayakan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kepadanya, karena tindakannya secara tidak langsung bersifat untung-untungan, yang kemungkinan suksesnya kecil.

c. Pesan

Tingkat hubungan dalam penyampaian informasi. Informasi dapat disebut pesan. Pesan terjadi karena ada penyampaian pesan dan penerima pesan. Terjadi informasi membuat terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dan penerima pesan (Widjaja, 2008).

Menurut Gans dan Gitlin dalam Liliweri (2007) adapun hakikat pesan dari suatu informasi, yaitu:

- 1) *Content*/ isi adalah kelengkapan jumlah (kuantitas) dan kualitas informasi verbal dan visual mengenai kesehatan yang didistribusikan oleh komunikator atau media.
- 2) Jumlah/ kuantitatif isi merujuk pada jumlah waktu yang digunakan dalam detik, menit, jam untuk memuat berita, film, dan lain-lain. Atau jumlah kolom surat kabar/ majalah yang memuat berita, opini, gambar, cerpen, berita daerah, kolom, dalam satu kali terbitan.
- 3) Kualitatif merujuk pada mutu, kualitas isi, penampilan faktual, pemerolehan berita, fakta, keabsahan, metode dan teknik pengolahan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Media dalam Informasi

Penyampaian informasi dilakukan melalui suatu media, Fiske dalam Liliweri (2007) membagi media dalam tiga kelompok utama yang disebut sebagai berikut:

- 1) *Presentational media*, adalah tampilan wajah, suara, atau alat komunikasi tubuh (anggota tubuh) atau dalam ketegori pesan maka media ini dimasukkan dalam pesan verbal dan non verbal dalam komunikasi tatap muka.
- 2) *Representational media*, adalah media yang diciptakan oleh kreasi manusia, yang termasuk dalam kelompok ini adalah tulisan, gambar, fotografi, komposisi musik, arsitektur, dan lain-lain. Semua jenis media ini memiliki konvensi estetika baik secara teknis maupun praktis.
- 3) *Mechanical media*, adalah radio, televisi, video, film, surat kabar dan majalah, telepon yang digunakan untuk memperkuat dua media di atas. Misalnya surat kabar merekam tampilan wajah atau memuat foto seseorang, televisi merekam wajah dan suara, dan video merekam suatu komposisi musik. Upaya dan usaha apapun harus dilakukan oleh petugas kesehatan dalam rangka memperkenalkan program kesehatan pada khalaknya. Untuk itu maka petugas kesehatan harus dapat memilih media yang tepat dalam rangka pelaksanaan tugas seefektif mungkin dan dengan tenaga serta biaya dan waktu yang seefisien mungkin (Widjaja, 2008).



Berdasarkan penjelasan dari dimensi-dimensi diatas terhadap dampak kebudayaankorea terdapat pada poin pada Utilitarianism (pemanfaatan) yaitu pada kemampuan audiens untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan media dimana dalam hal ini audiens akan memanfaatkan hal yang sudah diperoleh dari media.

B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian terdahulu ini diambil dalam skripsi mahasiswa bernama Vani Ayu Soraya dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, tahun 2013, yang berjudul : **Pengaruh Budaya K-Pop Terhadap Sikap Remaja Surabaya(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Pengaruh Budaya K-Pop Di Televisi Terhadap Sikap Remaja Di Kota Surabaya)**

Memiliki latarbelakang kemajuan teknologi komunikasi yang ditandai dengan makin luasnya jaringan televisi, radio, dan internet yang tersebar di berbagai negara dengan budaya yang berbeda membuat masyarakat di suatu negara dengan mudah mendapatkan berbagai informasi dari negara-negara di berbagai belahan dunia. Hal inilah yang, antara lain, mendorong terjadinya globalisasi. Di antara berbagai media yang ada, seperti surat kabar, radio dan internet, maka televisi merupakan media massa yang paling luas diterima banyak orang. Saat ini daya penetrasi televisi jauh lebih besar dibanding media massa lainnya. Pada era informasi dan globalisasi dewasa ini, televisi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sebagai media penyimpanan informasi dan hiburan yang sangat dibutuhkan masyarakat.

Melalui tayangan yang disajikan, pemirsa televisi mendapat banyak manfaat diantaranya menambah ilmu pengetahuan, memperluas wawasan, serta sebagai hiburan sehari-hari. Merebaknya *Korean Wave* di negara-negara di dunia telah menunjukkan adanya aliran budaya populer dari Korea ke negara-negara tetangganya. Terlepas dari dampak panjang yang akan terus berlanjut, *Korean Wave* memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern. Dalam situasi dunia pada saat pertukaran informasi terjadi hampir tanpa halangan apa pun, Korea telah menjejakkan pengaruhnya di seluruh dunia.

2. Penelitian terdahulu ini diambil dalam skripsi mahasiswa bernama Rizky Adiyana Cahyanti dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, tahun 2011, yang berjudul : **Unsur Budaya Korea Dalam Drama Korea Princess Hours (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Unsur-unsur Budaya Korea Dalam Drama Korea Princess Hours di Indosiar)**

Kesuksesan tayangan drama Asia terus berlanjut dengan masuknya tayangan drama Korea ke Indonesia. Tayangan drama Korea tersebut sukses besar di Indonesia bahkan secara umum mengungguli tayangan drama dari kawasan Asia lainnya. Meledaknya pemirsa tayangan drama Korea membuat stasiun televisi swasta lain di Indonesia mengekor Indosiar untuk menayangkan tayangan drama

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Korea sejak tahun 2002 karena melihat permintaan dari pasar, yang dalam hal ini adalah pemirsas televisi.

Indosiar memang jeli melihat peluang pasar dengan menayangkan drama-drama Korea yang telah sukses di negeri asalnya. Lebih dari 20 judul drama Korea telah tayang di stasiun televisi tersebut. Drama Korea memang mempunyai kualitas yang tinggi jika ditinjau dari segi budaya maupun pendidikan yang terkandung di dalamnya. Sebagai contoh serial drama Korea, Jewel in The Palace yang sudah dua kali tayang di Indosiar berhasil menaikkan pamor masakan Korea. Selain itu drama yang bersetting pada awal abad ke-16 tersebut juga menanamkan etos kerja, perjuangan dan pengetahuan bagi pemirsanya.

Salah satu manfaat yang diharapkan dari kandungan unsur-unsur budaya dalam drama Korea adalah generasi muda Korea akan mudah menyerap, memahami dan menerapkan budaya negaranya sendiri dengan cara dan media yang menarik. Budaya dalam hal ini tidak hanya melulu soal kesenian, tetapi juga etos kerja dan pengetahuan. Dengan ditayangkannya drama Korea di Indonesia melalui stasiun televisi Indosiar, maka secara tidak langsung nilai-nilai positif yang terkandung dalam drama tersebut dapat ditularkan pada masyarakat Indonesia.

3. Penelitian terdahulu ini diambil dari skripsi mahasiswa yang bernama Deansa Putri dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi tahun 2013, Universitas Diponegoro Semarang yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berjudul : **Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Televisi dan Motif Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Televisi dengan Perilaku Berpakaian Remaja**

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatuperadaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Proses komunikasi massa tersebut dikatakan efektif apabila menghasilkan pengaruh kepada khalayaknya. Pengertian pengaruh itu sendiri adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sesudah menerima pesan. Bersamaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan media massa kepada pemirsa, maka isi pesan akan diinterpretasikan secara berbeda-beda oleh pemirsa, serta efek yang ditimbulkan juga beraneka ragam (Bungin, 2008: 72).

Menurut *Powerfull Effect Theory*, dimana didasarkan pada asumsi Walter Lippman (dalam Vivian, 2008: 465), bahwa gambaran realita dibentuk dengan sangat kuat oleh media massa. *Powerfull Effect Theory* juga menjelaskan tentang media massa mempunyai pengaruh langsung dan mendalam terhadap seseorang. Pada konsep Harold Lasswell yang terkenal “ who says what in which channel to whom with what effect ,” pada titik yang ekstrem teori ini mengasumsikan bahwa media dapat menyuntikkan informasi, ide, dan bahkan propaganda kepada publik. Lippman (dalam Walgito 2002: 98) mengatakan bahwa “gambaran” tentang dunia di benak kita yang tidak

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kita alami secara personal dibentuk oleh media massa, sehingga khalayak pun akan menerima pemuasan yangberagam dari media.

Kepuasan yang berbeda-beda, juga akan menghasilkan efek yangberbeda pula.

Dengan demikian, kegiatan menonton televisi dapat memberikan pengaruh tetapi hal tersebut tergantung dengan tingkat intensitasnya. Diungkapkan oleh Burhan Bungin (2001: 125-126), bahwa intensitas atau frekuensi remaja dalam menonton televisi dapat mempengaruhi besarnya pengaruh televisi terhadap perilaku remaja. Semakin tinggi intensitas menonton televisi maka semakin cepat dan besar pula pengaruhnya terhadap perilaku remaja. Begitu pula dengan keadaan sebaliknya, semakin rendah intensitas menonton televisi maka semakin rendah pula pengaruhnya terhadap perilaku remaja tersebut.

Kegiatan menonton televisi dapat memberikan pengaruh tetapi hal tersebut tergantung dengan tingkat intensitasnya. Diungkapkan oleh Burhan Bungin (2001: 125-126), bahwa intensitas atau frekuensi remaja dalam menonton televisi dapat mempengaruhi besarnya pengaruh televisi terhadap perilaku remaja. Semakin tinggi intensitas menonton televisi maka semakin cepat dan besar pula pengaruhnya terhadap perilaku remaja. Begitu pula dengan keadaan sebaliknya, semakin rendah intensitas menonton televisi maka semakin rendah pula pengaruhnya terhadap perilaku remaja tersebut.

Semakin tinggi intensitas menonton televisi maka semakin cepat dan besar pula pengaruhnya terhadap perilaku remaja. Begitu

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

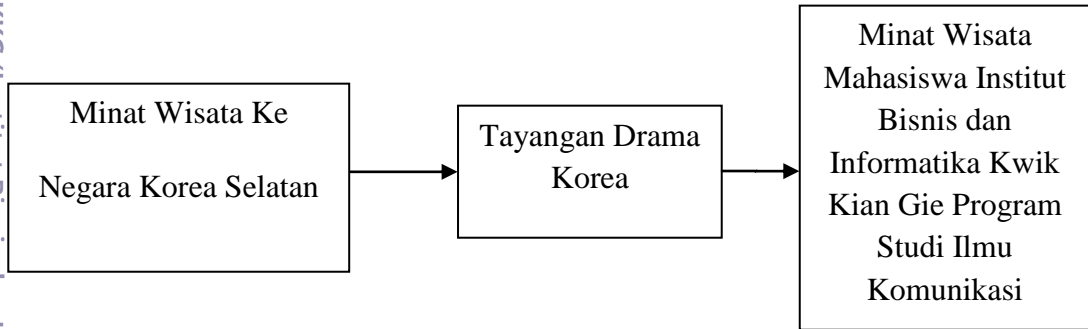


pula dengan keadaan sebaliknya, semakin rendah intensitas menonton televisi maka semakin rendah pula pengaruhnya terhadap perilaku remaja tersebut.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini merupakan bagan dari inti alur secara keseluruhan dalam penelitian ini. Penelitian ini ingin melihat bagaimana Minat Wisata ke Negara Korea Selatan yang dipengaruhi oleh tayangan drama Korea pada minat wisata mahasiswa Intitusi Bisnis dan Informasi Kwik Kian Gie program studi ilmu komunikasi. Drama Korea merupakan penyebab dari mulainya *Hallyu* di berbagai negara. Warga Korea Selatan suka menonton drama dan film dan mendengar musik.

Perusahaan TV Korea mengeluarkan biaya besar untuk memproduksi drama dan beberapa diantaranya yang mencetak kesuksesan, diekspor ke luar negeri. Drama televisi yang memicu *Hallyu* antara lain, *Winter Sonata*, *Dae Jang Geum*, *Stairway to Heaven*, *Princess Hours* dan *Hotelier*. Fenomena ini turut mempromosikan Bahasa Korea dan budaya Korea ke berbagai Negara. Alur ceritanya yang kuat, genre yang bervariasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dan juga akting dari para pemeran yang dapat dengan mudah menangis secara natural menyebabkan banyak penduduk Asia yang melihat drama Korea menjadi terenyuh hatinya.

Selain itu, cerita yang ditampilkan sesuai dengan budaya masyarakat Asia pada umumnya, konsep mengenai cinta sejati, pengorbanan, dan konsep kehidupan lain yang tergambar dalam drama Korea tidak bertentangan terlalu jauh dengan konsep kehidupan yang ada pada masyarakat Asia pada umumnya. Faktor-faktor tersebut menjadikan drama Korea lebih mengena bagi masyarakat Asia dibandingkan dengan drama dari Barat.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal. Berdasarkan permasalahan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Pengaruh Tayangan Drama Korea berpengaruh positif terhadap minat wisata mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie program studi ilmu komunikasi ke Negara Korea Selatan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.