

**EFEKTIVITAS TAYANGAN JEJAK PETUALANG TRANS7  
DALAM MEMBERIKAN INFORMASI SOSIAL DAN BUDAYA  
TERHADAP MASYARAKAT KABUPATEN BOGOR**

**SKRIPSI**

**ERISNA NURANANDA  
044119210**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JULI 2023**

**EFEKTIVITAS TAYANGAN JEJAK PETUALANG TRANS7  
DALAM MEMBERIKAN INFORMASI SOSIAL DAN BUDAYA  
TERHADAP MASYARAKAT KABUPATEN BOGOR**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan

**ERISNA NURANANDA  
044119210**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JULI 2023**

## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul **Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor** adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, 14 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Erisna Nurananda'. The signature is stylized and includes a star symbol and a vertical line with a crossbar.

Erisna Nurananda  
044119210

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri  
dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Erisna Nurananda  
NPM : 044119210  
Tanda Tangan :   
Tanggal : 14 Juli 2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Erisna Nurananda

NPM : 044119210

Judul : Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

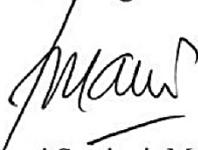
Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 14 Juli 2023

Oleh

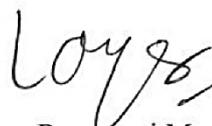
### DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1/Penguji 1



Imani Satriani, M.Si.  
NIK: 1.0616 049 763

Pembimbing 2/Penguji 2



Layung Paramesti Martha, M.Si.  
NIK: 1.0616 049 756

Penguji Utama



Dr. Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom.  
NIK: 1.0614 025 629

Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si.  
NIP: 196006071990092001



Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn.  
NIK: 1.0113 001 607

## PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata-1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Penelitian ini dilakukan karena di era globalisasi seperti saat ini, perkembangan teknologi komunikasi semakin meningkat pesat, hal ini menyebabkan arus pertukaran informasi dapat menyebar dengan cepat ke seluruh penjuru dunia. Kemajuan teknologi komunikasi ini juga dapat membawa pengaruh sosial dan budaya dalam kehidupan masyarakat, tentunya hal ini akan berdampak pada terancamnya kebudayaan Indonesia apabila tidak disebarkan melalui perantara media baik media cetak maupun media elektronik. Oleh karena itu, masyarakat perlu diberikan informasi terkait potensi sosial dan budaya Indonesia melalui sebuah tayangan televisi, seperti tayangan Jejak Petualang Trans7.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana efektivitas tayangan televisi khususnya pada tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya agar masyarakat dapat lebih mengenal, mencintai dan melestarikan potensi sosial dan kebudayaan yang ada di Indonesia. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak luput dari berbagai hambatan dan kesulitan yang dihadapi, sehingga skripsi ini memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat peneliti terima, agar skripsi ini bisa lebih baik lagi.

Bogor, 14 Juli 2023



Erisna Nurananda

## UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari adanya bantuan, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Henny Suharyati, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya;
2. Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Imani Satriani, M.Si., Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran terhadap peneliti, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Layung Paramesti Martha, M.Si., Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta arahan terkait redaksional dari skripsi peneliti.
5. Dr. Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom., Penguji Utama sekaligus Wali Dosen Kelas Penyiaran 2 yang telah menguji dan memberikan saran kepada peneliti sehingga skripsi ini menjadi lebih baik, serta telah membimbing peneliti selama masa perkuliahan.
6. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti.
7. Pemerintah Kabupaten Bogor, yang telah memberikan Beasiswa Pancakarsa sehingga peneliti bisa menyelesaikan pendidikan di Universitas Pakuan.
8. Kedua orang tua peneliti, Bapak Aan Sutiono dan Ibu Nurmala yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang yang tak terhingga.
9. Kedua kakak peneliti, Erfani Annur dan Novia Rita Rahmawaty serta keponakan peneliti, Danisha Vania Putri yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat.
10. Muhammad Fahmi Nabhan yang selalu mendoakan, memberi masukan dan mendukung langkah peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman peneliti, Mukhlisah Amaliah, Tesya Raihan Rahim, Nazwa Ramadhanti, Dame Ria, Putri Salwa Azzahra, Dwi Putri Octaviani, Dian Rismayanti, Suniyati Anjani, Albiya Zainina, Galuh Nandya Febrianti, Yadira Ryantika, Achmad Mustaqim, Redy Alif Ramdhani, Dias Fahmi, Miftahudin, Dianto yang telah membantu dan menyemangati peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman satu bimbingan dan teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang sudah berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
13. Para responden, masyarakat Kabupaten Bogor yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
14. Tak lupa peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu, karena telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, peneliti berharap agar kebaikan dari para pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dipergunakan sebagaimana mestinya bagi peneliti maupun akademisi lainnya.

## **BIODATA**

Nama : Erisna Nurananda  
NPM : 044119210  
Tempat dan tanggal lahir : Bogor, 27 Oktober 2001  
Nomor telepon : 081380271456  
Surel : erisna.nurananda@gmail.com  
Alamat : Jalan Karanggan Muda, RT 02/02 Desa Karanggan,  
Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor.

### **Pendidikan Formal:**

2007 – 2013 : SDN 02 Karanggan  
2013 – 2016 : SMPN 01 Citeureup  
2016 – 2019 : SMAN 01 Citeureup  
2019 – 2023 : Universitas Pakuan

### **Pendidikan Non-Formal:**

2022 : Praktik Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten  
Bogor, Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik

### **Pengalaman Organisasi:**

2019 – 2020 : Club Lobi Film, Divisi Artistik  
2020 – 2022 : Club Lobi Film, Divisi Media

## ABSTRAK

**ERISNA NURANANDA. 044119210. 2023. Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Imani Satriani dan Layung Paramesti Martha.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teori *Uses and Effects*. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Bogor dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengambilan data berupa penyebaran angket atau kuesioner kepada 125 responden dan studi kepustakaan yang relevan. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan Jejak Petualang Trans7 memiliki efektivitas sebesar 62,8% dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor dan sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis H1 yang menyatakan “Terdapat efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor” dapat diterima.

**Kata kunci: Budaya, Efektivitas Tayangan, Program Jejak Petualang, Sosial, Trans7.**

## **ABSTRACT**

**ERISNA NURANANDA. 044119210. 2023.** Effectiveness Of Jejak Petualang Trans7 Show In Providing Social and Cultural Information To The People Of Bogor Regency. Faculty of Social Science and Humanities, Departement of Communication Sciences, Pakuan University Bogor. Supervised by: **Imani Satriani** and **Layung Paramesti Martha**.

*The aim of this research was to determine how effective Jejak Petualang Trans7 show in providing social and culture information to the people of Bogor Regency. This research uses quantitative research approach with the theory of Uses and Effects. This research was conducted in Bogor Regency using purposive sampling method to obtained the data sample. The data collection tehchnique was in the form and distributing questionnaires to the 125 respondents and doing study the relevant literature. The data analysis method used is simple linear regression by using the SPSS version 25 application. The results of this reseacrh indicate that Jejak Petualang Trans7 show has an effectiveness of 62,8% in providing social and culture information to the people of Bogor Regency and the 37,2% is influenced by other variables or others factors that aren't used in this research. Based on the result, can be concluded that the H1 hypothesis "There is an effectiveness of Jejak Petualang Trans7 show on providing social and culture information to the people of Bogor Regency" can be accepted.*

**Keywords: Culture, Jejak Petualang Program, Show Effectiveness, Social, Trans7.**

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL DALAM .....</b>	<b>ii</b>
<b>PELIMPAHAN HAK CIPTA .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>BIODATA .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis .....	16
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
2.1 Komunikasi.....	17
2.2 Komunikasi Massa .....	18
2.3 Media Massa.....	19
2.4 Televisi .....	19
2.4.1 Tayangan Televisi .....	20
2.4.2 Efek Tayangan Televisi.....	21
2.5 Efektivitas.....	22
2.6 Tayangan Jejak Petualang Trans7 .....	23
2.7 Informasi.....	23
2.8 Sosial Budaya .....	24
2.9 Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya .....	27
2.10 Teori <i>Uses and Effects</i> .....	31
2.11 Penelitian Terdahulu.....	32
2.12 Kerangka Pemikiran .....	35
2.13 Hipotesis .....	36
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Desain Penelitian .....	37
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi Penelitian.....	38
3.3.2 Sampel Penelitian.....	39
3.4 Jenis Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Data Primer .....	42

3.4.2	Data Sekunder .....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.6	Uji Instrumen .....	43
3.6.1	Uji Validitas .....	44
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	45
3.7	Teknik Analisis Data .....	46
3.7.1	Analisis Skor Rataan .....	47
3.8	Uji Asumsi Klasik .....	48
3.8.1	Uji Normalitas .....	48
3.8.2	Uji Heteroskedastisitas .....	49
3.8.3	Uji Linearitas .....	49
3.9	Pengujian Hipotesis .....	49
3.9.1	Uji F (Uji Simultan) .....	49
3.9.2	Uji t (Uji Parsial) .....	50
3.9.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	50
3.10	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	50
3.11	Definisi Operasional .....	51
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>53</b>
4.1	Gambaran Umum Trans7 .....	53
4.1.1	Visi Misi Trans7 .....	54
4.1.2	Logo Trans7 .....	54
4.2	Tayangan Jejak Petualang Trans7 .....	55
4.2.1	Logo Jejak Petualang Trans7 .....	56
4.2.2	Struktur Organisasi Tayangan Jejak Petualang Trans7 .....	56
4.2.3	Proses Produksi Tayangan Jejak Petualang Trans7 .....	57
4.3	Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	60
4.4	Karakteristik Responden .....	60
4.4.1	Usia .....	60
4.4.2	Jenis Kelamin .....	61
4.4.3	Jenis Pekerjaan .....	62
4.4.4	Pendidikan Terakhir .....	62
4.5	Tayangan Televisi (X) .....	63
4.5.1	Frekuensi Menonton .....	63
4.5.2	Waktu Penayangan .....	66
4.5.3	Kemasan Acara .....	69
4.5.4	Gaya Penampilan Pesan .....	71
4.5.5	Pemahaman Pesan .....	74
4.5.6	Analisis Skor Rataan Variabel Tayangan Televisi (X) .....	76
4.6	Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) .....	78
4.6.1	Bahasa .....	78
4.6.2	Mental (Simbol) .....	81
4.6.3	Analisis Skor Rataan Variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) .....	84
4.7	Uji Asumsi Klasik .....	85
4.7.1	Uji Normalitas .....	85
4.7.2	Uji Heteroskedastisitas .....	86
4.7.3	Uji Linearitas .....	88

4.8	Uji Hipotesis .....	88
4.8.1	Uji Simultan (Uji F) .....	88
4.8.2	Uji Parsial (Uji t).....	89
4.8.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90
4.9	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	90
4.10	Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor	91
4.11	Teori <i>Uses and Effects</i> Berdasarkan Hasil Penelitian .....	99
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>		<b>102</b>
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>110</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Program Jejak Petualang Dengan Program Sejenis .....	5
Tabel 2.1 Kajian Semiotik Saussure Dalam Kuesioner Penelitian .....	29
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Bogor Rentang Usia 15 - 59 Tahun .....	39
Tabel 3.2 Tahap Penyebaran Kuesioner.....	41
Tabel 3.3 Modifikasi Skala Likert Empat Skala .....	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	44
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	45
Tabel 3.6 Tingkat Reliabilitas Nilai <i>Alpha Cronbach</i> .....	45
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X .....	46
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	46
Tabel 3.9 Kategori Skala Penilaian Responden .....	48
Tabel 4.1 Proses Pra Produksi Jejak Petualang.....	57
Tabel 4.2 Proses Produksi Jejak Petualang .....	58
Tabel 4.3 Proses Pasca Produksi Jejak Petualang.....	59
Tabel 4.4 Frekuensi Menonton Televisi .....	64
Tabel 4.5 Frekuensi Menonton Tayangan Jejak Petualang.....	65
Tabel 4.6 Skor Rataan Indikator Frekuensi Menonton .....	65
Tabel 4.7 Waktu Penayangan.....	66
Tabel 4.8 Kemasan Acara .....	69
Tabel 4.9 Gaya Penampilan Pesan .....	71
Tabel 4.10 Pemahaman Pesan.....	74
Tabel 4.11 Analisis Skor Rataan Tayangan Televisi (X).....	76
Tabel 4.12 Bahasa .....	78
Tabel 4.13 Mental (Simbol) .....	81
Tabel 4.14 Analisis Skor Rataan Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) .....	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	85
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Linearitas .....	88
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	89
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	89
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	90
Tabel 4.21 Koefisien Regresi Linear Sederhana.....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Indeks Kualitas Per-Kategori Program Siaran Televisi Periode 1 Tahun 2021 .....	2
Gambar 1.2	Dimensi 5 Dalam Survei Indeks Kualitas Program Siaran Wisata Budaya .....	3
Gambar 1.3	Demografi Pengguna Televisi Di Indonesia Tahun 2022 Berdasarkan Usia .....	11
Gambar 1.4	Kabupaten Atau Kota Dengan Jumlah Penduduk Terbanyak Di Indonesia .....	12
Gambar 1.5	Status Wilayah Layanan Siaran Televisi Digital.....	13
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1	Logo Trans7 2013 – Sekarang .....	54
Gambar 4.2	Perubahan Logo Trans7 .....	55
Gambar 4.3	Logo Jejak Petualang .....	56
Gambar 4.4	Usia Responden.....	60
Gambar 4.5	Jenis Kelamin Responden .....	61
Gambar 4.6	Jenis Pekerjaan Responden .....	62
Gambar 4.7	Pendidikan Terakhir Responden .....	63
Gambar 4.8	Diagram Normal P-P Plot .....	86
Gambar 4.9	Grafik Scatterplot .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Dalam Bentuk <i>Google Form</i> .....	118
Lampiran 3. Dokumentasi Saat Melakukan Penyebaran Kuesioner Penelitian..	119
Lampiran 4. Tayangan Jejak Petualang Episode “Serpihan Tradisi Jawa” .....	120
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	121
Lampiran 6. Hasil Analisis Skor Rataan .....	126
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	129
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis.....	131
Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	132

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, Indonesia memiliki wilayah seluas 1.916.909,77 km<sup>2</sup>, terdiri dari 16.766 pulau yang dihuni oleh 272.682,5 juta jiwa dan tersebar di 34 provinsi<sup>1</sup>. Kondisi ini menjadikan Indonesia memiliki potensi sumber daya unggulan dalam sektor pariwisata, baik wisata budaya, wisata alam, maupun wisata buatan sebagai hasil inovasi dari masyarakat. Apabila potensi ini dikembangkan dan dikelola dengan baik, maka sektor pariwisata tersebut dapat dijadikan sebagai sumber devisa utama yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia (Sya & Said, 2020).

Adanya keanekaragaman potensi sumber daya yang ada di Indonesia, menjadi dasar pemikiran dan ide dari para pelaku industri media dalam melakukan publikasi terkait potensi tersebut, contohnya dalam potensi sosial dan budaya. Potensi sosial terdiri dari kearifan lokal yang berlaku dalam suatu kelompok masyarakat yang tumbuh serta berkembang bersama dan memiliki norma, nilai dan tujuan yang sama dengan cara saling berinteraksi menurut pola tertentu berdasarkan adat. Sedangkan potensi budaya terdiri dari budaya lokal dan tradisi yang ada dalam suatu kelompok masyarakat seperti kepercayaan, seni, adat istiadat, bahasa, kerajinan tangan, makanan tradisional, pakaian adat, cerita rakyat, mitos, sejarah, bangunan tradisional dan mata pencaharian (Putri & Damayanti, 2017).

Di era globalisasi seperti saat ini, perkembangan teknologi komunikasi semakin meningkat pesat, hal ini menyebabkan arus pertukaran informasi dapat menyebar dengan cepat ke seluruh penjuru dunia. Kemajuan teknologi komunikasi ini juga dapat membawa pengaruh sosial dan budaya dalam kehidupan masyarakat, tentunya hal ini akan berdampak pada terancamnya kebudayaan Indonesia apabila tidak disebarkan melalui perantara media baik media cetak maupun media elektronik. Perkembangan teknologi komunikasi ini dimanfaatkan oleh para pelaku industri media khususnya pada industri media elektronik dalam menyebarkan beragam informasi salah satunya informasi seputar potensi sosial dan kebudayaan Indonesia. Salah satu jenis media massa elektronik yang terus berkembang dalam menayangkan potensi tersebut adalah televisi, media ini sangat digemari oleh masyarakat karena mampu menyebarkan informasi secara cepat dan mampu mencapai pemirsa dalam jumlah yang banyak pada waktu yang bersamaan atau serempak (Susanta, 2017).

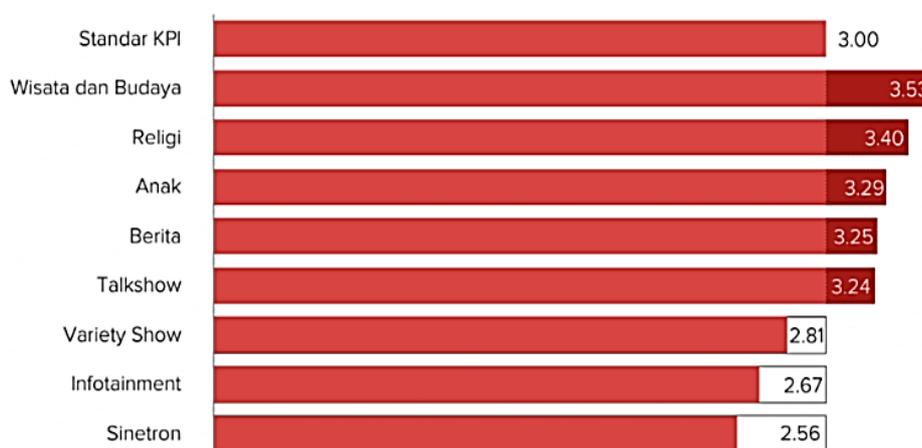
Banyaknya stasiun televisi yang bermunculan di Indonesia membuat suatu fenomena baru dalam industri media massa yaitu pengelolaan stasiun televisi yang saling bersaing dalam menyajikan tayangan yang dapat menarik perhatian dari para penonton, sehingga nantinya dapat menaikkan *rating* dari stasiun televisi tersebut (Bachtiar, 2018). Namun, dalam membuat suatu tayangan, para kru televisi harus

---

<sup>1</sup>[https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_pub/UFpWMmJZOVZI\\_ZTJnc1pXaHhDV1hPQT09/da\\_01/1](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/UFpWMmJZOVZI_ZTJnc1pXaHhDV1hPQT09/da_01/1) (diakses pada tanggal 22 Oktober 2022).

memperhatikan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang telah dibentuk oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), sehingga nantinya tayangan yang dibuat dapat memenuhi standar indeks kualitas siaran televisi dan bermanfaat bagi para pemirsa.

Dalam rangka mengetahui indeks kualitas program siaran di berbagai stasiun televisi Indonesia, KPI telah melakukan survei periode pertama pada bulan Januari hingga bulan Maret tahun 2021 kepada 108 informan dari 12 perguruan tinggi di Indonesia<sup>2</sup>. Survei ini dilakukan agar stasiun televisi dapat mempertimbangkan keputusan atau kebijakan dalam menciptakan tayangan yang baik bagi pemirsa. Dalam survei tersebut, KPI menetapkan bahwa program siaran televisi akan dinilai baik apabila memenuhi standar indeks kualitas minimal 3,00. Untuk hasil surveinya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 1.1**

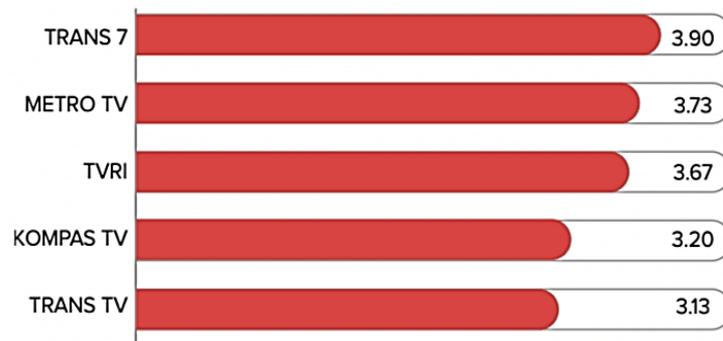
**Indeks Kualitas Per-Kategori Program Siaran Televisi Periode 1 Tahun 2021  
Sumber: Hasil Survei KPI Periode 1, 2021**

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa kategori program siaran wisata budaya dinilai paling baik di antara kategori program siaran lainnya. Dikatakan demikian karena kategori program wisata budaya memperoleh indeks kualitas siaran sebesar 3,53 dan melebihi standar indeks kualitas siaran yang telah ditetapkan oleh KPI sebesar 3,00.

Keberhasilan program siaran wisata budaya dalam meraih peringkat tertinggi pada standar indeks kualitas siaran tentunya tidak terlepas dari kinerja para kru program siaran tersebut. Mereka dapat menciptakan suatu tayangan yang menarik dengan melihat potensi sumber daya yang ada di Indonesia dan adanya kebutuhan informasi dari para pemirsa mengenai wisata dan budaya yang ada di Indonesia (Dewi & Wihardi, 2018). Stasiun televisi yang menayangkan program siaran wisata budaya yaitu Trans7 (*Jejak Petualang*, *Ragam Indonesia*, *Si bolang*, *Jejak Anak Negeri*, *Jejak Si Gundul*), Trans TV (*My Trip My Adventure*, *Tanah Air Beta*), TVRI (*Pesona Indonesia*), tvOne (*Manusia Nusantara*), MetroTV (*Melihat Indonesia*, *Journey Way To Explore*).

<sup>2</sup> <https://drive.google.com/file/d/1H1qJkXfDaOBFFaMg22FXIFFuBHdqxKJv/view> (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2022).

Dengan banyaknya stasiun televisi yang menyajikan program siaran wisata budaya, tentunya membuat persaingan antara stasiun televisi satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui indeks kualitas program siaran wisata dan budaya pada masing-masing televisi, KPI telah membagi dimensi yang memuat beberapa pertanyaan dan diajukan pada saat survei indeks kualitas program siaran periode 1 tahun 2021. Salah satunya dimensi 5 yang memuat seputar siaran informatif, edukatif, memberikan hiburan yang sehat, mengasah daya penalaran dalam membangun kesadaran kontrol dan perekat sosial, dengan hasil sebagai berikut:



**Gambar 1.2**

#### **Dimensi 5 Dalam Survei Indeks Kualitas Program Siaran Wisata Budaya**

**Sumber: Hasil Survei Program Wisata Budaya KPI Periode 1, 2021**

Gambar 1.2 menunjukkan program wisata budaya yang diproduksi oleh Trans7 memperoleh indeks kualitas program siaran tertinggi dengan hasil mencapai 3,90. Artinya program tersebut mengandung muatan yang edukatif dalam memberikan tambahan informasi mengenai budaya serta mengasah daya penalaran dalam membangun kontrol atau perekat sosial bagi para pemirsanya.

Trans7 merupakan stasiun televisi swasta yang memiliki beberapa tayangan wisata budaya, salah satunya Jejak Petualang. Tayangan Jejak Petualang merupakan salah satu bentuk acara yang memanfaatkan teknologi komunikasi dalam rangka memperkenalkan serta mempertahankan informasi muatan lokal di tengah deras arus pertukaran informasi internasional yang secara lambat laun jika tidak direspons dengan tepat maka dapat merusak pengetahuan keberadaan budaya lokal di Indonesia. Program Jejak Petualang disebut sebagai pelopor berdirinya acara petualangan di Indonesia karena sudah memulai tayangan perdananya sejak bulan April 2003 dan masih eksis hingga saat ini<sup>3</sup>. Jenis tayangan Jejak Petualang adalah dokumenter laporan perjalanan yang tergolong pada tayangan non drama atau bukan cerita fiktif karena menampilkan realitas sosial kehidupan masyarakat, di mana sang pembawa acara turun langsung ke lapangan untuk melakukan suatu peliputan ke berbagai daerah di Indonesia. Hal inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk terus menyaksikan program Jejak Petualang yang tayang setiap Selasa dan Rabu pukul 13.30 WIB serta Sabtu dan Minggu pukul 12.45 WIB.

<sup>3</sup> <https://www.trans7.co.id/programs/jejak-petualang> (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2022).

Tayangan Jejak Petualang memiliki segmentasi penonton pada usia remaja dan orang tua, hal ini sudah sejalan dengan tujuan program Jejak Petualang untuk mengedukasi para pemirsa, terbukti pada setiap episodenya yang selalu mengedepankan aspek informatif dan mendidik. Narasi yang dibawakan pada tayangan Jejak Petualang berisi seputar fakta keunikan dan keindahan alam Indonesia yang didapatkan langsung dari hasil wawancara bersama narasumber terpercaya dengan memperlihatkan unsur jurnalistik pada setiap obrolannya. Pembawa acara pada tayangan Jejak Petualang selalu mengenakan pakaian yang mencerminkan jati diri seorang petualang. Tayangan Jejak Petualang juga memiliki *punching line* “Ikuti Jejak saya, Jejak Petualang!” yang selalu disebutkan oleh pembawa acara baik sebelum maupun sesudah melakukan perjalanan dan aktivitas lainnya (Dewi & Wihardi, 2018).

Tayangan Jejak Petualang juga menawarkan pembawaan dari reporter yang cukup *expert* dibidang *outdoor*, tentunya hal ini dapat menambah informasi bagi pemirsa yang menonton tayangan tersebut. Salah satu reporter Jejak Petualang yaitu Riyani Djangkaru, ia merupakan lulusan Fakultas Hukum, Universitas Pakuan yang berhasil membawakan program Jejak Petualang menjadi program unggulan. Selain itu, Riyani juga disebut sebagai pioner presenter wanita pertama yang berhasil membawakan tayangan petualangan ekstrem namun tetap menjaga sisi femininnya (Bachtiar, 2018).

Jenis tayangan dokumenter laporan perjalanan harus dikemas sedemikian rupa agar mendapatkan daya tarik penonton, seperti pengambilan gambar yang memperlihatkan keindahan alam Indonesia dari berbagai sudut pandang. Namun, tayangan dokumenter laporan perjalanan juga memiliki beberapa kendala yang dihadapi saat proses produksinya. Beberapa kendalanya yaitu daerah yang akan diliput memiliki akses jalan yang sulit dan jika cuaca tidak mendukung maka pengambilan gambar juga mengalami kendala (Andriansyah, 2015). Akan tetapi, berbagai kendala tersebut tidak menyurutkan semangat dari para kru Jejak Petualang untuk terus menayangkan potensi sumber daya yang ada di Indonesia, khususnya potensi sosial dan kebudayaan. Sehingga program ini dapat memberikan ilmu sekaligus informasi mengenai realitas sosial dan budaya dari masyarakat Indonesia.

Program dokumenter laporan perjalanan bertemakan sosial dan budaya merupakan salah satu jenis tayangan yang sangat digemari oleh pemirsa, karena mereka dapat menambah pengetahuan seputar potensi keanekaragaman sumber daya Indonesia khususnya pada potensi sosial dan budaya tanpa harus ke luar rumah. Dalam memenuhi kebutuhan informasi ini, banyak sekali stasiun televisi yang menyajikan tayangan seputar sosial budaya salah satunya tayangan Jejak Petualang yang masih eksis hingga saat ini. Adapun perbedaan yang cukup menonjol dari setiap tayangan bertema sosial budaya terletak pada konten acara dan pembawaan dari para reporter. Berikut perbedaan dari program tayangan Jejak Petualang dengan program tayangan sejenis di berbagai stasiun televisi nasional:

Tabel 1.1 Perbandingan Program Jejak Petualang Dengan Program Sejenis

No.	Stasiun Televisi	Nama Program	Tahun Tayang	Perbedaan dengan Program Jejak Petualang
1.	Trans7	Si Bolang	2006	Program Si Bolang (Bocah Petualang) menyajikan kebudayaan Indonesia serta kegiatan anak-anak. Perbedaan dengan program Jejak Petualang terletak pada pembawa acara dan segmentasi acara. Program Si Bolang mengajak anak-anak dari desa untuk menjadi pembawa acara sehingga informasi yang akan disampaikan mudah dimengerti karena berasal dari sudut pandang dunia anak-anak, hal ini sesuai dengan segmentasi acara dari Si Bolang yaitu anak-anak, sedangkan segmentasi program Jejak Petualang yaitu remaja dan orang tua, pembawa acara dipilih berdasarkan orang yang berpengalaman atau <i>expert</i> dibidang <i>outdoor</i> sehingga informasi yang disampaikan lebih luas dan dapat dipercaya.
2.	Trans7	Jejak Si Gundul	2007	Program Jejak Si Gundul menyajikan kearifan lokal dari masyarakat Indonesia. Perbedaan dengan program Jejak Petualang terletak dari pembawa acara dan isi konten. Program Jejak Si Gundul menghadirkan satu pembawa acara ikonis yaitu si Gundul yang memiliki karakter kuat, serba bisa, tangguh dan senang menolong, sedangkan pembawa acara program Jejak Petualang silih berganti pada setiap episodenya. Isi konten program Jejak Si Gundul lebih menekankan UMKM masyarakat mulai dari proses pencarian bahan sampai dengan proses pembuatan, sedangkan isi konten pada program Jejak Petualang lebih menekankan realitas sosial kehidupan masyarakat seperti aktivitas serta kebudayaan yang ada pada suatu daerah.

No.	Stasiun Televisi	Nama Program	Tahun Tayang	Perbedaan dengan Program Jejak Petualang
3.	Trans7	Ragam Indonesia	2013	Program Ragam Indonesia menyajikan budaya dan kekayaan alam Indonesia. Namun, informasi yang disampaikan hanya berupa narasi dari video cuplikan aktivitas masyarakat dan jarang menampilkan dialog langsung dengan masyarakat. Berbeda dengan program Jejak Petualang, pembawa acara turun ke lapangan untuk berdialog secara langsung dengan masyarakat dan mengikuti berbagai kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Selain itu, pada program Jejak Petualang terdapat narasi yang disampaikan oleh narator terkait beragam aktivitas dan informasi penting tentang daerah yang diliput sehingga pemirsa lebih mudah memahami kegiatan serta simbol yang ditampilkan.
4.	Trans TV	<i>My Trip My Adventure</i>	2013	Program <i>My Trip My Adventure</i> menyajikan kegiatan eksplorasi wisata kekayaan alam Indonesia. Perbedaan dengan program Jejak Petualang terdapat pada isi konten dan pembawa acara. Isi konten program <i>My Trip My Adventure</i> lebih menekankan pada wisata alam Indonesia, sedangkan program Jejak Petualang lebih menekankan pada kegiatan realitas sosial masyarakat dan kebudayaan dari berbagai daerah di Indonesia. Pembawa acara program Jejak Petualang merupakan orang yang berpengalaman atau <i>expert</i> dibidang <i>outdoor</i> , sedangkan pembawa acara program <i>My Trip My Adventure</i> merupakan sekelompok selebriti muda atau <i>influencer</i> .
5.	Metro TV	<i>Journey Way To Explore</i>	2014	Program <i>Journey Way To Explore</i> menyajikan wisata dan budaya yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri. Perbedaan dengan program

No.	Stasiun Televisi	Nama Program	Tahun Tayang	Perbedaan dengan Program Jejak Petualang
				Jejak Petualang terletak pada isi kontennya. Pada program <i>Journey Way To Explore</i> lebih memfokuskan pada berbagai tempat wisata, sedangkan program Jejak Petualang tidak hanya memfokuskan pada wisata saja, tetapi kebudayaan dan realitas sosial masyarakat. Selain itu, pembawa acara program <i>Journey Way To Explore</i> hanya mengunjungi tempat wisata saja dan tidak ikut serta dalam kegiatan narasumber, sedangkan pembawa acara program Jejak Petualang selalu mengikuti berbagai aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat.
6.	Trans7	Jejak Anak Negeri	2016	Program Jejak Anak Negeri menyajikan eksplorasi kebudayaan Indonesia dan menjadi inspirasi bagi para pemuda-pemudi untuk terus mencintai Indonesia. Perbedaan dengan program Jejak Petualang terletak pada isi konten serta pembawa acara. Pada program Jejak Anak Negeri, konten yang dibawakan lebih menunjukkan pada wisata serta kuliner khas suatu daerah, sedangkan isi konten program Jejak Petualang lebih menekankan aktivitas masyarakat lokal serta kebudayaan daerah yang diliput. Selanjutnya, pembawa acara program Jejak Anak Negeri yaitu pemuda-pemudi lokal, sedangkan pembawa acara program Jejak Petualang berasal dari orang yang sudah berpengalaman atau <i>expert</i> dibidang <i>outdoor</i> .
7.	TVRI	Pesona Indonesia	2018	Program Pesona Indonesia menyajikan keunikan alam yang ada di Indonesia. Perbedaan dengan program Jejak Petualang terletak pada isi kontennya. Pada program Pesona Indonesia, kontennya lebih

No.	Stasiun Televisi	Nama Program	Tahun Tayang	Perbedaan dengan Program Jejak Petualang
				berfokus pada wisata keindahan alam Indonesia, sedangkan program Jejak Petualang isi kontennya tidak hanya berfokus pada destinasi wisata saja, akan tetapi pada realitas sosial masyarakat dan kebudayaan Indonesia.
8.	Metro TV	Melihat Indonesia	2018	Program Melihat Indonesia menyajikan tema seputar kehidupan seperti budaya, sosial masyarakat dan olahraga. Perbedaan dengan program Jejak Petualang terletak pada pembawa acara dan isi konten yang disajikan. Pada program Melihat Indonesia, pembawa acara hanya ada di beberapa episode saja, sedangkan pada program Jejak Petualang pembawa acara selalu ada di setiap episodenya. Selanjutnya, isi konten pada program Melihat Indonesia tidak memperlihatkan seseorang yang sedang berjelajah di suatu wilayah, tapi ada episode yang hanya memperlihatkan cuplikan video masyarakat tanpa adanya narasi, sedangkan pada program Jejak Petualang di setiap episodenya selalu memperlihatkan seseorang yang sedang menjelajah di suatu wilayah dengan mengikuti kegiatan masyarakat setempat, didukung oleh narasi yang ada membuat pemirsa lebih mudah mengerti informasi yang disampaikan.
9.	tvOne	Manusia Nusantara	2021	Program Manusia Nusantara menyajikan kehidupan masyarakat, tokoh, profesi serta kelompok masyarakat yang dapat memberikan inspirasi. Perbedaan dengan program Jejak Petualang terletak pada isi konten dan pembawa acara. Pada program ini tidak ada pembawa acara yang turun ke lapangan, sedangkan pembawa acara pada

No.	Stasiun Televisi	Nama Program	Tahun Tayang	Perbedaan dengan Program Jejak Petualang
				program Jejak Petualang selalu turun langsung ke lapangan untuk mengikuti berbagai kegiatan masyarakat. Selain itu, isi konten dari program Manusia Nusantara lebih memfokuskan pada kisah inspirasi dari berbagai tokoh maupun kelompok masyarakat serta ditambah beberapa <i>footage</i> terkait kegiatan yang dilakukan oleh para narasumber, sedangkan program Jejak Petualang memfokuskan pada kebudayaan dan realitas sosial kehidupan masyarakat.
10.	Trans TV	Tanah Air Beta	2021	Program Tanah Air Beta menyajikan eksplorasi alam dan kebudayaan Indonesia. Perbedaan dengan program Jejak Petualang terletak pada pembawa acara dan narasi yang dibawakan. Pembawa acara pada program Tanah Air Beta terdiri dari beberapa selebriti atau <i>influencer</i> , sedangkan pada program Jejak Petualang dipandu oleh satu orang pembawa acara yang berpengalaman atau <i>expert</i> dibidang <i>outdoor</i> . Selanjutnya, narasi seputar kegiatan pada program Tanah Air Beta dibawakan oleh para selebriti atau <i>influencer</i> yang sedang menjadi pembawa acara, sedangkan narasi pada program Jejak Petualang dibawakan oleh narator.

**Sumber: Data Sekunder, 2023**

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa tayangan Jejak Petualang lebih unggul dibandingkan tayangan sejenis lainnya, dikatakan demikian karena tayangan Jejak Petualang dari awal siaran perdananya pada tahun 2003 hingga saat ini selalu konsisten dalam menyiarkan kebudayaan dan realitas sosial kehidupan masyarakat pada setiap episodenya. Selain itu, program Jejak Petualang juga memiliki keunikan tersendiri dari segi pembawa acara dan isi kontennya yang berbeda dengan tayangan sejenis. Hal inilah yang menjadi alasan peneliti dalam memilih tayangan Jejak Petualang sebagai topik penelitian.

Salah satu episode Jejak Petualang yang membahas seputar informasi sosial dan budaya di Indonesia yaitu tayangan yang sudah disiarkan pada tanggal 18 Oktober 2022 dengan tema “Serpihan Tradisi Jawa”. Dalam episode ini, pada segmen pertama menceritakan seputar keindahan Pantai Jojogan yang terletak di Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. Pantai tersebut menyimpan biota laut seperti bulu babi dan teripang yang biasa diolah oleh warga sekitar sebagai bahan makanan. Selanjutnya, pada segmen kedua menceritakan seputar burung perkutut sebagai warisan leluhur masyarakat Jawa. Pada segmen kedua juga menceritakan seputar masyarakat Desa Pelang Lor, Jawa Timur yang sedang melakukan perlombaan kicauan burung perkutut dan turut serta membudidayakan burung tersebut.

Pada segmen ketiga menceritakan seputar tradisi grebeg Maulud, yang diadakan di Desa Gading, Jawa Timur tradisi ini dilakukan sebagai syukuran atas hasil bumi yang telah diperoleh masyarakat. Selain itu, terdapat juga beberapa tradisi lainnya seperti arak-arakan, rebutan gunung yang berisi hasil panen warga, *nyaur udi-udi* (menebarkan koin) dan bersih-bersih menggunakan air yang diambil dari 7 mata air berbeda. Pada segmen terakhir menceritakan seputar masyarakat Desa Gading yang sedang melakukan panen pisang *cavendish*, hasil panen ini nantinya akan ditaruh pada gunung yang dipakai pada saat acara grebeg Maulud.

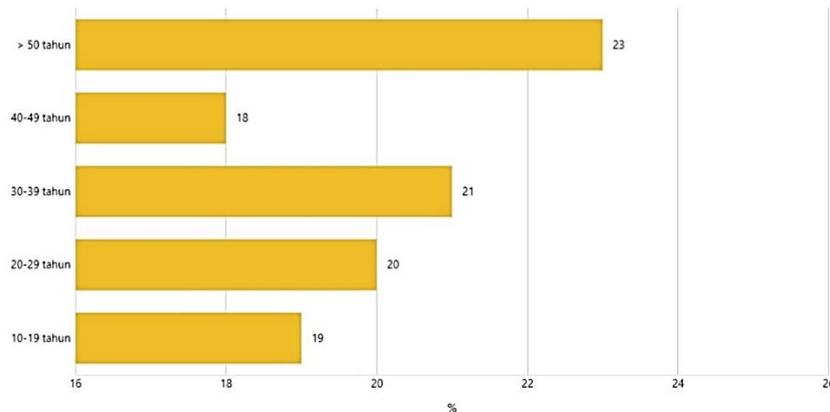
Pada episode tersebut, di dalam setiap segmennya sudah menggambarkan bahwa tayangan Jejak Petualang memiliki nilai informasi seputar sosial budaya yang direpresentasikan dalam bentuk bahasa dan simbol. Bentuk bahasa dibagi dalam dua jenis yaitu bahasa verbal dan bahasa non verbal, dalam episode ini bahasa verbal terdiri dari masyarakat yang saling berinteraksi pada berbagai kegiatan, selain itu terdapat juga narasi yang dibawakan oleh narator seputar informasi daerah tersebut. Dalam bentuk bahasa non verbal terdiri dari *gesture* masyarakat yang melakukan ritual keagamaan sebagai bentuk syukuran hasil bumi dalam tradisi grebeg Maulud. Kemudian dalam bentuk mental (simbol) terdiri dari perlombaan dan budidaya burung perkutut sebagai warisan leluhur, tradisi grebeg Maulud yang di dalamnya terdapat berbagai ritual keagamaan dan adat istiadat masyarakat Jawa Timur serta adanya budidaya pisang *cavendish* sebagai mata pencaharian masyarakat.

Penelitian ini menggunakan objek penelitian masyarakat Kabupaten Bogor yang memiliki rentang usia 15-59 tahun. Peneliti memilih usia tersebut karena sudah termasuk ke dalam beberapa kriteria yang mendukung untuk dijadikan objek penelitian. Kriteria pertama ialah penggolongan program televisi berdasarkan usia penonton tayangan Jejak Petualang yaitu Remaja – Bimbingan Orang Tua (R-BO), menurut KPI penggolongan ini cocok untuk kalangan remaja yang berusia di atas 13 tahun dengan bimbingan orang tua<sup>4</sup>. Terlebih, batas lanjut usia dalam Peraturan Presiden No. 88 tahun 2021 adalah masyarakat yang berusia 60 tahun ke atas<sup>5</sup>. Dengan kata lain, target penonton tayangan Jejak Petualang ini merupakan masyarakat dengan rentang usia 13-59 tahun.

<sup>4</sup><https://www.kpidkalbar.or.id/2022/11/teliti-klasifikasi-usia-isi-siaran.html> (Diakses pada tanggal 08 April 2023).

<sup>5</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/178090/perpres-no-88-tahun-2021#:~:text=Perpres%20ini%20dimaksudkan%20sebagai%20acuan,dari%20pembangunan%20nasional%20dan%20daerah> (Diakses pada tanggal 08 April 2023).

Kriteria kedua, sejalan dengan survei yang dilakukan oleh PT. Nielsen Indonesia yang menyebutkan bahwa mayoritas pengguna televisi di Indonesia berusia 50 tahun ke atas. Berikut data statistik dari hasil survei yang dilakukan oleh PT. Nielsen Indonesia terkait demografi pengguna televisi berdasarkan usia pada tahun 2022<sup>6</sup>:



**Gambar 1.3**

**Demografi Pengguna Televisi Di Indonesia Tahun 2022 Berdasarkan Usia**

**Sumber: Databoks, 2022**

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa usia 50 tahun ke atas mendapatkan persentase nilai tertinggi dibandingkan dengan rentang usia lainnya yaitu sebesar 23%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna televisi di Indonesia berusia 50 tahun ke atas.

Kriteria ketiga dalam pemilihan usia responden ini berdasarkan data terkait demografi *traveling* yang disampaikan oleh Deputy Bidang Kebijakan Strategi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam laman kumparan travel yang menyebutkan bahwa Generasi Y dan Generasi Z merupakan generasi yang memiliki ketertarikan tinggi untuk melakukan kegiatan *traveling* yaitu sebesar 52%<sup>7</sup>. Pemilihan demografi *traveling* ini sesuai dengan isi konten tayangan Jejak Petualang yang mengajak para pemirsa untuk melakukan kegiatan *traveling* pada berbagai daerah di Indonesia yang memiliki beragam potensi seperti potensi sosial maupun potensi budaya. Apabila merujuk kepada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dimaksud Generasi Y adalah generasi dengan rentang usia 27 - 42 tahun sedangkan Generasi Z adalah generasi dengan rentang usia 11-26 tahun<sup>8</sup>.

Pada beberapa kriteria tersebut, peneliti mengikhtisarkan usia yang akan menjadi subjek dalam penelitian sesuai dengan kriteria yang telah disebutkan sebelumnya. Peneliti juga menilai usia responden yang memenuhi kriteria tersebut sudah dapat berpikir secara objektif, sistematis dan juga dinamis sehingga mampu mengidentifikasi pesan yang disampaikan pada program Jejak Petualang.

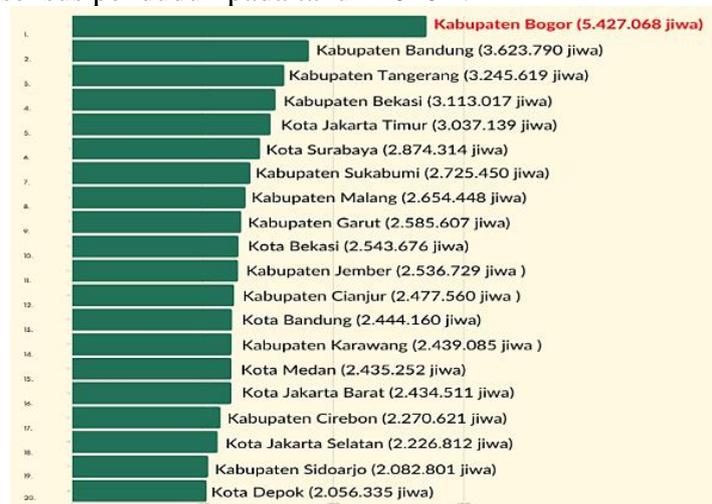
<sup>6</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/09/survei-nielsen-indonesia-mayoritas-pengguna-televisi-di-ri-berusia-50-tahun-ke-atas#:~:text=Tercatat%2C%20mayoritas%20pengguna%20TV%20di,%2D19%20tahun%20sebanyak%2019%25> (Diakses pada tanggal 08 April 2023).

<sup>7</sup> <https://kumparan.com/kumparantravel/milenial-dan-gen-z-jadi-yang-paling-sering-melakukan-traveling-1zReed7fvDT> (Diakses pada tanggal 08 April 2023).

<sup>8</sup> <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html> (Diakses pada tanggal 08 April).

Alasan peneliti memilih Kabupaten Bogor sebagai lokasi penelitian karena banyaknya desa wisata yang ada di Kabupaten Bogor, Deni Humaedi selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor mengatakan bahwa pada tahun 2022, Kabupaten Bogor memiliki 55 lokasi desa wisata yang sering kali dipilih sebagai destinasi wisata oleh masyarakat dari berbagai daerah di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari kunjungan wisatawan yang hampir mencapai 8 juta orang pada akhir bulan November tahun 2022<sup>9</sup>. Salah satu destinasi wisata yang dapat dikunjungi oleh masyarakat yaitu wisata budaya pada Kampung Budaya Sindangbarang yang terletak di Desa Pasir Eurih, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor. Kampung budaya ini diklaim sebagai kampung sunda tertua di Jawa Barat sejak abad ke-12 berdasarkan sumber literasi pantun Bogor serta Babad Pajajaran. Kampung Budaya Sindangbarang juga dikenal sebagai kampung adat yang masih memegang teguh aspek kebudayaan lokal dari Kerajaan Pajajaran, hal ini bisa dilihat dari masyarakatnya yang masih melakukan berbagai ritual upacara adat serta arsitektur bangunan yang masih menggunakan konsep tradisional sunda. Wisatawan yang berkunjung ke Kampung Budaya Sindangbarang ini juga bisa merasakan tinggal bersama para sesepuh dan merasakan suasana kehidupan perkampungan tradisional sunda sekaligus menikmati kuliner dan mempelajari berbagai macam kesenian khas sunda<sup>10</sup>.

Pemilihan lokasi penelitian di Kabupaten Bogor juga didasari oleh data dari laman open data Jawa Barat pada tahun 2020 yang menyebutkan bahwa Kabupaten Bogor memiliki jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Berikut urutan Kabupaten atau Kota yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Indonesia berdasarkan sensus penduduk pada tahun 2020<sup>11</sup>:



**Gambar 1.4**  
Kabupaten Atau Kota Dengan Jumlah Penduduk Terbanyak Di Indonesia  
Sumber: Open Data Jawa Barat, 2020

<sup>9</sup> <https://pakuanraya.com/kunjungan-wisatawan-ke-kabupaten-bogor-tembus-8-juta-pada-tahun-2022/> (Diakses pada tanggal 27 November 2022).

<sup>10</sup> <https://bandungklik.com/kampung-budaya-sindangbarang-tertua-di-bogor/pariwisata/cagar-budaya/> (Diakses pada tanggal 27 November 2022).

<sup>11</sup> <https://opendata.jabarprov.go.id/id/infografik/kabupaten-bogor-berpenduduk-terbanyak-se-indonesia> (Diakses pada tanggal 12 Januari 2023).

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa wilayah Kabupaten Bogor memiliki jumlah penduduk terbanyak di Indonesia yaitu mencapai 5.427.068 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor dapat merepresentasikan jumlah populasi masyarakat di Indonesia.

Selain itu, alasan peneliti memilih Kabupaten Bogor sebagai lokasi penelitian karena menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Kabupaten Bogor sudah melakukan migrasi dari siaran televisi analog menjadi televisi digital per-tanggal 2 November 2022<sup>12</sup>:

No	Wilayah Layanan Siaran TV Digital	Daerah Layanan Kabupaten/Kota	Status
1	DKI Jakarta	Kabupaten Adm. Kep. Soribu Kabupaten Bekasi Kota Adm. Jakarta Pusat Kota Adm. Jakarta Utara Kota Adm. Jakarta Barat Kota Adm. Jakarta Selatan Kota Adm. Jakarta Timur <b>Kabupaten Bogor</b> Kota Bogor Kota Bekasi Kota Depok Kabupaten Tangerang Kota Tangerang Kota Tangerang Selatan	Selesai ASO

**Gambar 1.5**

**Status Wilayah Layanan Siaran Televisi Digital  
Sumber: Siaran Digital Kominfo, 2023**

Gambar 1.5 menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor telah selesai melakukan migrasi televisi analog menuju televisi digital. Hal ini berarti bahwa seluruh wilayah di Kabupaten Bogor sudah bisa mendapatkan sinyal televisi digital untuk saluran televisi milik pemerintah maupun saluran televisi milik swasta, salah satunya saluran televisi digital Trans7 yang bisa diakses oleh masyarakat Kabupaten Bogor di *channel* 40 UHF dengan frekuensi 626 MHz.

Alasan lain pemilihan Kabupaten Bogor sebagai lokasi penelitian berdasarkan riset yang dilakukan oleh lembaga pemeringkatan pemirsa televisi PT Nielsen Indonesia dalam rangka perluasan cakupan televisi linier pihaknya sudah menyelesaikan ekspansi fase satu pada tahun 2022 dengan hasil yang menunjukkan bahwa jumlah pemirsa televisi baik televisi analog maupun televisi digital yang sebelumnya hanya berjumlah 58,9 juta pemirsa, kini meningkat menjadi 96 juta pemirsa atau naik sekitar 70%. Riset ini difokuskan pada wilayah pulau Jawa seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Surabaya, Semarang, Solo, Yogyakarta dan juga Sleman<sup>13</sup>. Keterlibatan Kabupaten Bogor pada riset ini memiliki arti bahwa masih banyak masyarakat Kabupaten Bogor yang menonton tayangan televisi. Oleh karena itu, peneliti tertarik menjadikan Kabupaten Bogor sebagai tempat penelitian.

<sup>12</sup> <https://siarandigital.kominfo.go.id/wilayah-siaran> (Diakses pada tanggal 10 April 2023).

<sup>13</sup> <https://www.antaraneews.com/berita/3010785/riset-nielsen-tunjukkan-kenaikan-jumlah-penonton-tv-indonesia> (Diakses pada tanggal 12 Januari 2023).

Adapun penelitian sebelumnya yang mengambil tema seputar efektivitas tayangan televisi adalah penelitian milik Rischa Octaviani yang berjudul “Efektivitas Tayangan Program Dua Hijab Di Trans7 Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi (Survei Pada Mahasiswi FISIP Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta)” dengan hasil yang menunjukkan bahwa tayangan program Dua Hijab memberikan efek terhadap perilaku imitasi mahasiswi FISIP Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta (Octaviani, 2016).

Penelitian yang membahas seputar efektivitas tayangan televisi juga pernah dilakukan oleh Ilhamzah Prasetia yang berjudul “Efektivitas Program Acara Dunia *Hand Made* GTV Dalam Menambah Pengetahuan Pemanfaatan Barang Bekas (Studi Kasus Siswa Kelas 5 dan 6 SDN Gunung Batu 1 Kota Bogor)” dengan hasil yang menunjukkan bahwa hubungan variabel X1 dengan Y pada indikator usia tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan indikator kognitif, untuk indikator jenis kelamin semuanya tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan indikator kognitif, afektif dan konatif. Sedangkan pada variabel X2 dan Y semua indikator memiliki hubungan yang kuat (Prasetia, 2018).

Penelitian sejenis dilakukan oleh Rizqi Febriawan yang berjudul “Efektivitas Program Acara 86 Net Terhadap Peningkatan Kesadaran Tertib Berlalu Lintas (Studi Kasus Masyarakat Kota Bogor) dengan hasil yang menunjukkan bahwa program acara 86 Net secara signifikan memengaruhi kesadaran masyarakat dalam berkendara (Febriawan, 2020).

Penelitian sejenis lainnya juga pernah dilakukan oleh Revy Yapari yang berjudul “Efektivitas Tayangan *Tonight Show* Net TV Terhadap Pemenuhan Hiburan Mahasiswa Universitas Hasanuddin” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tayangan *Tonight Show* Net TV efektif dalam memenuhi kebutuhan hiburan mahasiswa Universitas Hasanuddin apabila dilihat dari 3 indikator yaitu *exposure* media, isi pesan serta daya tarik (Yapari, 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti khusus membahas bagaimana efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor. Informasi sosial dan budaya pada tayangan Jejak Petualang direpresentasikan melalui bentuk bahasa dan mental (simbol). Bahasa terdiri atas bahasa verbal dan non verbal, untuk bahasa dalam bentuk verbal direpresentasikan dari masyarakat yang saling berinteraksi menggunakan logat atau bahasa daerahnya, serta narator yang menyampaikan narasi seputar informasi daerah yang didapat dari hasil wawancara bersama narasumber yang berasal dari daerah tersebut. Sedangkan bahasa dalam bentuk non verbal direpresentasikan dari kegiatan adat istiadat seperti *gesture* masyarakat dalam melakukan ritual keagamaan dan *gesture* yang dilakukan oleh pembawa acara. Kemudian mental (simbol) terdiri atas tradisi, tarian, makanan tradisional, kerajinan tangan, musik, pakaian dan mata pencaharian masyarakat dari daerah yang diliput.

Pembeda atau kebaruan dari peneliti sebelumnya adalah penelitian ini mengambil tayangan Jejak Petualang yang menjadi salah satu program dokumenter laporan perjalanan pertama di Indonesia yang menyajikan keadaan masyarakat lokal secara menarik dengan menampilkan kegiatan adat istiadat, budaya, kuliner dan realitas sosial dalam kehidupan. Selain itu, program Jejak Petualang memiliki suatu kelebihan yang menjadi pembeda dari program sejenis lainnya yaitu adanya ritme, birama dan pengambilan gambar yang disesuaikan dengan berbagai sudut

pandang serta mood acara dan *punching line* “Ikuti Jejak Saya, Jejak Petualang!” yang tidak pernah berubah dan tetap dipertahankan sebagai salah satu ciri khas Jejak Petualang sejak pertama kali tayang di televisi. Ini menjadi keunggulan mutlak bagi Jejak Petualang karena memiliki sesuatu yang tidak bisa disamakan dengan program sejenis.

Berdasarkan beberapa pertimbangan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti **“Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial Dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor”**. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para kru Jejak Petualang sebagai bahan masukan dan evaluasi agar setiap episodenya dapat memberikan informasi seputar sosial budaya yang ada di Indonesia, sehingga masyarakat lebih mengenal dan dapat mencintai serta melestarikan beragam potensi sosial budaya yang ada di Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor yang menjadi responden penelitian?
2. Bagaimana tayangan “Jejak Petualang” Trans7?
3. Bagaimana pemahaman masyarakat Kabupaten Bogor terhadap informasi sosial dan budaya dalam bentuk bahasa dan simbol pada tayangan “Jejak Petualang” Trans7?
4. Bagaimana efektivitas tayangan “Jejak Petualang” Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin diketahui oleh peneliti yaitu:

1. Mengetahui karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor yang menjadi responden penelitian.
2. Mengetahui tayangan “Jejak Petualang” Trans7.
3. Mengetahui pemahaman masyarakat Kabupaten Bogor terhadap informasi sosial dan budaya dalam bentuk bahasa dan simbol pada tayangan “Jejak Petualang” Trans7.
4. Menganalisis efektivitas tayangan “Jejak Petualang” Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, peneliti maupun pembaca diharapkan dapat memperoleh manfaat. Manfaat tersebut terbagi atas dua jenis yaitu:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi Konsentrasi Penyiaran, program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya di Universitas Pakuan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan mengamati dampak yang dihasilkan dari tayangan bermuatan sosial budaya di kalangan masyarakat karena banyak penonton yang mengalami perubahan psikologis setelah menonton tayangan tersebut seperti menimbulkan rasa peduli, rasa ingin tahu, serta ketertarikan terhadap kebudayaan suatu daerah.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan memberi wawasan kepada peneliti tentang efektivitas sebuah tayangan dalam memberikan informasi sosial budaya dalam bentuk bahasa dan simbol yang ada di masyarakat.
2. Penelitian ini diharapkan memberi gambaran bagi para pembaca tentang pengetahuan masyarakat Kabupaten Bogor terhadap informasi yang disampaikan pada tayangan Jejak Petualang seperti upacara adat, mata pencaharian, tarian, makanan, kerajinan tangan, musik dan bahasa yang ditayangkan, serta memberikan gambaran apakah tayangan Jejak Petualang efektif dalam menyampaikan informasi tersebut sehingga membuat penonton merasa tertarik dan ingin melestarikan hal tersebut.
3. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi tim produksi “Jejak Petualang” untuk mempertahankan keunggulan dalam kemasan acara dan cara penyampaian pesan yang mengedepankan aspek informatif dan mendidik agar penonton memberikan *feedback* yang positif serta mendapat pengetahuan tentang informasi sosial dan budaya yang ada di Indonesia.

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi**

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi manusia dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat. Komunikasi dikatakan sebagai kebutuhan yang mutlak karena manusia sebagai makhluk sosial tentunya memiliki keinginan untuk terus berhubungan atau berinteraksi dengan manusia lainnya. Dengan kata lain, manusia selalu ingin mengetahui apa yang terjadi pada lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi pada dirinya sendiri. Rasa ingin tahu ini membuat manusia sangat memerlukan komunikasi dalam menjalankan kehidupannya (Cangara, 2019).

Adanya sifat manusia dalam menyampaikan keinginannya dan mengetahui keinginan dari orang lain merupakan awal dari keterampilan manusia dalam berkomunikasi, artinya secara tidak langsung manusia memiliki kemampuan untuk mengerti suatu hal melalui simbol atau lambang isyarat (komunikasi non verbal) dan mampu menyampaikan secara langsung arti dari simbol atau lambang tersebut melalui bentuk bahasa (komunikasi verbal) (Cangara, 2019).

Secara etimologis istilah komunikasi ini berpangkal pada bahasa latin “*communis*” yang memiliki arti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih hal ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan suatu interaksi dengan tujuan untuk melakukan pertukaran informasi atau pesan dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Dengan adanya pertukaran informasi ini, akan terjadi persamaan makna yang mengakibatkan perubahan sikap dan tingkah laku dari komunikan baik secara sengaja maupun tidak sengaja (Cangara, 2019).

Suatu proses komunikasi tidak dapat berlangsung apabila tidak didukung oleh unsur-unsur komunikasi di dalamnya. Komunikasi menjadi lebih efektif apabila komunikator menerapkan unsur komunikasi pada pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Unsur-unsur komunikasi menurut (Cangara, 2019) yaitu:

1. Pengirim (*Source*)  
Dalam proses komunikasi, tentunya akan melibatkan komunikator sebagai pembuat atau pengirim informasi (pesan). Komunikator terdiri dari satu orang atau kelompok seperti partai, organisasi dan lembaga.
2. Pesan (*Message*)  
Pesan dalam proses komunikasi berupa ilmu pengetahuan, informasi, hiburan, propaganda atau nasihat yang disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.
3. Saluran/Media (*Channel*)  
Media merupakan suatu alat atau sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Media bersifat terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca maupun mendengar pesan yang disampaikan. Saluran atau media dalam komunikasi yaitu pancaindra, media cetak, media elektronik dan media digital.

4. **Penerima (*Receiver*)**  
Penerima atau komunikan merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran pesan. Komunikan terdiri dari satu orang atau lebih seperti kelompok, partai atau negara.
5. **Akibat/Pengaruh (*Effect*)**  
Efek merupakan perbedaan antara apa yang dirasakan, dipikirkan dan dilakukan oleh komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan. Efek dapat terjadi pada pengetahuan, sikap atau tindakan seseorang sebagai penerima pesan.

## 2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang menyiarkan informasi, gagasan dan sikap yang ditujukan kepada khalayak dengan jumlah yang relatif besar, bersifat heterogen dan tersebar di seluruh lapisan masyarakat. Artinya informasi atau pesan yang disampaikan tidak hanya ditunjukkan kepada satu individu atau kelompok orang tertentu, melainkan untuk semua orang. Selain itu, komunikasi massa memiliki sifat satu arah dan umpan balik pada komunikasi massa lambat (tertunda) dan sangat terbatas Freidson (1953) dalam Romli (2016).

Terdapat ciri khas yang berbeda antara komunikasi massa dengan bentuk komunikasi lainnya yaitu pesan yang disampaikan bersifat terbuka, cepat, luas dan adanya unsur keserempakan dalam penerimaan pesan yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi massa mampu mengatasi jarak dan waktu yang dimiliki oleh komunikator dan komunikan (Cangara, 2019).

Komunikasi massa diartikan sebagai proses komunikasi yang menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan yang diproduksi dan didistribusikan kepada khalayak secara terus menerus dalam jarak waktu yang sudah ditetapkan seperti harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan. Dalam memproduksi suatu pesan tidak dapat dilakukan secara perorangan, melainkan harus dilakukan oleh suatu lembaga dan membutuhkan teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh industri media massa Gerbner (1967) dalam Romli (2016).

Komunikasi massa juga disebut sebagai salah satu bentuk aktivitas sosial yang memiliki beragam fungsi di masyarakat. Fungsi aktivitas sosial menurut Romli (2016) terbagi menjadi dua aspek yaitu:

1. **Fungsi Nyata (*Manifest Function*)**  
Fungsi nyata memiliki arti fungsi yang diinginkan oleh komunikan, bisa berupa hiburan, pendidikan dan memuaskan kebutuhan informasi dari komunikan.
2. **Fungsi Tidak Nyata atau Tersembunyi (*Latent Function*)**  
Fungsi tidak nyata atau tersembunyi memiliki arti fungsi yang tidak diinginkan oleh masyarakat seperti adanya penyebaran berita bohong atau *hoax* di kalangan masyarakat.

### 2.3 Media Massa

Media massa merupakan suatu alat atau sarana yang menjadi perantara dalam proses komunikasi. Media massa digunakan untuk menyebarkan suatu pesan dari komunikator kepada komunikan yang luas dan heterogen. Proses penyebaran pesan ini dilakukan secara cepat dan serentak sehingga dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu yang tak terbatas, hal inilah yang menjadi kelebihan dari media massa dibanding jenis komunikasi lainnya Nurudin (2003) dalam Roli (2022).

Media massa memiliki peranan yang cukup penting dalam kehidupan manusia, karena media massa merupakan alat kontrol, manajemen dan inovasi dalam masyarakat. Selain itu, media massa merupakan sumber yang dominan dalam menciptakan citra individu, kelompok dan masyarakat sehingga media massa dituntut untuk menyampaikan informasi yang sesuai dengan fakta tanpa melebihkan peristiwa yang ada (Roli, 2022).

Adanya perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat membuat media massa terus berubah dan berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Namun, tidak dapat dimungkiri perkembangan media massa ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kehidupan manusia. Perlahan namun efektif, media massa dapat memengaruhi pola pikir kehidupan manusia, keinginan dan kebutuhan dari pemirsa (Roli, 2022).

Dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada komunikan, seorang komunikator dapat menggunakan alat atau media sebagai perantaranya. Jenis media massa menurut Anditya (2020) dibagi menjadi dua bagian utama yaitu:

1. Media Cetak  
Media cetak merupakan suatu media yang memuat informasi atau hiburan dalam bentuk lembaran tercetak yang terbit secara periodik, bersifat umum dan aktual. Media cetak terdiri dari surat kabar, koran, majalah, bulletin, buku dan tabloid.
2. Media Elektronik  
Media elektronik merupakan media yang menyajikan gagasan maupun informasi dalam bentuk suara (audio) dan gambar (visual) dari gelombang frekuensi sebagai perantara. Media elektronik terdiri dari radio dan televisi.

### 2.4 Televisi

Televisi merupakan salah satu jenis media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam memperoleh beragam informasi. Televisi berasal dari kata “*television*” dalam bahasa Yunani “*tele*” memiliki arti *far* atau jauh, sedangkan “*vision*” dalam bahasa Latin memiliki arti *to see* atau melihat. Jadi, televisi secara harfiah merupakan suatu alat media massa yang dapat dilihat dari jarak jauh oleh pemirsa (Romli, 2016).

Televisi menjadi sarana komunikasi massa yang menyampaikan informasi atau pesan pada sistem penyiaran yang disertai gambar dari suatu objek bergerak dan bunyi melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang dapat mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) tersebut menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dalam bentuk gambar dan bunyi yang dapat didengar oleh pemirsa dengan jangkauan yang luas dan dalam waktu bersamaan (Roli, 2022).

Dalam kehidupan sehari-hari sering kali kita memperoleh berbagai pengalaman karena adanya integrasi kelima indra yang kita miliki, tetapi dengan menonton media televisi yang memiliki unsur visual berupa gambar, unsur kata, musik serta efek suara (audio) membuat kita akan mendapatkan 10% informasi yang telah diperoleh sebelumnya. Hal ini dapat menimbulkan pengalaman tiruan (*stimuled experience*) yang membuat kesan mendalam bagi pemirsa karena mereka seolah-olah mengalami sendiri kejadian atau peristiwa yang ditayangkan pada televisi. Sehingga informasi atau pesan yang disampaikan oleh televisi akan lebih mudah dimengerti oleh pemirsa karena jelas terdengar secara audio dan mudah terlihat secara visual. Hal inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pemirsa untuk tetap menggunakan media televisi sebagai sumber informasi Darwanto (2007) dalam Pratama (2014).

#### **2.4.1 Tayangan Televisi**

Tayangan televisi merupakan hasil dari perencanaan dasar suatu konsep acara televisi yang menjadi pedoman kreativitas dari para kru televisi itu sendiri. Nantinya acara tersebut akan disajikan dalam bentuk siaran dengan tujuan untuk disaksikan oleh pemirsa. Dalam desain produksi tayangan televisi, terdapat beberapa kriteria utama yang harus diperhatikan oleh para kru seperti target pemirsa dan tujuan acara yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, tayangan televisi merupakan hasil dari proses produksi (pra produksi, produksi dan pasca produksi) yang telah disiarkan oleh stasiun televisi Naratama (2004) dalam Yapari (2020).

Jenis tayangan televisi dapat dibedakan menjadi dua yaitu berdasarkan format teknis dan berdasarkan isi. Yang dimaksud dengan format teknis merupakan format umum yang dapat menjadi acuan bagi beberapa bentuk acara televisi seperti dokumenter, kuis, instruksi, *talk show*, film, musik dan lain sebagainya. Sedangkan berdasarkan isi, acara televisi dapat berupa program agama, drama, hiburan dan olahraga (Roli, 2022). Sementara itu, terdapat juga pembagian tayangan berdasarkan sifat faktual dan fiktif. Tayangan yang bersifat faktual meliputi program dokumenter, *reality show* atau berita sedangkan program yang bersifat fiktif antara lain komedi atau drama. Dalam menyiarkan suatu tayangan pada stasiun televisi, dibutuhkan peraturan penayangan pada bagian perencanaan siaran (Romli, 2016).

Peneliti memilih Jejak Petualang Trans7 sebagai tayangan yang akan diteliti. Tayangan Jejak Petualang ini termasuk ke dalam jenis tayangan dokumenter laporan perjalanan yang menampilkan realitas sosial seperti aktivitas kehidupan bermasyarakat, berbagai budaya yang masih dianut oleh masyarakat serta memperlihatkan hubungan kedekatan masyarakat dengan lingkungan sekitarnya. Dokumenter laporan perjalanan juga membahas berbagai permasalahan yang disesuaikan dengan kebutuhan dari khalayak, jenis tayangan ini lebih menekankan wawancara dengan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara faktual. Selain itu, pada jenis dokumenter laporan perjalanan juga terdapat narasi yang dibacakan oleh narator sebagai bentuk penggambaran dari berbagai kegiatan, sejarah dan kebiasaan dari masyarakat itu sendiri (Fachrudin, 2017).

Dengan beragam jenis tayangan yang dihadirkan pada media televisi, tentunya pemirsa akan mendapatkan informasi yang membuat pengetahuan mereka menjadi meningkat. Oleh karena itu, stasiun televisi harus memperhatikan tayangan yang akan dibuat, Darwanto (2007) dalam Pratama (2014) mengungkapkan pada kaitannya terhadap peningkatan pengetahuan, suatu tayangan televisi hendaknya memperhatikan beberapa hal di antaranya:

1. **Frekuensi Menonton**  
Frekuensi menonton merupakan pengukuran terhadap seberapa seringnya seseorang menonton tayangan televisi. Melalui frekuensi menonton, para pelaku industri media televisi dapat melihat ada atau tidaknya pengaruh tayangan tersebut terhadap tingkat pengetahuan dari pemirsa.
2. **Waktu Penayangan**  
Waktu penayangan atau jam tayang sangat berpengaruh terhadap tingginya *rating* dari suatu program televisi. Sehingga para pelaku industri media televisi harus memperhatikan jam tayangnya apakah sudah tepat dan sesuai dengan sasaran yang dituju atau kurang tepat.
3. **Kemasan Acara**  
Dalam membuat suatu tayangan, para pelaku industri media televisi harus bisa mengemas atau menampilkan acara sebaik mungkin agar mampu menarik perhatian para pemirsa dan mencapai tujuan dari tayangan tersebut.
4. **Gaya Penampilan Pesan**  
Dalam menyampaikan suatu pesan atau informasi, *host* atau pembawa acara harus memiliki gaya penampilan pesan yang komunikatif dan menarik sehingga pemirsa yang menonton tayangan tersebut tidak mudah jenuh dan dapat memahami pesan yang disampaikan.
5. **Pemahaman Pesan**  
Pemahaman pesan adalah suatu pengukuran apakah pemirsa dapat mengerti dan memahami setiap materi atau pesan yang disampaikan dalam suatu tayangan atau tidak.

#### **2.4.2 Efek Tayangan Televisi**

Media televisi memiliki peran sebagaimana jenis media massa lainnya yang berperan sebagai alat informasi, kontrol sosial, hiburan dan penghubung wilayah. Isi pesan yang disampaikan oleh televisi juga akan diinterpretasikan secara berbeda menurut pandangan dari pemirsa sehingga dapat terjadi dampak atau efek yang beraneka ragam terhadap suatu tayangan. Hal ini dapat terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap isi pesan dari tayangan televisi berkaitan dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton televisi. Terdapat tiga dampak atau efek yang ditimbulkan dari tayangan televisi terhadap pemirsa menurut Prisgunanto (2017) dalam Madew (2020) yaitu:

1. **Efek Kognitif**  
Efek kognitif yaitu kemampuan pemirsa dalam memahami informasi yang disampaikan dalam tayangan televisi, informasi yang diterima ini akan memberikan perubahan dalam keterampilan maupun kepercayaan pemirsa. Efek kognitif ini timbul karena televisi dapat membantu para pemirsa dalam memperoleh informasi terkait peristiwa, benda, orang atau tempat yang belum pernah dikunjungi, sehingga pemirsa mendapatkan pengetahuan baru.

2. **Efek Afektif**  
Efek afektif yaitu perubahan perasaan yang ditunjukkan oleh pemirsa setelah menyaksikan tayangan televisi seperti merasa gembira, terharu, sedih, iba, marah dan lain sebagainya, dengan adanya perubahan perasaan ini juga akan membawa para pemirsa menunjukkan suatu sikap tertentu. Sikap di sini memiliki makna bahwa adanya reaksi atau respons dari pemirsa setelah menerima stimulus dari tayangan televisi baik dalam hal positif maupun negatif.
3. **Efek Konatif (Behavioral)**  
Efek konatif yaitu dampak yang ditimbulkan oleh pemirsa setelah menyaksikan tayangan televisi seperti adanya suatu tindakan, perilaku atau kegiatan pada kehidupan sehari-hari baik dalam hal positif maupun negatif.

## 2.5 Efektivitas

Efektivitas berasal dari bahasa Inggris “*effective*” yang memiliki arti berhasil. Berhasil di sini memiliki makna sesuatu yang telah berhasil dilakukan secara baik. Suatu hal dapat dikatakan efektif apabila sudah sesuai dengan tujuan atau target yang telah ditentukan sebelumnya pada suatu program dalam organisasi, badan, individu maupun lembaga, baik lembaga milik pemerintah atau lembaga milik swasta Handayani (2006) dalam Yapari (2020).

Efektivitas merupakan suatu pengukuran dari efek yang ditimbulkan dalam suatu program, apabila efek yang ditimbulkan memberikan dampak yang baik dan sesuai dengan tujuan program maka dapat disimpulkan bahwa program tersebut efektif. Namun sebaliknya, jika program tersebut menimbulkan dampak yang buruk atau tidak sesuai dengan tujuan program maka program tersebut dapat dikatakan tidak efektif. Efektivitas juga mengukur seberapa jauh target (kualitas, waktu dan kuantitas) telah tercapai, semakin tinggi persentase target yang tercapai maka semakin tinggi pula efektivitasnya Hidayat (1986) dalam Yapari (2020).

Dalam rangka melihat sejauh mana program yang dibuat dapat mencapai target dan menimbulkan efek yang diinginkan, maka diperlukan suatu pengukuran dari efektivitas program. Terdapat 3 pengukuran efektivitas secara umum menurut Danim (2004) dalam Putri (2019) yaitu:

1. **Intensitas**  
Pengukuran ini memperlihatkan suatu tingkatan atau ukuran dari intensitas (frekuensi) yang akan dicapai oleh suatu program.
2. **Tingkat Kepuasan**  
Pengukuran ini memperlihatkan sejauh mana program yang dibuat dapat memberikan kepuasan dari para anggotanya.
3. **Komunikasi Yang Terjadi**  
Pengukuran ini memperlihatkan apakah terdapat informasi, ketepatan, konteks, kejelasan, budaya dari bahasa maupun etika dan tata krama dari komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan.

## 2.6 Tayangan Jejak Petualang Trans7

Tayangan Jejak Petualang merupakan sebuah program dokumenter laporan perjalanan yang menjadi pelopor berdirinya acara petualangan di Indonesia, dikatakan demikian karena program Jejak Petualang sudah melakukan tayangan perdananya pada bulan April 2003 dan masih eksis hingga saat ini. Tayangan Jejak Petualang memiliki tujuan untuk memberikan informasi dan edukasi terkait potensi sumber daya yang dimiliki Indonesia, sehingga nantinya masyarakat dapat mencintai dan melestarikan seluruh sumber daya yang dimiliki Indonesia. Oleh karena itu, pada setiap episodenya tayangan Jejak Petualang selalu mengedepankan aspek informatif dan mendidik guna menambah pengetahuan para pemirsa dengan cara mengajak pemirsa untuk melihat realitas sosial kehidupan masyarakat, kebudayaan, adat istiadat, makanan khas daerah, keadaan geografik, dan eksplorasi objek wisata yang ada di Indonesia. Selain itu, tayangan Jejak Petualang juga menghadirkan konsep obrolan yang santai bersama para narasumber dengan tetap memperhatikan unsur jurnalistik pada setiap obrolannya (Dewi & Wihardi, 2018).

## 2.7 Informasi

Informasi merupakan hasil kegiatan pengolahan data yang berasal dari fakta yang tercatat menjadi bentuk yang bermanfaat dan berguna sehingga mampu memengaruhi atau mengubah status pemikiran dalam pengambilan keputusan dari komunikannya. Dalam menyebarkan suatu informasi, komunikator menggunakan perantara seperti media, teks, dokumen atau cantuman. Informasi dalam arti luas dapat mencakup tanda (*sign*), sinyal dan simbol (Rodin, 2020).

Jika ditinjau dari sudut kepastakawanan dan perpustakaan, informasi dapat diartikan sebagai suatu rekaman fenomena yang diamati atau bisa juga putusan-putusan yang dibuat oleh seseorang. Fenomena dalam konteks ini akan menjadi informasi apabila ada yang melihat atau menyaksikan serta mendokumentasikan atau merekamnya, hasil dari kesaksian atau bukti dokumentasi itulah yang termasuk dalam informasi (Rodin, 2020).

Informasi dalam kehidupan sehari-hari dapat dikatakan sebagai segala hal yang kita komunikasikan dalam bentuk bahasa lisan, surat kabar, video dan lain sebagainya. Artinya tidak akan ada informasi yang disampaikan apabila tidak ada orang yang membawakannya. Informasi dapat berguna untuk menunjang berbagai aktivitas atau suatu pekerjaan, baik yang bersifat praktis maupun ilmiah. Dikatakan berguna pada aktivitas ilmiah karena informasi dapat digunakan dalam menunjang suatu penelitian atau riset yang dilakukan. Suatu informasi dapat dikatakan baik apabila dapat dipercaya, relevan dan mutakhir (Rodin, 2020).

Dalam suatu organisasi, informasi memiliki peranan yang sangat penting. Oleh karena itu, karakteristik informasi harus disesuaikan dengan jajaran manajemen dalam menyelaraskan informasi yang dibutuhkan agar sesuai dengan tugas yang dimilikinya. Terdapat beberapa karakteristik informasi menurut Wulandari (2007) dalam Rodin (2020) yaitu:

### 1. Luas Informasi

Luas informasi memiliki arti seberapa luas ruang lingkup atau cakupan informasi yang disampaikan komunikator terhadap komunikannya.

2. **Kepadatan Informasi**  
Kepadatan informasi memiliki arti seberapa penting atau berisinya informasi yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikannya.
3. **Frekuensi Informasi**  
Frekuensi informasi memiliki arti tingkat rutinitas informasi yang disampaikan dari komunikator terhadap komunikannya.
4. **Waktu Informasi**  
Waktu informasi dapat berguna dalam memberikan informasi tentang kondisi atau situasi yang telah dilalui oleh komunikator dan mungkin saja akan dihadapi oleh komunikan di masa mendatang.
5. **Sumber Informasi**  
Sumber informasi berasal dari sumber internal dan eksternal. Sumber sangat berperan penting dalam penyampaian informasi, karena dapat menentukan seberapa cepat informasi tersebut dapat dipercaya dan diikuti komunikan.

## 2.8 Sosial Budaya

Sosial budaya merupakan segala sesuatu yang diperoleh atau didapatkan manusia dengan akal budi dalam kehidupan bermasyarakat. Sosial budaya ini berupa realitas sosial masyarakat, kebudayaan, kesenian, pengetahuan, bahasa, simbol, kuliner, aturan atau hukum yang berlaku, etika, moral, kebiasaan, kepercayaan dan adat istiadat yang terdapat pada berbagai suku di Indonesia (Latief & Utud, 2017).

Sosial berasal dari kata “*socius*” yang memiliki arti segala sesuatu yang lahir, tumbuh dan berkembang dalam kehidupan bermasyarakat secara bersama-sama. Dengan kata lain, sosial merupakan cara tentang bagaimana suatu individu saling berhubungan dengan individu yang lainnya. Pengertian sosial dalam arti kemasyarakatan atau masyarakat merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan sistem hidup bersama atau hidup bermasyarakat yang terdiri dari orang atau sekelompok orang. Pada kelompok tersebut sudah mencakup organisasi, struktur, aspirasi hidup, nilai-nilai sosial beserta cara pencapaiannya (Rodin, 2020).

Adanya unsur- unsur yang terdapat dalam kehidupan masyarakat tentunya akan berdampak pada terbentuknya struktur sosial masyarakat. Unsur sosial menurut Abdulsyani (1994) dalam Wardani et al (2020) yaitu:

1. **Kelompok Sosial**  
Kelompok sosial adalah suatu perkumpulan dari individu dengan individu lainnya yang di dalamnya terdapat interaksi dan hubungan satu sama lain. Kelompok sosial biasanya terbentuk karena adanya suatu kesamaan dalam hal tertentu sehingga tumbuh perasaan bersama.
2. **Kebudayaan**  
Kebudayaan adalah cara hidup masyarakat yang di dalamnya terkandung nilai dan norma-norma sosial. Jika kebudayaan ini terus dikembangkan maka nilai dan norma akan selalu melekat pada masyarakat.
3. **Institusi atau Lembaga Sosial**  
Lembaga sosial adalah suatu bagian masyarakat yang terkait dengan norma ataupun aturan yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dengan tujuan untuk memelihara kepentingan suatu individu dengan kelompoknya.

4. Pelapisan Sosial (Stratifikasi Sosial)  
Pelapisan sosial atau stratifikasi sosial adalah pengelompokan orang dalam tingkatan vertikal atau tidak sederajat. Dengan kata lain stratifikasi sosial merupakan permasalahan kesenjangan atau polarisasi sosial.
5. Kekuasaan dan Wewenang  
Kekuasaan adalah kemampuan seseorang dalam memengaruhi pihak lainnya. Sedangkan wewenang merupakan hak moral seseorang dalam memperhatikan nilai dan norma masyarakat dalam membuat atau melaksanakan keputusan yang bersifat publik.
6. Dinamika Sosial  
Dinamika sosial adalah suatu kajian yang terkait dengan perubahan sosial masyarakat seperti penyimpangan sosial, mobilitas sosial dan pengendalian sosial masyarakat.  
Budaya berasal dari bahasa sanskerta yaitu “*buddhayah*” yang memiliki bentuk jamak “*budhi*” yang diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan akal budi manusia. Kebudayaan merupakan suatu metode hidup yang diwarisi dari generasi ke generasi. Unsur budaya dapat terbentuk pada mekanisme agama, adat istiadat, bahasa, tempat tinggal, sandangan, karya seni, politik dan juga hidangan (Rodin, 2020).

Terdapat tujuh isi pokok terkait unsur kebudayaan menurut Koentjaraningrat (1985) dalam Rodin (2020) di antaranya:

1. Kesenian  
Kesenian merupakan suatu hal yang dapat memuaskan atau memenuhi kebutuhan psikis dari seseorang. Berdasarkan jenisnya seni rupa terdiri dari patung, relief, seni ukir, seni lukis dan seni rias. Seni musik terdiri dari vokal dan instrumental. Seni sastra terdiri dari prosa dan puisi. Seni gerak terdiri dari seni tari. Seni tradisional terdiri dari ketoprak, wayang, lenong dan ludruk. Sedangkan seni modern terdiri dari lagu, fotografi dan film.
2. Sistem Teknologi dan Peralatan  
Sistem teknologi dan peralatan ini timbul karena manusia dapat menciptakan barang dan sesuatu hal baru dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Contohnya senjata, wadah, pakaian, cara memasak, rumah, alat transformasi dan lain sebagainya.
3. Sistem Organisasi Masyarakat  
Sistem organisasi masyarakat ini muncul karena adanya kesadaran manusia yang membutuhkan orang lain dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.
4. Bahasa  
Bahasa merupakan suatu sarana bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan sosialnya dalam berinteraksi atau berhubungan kepada sesamanya.
5. Sistem Mata Pencaharian dan Sistem Ekonomi  
Sistem mata pencaharian dan sistem ekonomi ini muncul untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
6. Sistem Pengetahuan  
Sistem pengetahuan ini ada karena setiap manusia memiliki akal dan pikiran yang berbeda sehingga dapat memunculkan perbedaan pendapat, oleh karena itu pendapat perlu disampaikan agar dapat dimengerti orang lain.

## 7. Sistem Religi

Sistem religi lahir karena adanya pertanyaan mengenai mengapa manusia percaya terhadap suatu kekuatan gaib atau supranatural dan banyak manusia yang mencari cara untuk berkomunikasi serta mencari hubungan dengan kekuatan supranatural tersebut.

Mengingat luasnya cakupan dalam pembahasan sosial budaya, peneliti membatasi ruang lingkup sosial budaya yang menjadi topik pembahasan di dalam penelitian ini. Pembatasan mengenai topik sosial di dalam penelitian ini didasarkan kepada unsur sosial menurut Abdulsyani (1994) *dalam* Wardani et al (2020) yaitu:

### 1. Kelompok Sosial

Batasan kelompok sosial dipilih karena tayangan Jejak Petualang menampilkan kegiatan di dalam kelompok masyarakat pada setiap episodenya. Karakteristik dari sebuah kelompok sosial pada tayangan Jejak Petualang terlihat dalam kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat secara bersama-sama dalam suatu wilayah. Hal ini menunjukkan karakteristik kesamaan wilayah dan interaksi dalam suatu kelompok sosial.

### 2. Kebudayaan

Batasan kebudayaan dipilih karena tayangan Jejak Petualang menampilkan cara hidup masyarakat yang mengandung nilai atau norma sosial yang masih melekat dan terus ada seperti masyarakat yang masih menjalankan tradisi atau adat istiadat yang berasal dari leluhur.

### 3. Institusi Sosial

Batasan institusi sosial dipilih karena tayangan Jejak Petualang menampilkan banyak sekali bentuk dari sebuah kebiasaan maupun aktivitas yang terkait dengan aturan hidup masyarakat dengan tujuan untuk memelihara keberlangsungan suatu kelompok itu sendiri. Pada penelitian ini, hal yang terkait dengan institusi sosial difokuskan kepada nilai yang ditampilkan dalam tayangan Jejak Petualang seperti ketaatan terhadap adat istiadat, sifat masyarakat yang ramah, toleransi, kebaikan serta rasa syukur.

### 4. Dinamika Sosial

Batasan dinamika sosial difokuskan oleh peneliti kepada perubahan yang terjadi di dalam masyarakat di mana suatu hal yang dilakukan akan memengaruhi pihak lain. Hal ini tercermin dalam ketertarikan masyarakat dalam mempelajari bahasa dan simbol daerah serta menyebarkan informasi yang ditayangkan dalam program Jejak Petualang melalui teknologi terkini.

Sementara itu, untuk topik budaya peneliti membatasi pembahasan ke dalam unsur budaya menurut Koentjaraningrat (1985) *dalam* Rodin (2020) yaitu:

### 1. Kesenian

Batasan kesenian dalam topik budaya dipilih karena Jejak Petualang menampilkan beragam simbol atau kesenian dari daerah yang diliput seperti kerajinan tangan (seni rupa atau kriya), musik daerah (seni musik), dan tarian (seni gerak).

## 2. Bahasa

Batasan bahasa difokuskan pada penilaian tata bahasa yang mudah dipahami, gaya bahasa yang digunakan, intonasi dan pelafalan, *gesture* hingga keberagaman bahasa daerah yang ditampilkan pada tayangan Jejak Petualang. Batasan bahasa juga dipilih karena bahasa memiliki peran vital dalam menyampaikan pesan sehingga bahasa yang digunakan harus baik agar pemirsa dapat lebih mudah memahami informasi yang disampaikan.

### 2.9 Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya

Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu membentuk kegiatan interaksi, hal inilah yang kemudian melahirkan pemikiran atau pengetahuan bahwa seluruh dunia sosial, apa pun jenis, bentuk dan skala ukurannya merupakan dunia yang secara sosial direpresentasikan. Dikatakan demikian karena dunia ini tercipta oleh proses yang saling membentuk dan membagi pengetahuan bersama (Rodin, 2020).

Representasi merupakan proses sosial yang berkaitan dengan pola hidup dan budaya dari masyarakat tertentu yang memungkinkan terjadinya perubahan konsep-konsep ideologi dalam bentuk yang konkret. Hal ini dapat dilihat melalui pandangan hidup dari satu individu dengan individu lainnya. Representasi memiliki arti konsep yang digunakan dalam proses sosial, pemaknaannya ditandai dengan sistem penandaan yang tersedia seperti tayangan televisi, tulisan, video, fotografi, film, dialog dan lain sebagainya. Representasi juga merupakan suatu praktik atau proses penting yang akan melahirkan sebuah kebudayaan (Rodin, 2020).

Terdapat dua proses representasi informasi dalam aspek sosial budaya menurut Hall (1997) *dalam* (Rodin, 2020) di antaranya:

#### 1. Bahasa

Bahasa memiliki peran yang penting dalam menyampaikan sesuatu hal yang berarti atau bermakna terhadap orang lain. Definisi bahasa dalam hal ini menunjukkan sistem yang menggunakan tanda berbentuk verbal maupun non verbal. Dalam bentuk bahasa verbal, informasi sosial budaya didapatkan dari interaksi antar sesama dalam melakukan suatu kegiatan atau aktivitas tertentu, sedangkan dalam bentuk bahasa non verbal, informasi sosial budaya di dapatkan dari gerakan anggota tubuh atau *gesture* seseorang.

#### 2. Mental (Simbol)

Representasi mental merupakan sesuatu hal abstrak yang ada pada pemikiran kita sehingga harus diterjemahkan dengan bahasa yang mudah dimengerti. Hal ini bertujuan agar dapat menghubungkan konsep dan ide-ide tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu. Contoh simbol atau mental dalam aspek sosial budaya yaitu adanya tradisi, makanan tradisional khas suatu daerah, kerajinan tangan, musik, tarian, pakaian dan mata pencaharian masyarakat.

Adapun keterkaitan penelitian dengan representasi informasi dalam aspek sosial budaya dapat dilihat dari peranan representasi itu sendiri. Dalam pemaparan sebelumnya, representasi didefinisikan sebagai aktivitas menyampaikan sesuatu yang berarti kepada pihak lain dengan sistem penandaan. Hal ini sejalan dengan penelitian karena penyampaian informasi sosial budaya dalam tayangan Jejak Petualang menggunakan sistem penandaan yang ditampilkan dalam bentuk

kegiatan, dialog atau interaksi, video, kalimat dan lain sebagainya. Selain itu, representasi juga dianggap sebagai proses pemaknaan suatu simbol melalui bentuk bahasa. Hal ini juga tercermin dalam tayangan Jejak Petualang seperti pada kegiatan adat istiadat yang dilakukan oleh masyarakat, tentunya narator maupun pembawa acara akan menjelaskan kegiatan yang dilakukan dalam bentuk bahasa.

Penelitian ini membahas seputar informasi sosial dan budaya dalam bentuk mental (simbol) pada tayangan Jejak Petualang, sehingga diperlukan kajian semiotika untuk memahami bagaimana suatu simbol dapat memberikan makna. Tradisi semiotika sendiri sudah ada sejak abad ke 18 dengan fokus utama sebagai cabang ilmu yang berkaitan dengan tanda-tanda yang membahas fenomena komunikasi sosial atau masyarakat serta kebudayaan. Tradisi semiotika juga dikatakan sebagai sekumpulan teori yang membahas bagaimana suatu tanda dapat merepresentasikan keadaan, situasi, perasaan, benda dan kondisi di luar tanda itu sendiri. Perkembangan tradisi semiotika ini tidak terlepas dari dua tokoh ahli yaitu Charles Sander Pierce dan Ferdinand De Saussure. Pada kajian semiotik dengan pendekatan Pierce memiliki anggapan bahwa manusia hanya bisa bernalar melalui tanda. Sedangkan, kajian semiotika dengan pendekatan Saussure memiliki anggapan bahwa selama tingkah laku dan perbuatan manusia membawa makna atau berfungsi sebagai tanda, maka harus ada sistem pembeda di belakangnya dan konvensi yang memungkinkan makna tersebut, dengan kata lain di mana ada tanda maka terdapat sistem di dalamnya Vera (2014) dalam Novemby (2020).

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, peneliti memilih kajian semiotika dengan pendekatan Saussure karena relevan dengan penelitian. Dikatakan demikian karena kajian semiotika dengan pendekatan Saussure memiliki fokus utama terhadap adanya kesepakatan makna dalam suatu simbol atau tanda. Selain itu, kajian semiotika dalam pendekatan Saussure juga mempelajari peran simbol atau tanda dalam kehidupan sosial. Hal ini sesuai dengan tayangan Jejak Petualang yang menampilkan simbol atau tanda yang memiliki makna pada kehidupan masyarakat seperti tradisi, kerajinan, makanan tradisional dan lain sebagainya.

Dalam pembahasan yang lebih kompleks, kajian semiotika dengan pendekatan Saussure terdiri atas tanda yang tersusun dari *signifier* dan *signification signified*. “*Sign*” sendiri merupakan sesuatu berbentuk fisik yang dapat dilihat dan didengar (audiovisual) dan biasanya merujuk kepada suatu objek yang ingin dikomunikasikan. *Signifier* dalam pendekatan ini diartikan sebagai simbol yang mewakili pemikiran, *signifier* juga disebut sebagai penanda yang diwakili oleh benda atau material. *Signified* diartikan sebagai interpretasi penerima komunikasi atas tanda atau simbol yang diterima, *signified* juga disebut sebagai petanda yang merupakan konsep pikiran atau gambaran mental (Rofiqoh, 2019).

Pada penelitian ini, apabila dikaitkan dengan kajian semiotika dengan pendekatan Saussure, terdapat beberapa penanda dan petanda yang dapat merepresentasikan informasi sosial dan budaya dalam tayangan Jejak Petualang. Namun, pemaparan kajian semiotika dalam penelitian ini hanya untuk melengkapi penjabaran dari pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Berikut tabel yang menjelaskan penanda dan petanda yang digunakan dalam merepresentasikan informasi sosial dan budaya pada tayangan Jejak Petualang sesuai dengan kuesioner penelitian:

Tabel 2.1 Kajian Semiotik Saussure Dalam Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	Penanda (Material)	Petanda (Mental)
Tayangan Televisi (X)	Waktu Penayangan (X1.2)	Interaksi masyarakat.	Menunjukkan adanya hubungan yang terjadi antar individu maupun kelompok.
		Menayangkan nilai-nilai kebaikan serta adat istiadat.	Menunjukkan ketaatan terhadap nilai atau norma yang berlaku.
		Mempertahankan interaksi.	Menunjukkan adanya hubungan antar sesama agar tetap bersatu dan saling menghargai.
	Kemasan Acara (X1.3)	Suara musik tradisional.	Memberikan kesan kedaerahan yang kuat sehingga para pemirsa dapat merasakan berada di daerah yang diliput.
		Menampilkan beragam kebudayaan, makanan tradisional, dan hasil kerajinan masyarakat.	Menunjukkan kekayaan yang dimiliki Indonesia dan memperlihatkan hasil <i>output</i> kegiatan masyarakat atau dapat diinterpretasikan sebagai hasil interaksi antara manusia dengan lingkungannya.
	Gaya Penampilan Pesan (X1.4)	Penyajian dari pembawa acara yang memiliki sifat ramah.	Menunjukkan pesan kepada pemirsa bahwa di mana pun berada tetap harus menghargai antar sesama.
		Penyajian acara dengan tata bahasa yang baik.	Dimaksudkan untuk memudahkan pemirsa memahami pesan yang disampaikan.
		Penyajian mimik dari pembawa acara yang sesuai saat berbicara.	Menunjukkan ekspresi sehingga mendukung penyampaian pesan yang sesuai dengan konteks suasana.
		Menyisipkan pesan yang positif di akhir acara.	Dimaksudkan agar para pemirsa bersyukur dan menerima <i>realita</i> .

Variabel	Indikator	Penanda (Material)	Petanda (Mental)
	Pemahaman Pesan (X1.5)	Bersyukur telah menjadi warga negara Indonesia.	Menunjukkan adanya rasa syukur dan bangga karena memiliki potensi sumber daya yang beragam salah satunya potensi kebudayaan
		Ketertarikan untuk lebih mempelajari bahasa dari daerah yang diliput.	Menunjukkan adanya keinginan untuk ikut menggunakan serta melestarikan bahasa daerah.
		Ketertarikan untuk lebih mempelajari simbol dari daerah yang diliput.	Menunjukkan adanya keinginan untuk lebih memahami arti simbol daerah.
		Ketertarikan untuk lebih memperkenalkan kebudayaan Indonesia pada teknologi terkini.	Menunjukkan adanya keinginan untuk terus memperkenalkan kebudayaan Indonesia dalam jangkauan yang lebih luas melalui teknologi terkini.
Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)	Bahasa (Y1.1)	Menayangkan bahasa daerah yang berbeda setiap episode.	Menunjukkan adanya keberagaman serta keunikan bahasa dari setiap daerah.
		Adanya gaya bahasa saat menyampaikan pesan.	Dimaksudkan agar para pemirsa lebih mudah memahami pesan.
		Menggunakan bahasa daerah dalam kehidupan sehari-hari.	Menunjukkan adanya ketertarikan pemirsa untuk menggunakan bahasa daerah sebagai padanan kata.
		<i>Gesture</i> saat berdialog.	Dimaksudkan untuk mendukung pesan yang disampaikan agar lebih mudah dimengerti.
		Intonasi dan pelafalan yang jelas oleh narator dan pembawa acara.	Dimaksudkan untuk memudahkan pemirsa mendengarkan pesan yang disampaikan dan mengurangi kesalahan pemahaman.

Variabel	Indikator	Penanda (Material)	Petanda (Mental)
	Mental (Simbol) (Y1.2)	Menampilkan kegiatan yang jarang dilakukan masyarakat modern.	Menunjukkan adanya kegiatan yang sudah banyak ditinggalkan oleh masyarakat seperti berburu bahan makanan pada daerah pedalaman.
		Simbol dalam bentuk musik dan tarian lebih mudah diingat.	Menunjukkan adanya kemampuan pemirsa untuk mengingat objek dalam bentuk gerakan maupun suara.
		Menampilkan kegiatan tradisi, kerajinan tangan, musik serta tarian yang menjadi identitas suatu daerah dan dipengaruhi oleh tempat tinggal.	Menunjukkan adanya asosiasi dengan elemen hasil sumber daya dari daerah asal.
		Setiap daerah memiliki pemikiran tentang suatu objek atau simbol yang menjadi ciri khas.	Menunjukkan bahwa makna simbol hanya berlaku atas dasar kesepakatan pada suatu daerah saja dan tidak bisa disamakan dengan daerah lainnya.

Sumber: Data Sekunder, 2023

### 2.10 Teori *Uses and Effects*

Teori *uses and effects* yang diperkenalkan oleh Sven Widhal pada tahun 1979 ini menekankan pada pola kegunaan media yang dikonsumsi khalayak dalam kondisi tertentu beserta efek atau dampak yang akan terjadi seperti meningkatnya pengetahuan, persepsi mengenai realitas sosial, perubahan sikap dan lain sebagainya. Teori ini memiliki asumsi bahwa pemahaman dan perkiraan hasil proses komunikasi dapat diperoleh melalui pengetahuan seputar motif dan penggunaan media dalam memenuhi fungsi dan harapan tertentu dari khalayak (Sendjaja et al., 2014).

Teori *uses and effects* merupakan paduan atau perkembangan yang lebih lanjut dari teori *uses and gratifications* yang digagas oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch. Pada teori *uses and gratifications* khalayak dapat berperan aktif dalam memilih suatu tayangan yang sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan dalam teori *uses and effects* kebutuhan hanyalah salah satu faktor yang menyebabkan khalayak menggunakan media. Faktor lain yang dapat menyebabkan penggunaan media pada teori *uses and effects* adalah karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media serta tingkat akses terhadap media, dengan adanya beberapa faktor ini akan membawa khalayak dalam mengambil keputusan untuk menggunakan isi dari media massa atau tidak (Humaizi, 2018).

Teori *uses and effects* ini sejalan dengan penelitian dari peneliti, yang membahas seputar “Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor”. Di mana masyarakat Kabupaten Bogor memiliki suatu keinginan untuk memenuhi kebutuhannya akan tayangan yang informatif pada media televisi dengan cara menyaksikan tayangan Jejak Petualang. Selain itu, penggunaan teori ini dilakukan untuk membuktikan bagaimana tayangan Jejak Petualang yang memiliki karakteristik unik dapat memberikan efek atau dampak informasi sosial dan budaya bagi pemirsanya. Hal ini juga sejalan dengan salah satu karakter dari tayangan Jejak Petualang yaitu adanya aspek penyampaian kondisi sosial budaya Indonesia yang dikemas dengan konsep dokumenter laporan perjalanan.

### 2.11 Penelitian Terdahulu

Dalam rangka melengkapi referensi pada penelitian ini, peneliti telah mempelajari beberapa kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diteliti. Berikut penelitian terdahulu yang peneliti ambil sebagai bahan referensi:

1. Rischa Octaviani (2016), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan judul “Efektivitas Tayangan Program Dua Hijab Di Trans7 Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi (Survei Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tayangan program “Dua Hijab” dapat memberikan efek terhadap perilaku imitasi mahasiswi FISIP Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta. Jenis pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Kultivasi, Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, observasi dan studi kepustakaan. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 80 orang yang merupakan mahasiswi aktif FISIP Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan program Dua Hijab memberikan 51,9% efek terhadap perilaku imitasi mahasiswi FISIP Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta. Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian dari peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang efektivitas dari suatu tayangan televisi. Terdapat juga perbedaan atau kebaruan dari penelitian terdahulu dengan penelitian dari peneliti yaitu:
  - a. Penelitian ini memfokuskan tayangan “Dua Hijab” Trans7 sedangkan peneliti memfokuskan tayangan “Jejak Petualang” Trans7.
  - b. Penelitian ini membahas seputar efektivitas tayangan televisi dalam membentuk perilaku imitasi mahasiswi. Sedangkan peneliti membahas seputar efektivitas tayangan televisi dalam memberikan informasi sosial dan budaya.
  - c. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Kultivasi. Sedangkan, teori yang peneliti gunakan yaitu teori *Uses and Effects*.
  - d. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswi FISIP Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta. Sedangkan, peneliti memilih masyarakat Kabupaten Bogor sebagai responden penelitian.

2. Ilhamzah Prasetia (2018), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor dengan judul “Efektivitas Program Acara Dunia *Hand Made* GTV Dalam Menambah Pengetahuan Pemanfaatan Barang Bekas (Studi Kasus Siswa Kelas 5 dan 6 SDN Gunung Batu 1 Kota Bogor)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat efektivitas dari program acara *Hand Made* GTV dalam menambah pengetahuan seputar pemanfaatan barang bekas. Jenis pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R). Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, observasi dan studi kepustakaan. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Cluster Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 orang yang merupakan siswa kelas 5 dan 6 SDN Gunung Batu 1 Kota Bogor. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik inferensial dengan rumus korelasi *Rank Spearman*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan faktor informasi, faktor hiburan, faktor pembelajaran dan faktor audio visual yang ada pada program acara Dunia *Hand Made*. Hasil hubungan XI dan Y diketahui bahwa pada indikator usia hanya ada satu yang tidak memiliki hubungan yang signifikan yaitu dengan indikator kognitif, sedangkan pada indikator jenis kelamin semuanya tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan indikator kognitif, afektif dan konatif. Sedangkan hasil variabel X2 dan Y diketahui bahwa semua indikator memiliki hubungan yang kuat. Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian dari peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang efektivitas dari suatu tayangan televisi. Terdapat juga kebaruan dari penelitian terdahulu dengan penelitian dari peneliti yaitu:
  - a. Penelitian ini memfokuskan tayangan “Dunia *Hand Made*” GTV. Sedangkan, peneliti memfokuskan tayangan “Jejak Petualang” Trans7.
  - b. Penelitian ini membahas seputar pengetahuan dalam memanfaatkan barang bekas. Sedangkan, peneliti membahas seputar informasi sosial dan budaya.
  - c. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R). Sedangkan, teori yang peneliti gunakan yaitu teori *Uses and Effects*.
  - d. Responden pada penelitian ini adalah siswa kelas 5 dan 6 SDN Gunung Batu 1 Kota Bogor, Kecamatan Bogor Barat. Sedangkan, peneliti memilih masyarakat Kabupaten Bogor sebagai responden penelitian.
3. Rizqi Febriawan (2020), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor dengan judul “Efektivitas Program Acara 86 Net TV Terhadap Peningkatan Kesadaran Tertib Berlalu Lintas (Studi Kasus Masyarakat Kota Bogor)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas program acara 86 Net TV terhadap peningkatan kesadaran tertib berlalu lintas dari masyarakat Kota Bogor. Jenis pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Agenda Setting*. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, observasi, studi kepustakaan dan analisis dokumen. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah

*Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang merupakan masyarakat Kota Bogor. Teknik analisis data menggunakan metode survei eksplanatori. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dari variabel efektivitas program terhadap kesadaran berkendara. Berdasarkan pada pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui *R Square* sebesar 0,495 menunjukkan bahwa efektivitas program memiliki pengaruh terhadap kesadaran berkendara sebesar 49,5%. Terdapat persamaan antara penelitian ini dengan penelitian dari peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang efektivitas dari suatu tayangan televisi. Terdapat juga kebaruan dari penelitian ini dengan penelitian dari peneliti yaitu:

- a. Penelitian ini memfokuskan pada tayangan “86” Net TV sedangkan peneliti memfokuskan pada tayangan “Jejak Petualang” Trans7.
  - b. Penelitian ini membahas seputar peningkatan kesadaran tertib berlalu lintas. Sedangkan, peneliti membahas seputar informasi sosial dan budaya.
  - c. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Agenda Setting*. Sedangkan, teori yang peneliti gunakan yaitu teori *Uses and Effects*.
  - d. Responden penelitian ini adalah masyarakat Kota Bogor. Sedangkan, peneliti memilih masyarakat Kabupaten Bogor sebagai responden penelitian.
4. Revy Yapari (2020), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin dengan judul “Efektivitas Tayangan *Tonight Show* Net TV Terhadap Pemenuhan Hiburan Mahasiswa Universitas Hasanuddin”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas tayangan *Tonight Show* Net TV serta mengetahui tingkat pemenuhan kebutuhan hiburan mahasiswa Universitas Hasanuddin setelah menonton tayangan *Tonight Show* Net TV. Jenis pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *uses and gratifications*. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel berstrata proporsional (*proportional stratified sampling*) dengan jumlah responden sebanyak 344 orang yang merupakan mahasiswa pada 15 Fakultas di Universitas Hasanuddin. Teknik analisis data menggunakan analisis data statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada uji statistik tayangan *Tonight Show* Net TV mendapatkan persentase 87,8% dan hasil dari uji statistik pada pemenuhan kebutuhan hiburan mahasiswa Universitas Hasanuddin mendapatkan persentase sebesar 77,9%. Dengan kata lain, tayangan *Tonight Show* Net TV efektif dalam memenuhi kebutuhan hiburan mahasiswa Universitas Hasanuddin. Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian dari peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang efektivitas dari suatu tayangan televisi. Terdapat juga perbedaan atau kebaruan dari penelitian terdahulu dengan penelitian dari peneliti yaitu:
- a. Penelitian ini memfokuskan pada tayangan “*Tonight Show*” Net TV. Sedangkan, peneliti memfokuskan pada tayangan “Jejak Petualang” Trans7.

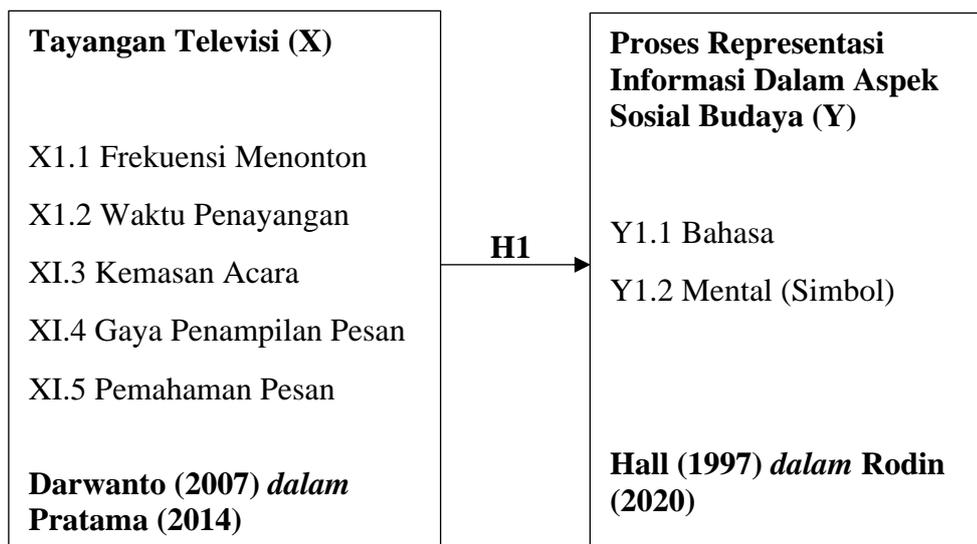
- b. Penelitian ini membahas seputar efektivitas tayangan televisi dalam memenuhi kebutuhan hiburan. Sedangkan, peneliti membahas seputar efektivitas tayangan televisi dalam memberikan informasi sosial dan budaya.
- c. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications* sedangkan teori yang peneliti gunakan yaitu teori *Uses and Effects*.
- d. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Hasanuddin pada 15 Fakultas. Sedangkan, peneliti memilih masyarakat Kabupaten Bogor sebagai responden penelitian.

## 2.12 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu model konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu masalah penting. Kerangka pemikiran dalam suatu penelitian berkenaan dengan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini, peneliti membahas permasalahan dari topik penelitian menggunakan hubungan antara dua variabel yaitu:

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)  
Variabel bebas (X) merupakan variabel yang dapat memengaruhi atau dapat menjadi sebab dari perubahan atau timbulnya variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, Variabel Bebas (X) yang digunakan oleh peneliti yaitu “Tayangan Televisi”.
2. Variabel Dedependen atau Variabel Terikat (Y)  
Variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas (X) (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, Variabel terikat (Y) yang digunakan oleh peneliti yaitu “Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya”.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

### **2.13 Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang ada pada suatu penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya berlandaskan pada teori yang relevan saja sehingga perlu diuji secara empiris dengan pengumpulan data (Sugiyono, 2015).

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran dalam penelitian ini, didapat hipotesis atau jawaban sementara dari penelitian sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor.

H1 : Terdapat efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor.

## **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan proses yang diperlukan oleh seorang peneliti dalam melakukan perencanaan pada saat melaksanakan penelitian. Dengan kata lain desain penelitian dapat menjadi pedoman dalam menentukan arah proses penelitian agar tujuan penelitian dapat tercapai secara efektif dan efisien (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survei eksplanatori atau sebab akibat.

Penelitian Kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan data kuantitatif berupa bilangan atau angka yang didapatkan melalui metode survei kuesioner, observasi, wawancara, eksperimen dan lain sebagainya untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2015). Metode survei dalam penelitian digunakan dalam mengumpulkan data dari suatu tempat tertentu dengan melakukan penyebaran kuesioner, test dan wawancara yang terstruktur (Sugiyono, 2015). Desain penelitian eksplanatori (kausalitas) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk melihat kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti (Abdullah, 2015).

### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 – Juni 2023 dengan responden penelitian yaitu masyarakat Kabupaten Bogor. Pemilihan lokasi penelitian pada Kabupaten Bogor ini di dasari oleh data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor yang menyebutkan bahwa wilayah Kabupaten Bogor sudah memiliki 55 lokasi desa wisata dan sering kali dipilih sebagai destinasi wisata sosial dan budaya oleh masyarakat. Salah satu destinasi wisata budaya di Kabupaten Bogor yang dapat dikunjungi oleh masyarakat yaitu Kampung Budaya Sindangbarang yang merupakan kampung adat sunda tertua di Jawa Barat. Hal ini juga sejalan dengan konsep program Jejak Petualang yang menyajikan beragam petualangan di bidang sosial dan budaya.

Selanjutnya, pemilihan lokasi penelitian di Kabupaten Bogor berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang menyebutkan bahwa Kabupaten Bogor telah selesai melakukan migrasi televisi analog menuju televisi digital. Hal ini berarti bahwa seluruh wilayah di Kabupaten Bogor sudah bisa mendapatkan sinyal televisi digital, salah satunya sinyal pada saluran televisi digital milik Trans7 yang bisa diakses oleh masyarakat Kabupaten Bogor di *channel* 40 UHF dengan frekuensi 626 MHz. Alasan lain pemilihan lokasi penelitian di Kabupaten Bogor berdasarkan data dari open data Jawa Barat, Kabupaten Bogor memiliki jumlah penduduk terbanyak se-Indonesia, dengan kata lain masyarakat Kabupaten Bogor dapat merepresentasikan jumlah populasi masyarakat Indonesia.

Selain itu, pemilihan lokasi ini juga berdasarkan riset dari PT Nielsen Indonesia yang menyebutkan bahwa jumlah pemirsa televisi baik televisi analog maupun televisi digital yang sebelumnya hanya berjumlah 58,9 juta pemirsa, kini meningkat menjadi 96 juta pemirsa atau naik sekitar 70%. Riset ini dilakukan pada beberapa wilayah di pulau Jawa, salah satunya Kabupaten Bogor. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor masih banyak yang menonton tayangan televisi.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian merupakan keseluruhan objek yang akan dijadikan sasaran atau target penelitian untuk diteliti sifat, ciri-ciri atau karakteristiknya. Populasi terdiri dari orang, kelompok, wilayah, institusi, badan, lembaga dan lain sebagainya. Apabila populasi yang akan diteliti terlalu luas, maka peneliti harus mengambil sampel sebagai bagian dari populasi untuk diteliti. Dalam suatu proses penelitian, penentuan populasi tidak bisa dilewatkan karena hasil penelitian atau kesimpulan dari penelitian akan berlaku bagi populasi itu sendiri (Abdullah, 2015).

Populasi dalam penelitian ini difokuskan kepada masyarakat Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bogor pada tahun 2021, Kabupaten Bogor memiliki wilayah seluas 2.986,20 km<sup>2</sup>, dengan populasi penduduk mencapai 5.489.536 jiwa yang tersebar di 40 kecamatan, 416 desa dan 19 kelurahan<sup>14</sup>. Namun, dalam penelitian ini peneliti membatasi jumlah populasi berdasarkan rentang usia 15-59 tahun, pembatasan usia ini berdasarkan beberapa kriteria. Pada kriteria pertama menurut penggolongan program televisi berdasarkan usia penonton tayangan Jejak Petualang yaitu Remaja-Bimbingan Orang Tua (R-BO), menurut KPI penggolongan ini cocok untuk kalangan remaja yang berusia 13 tahun dengan bimbingan orang tua. Selain itu, batasan usia atas populasi dalam penelitian ini merujuk kepada Peraturan Presiden No. 88 tahun 2021 yang menyatakan bahwa masyarakat lanjut usia adalah warga yang berusia 60 tahun ke atas.

Kriteria kedua dipilih dari demografi pengguna televisi berdasarkan usia pada survei yang dilakukan oleh PT. Nielsen Indonesia dengan hasil yang menunjukkan bahwa usia 50 tahun ke atas mendapatkan persentase tertinggi yaitu 23%, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna televisi di Indonesia berusia 50 tahun ke atas. Kriteria ketiga berdasarkan data dari Deputi Bidang Kebijakan Strategi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menyebutkan bahwa Generasi Y dan Generasi Z merupakan generasi yang memiliki ketertarikan tinggi untuk melakukan kegiatan *traveling* dengan persentase sebesar 52%. Pemilihan demografi *traveling* ini sesuai dengan isi konten Jejak Petualang yang mengajak pemirsa untuk melakukan kegiatan *traveling* ke berbagai daerah di Indonesia yang memiliki beragam potensi. Apabila merujuk kepada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dimaksud Generasi Y adalah generasi dengan rentang usia 27 - 42 tahun sedangkan Generasi Z adalah generasi dengan rentang usia 11-26 tahun.

---

<sup>14</sup> <https://bogorkab.bps.go.id/indicator/12/29/1/jumlah-penduduk.html> (Diakses pada tanggal 27 November 2022).

Pada beberapa kriteria tersebut, peneliti mengikhtisarkan usia yang akan menjadi objek dalam penelitian sesuai dengan kriteria yang telah disebutkan sebelumnya. Peneliti juga menilai usia responden yang memenuhi kriteria tersebut sudah dapat berpikir secara objektif, sistematis dan juga dinamis sehingga mampu mengidentifikasi pesan yang disampaikan pada program Jejak Petualang.

Berikut data penduduk Kabupaten Bogor yang dilansir pada Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bogor Tahun 2021 berdasarkan kelompok usia 15 – 59 tahun<sup>15</sup>:

**Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Bogor Rentang Usia 15 - 59 Tahun**

Usia	Jumlah Penduduk
15 – 19 tahun	472.284
20 – 24 tahun	494.123
25 – 29 tahun	492.792
30 – 34 tahun	496.363
35 – 39 tahun	440.753
40 – 44 tahun	413.651
45 – 49 tahun	364.449
50 – 54 tahun	303.926
55 – 59 tahun	234.302
Jumlah penduduk dengan rentang usia 15-59 tahun	3.712.643

**Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021**

Berdasarkan data tersebut maka populasi dalam penelitian ini berjumlah 3.712.643 penduduk Kabupaten Bogor berdasarkan rentang usia 15 – 59 tahun.

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel penelitian merupakan suatu proses pengambilan data, di mana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil untuk menentukan karakteristik atau sifat dari suatu populasi (Siregar, 2020). Sampel penelitian dapat berupa seseorang atau individu yang berdiri sendiri maupun kumpulan individu yang dapat mewakili setiap unit dari populasi agar dapat menggambarkan karakteristik dari populasi itu sendiri. Seorang peneliti bisa memilih atau menyeleksi sampel dari populasi menggunakan teknik *sampling* untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan penelitiannya (Abdullah, 2015).

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik *non-probability sampling* digunakan karena tidak semua populasi memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel penelitian, pemilihan sampel ini berdasarkan pada pertimbangan atau penelitian yang subjektif atau tidak menggunakan teori probabilitas (Sugiyono, 2015). Metode *purposive sampling* merupakan teknik penetapan responden yang akan dijadikan sampel berdasarkan suatu kriteria atau pertimbangan tertentu yang sesuai dengan penelitian (Sugiyono, 2015).

<sup>15</sup> <https://bogorkab.bps.go.id/indicator/12/115/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-bogor.html> (Diakses pada tanggal 13 Januari 2023).

Pada penelitian ini, jenis metode *purposive sampling* yang digunakan adalah jenis *homogeneous purposive sampling*. *Homogeneous purposive sampling* merupakan ilustrasi yang diseleksi berdasarkan kesamaan ciri misalnya kesamaan dalam perihal umur, budaya, atau pengalaman hidup. Metode ini juga menitikberatkan kesamaan ciri serta keterkaitannya dengan topik yang sedang diteliti (Lenaini, 2021). Adapun alasan pemilihan metode sampling ini adalah peneliti berusaha mencari kesamaan dari para responden yang ditunjukkan dengan kesamaan usia, kesamaan domisili responden, dan kesamaan responden yang menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7 melalui televisi dilingkup wilayah Kabupaten Bogor. Hal ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pengolahan data penelitian yang berfokus kepada masyarakat Kabupaten Bogor yang mendapatkan informasi sosial dan budaya melalui tayangan Jejak Petualang Trans 7.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Bogor yang berusia 15 – 59 tahun dengan jumlah penduduk sebanyak 3.712.643 jiwa. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (1%, 2%, 3%, 5% dan 10%).

Dari Rumus Slovin di atas, kita dapat mengetahui jumlah sampel dalam penelitian yaitu:

$$n = \frac{3.712.643}{1 + (3.712.643) (0,10)^2}$$

$$n = \frac{3.712.643}{1 + (3.712.643)(0,01)}$$

$$n = \frac{3.712.643}{1 + 37.126,43}$$

$$n = \frac{3.712.643}{37.127,43}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari perhitungan yang telah dilakukan menggunakan Rumus Slovin, didapatkan hasil sebanyak 100 orang sampel yang akan dijadikan sebagai responden penelitian dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Kabupaten Bogor.
2. Usia 15 – 59 tahun.
3. Mengetahui tayangan Jejak Petualang Trans7.
4. Menyaksikan tayangan televisi.
5. Menyaksikan tayangan Jejak Petualang di stasiun Trans7.

Dalam melakukan penyebaran kuesioner terhadap sampel penelitian, peneliti menggunakan media sosial Instagram dan *WhatsApp* dengan target responden sesuai kriteria penelitian. Selain itu, peneliti juga mencari beberapa pihak yang memiliki pemahaman seputar kegiatan *outdoor* seperti komunitas pecinta alam yang juga menyaksikan tayangan Jejak Petualang melalui media televisi Trans7 sebagai bagian dari responden penelitian. Adapun alasan pemilihan beberapa responden dengan latar belakang komunitas pecinta alam adalah pengetahuan, keterampilan dan pemahaman mereka mengenai alam dan manusia dianggap cukup relevan dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Sehingga nantinya jawaban dari responden ini dapat mewakili berbagai sudut pandang dari masyarakat umum maupun pihak yang tergabung dalam organisasi pecinta alam. Proses penyebaran kuesioner ini dilakukan melalui beberapa tahapan dalam kurun waktu tertentu, berikut tahap penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti:

**Tabel 3.2 Tahap Penyebaran Kuesioner**

No.	Waktu	Kegiatan
1.	28 Maret 2023	Membuat <i>draft</i> kuesioner penelitian.
2.	19 April 2023	<i>Acc</i> kuesioner penelitian tahap 1 untuk uji validitas dan uji reliabilitas.
3.	26 April 2023	Membuat kuesioner penelitian dalam bentuk <i>Google Form</i> untuk uji validitas dan uji reliabilitas.
4.	27 April 2023 – 01 Mei 2023	Melakukan penyebaran kuesioner penelitian kepada 32 responden masyarakat Kota Bogor yang sesuai dengan kriteria penelitian melalui <i>WhatsApp</i> pribadi peneliti untuk uji validitas dan uji reliabilitas.
5.	08 Mei 2023	<i>Acc</i> uji validitas dan uji reliabilitas, <i>Acc</i> kuesioner penelitian tahap 2 untuk turun lapang.
6.	14 Mei 2023	Membuat kuesioner penelitian dalam bentuk <i>Google Form</i> untuk disebarakan saat turun lapang kepada responden penelitian yaitu masyarakat Kabupaten Bogor.
7.	15 Mei 2023 – 20 Mei 2023	Melakukan penyebaran kuesioner penelitian kepada pihak yang menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7 melalui <i>WhatsApp</i> pribadi peneliti.
8.	16 Mei 2023 – 20 Mei 2023	Melakukan penyebaran kuesioner penelitian kepada pihak atau komunitas pecinta alam yang juga menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7 melalui <i>WhatsApp</i> pribadi peneliti.

No.	Waktu	Kegiatan
9.	24 Mei 2023 – 25 Mei 2023	Melakukan observasi melalui komentar di <i>feed</i> Instagram @jejakpetualang_trans7 untuk mencari <i>followers</i> yang sesuai dengan kriteria penelitian untuk diminta mengisi kuesioner penelitian.
10.	28 Mei 2023	Melakukan penyebaran kuesioner penelitian melalui Instagram pribadi peneliti.
11.	28 Mei 2023	Menghubungi pihak Jejak Petualang dan Trans7 melalui Instagram untuk meminta bantuan dalam menyebarkan kuesioner penelitian pada Instagram <i>official account</i> masing-masing.
12.	28 Mei 2023	Melakukan penyebaran kuesioner penelitian melalui Instagram @officialtrans7club.
13.	29 Mei 2023	Mengakhiri penyebaran kuesioner penelitian.

**Sumber: Data Sekunder, 2023**

### 3.4 Jenis Pengumpulan Data

Data merupakan suatu bahan mentah yang perlu diolah. Hasil pengolahan data ini berisi informasi atau keterangan yang menunjukkan fakta, angka dan lain sebagainya yang dapat dipercaya kebenarannya, nantinya hasil pengolahan data ini digunakan sebagai dasar dalam mengambil suatu kesimpulan dalam penelitian. Data dapat dibedakan dengan cara memperolehnya, ada dua jenis data yang biasa digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder (Siregar, 2020).

#### 3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti karena data yang dicari tidak tersedia dalam bentuk *file*. Dengan kata lain, data primer harus dicari secara langsung oleh peneliti dengan melibatkan sumber pertama atau responden penelitian yang sudah ditentukan sebelumnya. Dalam rangka memperoleh data primer, peneliti dapat melakukan penyebaran angket atau kuesioner, observasi, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD) maupun dokumentasi (Siregar, 2020).

Jenis data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran angket atau kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan, nantinya hasil jawaban dari para responden akan diuji melalui aplikasi SPSS versi 25 untuk mendapatkan jawaban hipotesis pada penelitian ini.

#### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain atau sudah tersedia dan telah diolah sebelumnya. Dengan kata lain, data sekunder merujuk pada tulisan orang lain yang sudah dipublikasi oleh suatu individu, kelompok, organisasi, badan atau lembaga yang dapat kita gunakan kembali (Siregar, 2020).

Jenis data sekunder dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dengan mencari kajian literatur baik berupa buku, jurnal, skripsi, media internet yang kredibel dan lain sebagainya yang relevan dengan penelitian ini.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam suatu penelitian karena data yang diperoleh akan digunakan untuk melakukan pemecahan masalah yang sedang diteliti atau menguji hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya (Siregar, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Penyebaran Angket atau Kuesioner

Penyebaran angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang berbentuk rangkaian pertanyaan yang telah disusun secara sistematis sesuai dengan variabel penelitian. Nantinya pertanyaan dalam angket atau kuesioner ini akan diberikan kepada responden penelitian. Setelah kuesioner tersebut diisi maka peneliti dapat mempelajari sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik dari responden penelitian (Siregar, 2020). Dalam data angket atau kuesioner yang akan dipakai dalam penelitian ini menggunakan jenis modifikasi skala likert empat skala dengan beberapa pilihan jawaban yaitu:

**Tabel 3.3 Modifikasi Skala Likert Empat Skala**

Skala	Jawaban	Skor
4	Sangat Setuju (SS)	4
3	Setuju (S)	3
2	Tidak Setuju (TS)	2
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber: Yuniastuti, 2018**

Modifikasi skala likert empat skala ini tidak menggunakan pilihan jawaban “ragu-ragu atau netral” di dalamnya, hal ini dilakukan agar data yang diperoleh dari responden lebih akurat dan tidak memiliki arti ganda Hadi (1991) dalam Yuniastuti (2018). Dengan mempertimbangkan kelebihan dari skala likert empat skala, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan skala ini dalam penelitian.

#### 2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan mencari berbagai informasi melalui dokumen tertulis, foto, gambar maupun dokumen elektronik (Sujarweni, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data studi kepustakaan dengan mencari dokumen berupa kajian literatur terdahulu seperti buku, jurnal, skripsi dan media internet yang relevan dengan penelitian.

### 3.6 Uji Instrumen

Uji instrumen merupakan suatu uji yang digunakan dalam mengolah data dari kuesioner yang sudah diisi oleh para responden dengan menggunakan pola ukur yang sama, sehingga data tersebut dapat diinterpretasikan sebagai informasi yang nantinya akan di publikasikan dalam karya ilmiah. Terdapat lima kriteria dalam uji instrumen yaitu validitas, reliabilitas, sensitivitas, objektivitas dan fisibilitas (Siregar, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua kriteria uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur data yang ingin diolah. Biasanya uji validitas ini melihat kesesuaian antara definisi operasional dengan konsep penelitian sehingga instrumen penelitian harus valid agar hasil yang diperoleh dapat dipercaya (Siregar, 2020).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Mommment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{N (\sum XY) - (\sum X). (\sum Y)}{\sqrt{[n (\sum X^2) - (\sum X)^2] - [n (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

n = jumlah responden

x = skor variabel (jawaban responden)

y = skor total dari variabel untuk responden ke-n

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari butir-butir pertanyaan dalam penelitian, suatu pertanyaan dinyatakan layak atau valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 32 responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Pengujian validitas ini dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X**

Variabel	Indikator	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Tayangan Televisi (X)	Waktu Penayangan	WP1	0,694	0,349	Valid
		WP2	0,599	0,349	Valid
		WP3	0,672	0,349	Valid
		WP4	0,846	0,349	Valid
		WP5	0,869	0,349	Valid
	Kemasan Acara	KA1	0,825	0,349	Valid
		KA2	0,656	0,349	Valid
		KA3	0,832	0,349	Valid
		KA4	0,857	0,349	Valid
		KA5	0,793	0,349	Valid
	Gaya Penampilan Pesan	GPP1	0,751	0,349	Valid
		GPP2	0,858	0,349	Valid
		GPP3	0,881	0,349	Valid
		GPP4	0,734	0,349	Valid
		GPP5	0,825	0,349	Valid
	Pemahaman Pesan	PP1	0,689	0,349	Valid
		PP2	0,817	0,349	Valid
		PP3	0,857	0,349	Valid
		PP4	0,861	0,349	Valid
		PP5	0,824	0,349	Valid

Sumber: Data Primer, 2023

Hasil uji validitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa keempat indikator pada Variabel X memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan nilai  $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada Variabel X yang sudah di uji dengan aplikasi SPSS versi 25 memiliki hasil yang valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Selain itu, pada indikator Frekuensi Menonton (X1.1) tidak dilakukan uji validitas karena menggunakan skala rasio.

**Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Variabel	Indikator	Item	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)	Bahasa	B1	0,649	0,349	Valid
		B2	0,762	0,349	Valid
		B3	0,757	0,349	Valid
		B4	0,711	0,349	Valid
		B5	0,840	0,349	Valid
		B6	0,695	0,349	Valid
	Mental (Simbol)	MS1	0,842	0,349	Valid
		MS2	0,816	0,349	Valid
		MS3	0,786	0,349	Valid
		MS4	0,817	0,349	Valid
		MS5	0,898	0,349	Valid

**Sumber: Data Primer, 2023**

Hasil uji validitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa kedua indikator pada Variabel Y memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan nilai  $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada Variabel Y yang sudah di uji dengan aplikasi SPSS versi 25 memiliki hasil yang valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang mengacu pada konsistensi dari hasil pengukuran walaupun diukur sebanyak dua kali atau lebih menggunakan alat ukur yang sama. Dengan kata lain uji reliabilitas ini menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan atau konsisten (Siregar, 2020).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Alpha Cronbach* dengan tingkat reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 3.6 Tingkat Reliabilitas Nilai *Alpha Cronbach***

Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,199	Sangat Tidak Reliabel
0,20 – 0,399	Kurang Reliabel
0,40 – 0,599	Cukup Reliabel
0,60 – 0,799	Reliabel
0,80 – 1,000	Sangat Reliabel

**Sumber: Sugiyono, 2015**

Pada tabel 3.6 menunjukkan jika nilai koefisien  $\alpha > 0,60$  maka instrumen penelitian dapat diandalkan atau reliabel. Teknik korelasi *Alpha Cronbach* dapat digunakan untuk mengetahui keandalan kuesioner penelitian dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  = varian total

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengolah data dari 32 responden yang telah memenuhi kriteria penelitian menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,897	22

**Sumber: Data Primer, 2023**

Hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa Variabel X yang berjumlah 22 pertanyaan memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,897. Berdasarkan tingkat reliabilitas, nilai *Alpha Cronbach* ini berada pada rentang 0,80 – 1,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel X dalam penelitian ini Sangat Reliabel atau bisa diandalkan (konsisten).

**Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,904	11

**Sumber: Data Primer, 2023**

Hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa Variabel Y yang berjumlah 11 pertanyaan memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,904. Berdasarkan tingkat reliabilitas, nilai *Alpha Cronbach* ini berada pada rentang 0,80 – 1,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel Y dalam penelitian ini Sangat Reliabel atau bisa diandalkan (konsisten).

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu kegiatan analisis data dengan cara melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, melakukan tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menghitung hipotesis (Sugiyono, 2015).

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan diolah dan dianalisis menggunakan beberapa prosedur menurut (Siregar, 2020) sebagai berikut:

1. Analisis statistik deskriptif  
Analisis statistik deskriptif dipilih untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data penelitian dalam bentuk narasi yang berisi informasi terkait keadaan yang terjadi pada masyarakat Kabupaten Bogor setelah menerima informasi sosial dan budaya dari tayangan Jejak Petualang.
2. Analisis statistik non-parametrik  
Analisis statistik non-parametrik dipilih untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sebab akibat dari indikator Tayangan Televisi (X) dan Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) menggunakan skala likert empat skala dengan pengukuran skala ordinal. Data yang didapatkan dari responden setelah menjawab pertanyaan akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis.

### 3.7.1 Analisis Skor Rataan

Teknik analisis data pada penelitian ini juga menggunakan analisis skor rata-rata dalam mengolah data yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebarluaskan kepada para responden. Analisis skor rata-rata ini dilakukan dengan tujuan mengetahui persepsi responden terhadap pertanyaan yang telah diajukan dalam kuesioner penelitian. Adapun beberapa tahapan dalam melakukan analisis skor rata-rata menurut Umar (2011) dalam Christanta (2020) sebagai berikut :

1. Melakukan pengelompokan frekuensi jawaban yang sama berdasarkan bobot skala kuesioner.
2. Mencari nilai skor rata-rata dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai skor rata-rata} = \frac{\sum(\text{frekuensi jawaban} \times \text{bobot skala})}{\sum \text{responden} (n)}$$

3. Mengategorikan rata-rata skor persepsi jawaban responden ke dalam rentang kriteria dengan rumus sebagai berikut:

$$RK = \frac{(m - n)}{k}$$

Keterangan:

RK = rentang kriteria

M = skala jawaban terbesar

n = skala jawaban terkecil

k = jumlah kelas

Dari rumus di atas, kita dapat mengetahui kategori rentang kriteria dalam penelitian ini yaitu:

$$RK = \frac{(4 - 1)}{4}$$

$$RK = \frac{3}{4}$$

$$RK = 0,75$$

Dari hasil perhitungan rentang kriteria yang telah dilakukan, didapatkan hasil sebesar 0,75. Maka kategori skala penilaian responden dapat ditentukan sebagai berikut:

**Tabel 3.9 Kategori Skala Penilaian Responden**

Skala Penilaian Responden	Kategori
1,00 – 1,75	Sangat Rendah
1,75 – 2,50	Rendah
2,50 – 3,25	Tinggi
3,25 – 4,00	Sangat Tinggi

**Sumber: Umar (2011) dalam Christanta (2020)**

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dapat digunakan sebagai dasar validitas analisis regresi dalam suatu penelitian, dengan kata lain uji asumsi klasik digunakan dalam memberikan kepastian pada suatu persamaan regresi agar model yang dihasilkan baik. Kepastian persamaan regresi pada uji asumsi klasik dapat dilihat dari hasil yang diperoleh, jika persamaan regresi sudah memenuhi kaidah estimasi yang tidak bias dan konsisten maka pengujiannya dapat dipercaya. Namun, apabila suatu persamaan regresi tidak memenuhi kaidah tersebut maka akan diragukan kemampuannya dalam menghasilkan nilai prediksi yang akurat (Purnomo, 2016). Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas.

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan pada model regresi terdistribusi secara normal atau tidak normal. Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila model tersebut memiliki nilai residual yang terdistribusi normal atau mendekati normal (Purnomo, 2016). Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (K-S) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

### 3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilihat berdasarkan pola titik-titik pada grafik regresi, jika titik-titik membentuk pola teratur seperti bergelombang, melebar atau menyempit maka terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak diadukan heteroskedastisitas (Purnomo, 2016). Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

### 3.8.3 Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah kedua variabel memiliki hubungan yang linear atau cocok digunakan pada data yang ada atau tidak (Purnomo, 2016). Uji linearitas dilakukan dengan melihat hasil *deviation from linearty* menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika hasil *deviation from linearity* memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).
2. Jika hasil *deviation from linearity* memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$  maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

## 3.9 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji kebenaran dari suatu pernyataan secara statistik. Hasil dari uji hipotesis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah pernyataan atau asumsi yang diajukan dapat diterima atau ditolak kebenarannya (Syafina, 2019). Penelitian ini menggunakan tiga uji hipotesis yaitu uji simultan (Uji F), uji parsial (Uji t) dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

### 3.9.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (X) mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Y) (Syafina, 2019). Penelitian ini menggunakan uji F atau uji simultan dengan beberapa prosedur berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0.05 atau 5% dengan derajat bebas ( $n - k$ ), di mana  $n$  merupakan jumlah pengamatan dan  $k$  merupakan jumlah variabel.
- b. Kriteria keputusan uji F atau uji simultan dalam penelitian ini yaitu:
  1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $F > \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Y) dengan kata lain, uji kecocokan model ditolak.

2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $F < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Y) dengan kata lain, uji kecocokan model diterima.

### 3.9.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen (X) secara individual atau parsial dapat menerangkan variabel dependen (Y) (Syafina, 2019). Penelitian ini menggunakan uji t atau uji parsial dengan beberapa prosedur berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0.05 atau 5% dengan derajat bebas ( $n - k$ ), di mana  $n$  merupakan jumlah pengamatan dan  $k$  merupakan jumlah variabel.
- b. Kriteria keputusan uji t atau uji parsial dalam penelitian ini yaitu:
  1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $t > \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara individual atau parsial terhadap variabel dependen (Y) dengan kata lain, uji kecocokan model ditolak.
  2. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $t < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) memiliki pengaruh secara individual atau parsial terhadap variabel dependen (Y) dengan kata lain, uji kecocokan model diterima.

### 3.9.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen (Y) (Syafina, 2019). Penelitian ini menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan beberapa prosedur berikut:

- a. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.
- b. Jika nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) kecil maka dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y) sangat terbatas.
- c. Jika nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati satu maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen (X) memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen (Y).

## 3.10 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara 1 variabel bebas (X) dengan 1 variabel terikat (Y) dan memprediksi variabel terikat (Y) dengan menggunakan variabel bebas (X) (Sugiyono, 2015). Persamaan regresi sederhana dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (Y)

a = konstanta

b = koefisien variabel terikat (Y)

X = variabel bebas (X)

### 3.11 Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini adalah Tayangan Televisi sebagai variabel bebas (X) dan Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya sebagai variabel terikat (Y). Berikut definisi operasional dalam penelitian ini:

#### 1. Tayangan Televisi (X)

Tayangan televisi merupakan hasil dari proses produksi suatu acara atau program yang akan disajikan dalam bentuk siaran pada stasiun televisi. Adanya berbagai tayangan yang ditawarkan pada media televisi, membuat pemirsa mendapatkan pengetahuan baru saat melihat tayangan tersebut. Darwanto (2007) dalam Pratama (2014) dalam kaitannya terhadap peningkatan pengetahuan para kru televisi harus memperhatikan beberapa hal seperti frekuensi menonton, waktu penayangan, kemasan acara, gaya penampilan pesan dan pemahaman pesan.

##### X1.1 Frekuensi Menonton

Frekuensi menonton merupakan tingkat pengukuran terhadap seberapa seringnya responden menonton tayangan Jejak Petualang. Pengukuran indikator ini menggunakan skala rasio.

##### X1.2 Waktu Penayangan

Waktu penayangan merupakan tingkat pengukuran terhadap seberapa tepatkah jam tayang dari Jejak Petualang. Pengukuran indikator ini menggunakan skala ordinal.

##### X1.3 Kemasan Acara

Kemasan acara merupakan tingkat pengukuran terhadap kemampuan tayangan Jejak Petualang dapat mengemas acaranya agar dapat menarik perhatian dari responden. Pengukuran indikator ini menggunakan skala ordinal.

##### X1.4 Gaya Penampilan Pesan

Gaya penampilan pesan merupakan tingkat pengukuran terhadap kemampuan pembawa acara dan narator Jejak Petualang dalam menyampaikan pesan. Pengukuran indikator ini menggunakan skala ordinal.

##### X1.5 Pemahaman Pesan

Pemahaman pesan merupakan tingkat pengukuran terhadap sejauh mana responden dapat mengerti dan memahami setiap materi atau pesan yang disampaikan. Pengukuran indikator ini menggunakan skala ordinal.

#### 2. Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)

Representasi merupakan proses penjabaran dari suatu tanda yang mewakili makna tertentu dan disampaikan dalam bentuk komunikasi verbal. Biasanya sistem penandaan ini terdapat dalam dialog, tulisan, video, fotografi, film, tayangan televisi dan sebagainya. Terdapat dua proses representasi informasi dalam aspek sosial budaya menurut Hall (1997) dalam Rodin (2020) di antaranya bahasa dan mental (simbol).

##### Y1.1 Bahasa

Bahasa merupakan tingkat pengukuran terhadap sejauh mana responden dapat memahami informasi sosial budaya yang didapatkan dari *gesture* serta interaksi antara penduduk dan pembawa acara pada saat melakukan aktivitas tertentu. Pengukuran indikator ini menggunakan skala ordinal.

**Y1.2 Mental (Simbol)**

Mental atau simbol merupakan tingkat pengukuran terhadap sejauh mana responden mengetahui simbol daerah yang ditayangkan pada program Jejak Petualang. Simbolnya dapat berupa tradisi, tarian, makanan tradisional, kerajinan tangan, musik, pakaian dan mata pencaharian masyarakat. Pengukuran indikator ini menggunakan skala ordinal.

## BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Trans7

Trans7 merupakan salah satu stasiun televisi swasta nasional di bawah naungan PT. Trans Corporation atau biasa dikenal sebagai CT Corp yang didirikan sejak tahun 1987 oleh Chairul Tanjung, perusahaan ini bergerak dibidang media, hiburan dan gaya hidup. Dalam bidang media, CT Corp mengembangkan bisnisnya pada dunia televisi. Salah satu stasiun televisi yang dimiliki oleh CT Corp yaitu Trans TV yang sukses meraih titik balik keberhasilan sejak kuartal satu tahun 2002. Berbekal dari kesuksesan kinerjanya, CT Corp pada tanggal 4 Agustus 2002 melakukan hubungan kerja sama strategi dengan Kelompok Kompas Gramedia (KKG) untuk membeli sebagian saham TV7. Dengan adanya kerja sama tersebut, CT Corp mengubah nama dan identitas perusahaan TV7 menjadi Trans7 (Purnayudha, 2014).

Stasiun Trans7 yang semula bernama TV7 berdiri dengan izin dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat pada tanggal 22 Maret 2000 dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000, berdirinya stasiun TV7 ini telah diumumkan dalam Berita Negara Nomor 8687 sebagai PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Setelah adanya hubungan kerja sama strategis antara CT Corp dan Kelompok Kompas Gramedia (KKG), stasiun TV7 melakukan re-launching sebagai Trans7 pada tanggal 15 Desember 2006. Trans7 diharapkan menjadi televisi yang maju melalui program-program *in-house production* yang memiliki sifat informatif, inovatif dan kreatif dengan menyajikan tayangan yang mengutamakan kecerdasan, kehangatan, ketajaman, penuh hiburan dan mencerminkan kepribadian yang aktif (Purnayudha, 2014).

Trans7 berlokasi di kawasan CT Corp tepatnya di Kuningan Barat, Jakarta Selatan. Sampai saat ini stasiun Trans7 telah melakukan siaran di 29 provinsi Indonesia berdasarkan izin Penyelenggaraan Penyiaran Nomor 1820 Tahun 2016 yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Sebanyak 40 stasiun transmisi Trans7 sudah beroperasi dengan tujuan untuk memperluas jangkauan siaran secara nasional dan dapat dioperasikan oleh sumber daya setempat. Stasiun Trans7 juga memiliki 4 buah studio yang terintegrasi dalam kompleks studio Trans7 didukung dengan peralatan terbaru yang memberikan tayangan *high definition* dengan kualitas gambar lebih baik.

Sampai saat ini Trans7 mampu membangun ketertarikan pemirsa sebagai televisi sahabat keluarga, hal ini terbukti dengan Trans7 yang masih menjadi televisi pilihan pemirsa Indonesia dengan berbagai pilihan program yang dapat menghibur sekaligus membuka pemikiran pemirsa untuk lebih mengenal dan mencintai kebudayaan Indonesia serta berpetualang menjelajahi alam dengan menyajikan program unggulan yang informatif, menghibur dan inspiratif. Dengan sinergi dalam grup Transmedia dan bisnis *holding* yang semakin luas, diharapkan dapat memperkuat eksistensi Trans7 dalam menghadapi peta persaingan bisnis pertelevisian Indonesia<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> <https://www.trans7.co.id/about#profile> (Diakses pada tanggal 01 Juni 2023).

#### 4.1.1 Visi Misi Trans7

Setiap perusahaan atau instansi pastinya memiliki visi serta misi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuannya. Sebagai salah satu stasiun televisi swasta terbesar di Indonesia, Trans7 memiliki visi dan misi yang dapat membawa nama Trans7 menjadi stasiun TV yang besar dan dapat bersaing dengan stasiun televisi lainnya. Visi dan Misi Trans7 sebagai berikut:

**1. Visi**

Menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan ASEAN.

**2. Misi**

Menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

#### 4.1.2 Logo Trans7

Logo yang terdapat dalam perusahaan atau instansi, selalu memiliki kandungan makna atau arti di dalamnya sebagai perwujudan atau penggambaran dari suatu perusahaan atau instansi itu sendiri. Berikut makna dan logo terbaru dari stasiun Trans7:



**Gambar 4.1 Logo Trans7 2013 – Sekarang**

**Sumber: Yuliatik, 2017**

Gambar 4.1 merupakan logo Tans7 yang diluncurkan bersamaan dengan ulang tahun Transmedia ke-12. Logo ini mulai digunakan pada 15 Desember 2013 hingga saat ini, penggunaan logo ini terinspirasi dari batu mulia yaitu batu safir berwarna biru yang berbentuk persegi panjang dengan makna ketegasan, karakter yang kuat serta kepribadian bersahaja yang akrab dan mudah beradaptasi, batu safir juga dianggap sebagai keindahan yang tidak lekang dengan waktu. Selain itu, dalam logo ini huruf “A” di tengah kata Trans7 dimodifikasi dengan bentuk “Berlian A” yang merefleksikan kekuatan dan semangat baru dalam memberikan inspirasi bagi semua orang untuk menghasilkan karya yang gemilang, diversifikasi konten atau keunikan tersendiri serta kepemimpinan yang kuat. Masing-masing warna yang terdapat dalam “Berlian A” juga memiliki makna tersendiri yaitu:

1. Warna kuning digambarkan sebagai warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia.
2. Warna hijau menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa.
3. Warna biru menggambarkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda Indonesia yang andal dan memiliki harapan tinggi.
4. Warna ungu menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa.

Semua rangkaian warna ini menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya dalam berlian berbentuk A. Sehingga dapat dipahami makna logo baru Transmedia menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang.

Stasiun Trans7 sendiri sudah mengalami beberapa kali perubahan logo, salah satunya pada saat pergantian kepemilikan dari Kelompok Kompas Gramedia ke Transmedia. Berikut beberapa perubahan logo Trans7:



**Gambar 4.2 Perubahan Logo Trans7**  
Sumber: Yuliatik, 2017

#### 4.2 Tayangan Jejak Petualang Trans7

Tayangan Jejak Petualang merupakan program dokumenter laporan perjalanan yang ditayangkan pada stasiun Trans7, program Jejak Petualang ini disebut sebagai pelopor berdirinya acara petualangan di Indonesia karena program ini sudah melakukan siaran perdananya sejak April 2003 dan masih eksis hingga saat ini. Jumlah episode Jejak Petualang sejak tayang perdana sampai tanggal 14 Mei 2023 sebanyak 5.263 episode<sup>17</sup>. Tayangan Jejak Petualang berisi liputan mengenai realitas sosial masyarakat, kebudayaan, adat istiadat, makanan khas daerah, keadaan geografik, fauna dan eksplorasi objek wisata yang ada di Indonesia. Narasi yang dibawakan pada tayangan Jejak Petualang berisi seputar keunikan dan keindahan alam Indonesia yang didapatkan langsung dari hasil wawancara bersama narasumber terpercaya dengan memperlihatkan unsur jurnalistik di setiap obrolannya (Dewi & Wihardi, 2018).

Adapun hal yang mendorong berdirinya program Jejak Petualang Trans7 karena adanya rasa keingintahuan manusia untuk melakukan suatu perjalanan atau *traveling* yang kini menjadi gaya hidup atau *lifestyle*. Selain itu, dengan adanya arus pertukaran informasi internasional yang jika tidak direspons dengan tepat maka dapat merusak pengetahuan keberadaan budaya lokal yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, Trans7 hadir dengan menayangkan program Jejak Petualang untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa Indonesia memiliki potensi keindahan alam, realitas sosial kehidupan masyarakat dan kebudayaan yang sangat beragam. Hal ini memicu timbulnya minat khalayak untuk melakukan suatu perjalanan ke berbagai daerah yang pernah diliput oleh program Jejak Petualang serta dapat menimbulkan rasa cinta dan ketertarikan untuk terus melestarikan kebudayaan Indonesia (Bachtiar, 2018).

<sup>17</sup> [https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Jejak\\_Petualang](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Jejak_Petualang) (Di akses pada tanggal 08 Agustus 2023).

Penampilan dari pembawa acara pada tayangan Jejak Petualang juga sudah sesuai dengan tema acara yang dibawakan seperti mengenakan pakaian yang mencerminkan jati diri seorang petualang yaitu kaus, kemeja lapangan atau flanel, ikat kepala serta sepatu boots atau kets dan alat *outdoor* lainnya. Tayangan Jejak Petualang juga memiliki *punching line* “Ikuti Jejak saya, Jejak Petualang!” yang selalu disebutkan oleh pembawa acara baik sebelum maupun sesudah melakukan perjalanan dan aktivitas lainnya (Dewi & Wihardi, 2018).

Keunikan lain dari tayangan Jejak Petualang yaitu adanya ritme, birama dan pengambilan gambar yang disesuaikan dengan berbagai sudut pandang, mood acara dan momennya sehingga dapat membuat pemirsa ikut merasakan serunya berpetualang pada berbagai daerah di Indonesia (Dewi & Wihardi, 2018). Hal inilah yang menjadi ciri khas tayangan Jejak Petualang sekaligus menjadi pembeda dengan tayang sejenis lainnya, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk terus menyaksikan program Jejak Petualang yang tayang setiap Selasa dan Rabu pukul 13.30 WIB serta Sabtu dan Minggu pukul 12.45 WIB.

#### 4.2.1 Logo Jejak Petualang Trans7

Suatu program televisi tentunya memiliki logo yang dapat menjadi penggambaran dari program itu sendiri. Berikut makna dan logo dari program Jejak Petualang Trans7:



**Gambar 4.3 Logo Jejak Petualang**  
**Sumber: Jejak Petualang, 2023**

Gambar 4.3 merupakan logo program Jejak Petualang yang menunjukkan karakter petualangan. Makna dari desain logo program Jejak Petualang yaitu warna hitam pada gambar siluet orang dengan mengenakan tas ransel dan *trekking pole* menggambarkan simbol kekuatan dan elegan dengan pemaknaan seorang petualang yang berkunjung ke suatu daerah dapat meninggalkan jejak atau kesan yang baik (Dewi & Wihardi, 2018).

#### 4.2.2 Struktur Organisasi Tayangan Jejak Petualang Trans7

Struktur organisasi sangat penting dalam suatu program televisi karena adanya pembagian tugas atau pengelompokan semua kru yang terlibat dalam produksi program sehingga dapat memaksimalkan tujuan program yang hendak dicapai. Berikut struktur organisasi tayangan Jejak Petualang Trans7:

1. Pengarah Produksi : Atiek Nur Wahyuni
2. Penanggung Jawab Keuangan : Susi Liwanuru
3. Penanggung Jawab Program : Mira Khairunnisa
4. Produser Eksekutif : Anjas Asmara
5. Produser : Hilman
6. Produser Madya : Hendra Wahyu A. Gilang Gumilang

7.	Juru Kamera	: M. Shobuur Rudizen Nico Riano Adriyansyah
8.	Reporter	: Toni Raharjo Julia Ariaji Auzan Julikar
9.	Asisten Produksi	: Titania Nadhira
10.	Editor	: Agus Daryono Yogi Purwanto
11.	Host/Presenter	: Vebby Hananto Jean Benen Shelly Marchelia Lunggaer Salini Rengganis Jodilee Warwick Claresta Taufan Kusumarina Particia Rani Sabrina Woro Anggraini Efinda Purti Andriyani Vika Fitriyana Farah Bach
11.	Narator	: Nadia Almira Sagita
12.	PCM	: M. Khafi

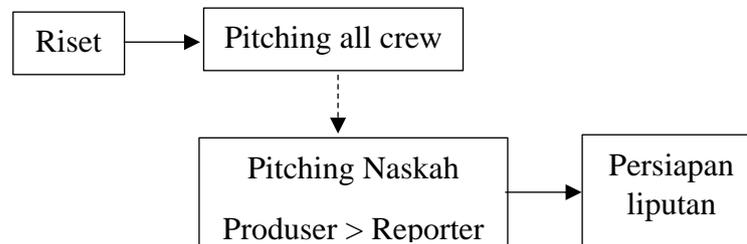
#### 4.2.3 Proses Produksi Tayangan Jejak Petualang Trans7

Proses produksi tayangan Jejak Petualang pada setiap episodenya terbagi menjadi 3 yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi, adapun proses produksi Jejak Petualang sebagai berikut:

##### A. Pra Produksi

Proses pra produksi merupakan tahapan penting dalam suatu produksi, karena pada tahapan ini pembahasan ide, *budgeting*, narasumber, pertanyaan, persiapan serta pengecekan alat dan lapangan dimulai (Fachrudin, 2017). Skema proses pra produksi dalam tayangan Jejak Petualang sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Proses Pra Produksi Jejak Petualang**



**Sumber: Yuliatik, 2017**

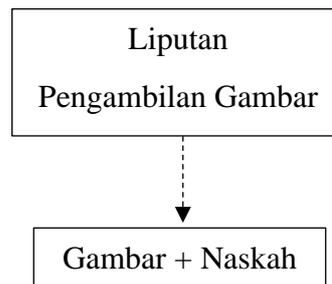
Penjelasan skema proses pra produksi tayangan Jejak Petualang sebagai berikut:

1. Seluruh kru melakukan riset seputar topik atau fenomena yang menarik di Indonesia sesuai dengan karakteristik Jejak Petualang.
2. *Pitching* atau rapat seluruh kru akan membahas ide dan hasil riset yang telah dicari. Dari seluruh ide tersebut produser dan asisten produser yang akan menentukan ide mana yang akan digunakan dalam liputan.
3. Setelah ide ditentukan, reporter akan melakukan riset kembali terkait topik dan bahan untuk memperdalam informasi dan kontak. Setelah mendekati jadwal liputan, maka reporter akan melakukan *pitching* atau rapat kembali dengan produser.
4. Setelah hasil riset disetujui oleh produser, reporter akan mempersiapkan naskah plan, alur adegan, rencana keuangan dan lain sebagainya. Di samping itu, kameramen akan mempersiapkan rencana pengambilan gambar dan alat.

#### B. Produksi

Proses produksi merupakan tahapan yang dilakukan setelah semua perencanaan dan persiapan telah disepakati oleh produser, produksi meliputi pengambilan gambar yang disesuaikan dengan konsep naskah atau *rundown* acara yang telah disusun baik secara *live* maupun *tapping* (Apriyanti, 2019). Skema proses produksi dalam tayangan Jejak Petualang sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Proses Produksi Jejak Petualang**



**Sumber: Yuliatik, 2017**

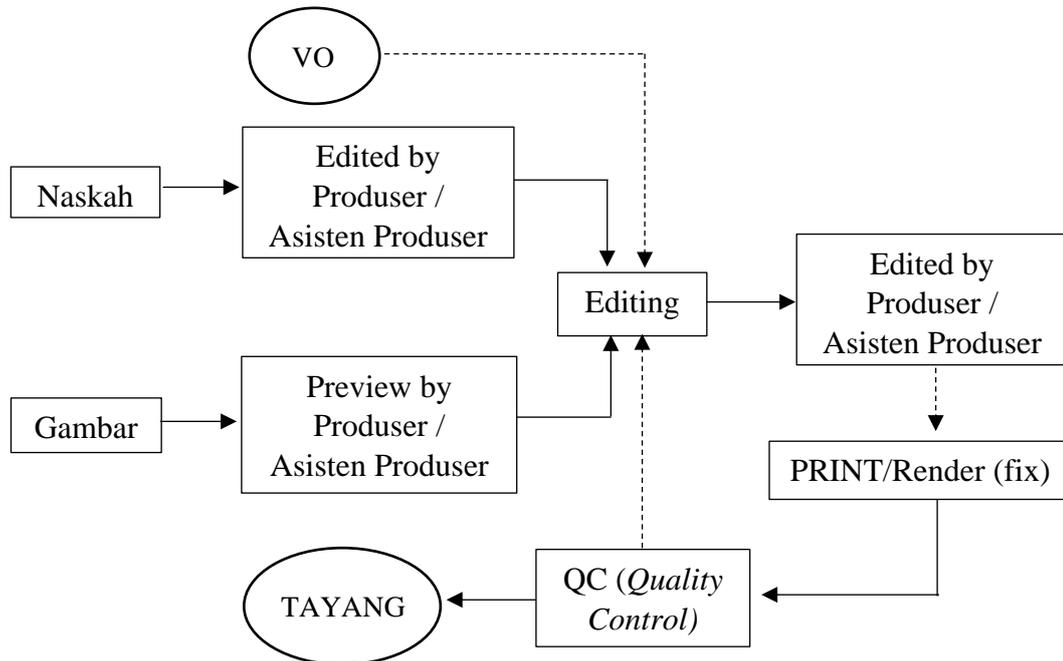
Penjelasan skema proses produksi tayangan Jejak Petualang sebagai berikut:

1. Produser menurunkan tim liputan yang terdiri dari reporter, kameramen serta *presenter*, dalam satu bulan terdapat 4 sampai 5 tim yang dijadwalkan untuk liputan. 1 tim akan melakukan liputan selama kurang lebih 1 minggu untuk mendapatkan 2 episode, dalam 1 episode dibutuhkan kurang lebih 3 - 4 hari.
2. Setelah proses liputan selesai, gambar beserta naskah akan diserahkan kepada produser untuk masuk ke dalam tahap *post production*.

#### C. Pasca Produksi

Proses pasca produksi merupakan tahapan akhir dalam suatu produksi, tahap pasca produksi meliputi editing audio visual seperti menyatukan potongan gambar sesuai dengan naskah, memberikan efek pada gambar atau suara, *Voice Over* (VO), *mixing* serta evaluasi program (Apriyanti, 2019). Skema proses pasca produksi dalam tayangan Jejak Petualang sebagai berikut:

**Tabel 4.3 Proses Pasca Produksi Jejak Petualang**



**Sumber: Yuliatik, 2017**

Penjelasan skema proses pasca produksi tayangan Jejak Petualang sebagai berikut:

1. Produser akan melakukan *preview* hasil liputan dengan mengecek gambar dan menyesuaikan dengan naskah serta menentukan bagian mana yang perlu dimasukkan ke dalam cerita, naskah akan diperbaiki tata bahasanya dan akan dilakukan pengecekan sumber informasinya.
2. Selama proses *preview* berlangsung, VO (*Voice Over*) dilakukan sesuai narasi yang terdapat dalam naskah. Setelah naskah diedit, gambar sudah terpilih serta VO telah dilakukan maka akan masuk ke dalam proses *editing*,
3. Setelah *editing* selesai maka akan masuk ke tahap *preview* kedua oleh produser untuk melakukan persetujuan. Jika *editing* disetujui maka editor akan melakukan *print* atau *rendering*. Setelah semua proses selesai maka materi atau hasil *editing* ini akan diserahkan ke bagian QC (*Quality Control*), apabila ada yang perlu diperbaiki maka editor harus melakukan *editing* ulang dan jika sudah disetujui maka materi akan ditayangkan. Pada tahapan ini, ikhtisar dari proses awal hingga akhir menjadi sebuah *output* yang akan dilihat oleh pemirsa, termasuk masyarakat Kabupaten Bogor. Informasi yang akan disampaikan haruslah sesuai dengan apa yang telah direncanakan oleh tim produksi. Pada tahapan inilah seseorang yang melakukan *preview* akan memosisikan diri sebagai pemirsa sehingga dapat merasakan hal apa yang sebaiknya ditambahkan atau diatur sebelum benar-benar disampaikan. Tujuan utama dari proses ini adalah memastikan bahwa kualitas konten tayangan Jejak Petualang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan mampu menyediakan informasi yang berkualitas, khususnya dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat.

### 4.3 Analisis Data dan Hasil Penelitian

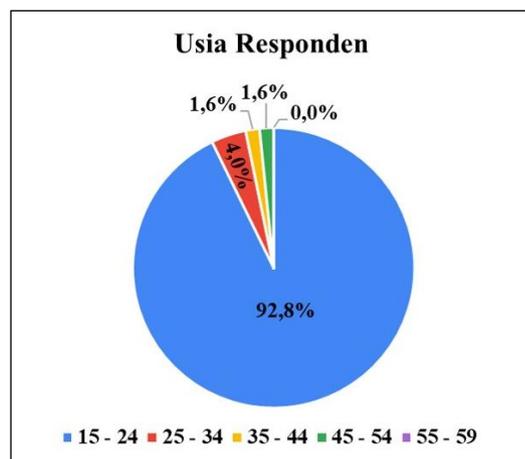
Pada BAB ini, peneliti akan menjelaskan dan memaparkan analisis data primer yang telah diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 125 responden yang merupakan masyarakat Kabupaten Bogor, hasil analisis data akan dijelaskan dalam bentuk deskriptif atau narasi.

### 4.4 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner tidak diuji dalam uji asumsi klasik, uji hipotesis maupun uji regresi linear sederhana, melainkan untuk memperkuat data penelitian dan mengetahui karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor yang menyaksikan tayangan Jejak Petualang berdasarkan usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan pendidikan terakhir.

#### 4.4.1 Usia

Usia merupakan lamanya waktu hidup seseorang pada saat dilahirkan hingga saat ini, usia dapat diukur menggunakan satuan waktu. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data usia responden masyarakat Kabupaten Bogor sebagai berikut:



**Gambar 4.4 Usia Responden**

**Sumber: Data Primer, 2023**

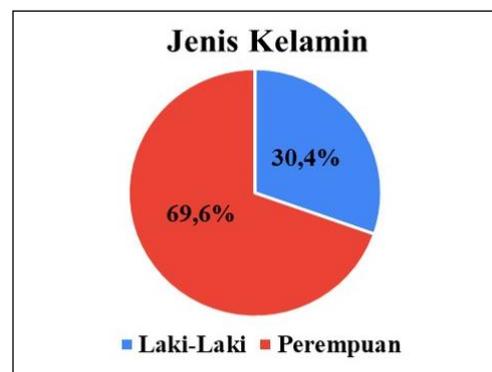
Gambar 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner adalah usia 15 – 24 tahun sebanyak 116 orang dengan persentase 92,8%. Sedangkan untuk usia 25 – 34 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 4,0%. Usia 35 – 44 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 1,6%. Usia 45-54 sebanyak 2 orang dengan persentase 1,6%. Tidak terdapat responden untuk usia 55 – 59 tahun sehingga memiliki persentase 0,0%. Responden dengan rentang usia 15 – 24 tahun memperoleh persentase tertinggi sudah sesuai dengan segmentasi dari tayangan Jejak Petualang yaitu Remaja – Bimbingan Orang Tua (R-BO), menurut KPI penggolongan ini cocok untuk kalangan remaja yang berusia di atas 13 – 17 tahun<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> <https://www.kpidkalbar.or.id/2022/11/teliti-klasifikasi-usia-isi-siaran.html> (Diakses pada tanggal 03 Juni 2023).

Selain itu, menurut survei yang dilakukan oleh PT. Nielsen Indonesia Generasi Z merupakan generasi yang gemar melakukan *traveling* dan menghabiskan cukup banyak uang untuk berlibur<sup>19</sup>. Apabila merujuk kepada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dimaksud Generasi Z adalah generasi yang memiliki rentang usia 11-26 tahun<sup>20</sup>. Hal ini sesuai dengan isi konten tayangan Jejak Petualang yang mengajak para pemirsa untuk melakukan kegiatan *traveling* ke berbagai daerah di Indonesia yang memiliki beragam potensi contohnya pada potensi sosial maupun potensi budaya.

#### 4.4.2 Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan perbedaan antara laki-laki dengan perempuan secara biologis sejak lahir, hal ini nantinya akan menentukan perbedaan peran di antara keduanya. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data jenis kelamin responden masyarakat Kabupaten Bogor sebagai berikut:



**Gambar 4.5 Jenis Kelamin Responden**

**Sumber: Data Primer, 2023**

Gambar 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner berjenis kelamin perempuan sebanyak 87 orang dengan persentase sebesar 69,6%. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 38 orang dengan persentase 30,4%. Responden dengan jenis kelamin perempuan memperoleh persentase tertinggi karena perempuan yang melakukan kegiatan *traveling* sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat Indonesia, sekarang sudah banyak bermunculan komunitas *backpacker* yang beranggotakan perempuan (Untari, 2018). Selain itu, perempuan lebih suka melakukan kegiatan *solo traveling* atau *traveling* sendirian dibandingkan pria, terdapat 2 alasan perempuan lebih suka melakukan *traveling* sendirian karena mereka menjunjung tinggi kemandirian dan mereka merasa sudah cukup kompeten secara intelek untuk berpetualang sendirian<sup>21</sup>.

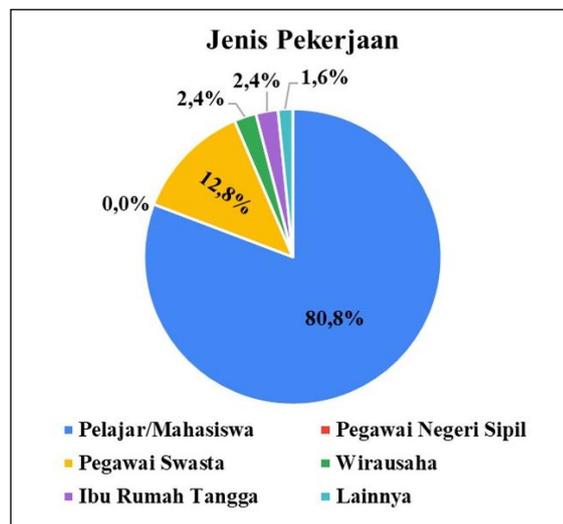
<sup>19</sup> <https://ameera.republika.co.id/berita//qjzfv6463/generasi-z-paling-banyak-habiskan-uang-untuk-liburan> (Diakses pada tanggal 03 Juni 2023).

<sup>20</sup> <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html> (Diakses pada tanggal 03 Juni 2023).

<sup>21</sup> <https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/wanita-lebih-suka-traveling-ketimbang-pria/19271> (Diakses pada 03 Juni 2023).

#### 4.4.3 Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh setiap orang untuk memenuhi kelangsungan dan kebutuhan hidupnya. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data jenis pekerjaan responden masyarakat Kabupaten Bogor sebagai berikut:



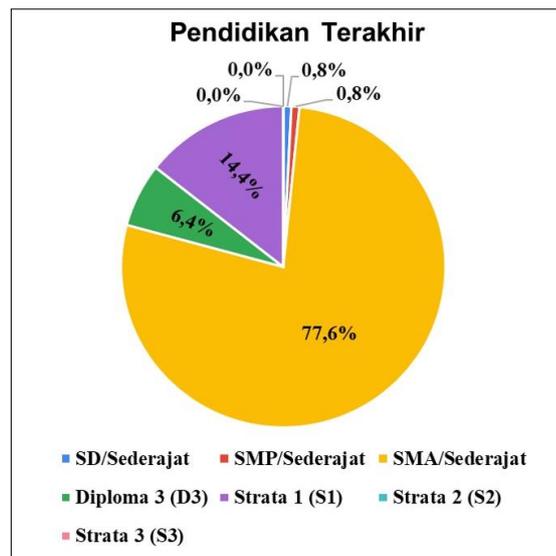
**Gambar 4.6 Jenis Pekerjaan Responden**

**Sumber: Data Primer, 2023**

Gambar 4.6 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner memiliki pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 101 orang dengan persentase 80,8%. Sedangkan jenis pekerjaan pegawai swasta sebanyak 16 orang dengan persentase 12,8%. Jenis pekerjaan wirausaha sebanyak 3 orang dengan persentase 2,4%. Jenis pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 3 orang dengan persentase 2,4%. Jenis pekerjaan lainnya sebanyak 2 orang dengan persentase 1,6%. Tidak terdapat responden dengan jenis pekerjaan pegawai negeri sipil sehingga memiliki persentase 0,0%. Responden dengan jenis pekerjaan pelajar atau mahasiswa memperoleh persentase tertinggi karena perjalanan yang dilakukan wisatawan muda mempunyai potensi yang besar karena populasi yang terus bertambah, pendapatan secara materi yang mulai meningkat, serta adanya perubahan pola pikir wisatawan usia muda yang menganggap sebuah perjalanan merupakan hal penting bagi kehidupan mereka karena selain untuk menikmati daya tarik destinasi tujuan wisata, mereka juga bisa menambah wawasan kebudayaan (Sari et al 2018).

#### 4.4.4 Pendidikan Terakhir

Pendidikan merupakan hal penting dalam kehidupan seseorang yang dapat memajukan suatu bangsa, melalui pendidikan manusia dapat meningkatkan dan menggali potensi dirinya sendiri. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data pendidikan terakhir responden masyarakat Kabupaten Bogor sebagai berikut:



**Gambar 4.7 Pendidikan Terakhir Responden**

**Sumber: Data Primer, 2023**

Gambar 4.7 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 97 orang dengan persentase 77,6%. Sedangkan pendidikan terakhir Strata 1 (S1) sebanyak 18 orang dengan persentase 14,4%. Pendidikan terakhir Diploma 3 (D3) sebanyak 8 orang dengan persentase 6,4%. Pendidikan terakhir SMP/Sederajat sebanyak 1 orang dengan persentase 0,8%. Pendidikan terakhir SD/Sederajat sebanyak 1 orang dengan persentase 0,8%. Tidak terdapat responden dengan pendidikan terakhir Strata 2 (S2) sehingga memiliki persentase 0,0%. Tidak terdapat responden dengan pendidikan terakhir Strata 3 (S3) sehingga memiliki persentase 0,0%. Responden dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat memperoleh persentase tertinggi karena responden telah diberikan kebebasan waktu oleh orang tuanya sehingga waktu luang yang mereka miliki ketika di rumah untuk menyaksikan televisi dan di luar rumah untuk melakukan berbagai kegiatan wisata lebih banyak dibandingkan tingkat pendidikan lainnya (Winata et al 2022).

#### **4.5 Tayangan Televisi (X)**

Peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang didapat dari penyebaran kuesioner kepada 125 responden yaitu masyarakat Kabupaten Bogor menggunakan teknik analisis skor rata-rata. Pertanyaan mengenai variabel Tayangan Televisi (X) dibagi menjadi 5 indikator yaitu frekuensi menonton, waktu penayangan, kemasan acara, gaya penampilan pesan dan pemahaman pesan.

##### **4.5.1 Frekuensi Menonton**

Frekuensi menonton menunjukkan seberapa seringnya responden menonton televisi dan menonton tayangan Jejak Petualang dalam satu minggu. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data frekuensi menonton sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Frekuensi Menonton Televisi**

X1.1 Frekuensi Menonton (FM)	Tanggapan Responden		Rataan Pernyataan (FM1)	
			Nilai	Keterangan
FM1	1 Kali	7	4,27	Sangat Tinggi
	2 Kali	19		
	3 Kali	25		
	4 Kali	21		
	5 Kali	17		
	6 Kali	7		
	7 Kali	29		

**Sumber: Data Primer, 2023**

**Pernyataan indikator Frekuensi Menonton (X1.1):**

**FM1** : Saya menonton televisi sebanyak ..... kali dalam satu minggu.

Tabel 4.4 di atas menunjukkan data FM1 dengan pernyataan “saya menonton televisi sebanyak ..... kali dalam satu minggu” memperoleh tanggapan responden sebagai berikut responden yang menonton televisi 1 kali dalam satu minggu sebanyak 7 orang dengan persentase 5,6%. Responden yang menonton televisi 2 kali dalam satu minggu sebanyak 19 orang dengan persentase 15,2%. Responden yang menonton televisi 3 kali dalam satu minggu sebanyak 25 orang dengan persentase 20,0%. Responden yang menonton televisi 4 kali dalam satu minggu sebanyak 21 orang dengan persentase 16,8%. Responden yang menonton televisi 5 kali dalam satu minggu sebanyak 17 orang dengan persentase 13,6%. Responden yang menonton televisi 6 kali dalam satu minggu sebanyak 7 orang dengan persentase 5,6%. Responden yang menonton televisi 7 kali dalam satu minggu sebanyak 29 orang dengan persentase 23,2%.

Berdasarkan data yang sudah didapatkan, nilai tanggapan responden tertinggi pada pernyataan FM1 berada pada frekuensi 7 kali dalam satu minggu sebanyak 29 orang dengan persentase 23,2%. Di samping itu, pernyataan FM1 memperoleh nilai skor rata-rata sebesar 4,27 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan FM1 sangat tinggi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor masih banyak yang menggunakan media televisi dalam memperoleh beragam informasi. Hal ini sejalan dengan keunggulan karakteristik yang dimiliki oleh televisi dibandingkan media massa lainnya yaitu dapat didengar dan dilihat atau biasa disebut audio visual sehingga khalayak lebih mudah mengerti dan memahami informasi yang disampaikan dalam televisi.

**Tabel 4.5 Frekuensi Menonton Tayangan Jejak Petualang**

X1.1 Frekuensi Menonton (FM)	Tanggapan Responden		Rataan Pernyataan (FM2)	
			Nilai	Keterangan
FM2	1 Kali	41	2,16	Rendah
	2 Kali	36		
	3 Kali	35		
	4 Kali	13		

**Sumber: Data Primer, 2023**

**Pernyataan indikator Frekuensi Menonton (X1.1):**

**FM2** : Saya menonton tayangan Jejak Petualang Trans7 sebanyak ..... kali dalam satu minggu.

Tabel 4.5 di atas menunjukkan data FM2 dengan pernyataan “saya menonton tayangan Jejak Petualang Trans7 sebanyak ..... kali dalam satu minggu” memperoleh tanggapan responden sebagai berikut responden yang menonton tayangan Jejak Petualang 1 kali dalam satu minggu sebanyak 41 orang dengan persentase 32,8%. Responden yang menonton tayangan Jejak Petualang 2 kali dalam satu minggu sebanyak 36 orang dengan persentase 28,8%. Responden yang menonton tayangan Jejak Petualang 3 kali dalam satu minggu sebanyak 35 orang dengan persentase 28,0%. Responden yang menonton tayangan Jejak Petualang 4 kali dalam satu minggu sebanyak 13 orang dengan persentase 10,4%.

Berdasarkan data yang sudah didapatkan, nilai tanggapan responden tertinggi pada pernyataan FM2 berada pada frekuensi 1 kali dalam satu minggu sebanyak 41 orang dengan persentase 32,8%. Di samping itu, pernyataan FM2 memperoleh nilai skor rata-rata sebesar 2,16 nilai ini berada pada rentang 1,75 – 2,50 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan FM2 rendah. Hal ini disebabkan oleh mayoritas responden memiliki jenis pekerjaan pelajar atau mahasiswa, di mana pada jadwal penayangan Jejak Petualang bersamaan dengan jadwal kegiatan utama mereka yaitu belajar. Meskipun frekuensi menonton televisi tergolong tinggi, peneliti tidak membahas seputar durasi menonton dalam satu hari sehingga terdapat kemungkinan para responden menonton program lain dan berada pada saluran televisi yang lain.

**Tabel 4.6 Skor Rataan Indikator Frekuensi Menonton**

X1.1 Frekuensi Menonton (FM)	Rataan Pernyataan (FM)		Rataan Indikator X1.1 (FM)	
	Nilai	Keterangan	Nilai	Keterangan
FM1	4,27	Sangat Tinggi	3,21	Tinggi
FM2	2,16	Rendah		

**Sumber: Data Primer, 2023**

Tabel 4.6 di atas menunjukkan pernyataan FM1 memperoleh nilai skor rata-rata sebesar 4,27 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan FM1 sangat tinggi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor masih banyak yang menggunakan media televisi dalam memperoleh beragam informasi, hal ini sejalan dengan keunggulan karakteristik yang dimiliki oleh televisi dibandingkan media massa lainnya yaitu dapat didengar dan dilihat atau biasa disebut audio visual. Selain itu, adanya jangkauan siaran yang luas serta perputaran informasi yang relatif cepat dan *update* pada media televisi membuat khalayak lebih mudah mengerti dan memahami informasi yang disampaikan.

Pernyataan FM2 memperoleh nilai skor rata-rata sebesar 2,16 nilai ini berada pada rentang 1,75 – 2,50 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan FM2 rendah. Hal ini disebabkan oleh mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki jenis pekerjaan pelajar atau mahasiswa, di mana pada jadwal penayangan Jejak Petualang bersamaan dengan jadwal kegiatan utama mereka yaitu belajar. Meskipun frekuensi menonton televisi pada pernyataan FM1 tergolong tinggi, peneliti tidak membahas durasi menonton dalam satu hari sehingga terdapat kemungkinan responden berada pada saluran televisi lain atau menonton program lain.

Dari kedua pernyataan pada indikator Frekuensi Menonton (X1.1) didapatkan nilai rata-rata indikator sebesar 3,21 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap Frekuensi Menonton secara kumulatif tinggi karena masyarakat Kabupaten Bogor masih menggunakan media televisi sebagai sumber informasi, khususnya pada informasi sosial budaya yang ditayangkan pada program Jejak Petualang Trans7.

#### 4.5.2 Waktu Penayangan

Waktu penayangan menunjukkan seberapa tepatnya jam tayang dari program Jejak Petualang Trans7. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data waktu penayangan sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Waktu Penayangan**

X1.2 Waktu Penayangan (WP)	Tanggapan Responden				Rataan Pernyataan (WP)	
	STS	TS	S	SS	Nilai	Keterangan
WP1	0	1	61	63	3,50	Sangat Tinggi
WP2	0	11	77	37	3,20	Tinggi
WP3	0	1	82	42	3,33	Sangat Tinggi
WP4	3	36	62	24	2,86	Tinggi
WP5	1	23	75	26	3,01	Tinggi
<b>Rataan Indikator X1.2 (WP)</b>					3,18	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2023

**Pernyataan Indikator Waktu Penayangan (X1.2):**

- WP1** : Program Jejak Petualang yang tayang setiap Selasa, Rabu, Sabtu dan Minggu selalu menampilkan konten seputar kehidupan sehari-hari seperti saling berinteraksi, tolong menolong dan lain sebagainya.
- WP2** : Pemilihan jam tayang Jejak Petualang pada pukul 13.30 WIB setiap Selasa dan Rabu, serta pukul 12.45 WIB setiap Sabtu dan Minggu sudah sesuai karena saya berada di waktu senggang sehingga saya dapat memahami nilai-nilai kebaikan yang ada dalam tayangan Jejak Petualang seperti kebersamaan, menjunjung tinggi aturan adat dan hidup sederhana.
- WP3** : Durasi tayang program Jejak Petualang selama 45 menit sudah cukup bagi saya untuk memahami bahwa interaksi sosial dan kebudayaan yang masih terus dipertahankan membuat masyarakat bersatu dan saling menghargai antar sesama.
- WP4** : Sebelum program Jejak Petualang dimulai, saya sudah menunggu di saluran Trans7.
- WP5** : Saya menyaksikan tayangan Jejak Petualang dari segmen awal hingga segmen akhir.

Tabel 4.7 di atas menunjukkan pernyataan WP1 memperoleh nilai skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,50 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan WP1 sangat tinggi karena sebanyak 63 responden dengan persentase 50,4% sangat setuju dengan pernyataan “program Jejak Petualang yang tayang setiap Selasa, Rabu, Sabtu dan Minggu selalu menampilkan konten seputar kehidupan sehari-hari seperti saling berinteraksi, tolong menolong dan lain sebagainya”, 61 responden dengan persentase 48,8% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa program Jejak Petualang selalu menampilkan konten kehidupan sehari-hari yang sangat melekat pada masyarakat Kabupaten Bogor seperti saling berinteraksi dan tolong menolong antar sesama, karena sebagai makhluk sosial tentunya masyarakat Kabupaten Bogor memiliki keinginan untuk memenuhi fungsi sosialnya masing-masing seperti saling berinteraksi dan membantu satu sama lainnya.

Pernyataan WP2 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,20 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan WP2 tinggi karena sebanyak 77 responden dengan persentase 61,6% menjawab setuju dengan pernyataan “pemilihan jam tayang Jejak Petualang pada pukul 13.30 WIB setiap Selasa dan Rabu, serta pukul 12.45 WIB setiap Sabtu dan Minggu sudah sesuai karena saya berada di waktu senggang sehingga saya dapat memahami nilai-nilai kebaikan yang ada dalam tayangan Jejak Petualang seperti kebersamaan, menjunjung tinggi aturan adat dan hidup sederhana”, 37 responden dengan persentase 29,6% menyatakan sangat setuju, 11 responden dengan persentase 8,8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan jam tayang program Jejak Petualang sudah sesuai dengan pola kegiatan masyarakat. Pada jam tersebut, masyarakat cenderung telah menyelesaikan waktu istirahatnya dan siap untuk memahami hal-hal baru yang bersifat informatif tetapi tidak terlalu berat pokok bahasannya.

Pernyataan WP3 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,33 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan WP3 sangat tinggi karena sebanyak 82 responden dengan persentase 65,6% menjawab setuju dengan pernyataan “durasi tayang program Jejak Petualang selama 45 menit sudah cukup bagi saya untuk memahami bahwa interaksi sosial dan kebudayaan yang masih terus dipertahankan membuat masyarakat bersatu dan saling menghargai antar sesama”, 42 responden dengan persentase 33,6% menyatakan sangat setuju, 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan Jejak Petualang mengandung unsur audio visual yang akan mempercepat proses pemahaman dan penanaman hal baru. Informasi yang repetitif serta berpola dalam tayangan Jejak Petualang juga membuat masyarakat dapat memahami informasi yang diberikan walaupun durasi yang ditayangkan tidak terlalu panjang.

Pernyataan WP4 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 2,86 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan WP4 tinggi karena sebanyak 62 responden dengan persentase 49,6% menjawab setuju dengan pernyataan “sebelum program Jejak Petualang dimulai, saya sudah menunggu di saluran Trans7”, 36 responden dengan persentase 28,8% menyatakan tidak setuju, 24 responden dengan persentase 19,2% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 3 responden dengan persentase 2,4% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan Jejak Petualang selalu dinantikan oleh masyarakat Kabupaten Bogor karena mereka sudah mengetahui waktu penayangan Jejak Petualang, sehingga masyarakat akan menunggu di saluran Trans7 sebelum acara dimulai.

Pernyataan WP5 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,01 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan WP5 tinggi karena sebanyak 75 responden dengan persentase 60,0% menjawab setuju dengan pernyataan “saya menyaksikan tayangan Jejak Petualang dari segmen awal hingga segmen akhir”, 26 responden dengan persentase 20,8% menyatakan sangat setuju, 23 responden dengan persentase 18,4% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor menilai tayangan Jejak Petualang memiliki alur yang tidak membosankan karena pada setiap segmen memiliki isi konten yang berbeda. Terlebih pada setiap awal tayangan dimulai selalu menampilkan *clip hanger* (VT segmen selanjutnya) yang akan menumbuhkan rasa keingintahuan penonton sehingga membuat penonton menunggu segmen yang menarik tersebut.

Jika merujuk pada seluruh pernyataan indikator Waktu Penayangan (X1.2), diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 3,18 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden tinggi karena masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui Waktu Penayangan dari program Jejak Petualang sehingga membuat penonton menyaksikan tayangan dari awal segmen hingga akhir segmen, yang mana setiap episodinya selalu menyajikan isi konten yang berbeda seputar realitas kehidupan masyarakat dan kebudayaan di seluruh wilayah Indonesia sehingga masyarakat Kabupaten Bogor dapat memahami informasi sosial dan budaya yang disampaikan dalam tayangan Jejak Petualang.

### 4.5.3 Kemasan Acara

Kemasan acara menunjukkan kemampuan Jejak Petualang dalam mengemas acaranya agar mendapatkan perhatian dari pemirsa. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data kemasan acara sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Kemasan Acara**

X1.3 Kemasan Acara (KA)	Tanggapan Responden				Rataan Pernyataan (KA)	
	STS	TS	S	SS	Nilai	Keterangan
KA1	0	0	74	51	3,41	Sangat Tinggi
KA2	1	4	77	43	3,30	Sangat Tinggi
KA3	0	0	59	66	3,53	Sangat Tinggi
KA4	0	0	62	63	3,50	Sangat Tinggi
KA5	0	4	76	45	3,33	Sangat Tinggi
<b>Rataan Indikator X1.3 (KA)</b>					3,41	Sangat Tinggi

**Sumber: Data Primer, 2023**

#### **Pernyataan indikator Kemasan Acara (X1.3):**

- KA1** : Judul pada setiap episode Jejak Petualang selalu mewakili isi dari keseluruhan segmen tayangan Jejak Petualang. Misalnya episode dengan judul “Serpihan Tradisi Jawa” setiap segmennya akan menayangkan berbagai tradisi yang masih dilestarikan oleh masyarakat Jawa.
- KA2** : Pengambilan gambar pada tayangan Jejak Petualang sudah jelas (tidak terburu-buru saat mengambil gambar dan perpindahan pengambilan gambar yang halus).
- KA3** : Adanya alunan musik tradisional seperti gamelan, angklung, sasando, gendang, suling serta syair tradisional dalam tayangan Jejak Petualang membuat kesan kedaerahan menjadi lebih kuat.
- KA4** : Pemilihan lokasi yang berbeda pada setiap episode Jejak Petualang membuat saya tidak merasa bosan karena selalu menemukan keunikan di setiap daerah yang diliput seperti kebudayaannya, makanan tradisional, kerajinan tangan dan lain sebagainya.
- KA5** : Dalam setiap episodanya, pembawa acara Jejak Petualang selalu mengenakan pakaian yang mencerminkan jati diri seorang petualang seperti kaus, kemeja lapangan atau flanel, ikat kepala serta sepatu boots atau kets dan alat *outdoor* lainnya.

Tabel 4.8 di atas menunjukkan pernyataan KA3 memperoleh nilai skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,53 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan KA3 sangat tinggi karena sebanyak 66 responden dengan persentase 52,8% sangat setuju dengan pernyataan “adanya alunan musik tradisional seperti gamelan, angklung, sasando, gendang, suling serta syair tradisional dalam tayangan Jejak

Petualang membuat kesan kedaerahan menjadi lebih kuat”, 59 responden dengan persentase 47,2% menyatakan setuju, 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan Jejak Petualang berhasil menunjukkan peran audio sebagai salah satu karakteristik media televisi yaitu sebagai pembentuk ruang dan suasana serta menambah sisi artistik tayangan.

Pernyataan KA1 memiliki nilai skor rata-ran sebesar 3,41 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan KA1 sangat tinggi karena sebanyak 74 responden dengan persentase 59,2% menjawab setuju dengan pernyataan “judul pada setiap episode Jejak Petualang selalu mewakili isi dari keseluruhan segmen tayangan Jejak Petualang. Misalnya episode dengan judul “Serpihan Tradisi Jawa” setiap segmennya akan menayangkan berbagai tradisi yang masih dilestarikan oleh masyarakat Jawa”, 51 responden dengan persentase 40,8% menyatakan sangat setuju, 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan adanya relevansi antara judul tayangan Jejak Petualang dengan isi konten pada setiap episodenya. Judul tayangan yang tepat akan mengoptimalkan pesan yang akan disampaikan sehingga masyarakat dapat mengerti informasi yang disampaikan dan tidak merasa tertipu oleh judul yang bersifat *clickbait*.

Pernyataan KA2 memiliki nilai skor rata-ran sebesar 3,30 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan KA2 sangat tinggi karena sebanyak 77 responden dengan persentase 61,6% menjawab setuju dengan pernyataan “pengambilan gambar pada tayangan Jejak Petualang sudah jelas (tidak terburu-buru saat mengambil gambar dan perpindahan pengambilan gambar yang halus)”, 43 responden dengan persentase 34,4% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan persentase 3,2% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengambilan gambar pada tayangan Jejak Petualang dapat mendorong nilai estetika dari sebuah tayangan. Pengambilan gambar yang sesuai dengan narasi membuat informasi yang disampaikan menjadi lebih nyata.

Pernyataan KA4 memiliki nilai skor rata-ran sebesar 3,50 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan KA4 sangat tinggi karena sebanyak 63 responden dengan persentase 50,4% menjawab sangat setuju dengan pernyataan “pemilihan lokasi yang berbeda pada setiap episode Jejak Petualang membuat saya tidak merasa bosan karena selalu menemukan keunikan di setiap daerah yang diliput seperti kebudayaannya, makanan tradisional, kerajinan tangan dan lain sebagainya”, 62 responden dengan persentase 49,6% menyatakan setuju, 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan Jejak Petualang berhasil membuat penonton khususnya masyarakat Kabupaten Bogor tidak merasa bosan karena menampilkan lokasi yang berbeda pada setiap episodenya sehingga mereka bisa mendapatkan informasi seputar keunikan dari berbagai daerah yang ditayangkan seperti kebudayaan, kerajinan tangan, dan makanan tradisional.

Pernyataan KA5 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,33 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan KA5 sangat tinggi karena sebanyak 76 responden dengan persentase 60,8% menjawab setuju dengan pernyataan “dalam setiap episodenya, pembawa acara Jejak Petualang selalu mengenakan pakaian yang mencerminkan jati diri seorang petualang seperti kaus, kemeja lapangan atau flanel, ikat kepala serta sepatu boots atau kets dan alat *outdoor* lainnya”, 45 responden dengan persentase 36,0% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan persentase 3,2% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Jejak Petualang selalu memperhatikan penampilan dari pembawa acaranya agar dapat mendukung suasana menjadi lebih nyata. Selain itu, penampilan pembawa acara juga memiliki peran penting dalam suatu tayangan karena pembawa acaranya yang dilihat oleh penonton dari segmen awal hingga segmen akhir sehingga pembawa acara juga bisa menjadi citra dari program yang dibawakan.

Jika merujuk pada seluruh pernyataan indikator Kemasan Acara (X1.3) diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 3,41 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap Kemasan Acara Jejak Petualang sangat tinggi karena program ini bisa mengemas acaranya dengan sebaik mungkin mulai dari pemilihan tema yang menarik, pengambilan gambar yang tepat, *background* yang membuat suasana menjadi lebih nyata, pemilihan lokasi berbeda pada setiap episodenya serta pemilihan *wardrobe* yang tepat menjadi daya tarik bagi penonton untuk terus menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7.

#### 4.5.4 Gaya Penampilan Pesan

Gaya penampilan pesan menunjukkan kemampuan pembawa acara dan narator Jejak Petualang dalam menyampaikan pesan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data gaya penampilan pesan sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Gaya Penampilan Pesan**

X1.4 Gaya Penampilan Pesan (GPP)	Tanggapan Responden				Rataan Pernyataan (GPP)	
	STS	TS	S	SS	Nilai	Keterangan
GPP1	0	5	72	48	3,34	Sangat Tinggi
GPP2	0	1	73	51	3,40	Sangat Tinggi
GPP3	0	0	78	47	3,38	Sangat Tinggi
GPP4	0	3	79	43	3,32	Sangat Tinggi
GPP5	0	0	76	49	3,39	Sangat Tinggi
<b>Rataan Indikator X1.4 (GPP)</b>					3,37	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer, 2023

**Pernyataan indikator Gaya Penampilan Pesan (X1.4):**

**GPP1 :** Pembawa acara yang meneriakkan *punching line* “Ikuti jejak saya, jejak petualang!” secara lantang dan heboh menjadi hal yang selalu saya ingat.

**GPP2 :** Sifat ramah dari pembawa acara yang murah senyum dan mau membantu kegiatan masyarakat mengajarkan para penonton cara hidup bertoleransi di tengah perbedaan.

**GPP3 :** Para pembawa acara dalam tayangan Jejak Petualang selalu memperhatikan tata bahasa yang baik dan sopan pada saat melakukan interaksi dengan masyarakat maupun saat menyampaikan informasi kepada penonton.

**GPP4 :** Ekspresi wajah (mimik) dari pembawa acara dan masyarakat dapat mendukung suasana tayangan.

**GPP5 :** Narator tayangan Jejak Petualang selalu menyisipkan pesan positif kepada para penonton di setiap episodenya seperti ajakan menjaga alam dan bersyukur atas nikmat yang diberikan.

Tabel 4.9 di atas menunjukkan pernyataan GPP2 memperoleh nilai skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,40 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan GPP2 sangat tinggi karena sebanyak 73 responden dengan persentase 58,4% setuju dengan pernyataan “sifat ramah dari pembawa acara yang murah senyum dan mau membantu kegiatan masyarakat mengajarkan para penonton cara hidup bertoleransi di tengah perbedaan”, 52 responden dengan persentase 40,8% menyatakan sangat setuju, 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan adanya sifat ramah dari pembawa acara yang murah senyum dan membantu masyarakat dapat membangun suasana acara. Meskipun terdapat perbedaan budaya dari pembawa acara dan masyarakat lokal, hal itu tidak menjadikan pembawa acara sebagai orang asing karena pembawa acara Jejak Petualang dapat bersikap terbuka dan apa adanya sehingga tidak terlihat adanya penghalang antara masyarakat lokal dan pembawa acara Jejak Petualang.

Pernyataan GPP1 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,34 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan GPP1 sangat tinggi karena sebanyak 72 responden dengan persentase 57,6% menjawab setuju dengan pernyataan “pembawa acara yang meneriakkan *punching line* “Ikuti jejak saya, jejak petualang!” secara lantang dan heboh menjadi hal yang selalu saya ingat”, 48 responden dengan persentase 38,4% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 4,0% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan tayangan Jejak Petualang berhasil mengenalkan programnya menggunakan *punching line* yang diteriakkan dengan suara lantang oleh pembawa acara. Selain itu, *punching line* juga menjadi bentuk strategi kreatif yang dapat mempertahankan eksistensi Jejak Petualang.

Pernyataan GPP3 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,38 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan GPP3 sangat tinggi karena sebanyak 78 responden dengan persentase 62,4% menjawab setuju dengan pernyataan “para pembawa acara dalam tayangan Jejak Petualang selalu memperhatikan tata bahasa yang baik dan sopan pada saat melakukan interaksi dengan masyarakat maupun

saat menyampaikan informasi kepada penonton”, 47 responden dengan persentase 37,6% menyatakan sangat setuju, 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor menilai kemampuan yang dimiliki oleh pembawa acara Jejak Petualang sudah bagus karena adanya tata bahasa yang baik membuat penyampaian pesan menjadi jelas, terarah dan efektif. Sedangkan pada sisi pembawa acara, kemampuan tata bahasa yang baik menunjukkan kecerdasan personal seorang pembawa acara dalam memandu jalannya suatu acara.

Pernyataan GPP4 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,32 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan GPP4 sangat tinggi karena sebanyak 79 responden dengan persentase 63,2% menjawab setuju dengan pernyataan “ekspresi wajah (mimik) dari pembawa acara dan masyarakat dapat mendukung suasana tayangan”, 43 responden dengan persentase 34,4% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan persentase 2,4% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa ekspresi wajah (mimik) dari pembawa acara saat melakukan berbagai aktivitas bersama masyarakat sudah tepat sehingga dapat membangun suasana acara. Ekspresi wajah ini juga merupakan bentuk komunikasi non verbal yang dapat menyampaikan suatu pesan tersirat kepada seseorang serta mempertegas bahasa verbal, dengan kata lain ekspresi wajah seseorang dapat memiliki makna yang cukup kuat dan mendalam.

Pernyataan GPP5 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,39 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan GPP5 sangat tinggi karena sebanyak 76 responden dengan persentase 60,8% menjawab setuju dengan pernyataan “narator tayangan Jejak Petualang selalu menyisipkan pesan positif kepada para penonton di setiap episodenya seperti ajakan menjaga alam dan bersyukur atas nikmat yang diberikan”, 49 responden dengan persentase 39,2% menyatakan sangat setuju, 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan masyarakat Kabupaten Bogor setuju pada setiap episode Jejak Petualang selalu ada ajakan positif dari narator seperti menjaga alam dan bersyukur atas nikmat yang diberikan. Selain itu, ajakan yang positif ini juga sejalan dengan tujuan program Jejak Petualang untuk mengedukasi dan meningkatkan kesadaran para pemirsa agar ikut andil dalam menjaga alam serta budaya Indonesia sehingga tetap lestari.

Jika merujuk pada seluruh pernyataan indikator Gaya Penampilan Pesan (X1.4) diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 3,37 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap Gaya Penampilan Pesan pada tayangan Jejak Petualang sangat tinggi karena program ini memiliki beberapa ciri khas seperti *punching line* yang ikonik, pembawa acara yang ramah, komunikatif, dan mudah berbaur dengan masyarakat serta narator yang secara jelas menyampaikan berbagai pesan positif yang ada pada setiap episodenya.

#### 4.5.5 Pemahaman Pesan

Pemahaman pesan menunjukkan sejauh mana responden dapat mengerti dan memahami pesan yang disampaikan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data pemahaman pesan sebagai berikut:

**Tabel 4.10 Pemahaman Pesan**

X1.5 Pemahaman Pesan (PP)	Tanggapan Responden				Rataan Pernyataan (PP)	
	STS	TS	S	SS	Nilai	Keterangan
PP1	0	1	61	63	3,50	Sangat Tinggi
PP2	0	13	78	34	3,17	Tinggi
PP3	1	18	77	29	3,07	Tinggi
PP4	0	9	87	29	3,16	Tinggi
PP5	0	7	81	37	3,24	Tinggi
<b>Rataan Indikator X1.5 (PP)</b>					3,22	Tinggi

**Sumber: Data Primer, 2023**

#### **Pernyataan indikator Pemahaman Pesan (X1.5):**

- PP1** : Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya merasa bersyukur menjadi warga Indonesia karena negara ini memiliki beragam budaya seperti bahasa, tradisi, kerajinan tangan, makanan, pakaian dan tarian.
- PP2** : Saya mampu menceritakan kembali informasi yang saya dapatkan setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang kepada orang lain.
- PP3** : Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya tertarik untuk mempelajari bahasa daerah secara lebih lanjut.
- PP4** : Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya tertarik untuk mempelajari simbol dari daerah yang ditayangkan berupa tradisi, kerajinan tangan, makanan, pakaian dan tarian secara lebih lanjut.
- PP5** : Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya tertarik untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat luas dengan memanfaatkan teknologi terkini sehingga budaya Indonesia tidak kalah saing dengan budaya luar.

Tabel 4.10 di atas menunjukkan pernyataan PP1 memperoleh nilai skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,50 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan PP1 sangat tinggi karena sebanyak 63 responden dengan persentase 50,4% sangat setuju dengan pernyataan “setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya merasa bersyukur menjadi warga Indonesia karena negara ini memiliki beragam budaya seperti bahasa, tradisi, kerajinan tangan, makanan, pakaian dan tarian”, 61 responden dengan persentase 48,8% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat

Kabupaten Bogor menyadari berbagai kelebihan yang dimiliki oleh Bangsa Indonesia yang tidak dimiliki negara lain seperti adanya beragam budaya, bahasa, tradisi, kerajinan tangan, makanan, pakaian dan tarian. Sehingga menjadikan masyarakat Kabupaten Bogor lebih erat dalam hal persatuan dan meningkatkan kepercayaan atas identitas nasional bangsa Indonesia.

Pernyataan PP2 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,17 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan PP2 tinggi karena sebanyak 78 responden dengan persentase 62,4% menjawab setuju dengan pernyataan “saya mampu menceritakan kembali informasi yang saya dapatkan setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang kepada orang lain”, 34 responden dengan persentase 27,2% menyatakan sangat setuju, 13 responden dengan persentase 10,4% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor mampu menceritakan kembali informasi yang didapatkan setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang karena mereka dapat memahami dengan baik poin-poin yang disampaikan oleh pembawa acara dan narator pada setiap episodenya.

Pernyataan PP3 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,07 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan PP3 tinggi karena sebanyak 77 responden dengan persentase 61,6% menjawab setuju dengan pernyataan “setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya tertarik untuk mempelajari bahasa daerah secara lebih lanjut”, 29 responden dengan persentase 23,2% menyatakan sangat setuju, 18 responden dengan persentase 14,4% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor merasa tertarik untuk mempelajari bahasa daerah yang ditayangkan pada program Jejak Petualang, adapun yang mendasari hal itu adalah keinginan untuk menambah kosakata baru serta ingin mempelajari secara lebih lanjut terkait kebudayaan suatu daerah melalui bahasa dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Pernyataan PP4 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,16 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan PP4 tinggi karena sebanyak 87 responden dengan persentase 69,6% menjawab setuju dengan pernyataan “setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya tertarik untuk mempelajari simbol dari daerah yang ditayangkan berupa tradisi, kerajinan tangan, makanan, pakaian dan tarian secara lebih lanjut”, 29 responden dengan persentase 23,2% menyatakan sangat setuju, 9 responden dengan persentase 7,2% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, masyarakat Kabupaten Bogor mendapatkan informasi terkait simbol pada daerah yang ditayangkan dalam program Jejak Petualang dan tidak jarang beberapa simbol daerah tersebut tidak diketahui oleh masyarakat Kabupaten Bogor sehingga mereka merasa tertarik untuk mempelajari berbagai simbol daerah seperti tradisi, kerajinan tangan, makanan, pakaian dan tarian agar nantinya mereka lebih mengenal dan dapat melestarikan simbol daerah tersebut. Selain itu, mempelajari suatu simbol daerah merupakan tindakan menghargai kebudayaan yang ada di Indonesia.

Pernyataan PP5 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,24 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan PP5 tinggi karena sebanyak 81 responden dengan persentase 64,8% menjawab setuju dengan pernyataan “setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya tertarik untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat luas dengan memanfaatkan teknologi terkini sehingga budaya Indonesia tidak kalah saing dengan budaya luar”, 37 responden dengan persentase 29,6% menyatakan sangat setuju, 7 responden dengan persentase 5,6% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa adanya keinginan dari masyarakat Kabupaten Bogor untuk melestarikan potensi sosial dan potensi budaya di tengah gempuran informasi mengenai kebudayaan luar melalui teknologi terkini sehingga kebudayaan Indonesia tetap terjaga dengan baik.

Jika merujuk pada seluruh pernyataan indikator Pemahaman Pesan (X1.5) diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 3,22 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap Pemahaman Pesan Jejak Petualang tinggi karena setiap episodenya selalu memberikan informasi seputar daerah yang diliput seperti kebudayaan, simbol dan bahasa secara singkat dan jelas sehingga memudahkan para responden atau pemirsa untuk mengingat pesan yang disampaikan dalam tayangan Jejak Petualang. Hal ini membuat masyarakat Kabupaten Bogor tertarik untuk terus mempelajari bahasa dan simbol tersebut serta memanfaatkan adanya perkembangan teknologi komunikasi sebagai media dalam melestarikan kebudayaan tersebut.

#### 4.5.6 Analisis Skor Rataan Variabel Tayangan Televisi (X)

Peneliti akan menjelaskan nilai skor rata-rata per-indikator pada variabel Tayangan Televisi (X) yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 125 responden masyarakat Kabupaten Bogor.

**Tabel 4.11 Analisis Skor Rataan Tayangan Televisi (X)**

Tayangan Televisi (X)	Rataan Indikator		Rataan Variabel Tayangan Televisi (X)
	Nilai	Keterangan	
X1.1 Frekuensi Menonton (FM)	3,21	Tinggi	3,28 (Sangat Tinggi)
X1.2 Waktu Penayangan (WP)	3,18	Tinggi	
X1.3 Kemasan Acara (KA)	3,41	Sangat Tinggi	
X1.4 Gaya Penampilan Pesan (GPP)	3,37	Sangat Tinggi	
X1.5 Pemahaman Pesan (PP)	3,22	Tinggi	

**Sumber: Data Primer, 2023**

Tabel 4.11 di atas menunjukkan indikator X1.3 Kemasan Acara (KA) memperoleh nilai skor rata-ran tertinggi yaitu sebesar 3,41 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada indikator kemasan acara sangat tinggi karena tayangan Jejak Petualang mampu menata acaranya dengan maksimal dari sisi pemilihan tema yang menarik, pengambilan gambar yang tepat, *background* yang membuat suasana menjadi lebih nyata, pemilihan lokasi berbeda pada setiap episodenya serta pemilihan *wardrobe* yang sesuai menjadi daya tarik bagi penonton untuk terus menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7.

Di urutan kedua indikator X1.4 Gaya Penampilan Pesan (GPP) memperoleh nilai skor rata-ran sebesar 3,37 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada indikator gaya penampilan pesan sangat tinggi karena program Jejak Petualang memiliki beberapa ciri khas seperti *punching line* yang familier di kalangan masyarakat Kabupaten Bogor, pembawa acara yang ramah, komunikatif, dan mudah berbaur dengan masyarakat serta narator yang secara jelas menyampaikan berbagai pesan positif yang ada pada setiap episodenya membuat responden menyukai gaya penampilan pesan yang dibawakan pembawa acara Jejak Petualang.

Di urutan ketiga indikator X1.5 Pemahaman Pesan (PP) memperoleh nilai skor rata-ran sebesar 3,22 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap indikator pemahaman pesan tinggi karena setiap episodenya selalu memberikan informasi yang bervariasi dari daerah yang diliput seperti kebudayaan, simbol dan bahasa secara singkat, dan jelas sehingga memudahkan para responden atau pemirsa untuk mengingat pesan yang disampaikan dalam tayangan Jejak Petualang. Hal ini membuat masyarakat Kabupaten Bogor memiliki keinginan untuk terus mempelajari bahasa dan simbol dari daerah yang diliput, masyarakat juga akan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi terkini sebagai media dalam melestarikan kebudayaan tersebut.

Di urutan keempat Indikator X1.1 Frekuensi Menonton (FM) memperoleh nilai skor rata-ran sebesar 3,21 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap indikator frekuensi menonton secara kumulatif tinggi karena masyarakat Kabupaten Bogor masih menggunakan media televisi sebagai sumber informasi khususnya pada informasi sosial dan budaya yang ditayangkan pada program Jejak Petualang Trans7. Penggunaan televisi sebagai sumber informasi masyarakat sangat luas karena akses yang mudah dan konten yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat Kabupaten Bogor.

Di urutan terakhir indikator X1.2 Waktu Penayangan (WP) memperoleh nilai skor sebesar 3,18 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap indikator waktu penayangan tinggi karena masyarakat Kabupaten Bogor sudah mengetahui jadwal tayangan Jejak Petualang yang mana setiap episodenya selalu menyajikan isi konten yang berbeda seputar realitas kehidupan masyarakat dan kebudayaan di seluruh wilayah Indonesia sehingga menimbulkan rasa keingintahuan masyarakat Kabupaten Bogor untuk memahami informasi sosial dan budaya yang disampaikan dalam tayangan Jejak Petualang dari awal segmen hingga akhir segmen.

Jika merujuk seluruh indikator pada variabel Tayangan Televisi (X) diperoleh nilai skor rata-ran sebesar 3,28 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap variabel Tayangan Televisi (X) sangat tinggi karena tayangan Jejak petualang berhasil memenuhi hal yang harus diperhatikan saat akan melakukan proses pembuatan tayangan sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dari khalayak. Skor rata-ran yang sangat tinggi juga merupakan capaian atas tujuan dari tayangan Jejak Petualang yang menginginkan setiap episodenya memiliki dampak positif dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat. Selain itu, pemenuhan terhadap frekuensi menonton, waktu penayangan, kemasan acara, gaya penampilan pesan, dan pemahaman pesan yang baik membuat tayangan Jejak Petualang mendapatkan *feedback* yang baik pula dari masyarakat sehingga dapat bertahan hingga 20 tahun lamanya.

#### 4.6 Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)

Peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang didapat dari penyebaran kuesioner kepada 125 responden yaitu masyarakat Kabupaten Bogor menggunakan teknik analisis skor rata-ran. Pertanyaan mengenai variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) dibagi menjadi 2 indikator yaitu bahasa dan mental (simbol).

##### 4.6.1 Bahasa

Bahasa menunjukkan sejauh mana responden dapat memahami informasi sosial budaya dalam bentuk bahasa verbal dan non verbal. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data bahasa sebagai berikut:

**Tabel 4.12 Bahasa**

Y1.1 Bahasa (B)	Tanggapan Responden				Rataan Pernyataan (B)	
	STS	TS	S	SS	Nilai	Keterangan
B1	0	0	45	80	3,64	Sangat Tinggi
B2	0	1	67	57	3,45	Sangat Tinggi
B3	5	31	64	25	2,87	Tinggi
B4	0	2	60	63	3,49	Sangat Tinggi
B5	0	9	83	33	3,19	Tinggi
B6	0	3	84	38	3,28	Sangat Tinggi
<b>Rataan Indikator Y1.1 (B)</b>					3,32	Sangat Tinggi

**Sumber: Data Primer, 2023**

**Pernyataan indikator Bahasa (Y1.1):**

- B1** : Tayangan Jejak Petualang membuat saya merasa bahwa negara Indonesia adalah negara yang memiliki beragam bahasa.
- B2** : Gaya bahasa yang digunakan oleh pembawa acara Jejak Petualang mudah dimengerti karena menggunakan bahasa sehari-hari.
- B3** : Saya menerapkan bahasa daerah yang saya dengar dari tayangan Jejak Petualang pada kehidupan sehari-hari.
- B4** : Tayangan Jejak Petualang seharusnya memberikan terjemahan kalimat (*subtitle*) pada saat pembawa acara dan masyarakat lokal melakukan interaksi menggunakan bahasa daerah.
- B5** : Saya mengetahui makna *gesture* (gerakan tubuh) yang dilakukan oleh pembawa acara dan masyarakat lokal saat melakukan kegiatan tradisi.
- B6** : Intonasi dalam pelafalan bahasa dari pembawa acara dan narator dapat didengar dengan jelas.

Tabel 4.12 di atas menunjukkan pernyataan B1 memperoleh nilai skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,64 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan B1 sangat tinggi karena sebanyak 80 responden dengan persentase 64,0% sangat setuju dengan pernyataan “tayangan Jejak Petualang membuat saya merasa bahwa negara Indonesia adalah negara yang memiliki beragam bahasa”, 45 responden dengan persentase 36,0% menyatakan setuju, 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan masyarakat Kabupaten Bogor menyadari banyaknya bahasa daerah yang ada di Indonesia karena pemilihan lokasi *shooting* yang berbeda di setiap episodenya, sehingga masyarakat dapat menemukan perbedaan bahasa setiap kali menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7.

Pernyataan B2 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,45 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan B2 sangat tinggi karena sebanyak 67 responden dengan persentase 53,6% menjawab setuju dengan pernyataan “gaya bahasa yang digunakan oleh pembawa acara Jejak Petualang mudah dimengerti karena menggunakan bahasa sehari-hari”, 57 responden dengan persentase 45,6% menyatakan sangat setuju, 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan pada tayangan Jejak Petualang sudah sejalan dengan konsep tayangan yang informal sehingga banyak menggunakan bahasa sehari-hari serta sesekali menyelipkan gaya bahasa yang *persuasive* saat mengajak pemirsa untuk mengikuti kegiatan yang dilakukan. Selain itu, pemilihan gaya bahasa dari pembawa acara dinilai tepat karena memperhatikan konteks serta tujuan pembicaraan dengan masyarakat lokal dan pemirsa.

Pernyataan B3 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 2,87 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan B3 tinggi karena sebanyak 64 responden dengan persentase 51,2% menjawab setuju dengan pernyataan “saya menerapkan bahasa daerah yang saya dengar dari tayangan Jejak Petualang pada kehidupan sehari-hari”, 31 responden dengan persentase 24,8% menyatakan tidak setuju, 25 responden dengan persentase 20,0% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 5

responden dengan persentase 4,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor yang menyaksikan tayangan Jejak Petualang dapat menyerap kosakata yang ada pada tayangan tersebut. Penggunaan kosakata maupun bahasa daerah yang didengar pada tayangan Jejak Petualang dalam kehidupan sehari-hari karena masyarakat menganggap kosakata tersebut cocok digunakan sebagai padanan untuk mengungkapkan kata tertentu.

Pernyataan B4 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,49 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan B4 sangat tinggi karena sebanyak 63 responden dengan persentase 50,4% menjawab sangat setuju dengan pernyataan “tayangan Jejak Petualang seharusnya memberikan terjemahan kalimat (*subtitle*) pada saat pembawa acara dan masyarakat lokal melakukan interaksi menggunakan bahasa daerah”, 60 responden dengan persentase 48,0% menyatakan setuju, 2 responden dengan persentase 1,6% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memerlukan *subtitle* pada saat pembawa acara melakukan interaksi dengan masyarakat menggunakan bahasa daerah. *Subtitle* diperlukan untuk mempermudah pemahaman penonton akan bahasa daerah serta meminimalisir adanya kesalahpahaman dari bahasa yang jarang didengarkan.

Pernyataan B5 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,19 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan B5 tinggi karena sebanyak 83 responden dengan persentase 66,4% menjawab setuju dengan pernyataan “saya mengetahui makna *gesture* (gerakan tubuh) yang dilakukan oleh pembawa acara dan masyarakat lokal saat melakukan kegiatan tradisi”, 33 responden dengan persentase 26,4% menyatakan sangat setuju, 9 responden dengan persentase 7,2% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat dapat memahami makna *gesture* (gerakan tubuh) yang dilakukan oleh pembawa acara dan masyarakat saat melakukan kegiatan tradisi karena adanya informasi dari pembawa acara dan narator terkait kegiatan yang dilakukan. Selain itu, *gesture* (gerakan tubuh) dapat mencerminkan pemikiran dari pembawa acara sehingga dapat mendorong pemahaman penonton saat menyaksikan Jejak Petualang.

Pernyataan B6 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,28 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan B6 sangat tinggi karena sebanyak 84 responden dengan persentase 67,2% menjawab setuju dengan pernyataan “intonasi dalam pelafalan bahasa dari pembawa acara dan narator dapat didengar dengan jelas”, 38 responden dengan persentase 30,4% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan persentase 2,4% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan Jejak Petualang memiliki kualitas audio yang sangat baik sehingga masyarakat Kabupaten Bogor dapat mendengarkan dengan jelas setiap pelafalan kata dan intonasi dari pembawa acara atau narator, dengan kualitas audio yang baik membuat pemirsa lebih mudah menerima makna pesan atau informasi yang disampaikan pada tayangan Jejak Petualang.

Jika merujuk pada seluruh pernyataan indikator Bahasa (Y1.1) diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 3,32 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap Bahasa dalam tayangan Jejak Petualang sangat tinggi karena intonasi dan pelafalan bahasa yang dibawakan oleh pembawa acara dan narator sudah jelas dan menggunakan bahasa sehari-hari, para pembawa acara dan narator juga selalu memberikan informasi saat melakukan kegiatan tradisi sehingga mudah dipahami oleh pemirsa. Di sisi lain, setiap episode Jejak Petualang yang selalu menyelipkan bahasa dari daerah yang diliput memerlukan penambahan terjemahan kalimat (*subtitle*) sehingga dapat menambah pengetahuan masyarakat terkait bahasa daerah di Indonesia dan membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan bahasa daerah tersebut pada kehidupan sehari-hari.

#### 4.6.2 Mental (Simbol)

Mental atau simbol menunjukkan sejauh mana responden mengetahui simbol daerah pada tayangan Jejak Petualang. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan data mental (simbol) sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Mental (Simbol)**

Y1.2 Mental (Simbol) (MS)	Tanggapan Responden				Rataan Pernyataan (MS)	
	STS	TS	S	SS	Nilai	Keterangan
MS1	0	2	65	58	3,45	Sangat Tinggi
MS2	1	12	78	34	3,16	Tinggi
MS3	0	2	72	51	3,39	Sangat Tinggi
MS4	0	1	74	50	3,39	Sangat Tinggi
MS5	0	1	58	66	3,52	Sangat Tinggi
<b>Rataan Indikator Y1.2 (MS)</b>					3,38	Sangat Tinggi

**Sumber: Data Primer, 2023**

#### **Pernyataan indikator Mental (Simbol) (Y1.2):**

**MS1 :** Tayangan Jejak Petualang menampilkan kegiatan yang jarang dilakukan oleh masyarakat modern, seperti tradisi berburu bahan makanan sebelum dimasak.

**MS2 :** Simbol dalam bentuk musik dan tarian dalam tayangan Jejak Petualang lebih mudah diingat apabila dibandingkan dengan simbol lain.

**MS3 :** Simbol berupa tradisi, kerajinan tangan, makanan tradisional, pakaian, musik dan tarian dalam tayangan Jejak Petualang menjadi identitas atau ciri khas dari suatu daerah. Misalnya makanan tradisional rendang yang identik dengan wilayah Sumatera Barat.

**MS4** : Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya menyadari bahwa simbol seperti tradisi, kerajinan tangan, makanan tradisional, pakaian dan tarian dipengaruhi oleh tempat tinggal masyarakat. Misalnya kerajinan seni rupa masyarakat yang tinggal di dalam hutan berbahan dasar rotan.

**MS5** : Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya menyadari bahwa setiap simbol yang sama memiliki makna berbeda di setiap daerah. Misalnya pada beberapa daerah, suara lantang dianggap sebagai hal yang tidak sopan dan pada daerah lainnya suara lantang dianggap sebagai hal yang lumrah dan terkadang menjadi ciri khas orang yang berasal dari daerah tersebut.

Tabel 4.13 di atas menunjukkan pernyataan MS5 memperoleh nilai skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,52 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan MS5 sangat tinggi karena sebanyak 66 responden dengan persentase 52,8% sangat setuju dengan pernyataan “setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya menyadari bahwa setiap simbol yang sama memiliki makna berbeda di setiap daerah. Misalnya pada beberapa daerah, suara lantang dianggap sebagai hal yang tidak sopan dan pada daerah lainnya suara lantang dianggap sebagai hal yang lumrah dan terkadang menjadi ciri khas orang yang berasal dari daerah tersebut”, 58 responden dengan persentase 46,4% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, masyarakat menyadari adanya keragaman makna dari simbol daerah yang serupa seperti simbol intonasi suara lantang yang memiliki makna berbeda di setiap daerahnya. Ketika masyarakat sudah mengetahui makna simbol daerah tentunya akan meminimalkan terjadinya kesalahpahaman akibat perbedaan makna dari simbol yang serupa.

Pernyataan MS1 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,45 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan MS1 sangat tinggi karena sebanyak 65 responden dengan persentase 52,0% menjawab setuju dengan pernyataan “tayangan Jejak Petualang menampilkan kegiatan yang jarang dilakukan oleh masyarakat modern, seperti tradisi berburu bahan makanan sebelum di masak”, 58 responden dengan persentase 46,4% menyatakan sangat setuju, 2 responden dengan persentase 1,6% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui kegiatan rutin yang dilakukan oleh masyarakat lokal seperti adanya perburuan bahan makanan pada daerah pedalaman, tentunya hal ini sangat berbeda dengan kegiatan masyarakat modern yang terkadang membeli masakan siap saji atau membeli bahan masakan di pasar swalayan. Selain itu, masyarakat juga mendapatkan informasi bahwa masyarakat daerah pedalaman yang melakukan perburuan ini karena adanya keterbatasan infrastruktur yang menyebabkan sulitnya akses untuk membeli bahan masakan di pasar swalayan, di samping itu pada daerah pedalaman juga biasanya memiliki beragam sumber daya yang berasal dari satwa dan tumbuhan liar yang dimanfaatkan oleh masyarakat pedalaman sebagai bahan makanan.

Pernyataan MS2 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,16 nilai ini berada pada rentang 2,50 – 3,25 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan MS2 tinggi karena sebanyak 78 responden dengan persentase 62,4% menjawab setuju dengan pernyataan “simbol dalam bentuk musik dan tarian dalam tayangan Jejak Petualang lebih mudah diingat apabila dibandingkan dengan simbol lain”, 34 responden dengan persentase 27,2% menyatakan sangat setuju, 12 responden dengan persentase 9,6% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor lebih mudah mengingat simbol musik dan tarian karena simbol ini lebih sering ditemui pada berbagai acara-acara formal dibandingkan simbol lainnya, sehingga membuat masyarakat selalu mengingat simbol tersebut. Selain itu, musik dan tarian juga lebih mudah dikenali karena gerakan, kostum dan alat musik dari setiap daerah berbeda.

Pernyataan MS3 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,39 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan MS3 sangat tinggi karena sebanyak 72 responden dengan persentase 57,6% menjawab setuju dengan pernyataan “simbol berupa tradisi, kerajinan tangan, makanan tradisional, pakaian, musik dan tarian dalam tayangan Jejak Petualang menjadi identitas atau ciri khas dari suatu daerah. Misalnya makanan tradisional rendang yang identik dengan wilayah Sumatera Barat”, 51 responden dengan persentase 40,8% menyatakan sangat setuju, 2 responden dengan persentase 1,6% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor setuju jika simbol dapat menggambarkan identitas daerah, salah satu simbol yang dapat menggambarkan identitas daerah yaitu makanan tradisional. Simbol dapat menjadi sebuah identitas suatu wilayah karena adanya faktor sejarah di mana proses pengakuan suatu simbol menjadi identitas melewati fase waktu yang cukup lama dan sering kali simbol seperti makanan menjadi suatu kebanggaan suku tertentu sehingga cukup melekat di kalangan masyarakat.

Pernyataan MS4 memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,39 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada pernyataan MS4 sangat tinggi karena sebanyak 74 responden dengan persentase 59,2% menjawab setuju dengan pernyataan “setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya menyadari bahwa simbol seperti tradisi, kerajinan tangan, makanan tradisional, pakaian dan tarian dipengaruhi oleh tempat tinggal masyarakat. Misalnya kerajinan seni rupa masyarakat yang tinggal di dalam hutan berbahan dasar rotan”, 50 responden dengan persentase 40,0% menyatakan sangat setuju, 1 responden dengan persentase 0,8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden dengan persentase 0,0% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan masyarakat Kabupaten Bogor setuju bahwa simbol dapat menggambarkan letak geografis suatu daerah di mana simbol tersebut berasal. Salah satu simbol yang dapat menggambarkan identitas suatu daerah yaitu kerajinan tangan khas suatu daerah yang dibuat menggunakan berbagai bahan yang berasal dari hasil sumber daya yang dimiliki oleh daerah tersebut.

Jika merujuk pada seluruh pernyataan indikator Mental (Simbol) (Y1.2) diperoleh nilai skor rata-ran sebesar 3,38 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap Mental (Simbol) dalam Jejak Petualang sangat tinggi karena tayangan Jejak Petualang menghadirkan beberapa simbol daerah yang jarang dilihat. Selain itu, Jejak Petualang juga selalu memberikan informasi bahwa simbol pada setiap daerah dipengaruhi oleh tempat tinggalnya dan bisa menjadi identitas atau ciri khas pada suatu daerah sehingga masyarakat dapat melihat perbedaan dari setiap simbol yang ditampilkan berdasarkan karakteristik pembeda serta memahami faktor apa saja yang membuat beragamnya simbol dari berbagai daerah.

#### 4.6.3 Analisis Skor Rataan Variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)

Peneliti akan menjelaskan nilai skor rata-ran per-indikator pada variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 125 responden masyarakat Kabupaten Bogor.

**Tabel 4.14 Analisis Skor Rataan Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)**

Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)	Rataan Indikator		Rataan Variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)
	Nilai	Keterangan	
Y1.1 Bahasa (B)	3,32	Sangat Tinggi	3,35 (Sangat Tinggi)
Y1.2 Mental (Simbol) (MS)	3,38	Sangat Tinggi	

**Sumber: Data Primer, 2023**

Tabel 4.14 di atas menunjukkan indikator Y1.2 Mental (Simbol) (MS) memperoleh nilai skor rata-ran tertinggi yaitu sebesar 3,38 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada indikator Mental (Simbol) sangat tinggi karena responden dapat mengingat beberapa simbol daerah yang ditampilkan pada tayangan Jejak Petualang. Pemahaman yang tinggi terkait simbol ini dipengaruhi oleh tampilan simbol, sehingga melekat sebagai hal unik dan memberikan kesan mendalam.

Di urutan kedua indikator Y1.1 Bahasa (B) memperoleh nilai skor rata-ran sebesar 3,32 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, ini berarti tingkat penilaian responden pada indikator Bahasa sangat tinggi karena responden memperhatikan hal yang sedang dibicarakan atau disampaikan oleh pembawa acara, narator maupun masyarakat lokal sehingga responden dapat memahami pesan yang disampaikan. Selain itu, bahasa merupakan salah satu unsur dasar yang digunakan dalam komunikasi pada kehidupan sehari-hari sehingga tidak diperlukan hal khusus untuk dapat memahami bahasa.

Jika merujuk seluruh indikator pada variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) diperoleh nilai skor rata-ran sebesar 3,35 nilai ini berada pada rentang 3,25 – 4,00 dalam kategori skala penilaian responden, artinya tingkat penilaian responden terhadap variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) sangat tinggi karena informasi yang disampaikan pada tayangan Jejak Petualang sangat relevan dengan aspek sosial budaya. Hal ini ditunjukkan dengan sejalanannya pemahaman responden mengenai konsep dan ide dalam tayangan Jejak Petualang. Selain itu, bahasa dan simbol tersebut juga sering muncul dalam kehidupan sehari-hari sehingga semakin menguatkan representasi informasi dalam aspek sosial budaya.

#### 4.7 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik sebagai dasar validitas dari model analisis regresi yang akan digunakan. Dengan kata lain, penelitian ini harus memenuhi sejumlah asumsi agar didapatkan kepastian persamaan regresi sehingga menghasilkan nilai prediksi yang akurat. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari 3 uji yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas.

##### 4.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) memiliki distribusi data yang normal atau tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan uji Kolmogorov Smirnov (K-S) yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data memiliki distribusi yang normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak memiliki distribusi normal.

Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan hasil uji normalitas sebagai berikut:

**Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,27790945
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,047
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>e,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

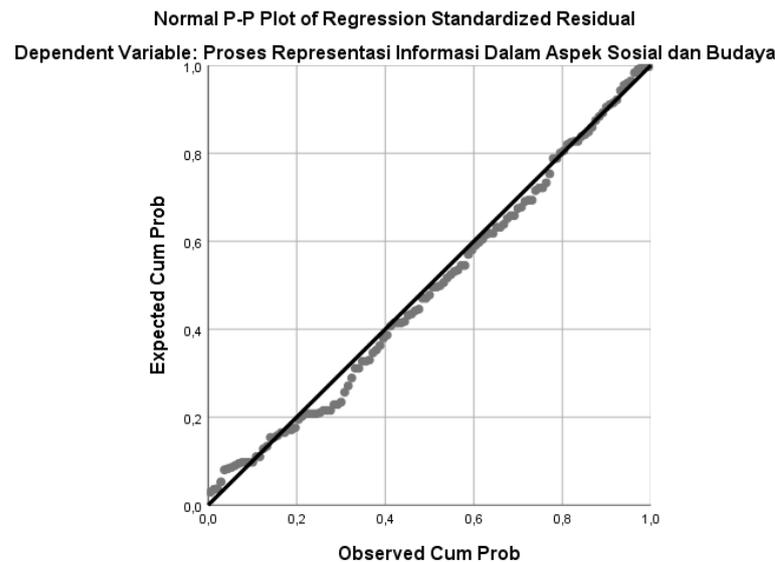
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov pada tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang terdapat pada *Asymp. Sig* memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan 0,05 yakni sebesar 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal. Dengan kata lain hasil data dari variabel Tayangan Televisi (X) dengan variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) memiliki hasil data yang normal dan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Hal ini juga dibuktikan pada diagram plot berikut:



**Gambar 4.8 Diagram Normal P-P Plot**

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan hasil *output* pada gambar 4.8 di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel Tayangan Televisi (X) dan variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) memenuhi syarat untuk menjadi model yang baik karena memiliki distribusi data normal.

#### 4.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan uji glejser yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

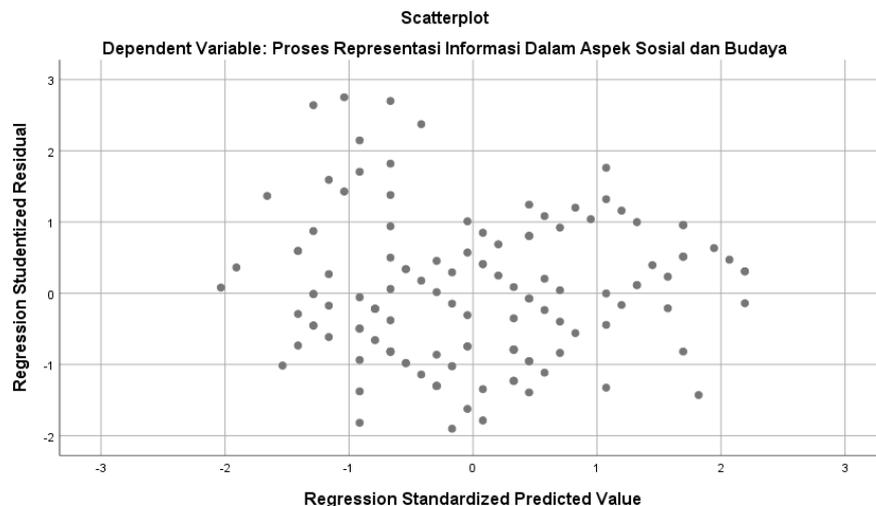
**Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,526	1,099		3,210	,002
	Tayangan Televisi	-,024	,015	-,140	-1,563	,121

a. Dependent Variable: ABS\_Res

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser pada tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa variabel independen (X) memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dibandingkan 0,05 yaitu sebesar 0,121 > 0,05 artinya tidak terdapat ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi ini sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dengan kata lain variabel Tayangan Televisi (X) memiliki pengaruh yang baik terhadap variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y). Selain menggunakan uji glejser, penelitian ini juga menggunakan grafik scatterplot untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas melalui sebaran titik yang ada pada scatterplot. Berikut grafik scatterplot dalam penelitian ini:



**Gambar 4.9 Grafik Scatterplot**

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan hasil *output* pada gambar 4.9 di atas terlihat bahwa grafik scatterplot tidak membentuk pola tertentu atau titik-titik menyebar secara tidak beraturan di atas dan di bawah angka 0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model yang baik karena adanya keakuratan pada hasil analisis regresi yang dilakukan.

### 4.7.3 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel memiliki hubungan yang linear atau cocok digunakan pada data yang ada. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan melihat hasil *deviation from linearity* yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika hasil *deviation from linearity* memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y.
2. Jika hasil *deviation from linearity* memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$  maka tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan hasil uji linearitas sebagai berikut:

**Tabel 4.17 Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya *	Between Groups	(Combined)	1265,062	33	38,335	7,544	,000
		Linearity	1084,052	1	1084,052	213,336	,000
		Deviasi from Linearity	181,010	32	5,657	1,113	,338
Budaya *	Within Groups		462,410	91	5,081		
Tayangan Televisi	Total		1727,472	124			

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa *deviation from linearity* memiliki nilai signifikansi lebih besar dibandingkan 0,05 yaitu sebesar  $0,338 > 0,05$  artinya terdapat hubungan yang linier atau cocok antara variabel Tayangan Televisi (X) dengan variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y).

## 4.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk menguji kebenaran dari suatu pertanyaan secara statistik. Penelitian ini menggunakan 3 uji hipotesis yaitu uji simultan (uji F), uji parsial (uji t) dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

### 4.8.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji simultan (uji F) dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan melihat kriteria yaitu jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka secara simultan variabel bebas (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan hasil uji simultan (uji F) sebagai berikut:

**Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1084,052	1	1084,052	207,234	,000 <sup>b</sup>
	Residual	643,420	123	5,231		
	Total	1727,472	124			

a. Dependent Variable: Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya

b. Predictors: (Constant), Tayangan Televisi

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada tabel 4.18 di atas menunjukkan nilai F hitung lebih besar dibanding nilai F tabel yaitu  $207,234 > 3,92$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya variabel Tayangan Televisi (X) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis H0 ditolak dan hipotesis H1 diterima, dengan kata lain terdapat efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor.

#### 4.8.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel bebas (X) secara individual atau parsial dapat menerangkan variabel terikat (Y). Uji parsial (uji t) dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan melihat kriteria yaitu jika t hitung  $>$  t tabel dan nilai signifikansi  $t < 0,05$  maka secara individual atau parsial variabel bebas (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, didapatkan hasil uji parsial (uji t) sebagai berikut:

**Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,247	1,858		5,515	,000
	Tayangan Televisi	,367	,026	,792	14,396	,000

a. Dependent Variable: Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.19 di atas menunjukkan nilai t hitung lebih besar dibanding nilai t tabel yaitu  $14,396 > 1,979$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya variabel Tayangan Televisi (X) memiliki pengaruh yang signifikan secara individual atau parsial terhadap variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis H0 ditolak dan hipotesis H1 diterima, dengan kata lain terdapat

efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor.

#### 4.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (X) dalam menerangkan variasi dari variabel dependen (Y). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,792 <sup>a</sup>	,628	,625	2,287

a. Predictors: (Constant), Tayangan Televisi

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel 4.20 di atas menunjukkan nilai korelasi atau hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) pada kolom tabel R sebesar 0,792 sedangkan nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,625. Dengan kata lain, besarnya pengaruh variabel Tayangan Televisi (X) terhadap variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) yaitu 0,628 atau 62,8% dan sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti motif menonton, perkembangan teknologi komunikasi, literasi atau pendidikan. Sehingga diperlukan pengembangan lebih lanjut terkait topik penelitian ini oleh peneliti selanjutnya dengan kajian literatur dan referensi lainnya.

#### 4.9 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara satu variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y). Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.21 Koefisien Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,247	1,858		5,515	,000
	Tayangan Televisi	,367	,026	,792	14,396	,000

a. Dependent Variable: Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya

**Sumber: Data Primer, 2023**

Berdasarkan koefisien regresi linear sederhana pada tabel 4.21 di atas menunjukkan nilai koefisien konstanta untuk variabel Tayangan Televisi (X) sebesar 10.247 sedangkan nilai koefisien variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) sebesar 0,367. Berikut persamaan regresi linear dalam penelitian ini:

$$Y = a + b.X$$

$$Y = 10.247 + 0,367 X$$

**Keterangan:**

Y = Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya

X = Tayangan Televisi

Berdasarkan data di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta sebesar 10.247 memiliki makna bahwa rata-rata variabel Tayangan Televisi (X) sebelum dipengaruhi oleh variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) akan menurun sebesar 10.247 jika variabel Tayangan Televisi (X) bersifat tidak konstan (mengalami perubahan). Dengan kata lain, adanya variabel Tayangan Televisi dalam penelitian ini dapat berpengaruh untuk meningkatkan Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya.
2. Koefisien regresi variabel X sebesar 0,367 memiliki makna bahwa setiap penambahan 1% nilai Tayangan Televisi, maka nilai Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya akan bertambah sebesar 0,367. Koefisien regresi ini bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Tayangan Televisi (X) terhadap variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) adalah positif.

**4.10 Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dalam melihat “Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial Dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor” yang dijabarkan dalam uji hipotesis di atas. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang telah dilakukan menunjukkan nilai t hitung lebih besar dibanding nilai t tabel yaitu  $14.396 > 1.979$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya variabel Tayangan Televisi (X) memiliki pengaruh yang signifikan secara individual atau parsial terhadap variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y). Sehingga dapat disimpulkan dalam uji parsial (uji t), hipotesis H1 yang menyatakan “Terdapat efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor” dapat diterima.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang telah dilakukan menunjukkan nilai F hitung lebih besar dibanding nilai F tabel yaitu  $207,234 > 3,92$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya variabel Tayangan Televisi (X) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y). Sehingga dapat disimpulkan dalam uji simultan (uji F), hipotesis H1 yang menyatakan “Terdapat

efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor” dapat diterima.

Selain dua uji hipotesis di atas, penelitian ini juga menggunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Tayangan Televisi (X) dalam menerangkan variasi dari variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y). Didapatkan nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,628. Dengan kata lain, efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 memiliki pengaruh sebesar 0,628 atau 62,8% dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor dan sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini misalnya motif menonton, perkembangan teknologi komunikasi, literasi atau pendidikan.

Efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor juga dapat dilihat dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 125 responden yang menunjukkan bahwa tayangan Jejak Petualang Trans7 sudah memenuhi 3 efek tayangan televisi. Peneliti telah mengklasifikasikan beberapa pernyataan kuesioner pada setiap variabel yang termasuk ke dalam 3 efek tayangan televisi dengan hasil sebagai berikut:

#### 1. **Efek Kognitif**

Efek kognitif dalam penelitian ini dapat dilihat pada responden yang mendapatkan pengetahuan baru seputar informasi sosial dan budaya dari berbagai penjuru Indonesia setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7, hal ini dapat dibuktikan melalui hasil kuesioner pada variabel **Tayangan Televisi (X)** dengan indikator berikut:

##### a. **X1.2 Waktu Penayangan**

Pada pernyataan WP1 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,50 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 63 responden menyatakan sangat setuju dan 61 responden menyatakan setuju artinya sebanyak 124 responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang. Selain itu, sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan WP1 artinya responden tersebut tidak mengalami efek kognitif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena waktu penayangan Jejak Petualang dirasa tepat sehingga responden dapat menyerap lebih banyak informasi baru terkait kegiatan dari masyarakat lokal, adanya rasa saling tolong menolong dan berinteraksi antar sesama.

Pada pernyataan WP2 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,20 (tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 77 responden menyatakan setuju dan 37 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 114 responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang. Selain itu, sebanyak 11 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan WP2 artinya responden tersebut tidak mengalami efek kognitif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena pemilihan jam tayang Jejak Petualang dirasa tepat karena responden berada di waktu senggang

sehingga mereka dapat menyerap lebih banyak informasi baru terkait nilai-nilai kebaikan yang ada dalam tayangan Jejak Petualang seperti adanya kebersamaan antar masyarakat dalam berbagai kegiatan serta masyarakat yang masih menjunjung tinggi aturan adat.

Pada pernyataan WP3 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,33 (sangat tinggi) dengan jawaban kuesioner menunjukkan 82 responden menyatakan setuju dan 42 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 124 responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang. Selain itu, sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan WP3 artinya responden tersebut tidak mengalami efek kognitif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena durasi tayangan Jejak Petualang dirasa tepat sehingga responden tidak cepat merasa bosan dan mereka dapat menyaksikan tayangan Jejak Petualang lebih lama. Hal ini juga menyebabkan responden dapat menyerap lebih banyak informasi baru terkait adanya interaksi sosial dan kebudayaan yang masih terus dipertahankan oleh masyarakat daerah membuat mereka bersatu dan saling menghargai antar sesama.

**b. X1.3 Kemasan Acara**

Pada pernyataan KA1 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,41 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 74 responden menyatakan setuju dan 51 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 125 responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena Jejak Petualang menampilkan judul yang selalu mewakili isi dari keseluruhan segmen seperti episode dengan judul “Serpihan Tradisi Jawa” seluruh segmennya menampilkan berbagai kegiatan tradisi di berbagai wilayah Jawa sehingga responden memperoleh informasi baru terkait beberapa tradisi yang masih dilestarikan oleh masyarakat setempat.

Pada pernyataan KA4 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,50 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 63 responden menyatakan sangat setuju dan 62 responden menyatakan setuju artinya sebanyak 125 responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena Jejak Petualang menampilkan daerah yang berbeda pada setiap episodenya sehingga responden memperoleh informasi baru terkait beragam keunikan dari setiap daerah yang diliput seperti tradisi, budaya, bahasa, adat istiadat, pakaian, makanan tradisional maupun kerajinan tangan.

**c. X1.4 Gaya Penampilan Pesan**

Pada pernyataan GPP2 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,40 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 73 responden menyatakan setuju dan 51 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 124 responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang. Selain itu, sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan GPP2 artinya responden tersebut tidak mengalami efek kognitif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa

mayoritas responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena responden mendapatkan informasi baru terkait cara bertoleransi dengan orang lain di tengah perbedaan contohnya bersikap ramah, murah senyum dan mau membantu sesama seperti yang dilakukan oleh pembawa acara Jejak Petualang dengan masyarakat daerah.

Pada pernyataan GPP5 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,39 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 76 responden menyatakan setuju dan 49 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 125 responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena responden memperoleh informasi dari narator pada akhir segmen seputar pesan positif agar para pemirsa dapat menjaga alam dan bersyukur atas segala nikmat yang telah diberikan.

Selain itu terdapat pula efek kognitif dalam variabel **Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)** dengan indikator berikut:

**a. Y1.1 Bahasa**

Pada pernyataan B5 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,19 (tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 83 responden menyatakan setuju dan 33 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 116 responden mengalami efek kognitif. Selain itu, sebanyak 9 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan B5 artinya responden tersebut tidak mengalami efek kognitif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena narator dan pembawa acara selalu menjelaskan makna *gesture* (gerakan tubuh) yang dilakukan oleh masyarakat pada saat melakukan kegiatan tradisi sehingga responden memperoleh informasi baru terkait setiap hal yang berhubungan dengan tradisi seperti *gesture* (gerakan tubuh) yang memiliki suatu makna tertentu dan dipercaya oleh masyarakat.

**b. Y1.2 Mental (Simbol)**

Pada pernyataan MS1 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,45 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 65 responden menyatakan setuju dan 58 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 123 responden mengalami efek kognitif. Selain itu, sebanyak 2 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan MS1 artinya responden tersebut tidak mengalami efek kognitif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena beberapa episode Jejak Petualang menampilkan kegiatan yang jarang dilakukan oleh masyarakat modern sehingga responden memperoleh informasi baru seperti adanya tradisi berburu bahan masakan yang masih sering dilakukan oleh masyarakat pedalaman dan tidak dilakukan oleh masyarakat modern pada umumnya.

Pada pernyataan MS3 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,39 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 72 responden menyatakan setuju dan 51 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 123 responden mengalami efek kognitif. Selain itu, sebanyak 2 responden

menyatakan tidak setuju dengan pernyataan MS3 artinya responden tersebut tidak mengalami efek kognitif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena Jejak Petualang menampilkan beberapa simbol yang menjadi identitas suatu daerah seperti makanan tradisional rendang yang identik dengan wilayah Sumatera Barat serta adanya narasi berupa informasi terkait simbol tersebut sehingga responden memperoleh informasi baru mengenai simbol yang dapat menjadi identitas dari suatu daerah.

Pada pernyataan MS4 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,39 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 74 responden menyatakan setuju dan 50 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 124 responden mengalami efek kognitif. Selain itu, sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan MS4 artinya responden tersebut tidak mengalami efek kognitif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena Jejak Petualang menampilkan beberapa simbol daerah dan adanya informasi dari narator yang menyampaikan bahwa simbol dapat dipengaruhi oleh tempat tinggal masyarakat contohnya kerajinan seni rupa masyarakat yang tinggal di dalam hutan biasanya berbahan dasar rotan, dengan adanya narasi ini membuat responden memperoleh informasi baru terkait suatu simbol daerah dapat dipengaruhi oleh tempat tinggal masyarakat.

Pada pernyataan MS5 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,52 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 66 responden menyatakan sangat setuju dan 58 responden menyatakan setuju artinya sebanyak 124 responden mengalami efek kognitif. Selain itu, sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan MS5 artinya responden tersebut tidak mengalami efek kognitif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek kognitif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena Jejak Petualang menampilkan keragaman simbol daerah dan adanya informasi dari narator yang menyampaikan bahwa simbol bisa menjadi ciri khas suatu daerah seperti suara lantang pada beberapa daerah dianggap sebagai hal yang tidak sopan namun pada daerah tertentu logat suara lantang merupakan hal yang lumrah, dengan adanya narasi ini membuat responden memperoleh informasi baru terkait suatu simbol yang dapat menjadi ciri khas suatu daerah, sehingga nantinya dapat meminimalkan kesalahpahaman yang akan terjadi akibat adanya perbedaan di tengah masyarakat.

## 2. Efek Afektif

Efek afektif dalam penelitian ini dapat dilihat pada pemirsa yang menunjukkan suatu perasaan tertentu setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7, hal ini dibuktikan melalui hasil kuesioner pada variabel **Tayangan Televisi (X)** dengan indikator berikut:

### a. XI.3 Kemasan Acara

Pada pernyataan KA3 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,53 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 66 responden menyatakan sangat setuju dan 59 responden menyatakan setuju artinya sebanyak 125 responden mengalami efek afektif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena adanya alunan musik tradisional yang disajikan dalam tayangan Jejak Petualang membuat responden ikut merasakan suasana kedaerahan yang kuat pada setiap episodenya.

### b. XI.4 Gaya Penampilan Pesan

Pada pernyataan GPP4 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,32 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 79 responden menyatakan setuju dan 43 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 122 responden mengalami efek afektif. Selain itu, sebanyak 3 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan GPP4 artinya responden tersebut tidak mengalami efek afektif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek afektif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena dengan adanya ekspresi wajah (mimik) dari pembawa acara dan masyarakat pada saat melakukan suatu kegiatan atau saling berinteraksi membuat responden merasakan situasi emosional dari kedua belah pihak sehingga responden dapat mengetahui dan merasakan suasana yang sedang terjadi.

### c. XI.5 Pemahaman Pesan

Pada pernyataan PP1 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,50 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 63 responden menyatakan sangat setuju dan 61 responden menyatakan setuju artinya sebanyak 124 responden mengalami efek afektif. Selain itu, sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan PP1 artinya responden tersebut tidak mengalami efek afektif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek afektif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena tayangan Jejak Petualang menyajikan beragam kebudayaan dari berbagai daerah Indonesia sehingga responden ikut merasa bangga dan bersyukur menjadi warga Indonesia yang memiliki beragam budaya.

Pada pernyataan PP3 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,07 (tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 77 responden menyatakan setuju dan 29 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 106 responden mengalami efek afektif. Selain itu, sebanyak 18 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan PP3 artinya sebanyak 19 responden tidak mengalami efek afektif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek afektif setelah menyaksikan tayangan Jejak

Petualang, hal ini terjadi karena Jejak Petualang menampilkan beragam bahasa dari berbagai daerah Indonesia sehingga membuat adanya rasa ketertarikan responden untuk mempelajari bahasa daerah secara lebih lanjut sehingga nantinya dapat melestarikan bahasa daerah tersebut.

Pada pernyataan PP4 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,16 (tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 87 responden menyatakan setuju dan 29 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 116 responden mengalami efek afektif. Selain itu, sebanyak 9 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan PP4 artinya responden tersebut tidak mengalami efek afektif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek afektif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena tayangan Jejak Petualang menampilkan berbagai simbol daerah yang unik sehingga membuat adanya rasa ketertarikan responden untuk mempelajari simbol daerah yang ditayangkan secara lebih lanjut sehingga nantinya dapat mengetahui makna dan dapat melestarikan simbol tersebut kepada masyarakat lainnya.

Pada pernyataan PP5 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,24 (tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 81 responden menyatakan setuju dan 37 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 118 responden mengalami efek afektif. Selain itu, sebanyak 7 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan PP5 artinya responden tersebut tidak mengalami efek afektif. Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek afektif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena adanya ketertarikan responden dalam menyebarkan informasi sosial dan budaya yang telah diterima melalui teknologi terkini sehingga dapat melestarikan dan menjaga kebudayaan Indonesia agar tetap dikenal oleh seluruh masyarakat di tengah gempuran informasi mengenai kebudayaan luar yang masuk melalui teknologi tersebut.

Selain itu terdapat pula efek afektif dalam variabel **Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)** dengan indikator berikut:

**a. Y1.1 Bahasa**

Pada pernyataan B1 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,64 (sangat tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 80 responden menyatakan sangat setuju dan 45 responden menyatakan setuju artinya sebanyak 125 responden mengalami efek afektif setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7, hal ini terjadi karena Jejak Petualang menampilkan beragam bahasa dari berbagai daerah di Indonesia sehingga membuat responden merasakan bahwa Indonesia memiliki beragam bahasa yang unik dan berbeda di setiap daerahnya.

### 3. **Efek Konatif (Behavioral)**

Efek konatif dalam penelitian ini dapat dilihat pada pemirsa yang menunjukkan suatu tindakan tertentu setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7, hal ini dibuktikan melalui hasil kuesioner pada variabel **Tayangan Televisi (X)** dengan indikator berikut:

#### a. **X1.5 Pemahaman Pesan**

Pada pernyataan PP2 diperoleh skor rata-rata sebesar 3,17 (tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 78 responden menyatakan setuju dan 34 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 112 responden mengalami efek konatif (behavioral). Selain itu, sebanyak 13 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan PP2 artinya responden tersebut tidak mengalami efek konatif (behavioral). Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek konatif (behavioral) setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena adanya tindakan responden yaitu dapat menceritakan kembali informasi yang diterima dari tayangan Jejak Petualang, sehingga responden dapat ikut serta dalam melestarikan kebudayaan Indonesia.

Selain itu terdapat pula efek konatif (behavioral) dalam variabel **Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)** dengan indikator berikut:

#### a. **Y1.1 Bahasa**

Pada pernyataan B3 diperoleh skor rata-rata sebesar 2,87 (tinggi), dengan jawaban kuesioner menunjukkan 64 responden menyatakan setuju dan 25 responden menyatakan sangat setuju artinya sebanyak 89 responden mengalami efek konatif (behavioral). Selain itu, sebanyak 31 responden menyatakan tidak setuju dan 5 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan B3 artinya sebanyak 36 responden tidak mengalami efek konatif (behavioral). Dari hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami efek konatif (behavioral) setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, hal ini terjadi karena adanya tindakan responden yaitu menerapkan bahasa daerah yang mereka dengar pada tayangan Jejak Petualang dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan beberapa penjelasan dari hasil uji yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kebutuhan informasi sosial dan budaya dari masyarakat Kabupaten Bogor sudah cukup terpenuhi dan tayangan Jejak Petualang Trans7 terbukti efektif dalam menyebarkan informasi sosial dan budaya. Efektivitas tayangan Jejak Petualang dalam memberikan informasi sosial dan budaya dapat dilihat dari kemampuan masyarakat Kabupaten Bogor dalam merepresentasikan informasi sosial dan budaya pada bentuk bahasa dan mental (simbol) dalam tayangan Jejak Petualang. Selain itu, Jejak Petualang juga sudah tayang selama 20 tahun artinya efek dari tayangan Jejak Petualang Trans7 sudah tidak sampai di level pengetahuan saja, akan tetapi sudah dapat memenuhi 3 efek tayangan televisi, hal ini dibuktikan dengan mayoritas responden yang mengalami 3 efek tayangan setelah menyaksikan program Jejak Petualang Trans7 seperti dampak kognitif yang terjadi selama masa pemahaman dan pengolahan informasi baru yang mereka terima terkait sosial dan budaya Indonesia, dampak afektif yang terjadi ketika masyarakat Kabupaten Bogor memiliki rasa bangga terhadap beragamnya sosial

dan budaya Indonesia, rasa ketertarikan untuk mempelajari bahasa dan simbol daerah serta adanya rasa ketertarikan untuk menyebarkan informasi tersebut dalam teknologi terkini, dampak konatif (behavioral) yang terjadi karena adanya tindakan yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Bogor seperti penerapan bahasa dalam kehidupan sehari-hari dan adanya kemampuan dalam menceritakan informasi sosial dan budaya yang telah diterima kepada masyarakat lainnya. Adapun beberapa masyarakat yang tidak terkena 3 efek tayangan televisi ini disebabkan karena adanya beberapa responden yang menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7 hanya satu kali dalam satu minggu, sehingga responden tersebut tidak mengalami efek secara langsung dan butuh waktu serta proses untuk dapat menciptakan efek tersebut. Selain itu, beberapa responden juga tidak tergabung ke dalam suatu komunitas seperti komunitas pecinta alam sehingga mereka tidak dapat menyalurkan minat dan bakatnya dalam bidang sosial maupun kebudayaan.

#### **4.11 Teori *Uses and Effects* Berdasarkan Hasil Penelitian**

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Effect* yang digagas oleh Sven Widhal pada tahun 1979, teori ini menekankan pada pola kegunaan media yang dikonsumsi oleh khalayak dalam situasi tertentu beserta efek atau dampak yang akan terjadi setelah mengonsumsi media. Dengan kata lain, pemahaman dan perkiraan hasil dari suatu proses komunikasi dapat diperoleh melalui motif dan penggunaan media dalam memenuhi fungsi dan pemenuhan harapan tertentu dari khalayak (Sendjaja et al., 2014).

Pada teori *Uses and Effects*, khalayak dapat berperan aktif dalam memilih suatu media yang sesuai dengan beberapa faktor tertentu seperti karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media serta tingkat akses terhadap media. Dengan adanya beberapa faktor ini akan membawa khalayak dalam mengambil keputusan untuk menggunakan isi dari media massa (Humaizi, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Teori *Uses and Effects* ini sangat relevan dengan penelitian, berikut hubungan antara teori *Uses and Effects* dengan penelitian ini:

1. Konsep “*Uses*” dalam penelitian ini merujuk pada banyaknya masyarakat Kabupaten Bogor yang memilih media televisi sebagai media yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka, hal ini dibuktikan pada hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kabupaten Bogor menyaksikan tayangan televisi sebanyak 7 kali dalam satu minggu. Media televisi menawarkan beragam informasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, salah satunya kebutuhan informasi sosial dan budaya dalam bentuk informasi pola tindak sistem sosial budaya Indonesia (tercermin melalui kegiatan gotong royong, musyawarah, mufakat dan dinamis), karakteristik masyarakat lokal, serta nilai-nilai sosial yang terkandung di dalam kemasyarakatan yang membuat kehidupan di dalamnya menjadi lebih baik. Banyaknya program televisi yang menyajikan informasi sosial dan budaya membuat khalayak dapat berperan aktif dalam memilih tayangan yang sesuai dengan pemenuhan kebutuhan informasi mereka, salah satu program televisi yang menyajikan informasi terkait sosial dan budaya Indonesia adalah tayangan Jejak Petualang Trans7. Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat Kabupaten Bogor memilih tayangan Jejak Petualang

Trans7 sebagai tayangan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi sosial dan budaya mereka. Hal ini dibuktikan pada data penelitian yang menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor menyaksikan tayangan Jejak Petualang sebanyak 1 – 4 kali dalam satu minggu. Tayangan Jejak Petualang Trans7 dipilih karena program tersebut masih mempertahankan konsepnya sebagai tayangan yang memberikan edukasi seputar kegiatan realitas sosial masyarakat dan kebudayaan Indonesia sejak 20 tahun yang lalu. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat faktor lain yang menyebabkan masyarakat Kabupaten Bogor menyukai tayangan Jejak Petualang Trans7 seperti waktu penayangan yang tepat dengan skor rata-ran sebesar 3,18 (tinggi) sehingga masyarakat dapat terus menyaksikan tayangan Jejak Petualang tanpa terganggu aktivitas lainnya, kemasan acara yang baik dan menarik dengan skor rata-ran sebesar 3,41 (sangat tinggi) membuat masyarakat tidak cepat bosan ketika menyaksikan tayangan Jejak Petualang, serta adanya gaya penampilan pesan yang unik, menarik dan informatif dari pembawa acara, narator dan masyarakat lokal dengan skor rata-ran sebesar 3,37 (sangat tinggi) membuat masyarakat tidak mudah jenuh sehingga dapat memahami informasi yang disampaikan.

2. Konsep “*Effects*” dalam penelitian ini merujuk pada dampak yang terjadi terhadap masyarakat Kabupaten Bogor setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7. Besarnya efek atau dampak yang dihasilkan dari tayangan Jejak Petualang dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor tidak terlepas dari isi konten yang dikemas secara menarik dan informatif sehingga membuat tingginya minat masyarakat dalam menyaksikan tayangan Jejak Petualang Trans7. Semakin tinggi frekuensi menonton maka semakin tinggi pula tingkat pemahaman pesan dari khalayak sehingga dampak yang ditimbulkan menjadi lebih besar, dengan besarnya frekuensi masyarakat dalam menyaksikan tayangan Jejak Petualang ini maka tingkat pemahaman pesan masyarakat Kabupaten Bogor terhadap isi konten tayangan Jejak Petualang Trans7 menjadi tinggi hal ini dibuktikan dalam hasil analisis skor rata-ran pada indikator pemahaman pesan dengan skor sebesar 3,22 (tinggi). Dengan pemahaman isi konten yang tinggi juga membuat masyarakat Kabupaten Bogor dapat merepresentasikan informasi sosial dan budaya tersebut dalam bentuk bahasa dengan skor rata-ran sebesar 3,32 (sangat tinggi) dan dalam bentuk mental (simbol) dengan skor rata-ran sebesar 3,38 (sangat tinggi). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tayangan Jejak Petualang Trans7 dapat memberikan dampak atau efek yang positif terkait penambahan informasi sosial dan budaya dari tayangan Jejak Petualang Trans7, hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tayangan Jejak Petualang Trans7 memiliki pengaruh sebesar 0,628 atau 62,8% dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor. Efek yang ditimbulkan dari tayangan Jejak Petualang Trans7 terhadap masyarakat Kabupaten Bogor ini sudah dapat memenuhi 3 efek tayangan televisi yaitu efek kognitif yang terjadi selama masa pemahaman dan pengolahan informasi baru yang mereka terima terkait sosial dan budaya Indonesia pada tayangan Jejak Petualang Trans7, efek afektif yang terjadi ketika masyarakat Kabupaten Bogor memiliki rasa

bangga terhadap beragamnya sosial dan budaya Indonesia seperti bahasa dan simbol yang menjadi identitas dari suatu daerah, rasa ketertarikan untuk mempelajari bahasa dan simbol daerah secara lebih lanjut serta adanya rasa ketertarikan untuk menyebarkan informasi tersebut melalui teknologi terkini, efek konatif (*behavioral*) yang terjadi karena adanya tindakan yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Bogor seperti penerapan bahasa daerah dalam kehidupan sehari-hari dan adanya kemampuan menceritakan kembali informasi sosial dan budaya yang telah diterima kepada masyarakat lainnya.

## **BAB 5 PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terkait Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 125 responden dalam penelitian ini terdapat beberapa karakteristik dari responden di antaranya usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan pendidikan terakhir. Pertama, karakteristik usia menunjukkan bahwa responden didominasi usia 15-24 tahun dengan persentase sebesar 92,8% usia tersebut mendominasi karena sesuai dengan segmentasi tayangan Jejak Petualang Trans7 yaitu Remaja – Bimbingan Orang Tua (R-BO) atau cocok untuk usia 13 tahun ke atas dengan bimbingan orang tua. Usia ini juga sesuai dengan pernyataan dari survei nielsen Indonesia yang menyatakan bahwa rentang usia tersebut dikategorikan sebagai gen z yang gemar melakukan kegiatan *traveling* atau berlibur. Kedua, karakteristik jenis kelamin responden didominasi oleh perempuan sebesar 69,6% hal ini relevan karena saat ini banyak perempuan yang menyukai kegiatan *traveling* atau berlibur dan sudah banyak juga komunitas pecinta alam yang beranggotakan perempuan. Ketiga, karakteristik jenis pekerjaan di dominasi oleh kategori pelajar/mahasiswa sebesar 80,8% hal ini disebabkan oleh tingginya populasi pemuda serta adanya perubahan tren dan pola pikir pemuda yang menganggap suatu perjalanan dilakukan bukan hanya untuk menikmati destinasi wisatanya saja akan tetapi dapat menambah wawasan kebudayaan mereka. Keempat, karakteristik pendidikan terakhir didominasi oleh SMA/ sederajat sebesar 77,6% hal ini disebabkan karena responden sudah diberikan kebebasan waktu oleh orang tuanya sehingga ketika memiliki waktu luang mereka dapat menyaksikan tayangan televisi dan melakukan kegiatan di luar rumah seperti yang dilakukan di dalam konten tayangan Jejak Petualang Trans7.
2. Tayangan Jejak Petualang merupakan sebuah program dokumenter laporan perjalanan yang tayang di stasiun Trans7, program ini menjadi pelopor berdirinya acara petualangan di Indonesia karena sudah melakukan siaran perdananya pada bulan April 2003 dan masih eksis hingga saat ini, terhitung jumlah episode Jejak Petualang sejak tayang perdana sampai tanggal 14 Mei 2023 sebanyak 5.263 episode. Adapun hal yang mendorong berdirinya tayangan Jejak Petualang ini karena adanya rasa keingintahuan manusia untuk melakukan suatu perjalanan dan adanya arus pertukaran informasi internasional yang secara lambat laun jika tidak direspons dengan tepat maka dapat merusak pengetahuan keberadaan budaya lokal di Indonesia. Oleh karena itu, Jejak Petualang hadir dengan tujuan untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa Indonesia memiliki beragam potensi keindahan alam, realitas kehidupan sosial masyarakat dan kebudayaan yang sangat beragam. Untuk mencapai tujuan tersebut tentunya para kru Jejak Petualang

harus memperhatikan setiap proses produksi tayangan mulai dari pra produksi, produksi sampai dengan pasca produksi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 5 indikator tayangan televisi sebagai variabel X untuk mengukur kualitas program yang sudah di buat oleh para kru sehingga tujuan programnya dapat tercapai, 5 indikator tersebut yaitu Frekuensi Menonton (X1.1) dalam indikator pertama ini didapatkan hasil bahwa masyarakat Kabupaten Bogor menyaksikan tayangan televisi sebanyak 7 kali dalam satu minggu, dan menonton tayangan Jejak Petualang sebanyak 1 – 4 kali dalam satu minggu artinya masyarakat masih mencari informasi melalui media televisi dan menyukai tayangan Jejak Petualang karena sesuai dengan kebutuhan informasi mereka. Pada indikator Waktu Penayangan (X1.2) memiliki skor rata-rata sebesar 3,18 nilai ini termasuk tinggi dalam kategori skala penilaian responden, dengan kata lain responden menilai bahwa waktu penayangan Jejak Petualang setiap Selasa dan Rabu pukul 13.30 WIB serta Sabtu dan Minggu pukul 12.45 WIB dengan durasi penayangan selama 45 menit sudah tepat karena responden berada pada waktu luang sehingga dapat menyerap informasi yang disampaikan. Indikator Kemasan Acara (X1.3) memiliki skor rata-rata sebesar 3,41 nilai ini termasuk sangat tinggi dalam kategori skala penilaian responden artinya Jejak Petualang sudah dikemas dengan sangat baik sehingga khalayak tidak cepat bosan, kru Jejak Petualang mengemas tayangan dengan menampilkan judul dan lokasi yang berbeda di setiap episodenya sehingga budaya yang ditampilkan beragam, pengambilan gambar juga sangat jelas dan halus serta adanya alunan musik tradisional membuat kesan kedaerahannya menjadi lebih kuat. Pada indikator Gaya Penampilan Pesan (X1.4) memiliki skor rata-rata sebesar 3,37 dalam kategori skala penilaian responden artinya responden menilai bahwa gaya penampilan pesan pada tayangan Jejak Petualang sudah tepat dengan menampilkan pembawa acara, narator dan masyarakat asli daerah sebagai perantara penyampaian informasi sosial dan budaya. Selain itu, pembawa acara juga mengenakan pakaian yang mencerminkan jati diri seorang petualang, memiliki sifat ramah dan senang membantu masyarakat serta menampilkan ekspresi wajah yang mendukung suasana tayangan dan selalu membawakan *punching line* “ikuti jejak saya, Jejak Petualang” baik sebelum atau sesudah melakukan suatu perjalanan dan aktivitas lainnya sehingga menjadi daya tarik program Jejak Petualang. Pada indikator Pemahaman Pesan (X1.5) memiliki skor rata-rata sebesar 3,22 nilai ini termasuk sangat tinggi dalam kategori skala penilaian responden, dengan kata lain responden dapat memahami informasi atau pesan yang disampaikan oleh Jejak Petualang dengan sangat baik sehingga responden merasa bersyukur karena memiliki beragam budaya dan memiliki ketertarikan untuk mempelajari bahasa dan simbol serta menyebarkan kebudayaan Indonesia melalui teknologi terkini. Dari pemaparan tersebut disimpulkan bahwa tayangan Jejak Petualang sudah memenuhi 5 indikator tayangan dan dinilai baik oleh para responden sehingga tujuan dari program Jejak Petualang dapat tercapai.

3. Pemahaman masyarakat terkait informasi sosial dan budaya dalam bentuk bahasa dan simbol dapat dilihat dari variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y) yang memiliki 2 indikator, pada indikator

Bahasa (Y1.1) memiliki skor rata-rata sebesar 3,32 nilai ini termasuk sangat tinggi dalam kategori skala penilaian responden, dengan kata lain responden merasa bersyukur atas beragamnya bahasa di Indonesia. Selain itu, adanya gaya bahasa yang tepat, intonasi yang jelas serta penjelasan dari narator dan pembawa acara terkait bahasa dan gerakan (*gesture*) saat melakukan kegiatan tradisi membuat masyarakat lebih memahami dan dapat menggunakan bahasa daerah tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Pada Indikator Mental (Simbol) (Y1.2) memiliki skor rata-rata sebesar 3,38 nilai ini termasuk sangat tinggi dalam kategori skala penilaian responden, dengan kata lain responden merasa bersyukur atas beragamnya simbol kebudayaan yang menjadi ciri khas suatu daerah di Indonesia. Selain itu, adanya penjelasan mengenai perbedaan makna simbol pada setiap daerahnya akan meminimalkan terjadinya kesalahpahaman antar sesama dan adanya penjelasan mengenai simbol yang terbentuk berdasarkan lingkungannya juga menambah informasi baru bagi masyarakat. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor sebagai responden dalam penelitian ini sudah dapat memahami serta merepresentasikan informasi sosial dan budaya dalam bentuk bahasa dan simbol dalam kehidupan sehari-hari.

4. Berdasarkan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 berpengaruh sebesar 0,628 atau 62,8% dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor dan sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti motif menonton, perkembangan teknologi komunikasi, literasi atau pendidikan. Di samping itu, berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang telah dilakukan menunjukkan nilai t hitung lebih besar dibanding nilai t tabel yaitu  $14.396 > 1.979$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya Tayangan Televisi (X) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara individual atau parsial terhadap Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y). Sehingga dapat disimpulkan dalam uji parsial (uji t), hipotesis H1 yang menyatakan “Terdapat efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor” dapat diterima. Efektivitas yang ditimbulkan dari tayangan Jejak Petualang Trans7 terhadap masyarakat Kabupaten Bogor ini sudah dapat memenuhi 3 efek tayangan televisi yaitu efek kognitif yang terjadi selama masa pemahaman dan pengolahan informasi baru yang mereka terima terkait sosial dan budaya Indonesia, efek afektif yang terjadi ketika masyarakat memiliki rasa bangga terhadap beragamnya sosial dan budaya Indonesia seperti bahasa dan simbol yang menjadi identitas dari suatu daerah, rasa ketertarikan untuk mempelajari bahasa dan simbol daerah secara lebih lanjut serta adanya rasa ketertarikan untuk menyebarkan informasi tersebut melalui teknologi terkini, efek konatif (*behavioral*) yang terjadi karena adanya tindakan yang dilakukan oleh masyarakat seperti penerapan bahasa daerah dalam kehidupan sehari-hari dan adanya kemampuan menceritakan kembali informasi sosial dan budaya kepada masyarakat lainnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak Jejak Petualang Trans7 dan pihak terkait lainnya, adapun saran yang ingin disampaikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Untuk para pemirsa atau khalayak harus bisa memilih tayangan televisi yang bukan hanya bisa memenuhi kebutuhan hiburan saja, tetapi juga harus memberikan edukasi sehingga nantinya dapat menambah pengetahuan, informasi serta wawasan yang lebih luas.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial dalam memberikan informasi sosial dan budaya kepada masyarakat Kabupaten Bogor. Oleh karena itu, pihak Jejak Petualang harus bisa mempertahankan keunggulan kemasan acara serta penyampaian pesan yang mengedepankan aspek informatif dan mendidik terkait potensi sosial dan budaya Indonesia agar setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang para pemirsa dapat lebih mengenal, mencintai dan melestarikan potensi tersebut. Selain itu, pihak Jejak Petualang Trans7 juga harus bisa meningkatkan tayangannya dengan cara mendengarkan *feedback* dari pemirsa, meningkatkan kreativitasnya dalam membuat isi konten dan menggunakan teknologi terkini dalam proses produksi sehingga akan selalu unggul dibandingkan dengan tayangan sejenis.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan menggunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa efektivitas tayangan Jejak Petualang Trans7 berpengaruh sebesar 62,8% dalam memberikan informasi sosial dan budaya terhadap masyarakat Kabupaten Bogor dan sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, untuk peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian sejenis diharapkan menambah sumber kajian atau referensi lainnya agar dapat mengembangkan variabel berdasarkan faktor lain yang tidak digunakan pada penelitian ini misalnya motif menonton, perkembangan teknologi komunikasi, literasi atau pendidikan agar dapat menambah pengetahuan atau wawasan yang dimiliki oleh tayangan televisi serta mengetahui bagaimana dampaknya pada para pemirsa atau khalayak yang menyaksikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Anditya, A. W. (2020). *Penanaman Nilai-Nilai Pancasila Melalui Kontrol Sosial Oleh Media Massa Untuk Menekan Kejahatan di Indonesia*.
- Andriansyah, A. (2015). *Efektivitas Program Tayangan Indonesia Bagus Dalam Memberikan Informasi Seni dan Kebudayaan Kepada Masyarakat*.
- Annur, C. M. (2022). *Survei Nielsen Indonesia: Mayoritas Pengguna Televisi Di Republik Indonesia Berusia 50 Tahun Ke Atas*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/09/survei-nielsen-indonesia-mayoritas-pengguna-televisi-di-ri-berusia-50-tahun-ke-atas>.
- Apriliyani, A. (2022). *Milenial Dan Gen Z Jadi Yang Paling Sering Melakukan Traveling*.  
<https://kumparan.com/kumparantravel/milenial-dan-gen-z-jadi-yang-paling-sering-melakukan-traveling-1zReed7fvDT>.
- Apriyanti, S. (2019). *Analisis Produksi Program Saliha Net TV*.
- Bachtiar, A. D. (2018). *Pengaruh Terpaan Tayangan Jejak Petualang Di Trans 7 Terhadap Minat Traveling (Studi Pada Anggota Komunitas Backpacker Malang Raya)*.
- Badan Pemeriksa Keuangan. (2021). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 88 Tahun 2021 Tentang Strategi Nasional Kelanjutusiaan*.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/178090/Perpres-No-88-Tahun-2021>.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Hasil Sensus Penduduk*.  
<https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020>.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Usia dan Jenis Kelamin di Kabupaten Bogor*.  
<https://bogorkab.bps.go.id/indicator/12/115/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-bogor>.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi, 2021*.  
[https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_pub/UFpWMmJZOVZIZTJnc1pXaHhDV1hPQT09/Da\\_01/1](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/UFpWMmJZOVZIZTJnc1pXaHhDV1hPQT09/Da_01/1).
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan (Jiwa), 2019 - 2021*.  
<https://bogorkab.bps.go.id/indicator/12/29/1/jumlah-penduduk>.
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. RajaGrafindo Persada.

- Christanta, B. K. (2020). *Experience Economy Dalam Pengalaman Peserta Event Sabilulumpat Color Run Di Kabupaten Bandung*.
- Dewi, Q. R., & Wihardi, D. (2018). *Strategi Kreatif Produser Program Jejak Petualang Di Trans 7 Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia*.
- Fachrudin, A. (2017). *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing*. Kencana.
- Febriawan, R. (2020). *Efektivitas Program Acara 86 NET Terhadap Peningkatan Kesadaran Tertib Berlalu Lintas (Studi Kasus Masyarakat Kota Bogor)*.
- Gunaesa, I. (2021). *Kampung Budaya Sindangbarang Tertua Di Bogor*. <https://bandungklik.com/kampung-budaya-sindangbarang-tertua-di-bogor/pariwisata/cagar-budaya/>.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press.
- Jainita, U. (2020). *Riset Nielsen Tunjukkan Kenaikan Jumlah Penonton*. <https://www.antaraneews.com/berita/3010785/riset-nielsen-tunjukkan-kenaikan-jumlah-penonton-tv-indonesia>.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). *Peta Lokasi Penyiaran*. <https://siarandigital.kominfo.go.id/wilayah-siaran>.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2021). *Hasil Riset Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode 1 Tahun 2021*. <https://drive.google.com/file/d/1H1qJkXfDaOBFFaMg22FXIFFuBHdqxKJv/view>.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2022). *Teliti Klasifikasi Usia Isi Siaran Televisi*. <https://www.kpidkalbar.or.id/2022/11/teliti-klasifikasi-usia-isi-siaran.html>.
- Kusumaizi. (2022). *Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Bogor Tembus 8 Juta Pada Tahun 2022*. <https://pakuanraya.com/kunjungan-wisatawan-ke-kabupaten-bogor-tembus-8-juta-pada-tahun-2022/>.
- Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Kreatif Siaran Televisi*. Prenadamedia Group.
- Lenaini, I. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling*.
- Madew, I. Z. (2020). *Pengaruh Menonton Indonesia Lawyers Club (ILC) Terhadap Wawasan Informasi Politik Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Di TV One*.
- Novemby, S. (2020). *Analisis Semiotika Representasi Peran Guru Dalam Film Big Brother*.
- Octaviani, R. (2016). *Efektivitas Tayangan Dua Hijab Di Trans 7 Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi (Survei Pada Mahasiswi FISIP Ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta)*.

- Open Data Jawa Barat. (2020). *Kabupaten Bogor Berpenduduk Terbanyak Se Indonesia*.  
<https://opendata.jabarprov.go.id/id/infografik/kabupaten-bogor-berpenduduk-terbanyak-se-indonesia>.
- Prasetia, I. (2018). *Efektivitas Program Acara Dunia Hand Made GTV Dalam Menambah Pengetahuan Pemanfaatan Barang Bekas (Studi Kasus Siswa Kelas 5 dan 6 SDN Gunung Batu 1 Kota Bogor)*.
- Pratama, M. D. A. (2014). *Pengaruh Tayangan Jejak Petualang di Trans 7 Terhadap Minat Berpetualang Siswa SMA Negeri 9 Pekanbaru*.
- Purnayudha, G. D. (2014). *Kredibilitas Reporter Dalam Memproduksi Program Berita TV (Studi Deskriptif Mengenai Kredibilitas Reporter Dalam Memproduksi Acara Redaksi Pagi Di Stasiun Televisi Trans7 Jakarta)*.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV Wade Group.
- Putri, A. I. T. (2019). *Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Hendraprihadi Sebagai Media Komunikasi Dengan Masyarakat Kota Semarang*.
- Putri, S. L., & Damayanti, M. (2017). *Peran Sumber Daya Sosial Budaya Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Gunung Merapi Desa Umbulharjo Dan Kepuharjo*.
- Rodin, R. (2020). *Informasi Dalam Konteks Sosial Budaya*. RajaGrafindo Persada.
- Rofiqoh, A. (2019). *Representasi Imam Dalam Film Munafik 1 Karya Syamsul Yusuf (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*.
- Roli, T. (2022). *Komunikasi Media Massa*. Deepublish.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. PT. Grasindo.
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). *Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus*.
- Sendjaja, S. D., Rahardjo, T., Pradekso, T., & Sunarwinadi, I. R. (2014). *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Siregar, S. (2020). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru.
- Sulistya, R. (2020). *Generasi Z Paling Banyak Habiskan Uang Untuk Liburan*.  
<https://ameera.republika.co.id/berita/qjzfz6463/generasi-z-paling-banyak-habiskan-uang-untuk-liburan>.

- Susanta, A. (2017). *Motif Pemilihan Stasiun Televisi Surya Citra Televisi (SCTV) Sebagai Tontonan Masyarakat Desa Gas Alam Badak I RT.26 Muara Badak*.
- Sya, A., & Said, F. (2020). *Pengantar Ekowisata*. Pramedia Komunikatama.
- Syafina, L. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. FEBI UIN-SU Press.
- Trans 7. *Program Jejak Petualang*.  
<https://www.trans7.co.id/programs/jejak-petualang>.
- Trans7. *Profil Perusahaan*.  
<https://www.trans7.co.Id/about#>.
- Traveloka. (2020). *Wanita Lebih Suka Traveling Ketimbang Pria*.  
<https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/wanita-lebih-suka-traveling-ketimbang-pria/19271>.
- Universitas Sains & Teknologi Komputer. (2023). *Ensiklopedia Jejak Petualang*.  
[https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/jejak\\_petualang](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/jejak_petualang).
- Untari, P. H. (2018). *Penerimaan Khalayak Tentang Bias Gender Perempuan Ber-traveling Pada Tayangan Para Petualang Cantik Di Trans7*.
- Wardani, Y. K., Herawangi, Y., & Sarwadi, A. (2020). *Peran Struktur Sosial Dalam Pembangunan Sarana Prasarana Permukiman Perkotaan (Studi Kasus: PLPBK Kelurahan Karangwaru Kecamatan Tegalrejo Kota Yogyakarta)*.
- Winata, A., Yunus, M., & Muttaqin, Z. (2022). *Kajian Penggunaan Waktu Menonton Tayangan Layar Kaca Terhadap Disiplin Belajar Siswa Di Rumah*.
- Yapari, R. (2020). *Efektivitas Tayangan "Tonight Show" NET TV Terhadap Pemenuhan Hiburan Mahasiswa Universitas Hasanuddin*.
- Yuliatik, E. (2017). *Production Assistant Dalam Program Acara Jejak Petualang Di Stasiun Trans7*.
- Yuniastuti, N. (2018). *Religiusitas Mahasiswi Pendidikan Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Tahun 2018*.

# LAMPIRAN

**Lampiran 1. Kuesioner Penelitian****EFEKTIVITAS TAYANGAN JEJAK PETUALANG TRANS7  
DALAM MEMBERIKAN INFORMASI SOSIAL DAN BUDAYA  
TERHADAP MASYARAKAT KABUPATEN BOGOR**

---

**Kuesioner Penelitian**

Kepada Yth.

Saudara/i Responden Penelitian  
Di tempat

Dengan hormat,

Saya Erisna Nurananda mahasiswi Semester 8 Universitas Pakuan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran. Dalam rangka melengkapi data penelitian yang diperlukan guna penyusunan tugas akhir skripsi, bersama ini peneliti menyampaikan kuesioner penelitian mengenai “Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor”. Oleh karena itu, peneliti berharap kesediaan dari saudara/i untuk mengisi secara lengkap kuesioner ini dengan sebenar-benarnya sesuai kondisi yang ada. Hasil yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan dipergunakan untuk kepentingan akademik dan tidak akan dipergunakan untuk kepentingan komersial.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Masyarakat Kabupaten Bogor dengan rentang usia 15 – 59 tahun.
2. Mengetahui tayangan Jejak Petualang Trans7.

Demikian permohonan ini peneliti sampaikan, atas kesediaan dari saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Erisna Nurananda

## Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Dimohon untuk para responden agar membaca terlebih dahulu pertanyaan yang diajukan dengan teliti sebelum mengisi kuesioner ini.
2. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu kolom jawaban yang sudah disediakan sesuai dengan pendapat saudara/i.

### I. Pertanyaan Khusus:

1. Apakah anda merupakan masyarakat Kabupaten Bogor?

Ya\*       Tidak

2. Apakah anda menonton tayangan televisi?

Ya\*       Tidak

3. Apakah anda mengetahui tayangan Jejak Petualang Trans7?

Ya\*       Tidak

\*Jika ketiga jawaban adalah Ya maka silakan lanjut ke pertanyaan berikutnya.

### II. Identitas Responden:

1. Nama Lengkap :

2. Usia :  Tahun

3. Jenis kelamin :

Laki – Laki                       Perempuan

4. Jenis pekerjaan :

Pelajar/Mahasiswa               Wirausaha  
 Pegawai Negeri Sipil               Ibu Rumah Tangga  
 Pegawai Swasta                       Lainnya: .....

5. Pendidikan terakhir :

SD/Sederajat                       Diploma 3 (D3)               Strata 3 (S3)  
 SMP/Sederajat                       Strata 1 (S1)  
 SMA/Sederajat                       Strata 2 (S2)

### III. Tanggapan Responden

Pertanyaan berikut merupakan indikator mengenai “Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor”. Pilihlah salah satu jawaban pada kolom yang sudah disediakan sesuai dengan pendapat saudara/i dengan skala respons sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

#### A. Variabel Tayangan Televisi (X)

##### X1.1 Frekuensi Menonton

1. Saya menonton televisi sebanyak ..... kali dalam satu minggu.
2. Saya menonton tayangan Jejak Petualang Trans7 sebanyak ..... kali dalam satu minggu.

##### X1.2 Waktu Penayangan

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Program Jejak Petualang yang tayang setiap Selasa, Rabu, Sabtu dan Minggu selalu menampilkan konten seputar kehidupan sehari-hari seperti saling berinteraksi, tolong menolong dan lain sebagainya.				
2	Pemilihan jam tayang Jejak Petualang pada pukul 13.30 WIB setiap Selasa dan Rabu, serta pukul 12.45 WIB setiap Sabtu dan Minggu sudah sesuai karena saya berada di waktu senggang sehingga saya dapat memahami nilai-nilai kebaikan yang ada dalam tayangan Jejak Petualang seperti kebersamaan, menjunjung tinggi aturan adat dan hidup sederhana.				
3	Durasi tayang program Jejak Petualang selama 45 menit sudah cukup bagi saya untuk memahami bahwa interaksi sosial dan kebudayaan yang masih terus dipertahankan membuat masyarakat bersatu dan saling menghargai antar sesama.				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
4	Sebelum program Jejak Petualang dimulai, saya sudah menunggu di saluran Trans7.				
5	Saya menyaksikan tayangan Jejak Petualang dari segmen awal hingga segmen akhir.				

### X1.3 Kemasan Acara

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Judul pada setiap episode Jejak Petualang selalu mewakili isi dari keseluruhan segmen tayangan Jejak Petualang. Misalnya episode dengan judul “Serpihan Tradisi Jawa” setiap segmennya akan menayangkan berbagai tradisi yang masih dilestarikan oleh masyarakat Jawa.				
2	Pengambilan gambar pada tayangan Jejak Petualang sudah jelas (tidak terburu-buru saat mengambil gambar dan perpindahan pengambilan gambar yang halus).				
3	Adanya alunan musik tradisional seperti gamelan, angklung, sasando, gendang, suling serta syair tradisional dalam tayangan Jejak Petualang membuat kesan kedaerahan menjadi lebih kuat.				
4	Pemilihan lokasi yang berbeda pada setiap episode Jejak Petualang membuat saya tidak merasa bosan karena selalu menemukan keunikan di setiap daerah yang diliput seperti kebudayaannya, makanan tradisional, kerajinan tangan dan lain sebagainya.				
5	Dalam setiap episodenya, pembawa acara Jejak Petualang selalu mengenakan pakaian yang mencerminkan jati diri seorang petualang seperti kaus, kemeja lapangan atau flanel, ikat kepala serta sepatu boots atau kets dan alat <i>outdoor</i> lainnya.				

### X1.4 Gaya Penampilan Pesan

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Pembawa acara yang meneriakkan <i>punching line</i> “Ikuti jejak saya, Jejak Petualang!” secara lantang dan heboh menjadi hal yang selalu saya ingat.				
2	Sifat ramah dari pembawa acara yang murah senyum dan mau membantu kegiatan masyarakat mengajarkan para penonton cara hidup bertoleransi di tengah perbedaan.				
3	Para pembawa acara dalam tayangan Jejak Petualang selalu memperhatikan tata bahasa yang baik dan sopan pada saat melakukan interaksi dengan masyarakat maupun saat menyampaikan informasi kepada penonton.				
4	Ekspresi wajah (mimik) dari pembawa acara dan masyarakat dapat mendukung suasana tayangan.				
5	Narator tayangan Jejak Petualang selalu menyisipkan pesan positif kepada para penonton di setiap episodenya seperti ajakan menjaga alam dan bersyukur atas nikmat yang diberikan.				

### X1.5 Pemahaman Pesan

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya merasa bersyukur menjadi warga Indonesia karena negara ini memiliki beragam budaya seperti bahasa, tradisi, kerajinan tangan, makanan, pakaian dan tarian.				
2	Saya mampu menceritakan kembali informasi yang saya dapatkan setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang kepada orang lain.				
3	Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya tertarik untuk mempelajari bahasa daerah secara lebih lanjut.				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
4	Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya tertarik untuk mempelajari simbol dari daerah yang ditayangkan berupa tradisi, kerajinan tangan, makanan, pakaian dan tarian secara lebih lanjut.				
5	Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya tertarik untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat luas dengan memanfaatkan teknologi terkini sehingga budaya Indonesia tidak kalah saing dengan budaya luar.				

## B. Variabel Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)

### Y1.1 Bahasa

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Tayangan Jejak Petualang membuat saya merasa bahwa negara Indonesia adalah negara yang memiliki beragam bahasa.				
2	Gaya bahasa yang digunakan oleh pembawa acara Jejak Petualang mudah dimengerti karena menggunakan bahasa sehari-hari.				
3	Saya menerapkan bahasa daerah yang saya dengar dari tayangan Jejak Petualang pada kehidupan sehari-hari.				
4	Tayangan Jejak Petualang seharusnya memberikan terjemahan kalimat ( <i>subtitle</i> ) pada saat pembawa acara dan masyarakat lokal melakukan interaksi menggunakan bahasa daerah.				
5	Saya mengetahui makna <i>gesture</i> (gerakan tubuh) yang dilakukan oleh pembawa acara dan masyarakat lokal saat melakukan kegiatan tradisi.				
6	Intonasi dalam pelafalan bahasa dari pembawa acara dan narator dapat didengar dengan jelas.				

**Y1.2 Mental (Simbol)**

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Tayangan Jejak Petualang menampilkan kegiatan yang jarang dilakukan oleh masyarakat modern, seperti tradisi berburu bahan makanan sebelum di masak.				
2	Simbol dalam bentuk musik dan tarian dalam tayangan Jejak Petualang lebih mudah diingat apabila dibandingkan dengan simbol lain.				
3	Simbol berupa tradisi, kerajinan tangan, makanan tradisional, pakaian, musik dan tarian dalam tayangan Jejak Petualang menjadi identitas atau ciri khas dari suatu daerah. Misalnya makanan tradisional rendang yang identik dengan wilayah Sumatera Barat.				
4	Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya menyadari bahwa simbol seperti tradisi, kerajinan tangan, makanan tradisional, pakaian dan tarian dipengaruhi oleh tempat tinggal masyarakat. Misalnya kerajinan seni rupa masyarakat yang tinggal di dalam hutan berbahan dasar rotan.				
5	Setelah menyaksikan tayangan Jejak Petualang, saya menyadari bahwa setiap simbol yang sama memiliki makna berbeda di setiap daerah. Misalnya pada beberapa daerah, suara lantang dianggap sebagai hal yang tidak sopan dan pada daerah lainnya suara lantang dianggap sebagai hal yang lumrah dan terkadang menjadi ciri khas orang yang berasal dari daerah tersebut.				

## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Dalam Bentuk *Google Form*

Kuesioner\_Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Dalam Memberikan Infor

Questions Responses 140 Settings

### Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor

Kepada Yth  
Saudara/i Responden Penelitian  
Di tempat

Dengan hormat,  
Saya Erisa Nurananda mahasiswa Semester 8 Universitas Pakuan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran. Dalam rangka melengkapi data penelitian yang diperlukan guna penyusunan tugas akhir skripsi, bersama ini peneliti menyampaikan kuesioner penelitian mengenai "Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Trans7 Dalam Memberikan Informasi Sosial dan Budaya Terhadap Masyarakat Kabupaten Bogor". Oleh karena itu, peneliti berharap kesediaan dari saudara/i untuk mengisi secara lengkap kuesioner ini dengan sebenar-benarnya sesuai kondisi yang ada. Hasil yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan dipergunakan untuk kepentingan akademik dan tidak akan dipergunakan untuk kepentingan komersial.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:  
1. Masyarakat Kabupaten Bogor dengan rentang usia 15-59 tahun.  
2. Mengetahui tayangan Jejak Petualang Trans7.

Demikian permohonan ini peneliti sampaikan, atas kesediaan dari saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Kuesioner\_Efektivitas Tayangan Jejak Petualang Dalam Memberikan Infor

Questions Responses 140 Settings

140 responses [View in Sheets](#)

Not accepting responses

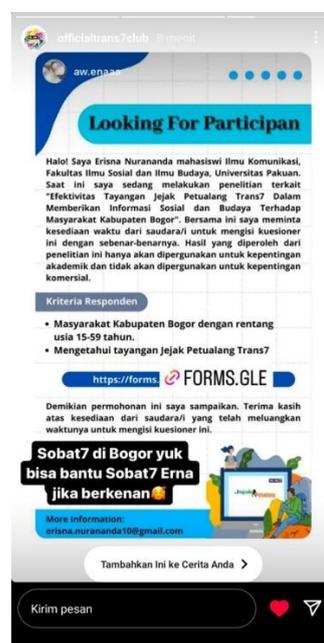
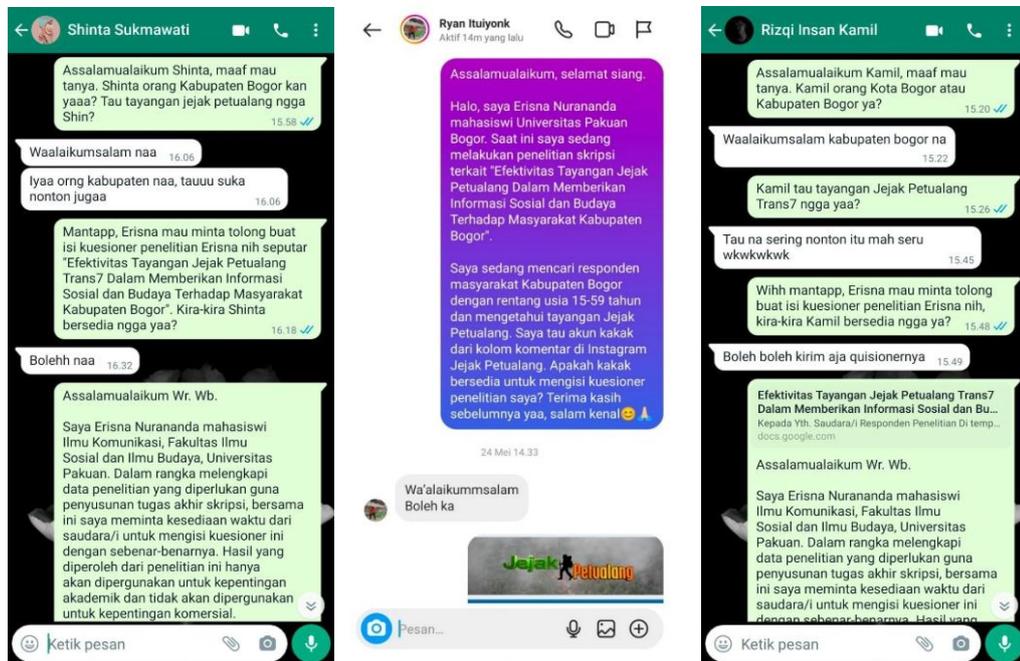
Message for respondents  
This form is no longer accepting responses

Summary Question Individual

Who has responded?

Email
201210162@student.ibik.ac.id
noviaritaku@gmail.com
emukhlisaallah@gmail.com
numalanumala007@gmail.com
thonrizka@gmail.com
izzazamneica11@gmail.com

Lampiran 3. Dokumentasi Saat Melakukan Penyebaran Kuesioner Penelitian



**Lampiran 4. Tayangan Jejak Petualang Episode “Serpihan Tradisi Jawa”**



## Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### Hasil Uji Validitas Tayangan Televisi (X)

#### 1. Hasil Uji Validitas X1.2 Waktu Penayangan

##### Correlations

		WP1	WP2	WP3	WP4	WP5	SUM_WP
WP1	Pearson Correlation	1	,527**	,248	,398*	,518**	,694**
	Sig. (2-tailed)		,002	,171	,024	,002	,000
	N	32	32	32	32	32	32
WP2	Pearson Correlation	,527**	1	,188	,308	,388*	,599**
	Sig. (2-tailed)	,002		,302	,087	,028	,000
	N	32	32	32	32	32	32
WP3	Pearson Correlation	,248	,188	1	,522**	,441*	,672**
	Sig. (2-tailed)	,171	,302		,002	,011	,000
	N	32	32	32	32	32	32
WP4	Pearson Correlation	,398*	,308	,522**	1	,778**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,024	,087	,002		,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
WP5	Pearson Correlation	,518**	,388*	,441*	,778**	1	,869**
	Sig. (2-tailed)	,002	,028	,011	,000		,000
	N	32	32	32	32	32	32
SUM_WP	Pearson Correlation	,694**	,599**	,672**	,846**	,869**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### 2. Hasil Uji Validitas X1.3 Kemasan Acara

##### Correlations

		KA1	KA2	KA3	KA4	KA5	SUM_KA
KA1	Pearson Correlation	1	,394*	,626**	,624**	,624**	,825**
	Sig. (2-tailed)		,025	,000	,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
KA2	Pearson Correlation	,394*	1	,296	,522**	,394*	,656**
	Sig. (2-tailed)	,025		,101	,002	,025	,000
	N	32	32	32	32	32	32
KA3	Pearson Correlation	,626**	,296	1	,753**	,626**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,101		,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32

KA4	Pearson Correlation	,624**	,522**	,753**	1	,498**	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,004	,000
	N	32	32	32	32	32	32
KA5	Pearson Correlation	,624**	,394*	,626**	,498**	1	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000	,025	,000	,004		,000
	N	32	32	32	32	32	32
SUM_KA	Pearson Correlation	,825**	,656**	,832**	,857**	,793**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### 3. Hasil Uji Validitas X1.4 Gaya Penampilan Pesan

#### Correlations

		GPP1	GPP2	GPP3	GPP4	GPP5	SUM_GPP
GPP1	Pearson Correlation	1	,501**	,559**	,419*	,504**	,751**
	Sig. (2-tailed)		,004	,001	,017	,003	,000
	N	32	32	32	32	32	32
GPP2	Pearson Correlation	,501**	1	,810**	,553**	,630**	,858**
	Sig. (2-tailed)	,004		,000	,001	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
GPP3	Pearson Correlation	,559**	,810**	1	,509**	,700**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,003	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
GPP4	Pearson Correlation	,419*	,553**	,509**	1	,516**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,017	,001	,003		,002	,000
	N	32	32	32	32	32	32
GPP5	Pearson Correlation	,504**	,630**	,700**	,516**	1	,825**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,002		,000
	N	32	32	32	32	32	32
SUM_GPP	Pearson Correlation	,751**	,858**	,881**	,734**	,825**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### 4. Hasil Uji Validitas X1.5 Pemahaman Pesan

##### Correlations

		PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	SUM_PP
PP1	Pearson Correlation	1	,381*	,488**	,469**	,522**	,689**
	Sig. (2-tailed)		,031	,005	,007	,002	,000
	N	32	32	32	32	32	32
PP2	Pearson Correlation	,381*	1	,640**	,742**	,494**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,031		,000	,000	,004	,000
	N	32	32	32	32	32	32
PP3	Pearson Correlation	,488**	,640**	1	,592**	,663**	,857**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
PP4	Pearson Correlation	,469**	,742**	,592**	1	,718**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,000		,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
PP5	Pearson Correlation	,522**	,494**	,663**	,718**	1	,824**
	Sig. (2-tailed)	,002	,004	,000	,000		,000
	N	32	32	32	32	32	32
SUM_PP	Pearson Correlation	,689**	,817**	,857**	,861**	,824**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Hasil Uji Validitas Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)

##### 1. Hasil Uji Validitas Y1.1 Bahasa

##### Correlations

		B1	B2	B3	B4	B5	B6	SUM_B
B1	Pearson Correlation	1	,598**	,197	,547**	,382*	,376*	,649**
	Sig. (2-tailed)		,000	,280	,001	,031	,034	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32
B2	Pearson Correlation	,598**	1	,392*	,615**	,469**	,448*	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000		,027	,000	,007	,010	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32
B3	Pearson Correlation	,197	,392*	1	,264	,779**	,471**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,280	,027		,144	,000	,007	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32

B4	Pearson Correlation	,547**	,615**	,264	1	,450**	,347	,711**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,144		,010	,051	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32
B5	Pearson Correlation	,382*	,469**	,779**	,450**	1	,492**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,031	,007	,000	,010		,004	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32
B6	Pearson Correlation	,376*	,448*	,471**	,347	,492**	1	,695**
	Sig. (2-tailed)	,034	,010	,007	,051	,004		,000
	N	32	32	32	32	32	32	32
SUM_B	Pearson Correlation	,649**	,762**	,757**	,711**	,840**	,695**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32	32

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Hasil Uji Validitas Y1.2 Mental (Simbol)

		Correlations					
		MS1	MS2	MS3	MS4	MS5	SUM_MS
MS1	Pearson Correlation	1	,599**	,702**	,544**	,702**	,842**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
MS2	Pearson Correlation	,599**	1	,480**	,566**	,680**	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000		,005	,001	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
MS3	Pearson Correlation	,702**	,480**	1	,523**	,624**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005		,002	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
MS4	Pearson Correlation	,544**	,566**	,523**	1	,742**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,002		,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
MS5	Pearson Correlation	,702**	,680**	,624**	,742**	1	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	32	32	32	32	32	32
SUM_MS	Pearson Correlation	,842**	,816**	,786**	,817**	,898**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Hasil Uji Reliabilitas Tayangan Televisi (X)**

Frekuensi Menonton, Waktu Penayangan, Kemasan Acara, Gaya Penampilan Pesan, Pemahaman Pesan.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,897	22

**Hasil Uji Reliabilitas Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)**

Bahasa, Mental (Simbol).

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,904	11

## Lampiran 6. Hasil Analisis Skor Rataan

### Hasil Analisis Skor Rataan Tayangan Televisi (X)

#### 1. Hasil Analisis Skor Rataan X1.1 Frekuensi Menonton

##### Frekuensi Menonton

		FM1	FM2
N	Valid	125	125
	Missing	0	0
Mean		4,27	2,16
Std. Deviation		1,928	1,003
Variance		3,716	1,006
Range		6	3
Minimum		1	1
Maximum		7	4

#### 2. Hasil Analisis Skor Rataan X1.2 Waktu Penayangan

##### Waktu Penayangan

		WP1	WP2	WP3	WP4	WP5
N	Valid	125	125	125	125	125
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,50	3,21	3,33	2,86	3,01
Std. Deviation		,518	,586	,488	,748	,654
Variance		,268	,343	,238	,560	,427
Range		2	2	2	3	3
Minimum		2	2	2	1	1
Maximum		4	4	4	4	4

#### 3. Hasil Analisis Skor Rataan X1.3 Kemasan Acara

##### Kemasan Acara

		KA1	KA2	KA3	KA4	KA5
N	Valid	125	125	125	125	125
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,41	3,30	3,53	3,50	3,33
Std. Deviation		,493	,568	,501	,502	,535
Variance		,243	,323	,251	,252	,287
Range		1	3	1	1	2
Minimum		3	1	3	3	2
Maximum		4	4	4	4	4

#### 4. Hasil Analisis Skor Rataan X1.4 Gaya Penampilan Pesan

		GPP1	GPP2	GPP3	GPP4	GPP5
N	Valid	125	125	125	125	125
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,34	3,40	3,38	3,32	3,39
Std. Deviation		,555	,508	,486	,517	,490
Variance		,308	,258	,237	,268	,240
Range		2	2	1	2	1
Minimum		2	2	3	2	3
Maximum		4	4	4	4	4

#### 5. Hasil Analisis Skor Rataan X1.5 Pemahaman Pesan

		PP1	PP2	PP3	PP4	PP5
N	Valid	125	125	125	125	125
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,50	3,17	3,07	3,16	3,24
Std. Deviation		,518	,592	,637	,530	,545
Variance		,268	,351	,406	,281	,297
Range		2	2	3	2	2
Minimum		2	2	1	2	2
Maximum		4	4	4	4	4

#### Hasil Analisis Skor Rataan Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya (Y)

##### 1. Hasil Analisis Skor Rataan Y1.1 Bahasa

		Bahasa					
		B1	B2	B3	B4	B5	B6
N	Valid	125	125	125	125	125	125
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3,64	3,45	2,87	3,49	3,19	3,28
Std. Deviation		,482	,515	,772	,533	,549	,502
Variance		,232	,265	,596	,284	,302	,252
Range		1	2	3	2	2	2
Minimum		3	2	1	2	2	2
Maximum		4	4	4	4	4	4

## 2. Hasil Analisis Skor Rataan Y1.2 Mental (Simbol)

### Mental (Simbol)

		MS1	MS2	MS3	MS4	MS5
N	Valid	125	125	125	125	125
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,45	3,16	3,39	3,39	3,52
Std. Deviation		,531	,614	,522	,506	,517
Variance		,282	,377	,273	,256	,268
Range		2	3	2	2	2
Minimum		2	1	2	2	2
Maximum		4	4	4	4	4

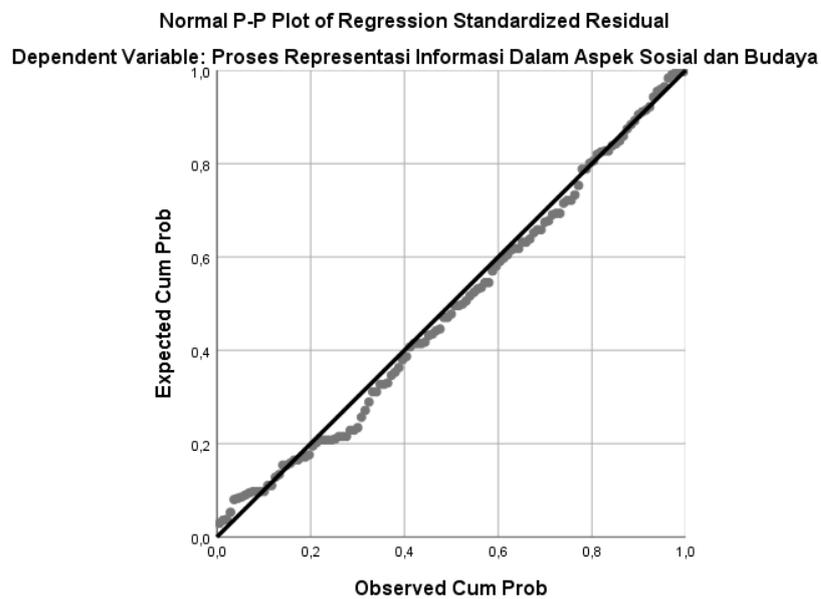
## Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,27790945
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,047
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

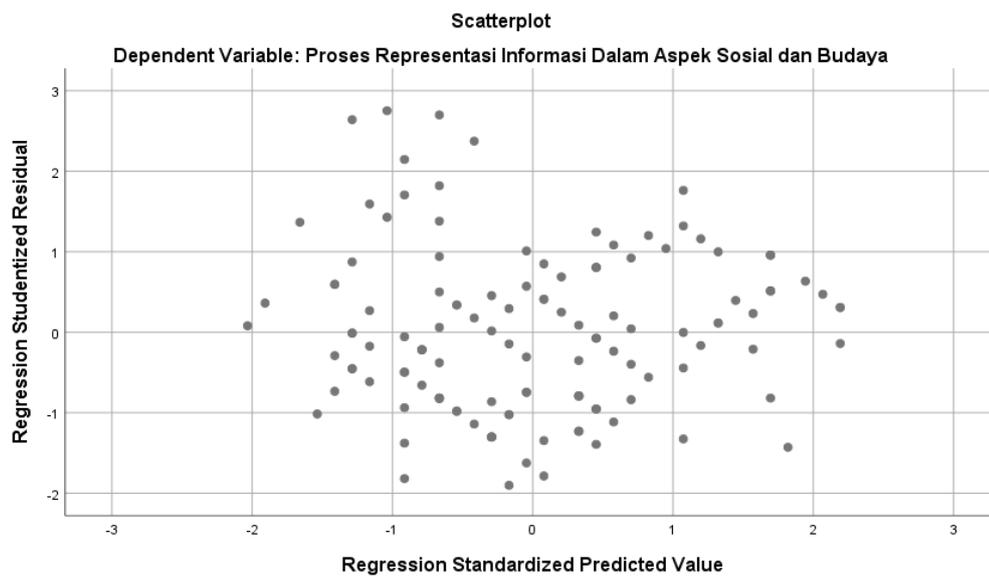


## 2. Uji Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,526	1,099		3,210	,002
	Tayangan Televisi	-,024	,015	-,140	-1,563	,121

a. Dependent Variable: ABS\_Res



## 3. Uji Linearitas

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya	Between Groups	(Combined)	1265,062	33	38,335	7,544	,000
		Linearity	1084,052	1	1084,052	213,336	,000
		Deviation from Linearity	181,010	32	5,657	1,113	,338
* Tayangan Televisi	Within Groups		462,410	91	5,081		
	Total		1727,472	124			

## Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis

### 1. Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1084,052	1	1084,052	207,234	,000 <sup>b</sup>
	Residual	643,420	123	5,231		
	Total	1727,472	124			

a. Dependent Variable: Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya

b. Predictors: (Constant), Tayangan Televisi

### 2. Uji Parsial (Uji t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,247	1,858		5,515	,000
	Tayangan Televisi	,367	,026	,792	14,396	,000

a. Dependent Variable: Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,792 <sup>a</sup>	,628	,625	2,287

a. Predictors: (Constant), Tayangan Televisi

### Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,247	1,858		5,515	,000
	Tayangan Televisi	,367	,026	,792	14,396	,000

a. Dependent Variable: Proses Representasi Informasi Dalam Aspek Sosial Budaya