



**ANALISIS PROGRAM NON DRAMA TERHADAP MINAT PROMOSI DAN  
MINAT MASYARAKAT BERKUNJUNG DALAM PERAN SERTA STASIUN  
TELEVISI**

---

**Jaqualine Pramanta Putra, Fauzi Syarief, Susana**  
**Universitas Bina Sarana Informatika**  
**(Naskah diterima: 1 September 2022, disetujui: 31 Oktober 2022)**

***Abstract***

*Communities is important aspect in the survival of a tourist destinations and the community also an important aspect in the success a program a television show where in the program present information devoted to the communityAs for the kind of research used is research quantitative with the methods descriptive verifikatif which is to explain x, y and looking for relation of them in size sample as much as 140 respondents. The sampling techniques used is random sampling .Analysis techniques the data used analytics linear regression multiple. The research results show positive results and significant on variables subjects that is content program, format program, duration program and simultaneously to interest visit community. Magnitude impact of the Program of interest visit communities is a very important aspect for the continuity of tourism places in the program.*

**Keywords :** Content Program, Format Program, Duration Program, and Interest Visit.

***Abstrak***

Masyarakat merupakan aspek penting dalam kelangsungan suatu tempat wisata serta masyarakat juga merupakan aspek penting dalam kesuksesan suatu program acara televisi dimana dalam program tersebut menyajikan informasi yang ditujukan untuk masyarakat. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif yaitu untuk menjelaskan X, Y dan mencari hubungan dari keduanya dengan ukuran sampel sebanyak 140 responden. Adapun teknik *sampling* yang digunakan adalah *random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap variabel yang diteliti yaitu *content* program, format program, durasi program dan secara simultan terhadap minat berkunjung masyarakat. Besarnya pengaruh program terhadap minat berkunjung masyarakat merupakan aspek yang sangat penting bagi kelangsungan tempat-tempat wisata yang ada dalam program tersebut.

**Kata Kunci:** Content Program, Format Program, Durasi Program, dan Minat Berkunjung.

## I. LATAR BELAKANG

Dunia pariwisata merupakan dunia yang universal, artinya siapapun akan menyatakan sama bahwa pariwisata itu adalah kebutuhan umat manusia di seluruh dunia, sebagaimana yang dikemukakan oleh (Murti & Soeprihantono, 2003:134). Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan dan kemakmuran suatu bangsa dalam bidang ekonomi, maka muncullah sifat dasar dari manusia yaitu keinginan untuk melihat sisi lain dari dunia ini yang berbeda dengan keadaan sehari-hari, baik dari segi budaya, adat istiadat, kebiasaan hidup sehari-hari dan penciptaan alam yang dibeda-bedakan oleh Tuhan Yang Maha Esa yang menyebabkan suatu rasa ingin tahu seseorang untuk melihat serta menikmatinya. Maka timbulah niat untuk mengunjungi tempat-tempat wisata yang ada. Di Indonesia sendiri banyak sekali tempat-tempat wisata, saat ini pariwisata di Indonesia menjadi industry atau bisnis sedang berkembang dan semakin banyak tempat-tempat wisata bermunculan berkat adanya program-program yang meberitakan tempat tersebut melalui media cetak maupun media elektronik.

Pada dasarnya minat berkunjung adalah perasaan ingin mengunjungi suatu tempat atau

wilayah yang menarik untuk di kunjungi. Minat berkunjung juga timbul dari keinginan masyarakat itu sendiri untuk berkunjung ke suatu tempat yang di inginkan, dimana dari rasa ketertarikan yang dia dapat dari berbagai sumber informasi dari media massa. Kesimpulanya minat meruakan sesuatu yang berhubungan dengan erat dengan sikap seseorang. Dimana minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka untuk memenuhi keinginan juga kepuasan terhadap diri seseorang, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan.

Pada era globalisasi informasi saat ini masyarakat bisa dengan mudah dan bebas untuk mendapatkan informasi yang ingin di peroleh, dengan adanya media-media yang ada sekarang seperti majalah, televesi bahkan internet yang dengan mudah untuk diakses sekarang dan masyarakat bebas untuk memilih.

Munculnya stasiun-stasiun televisi baru baik skala nasional ataupun lokal membuat penonton diberikan banyak pilihan dalam memilih tontonan acara televisi. Stasiun-stasiun televisi ini pun bersaing memperebutkan perhatian penonton dengan menyajikan ragam program acara yang tak lepas dari nilai informasi ataupun hiburan.

Diantara ragam program saat ini hampir setiap stasiun televisi memiliki program magazine sebagai salah satu program unggulan dikarenakan dalam program ini penonton diberikan sajian segar berisi informasi-informasi yang mampu menarik perhatian serta mengerakkan penonton untuk turut serta mengikuti apa yang disajikan dalam informasi tersebut.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk meneliti program yang sama dengan tujuan memberikan informasi melalui program magazine. Adapun yang menjadi pembeda dari program magazine yang sudah ada, peneliti menyajikan sesuatu hal yang baru meliputi pemahaman tentang edukasi, informasi-informasi terkini, serta memiliki ciri khas dengan menyajikan suatu kebudayaan dari satu daerah.

Kata education dalam Kamus Bahasa Inggris memiliki arti edukasi dan dalam kamus besar bahasa Indonesia edukasi memiliki pengertian pendidikan dan pengetahuan. Dari program acara ini penulis memasukan kata nilai edukasi dari salah satu segment acara membahas tentang tempat yang mengedukasi dan mempelajari sesuatu yang sedang dibahas. Photo dalam Kamus Bahasa Inggris memiliki arti foto atau gambar dan Information yang

memiliki arti informasi dan dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki pengertian pemberitahuan kabar atau berta tentang sesuatu, dimana segment selanjutnya membahas tentang tempat-tempat yang memiliki spot-spot bagus untuk diabadikan dalam kamera dan memberitahu informasi tentang tempat tersebut. Sedangkan Culture memiliki arti budaya dan dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab, maju), sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar diubah dan dimana segment terakhir membahas tentang budaya tersebut yang akan diulas. Program ini sendiri dibuat bertujuan untuk menambah referensi-referensi masyarakat yang ingin berakhiran dengan mengunjungi tempat-tempat wisata yang tidak hanya menyajikan keindahan alamnya saja tetapi juga menambah wawasan serta kebudayaan Indonesia, untuk masyarakat yang mengunjungi tempat wisata tersebut.

## **II. Kajian Literatur**

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan atau disampaikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa). Media massa apa? Media massa (atau saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jadi, di sini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin, 2007: 3-4).

Komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio dan juga visual. Komunikasi massa akan lebih mudah dan lebih logis apabila didefinisikan menurut bentuknya; televisi, radio, surat kabar, majalah, film, dan buku. (Nurudin, 2007: 11).

Menurut Defleur dan McQuail dalam Riswandi (2009 :103) komunikasi

massa adalah suatu proses di mana para komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara.

Berdasarkan beberapa definisi mengenai komunikasi massa diatas, maka dapat disimpulkan komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang dilakukan oleh komunikator yang ditujukan kepada khalayak melalui media massa sehingga pesan yang diterima serentak dan sama oleh para khalayak.

Dalam hal ini komunikasi massa berhubungan dengan permasalahan yang peneliti ambil, dengan penjelasan singkat tentang komunikasi dan komunikasi massa peneliti akan membahas tentang variabel dan dimensinya serta faktor dan hubungan antara variabel yang ada.

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak pernah lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan masyarakat. Menurut R. Mar'at program acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan bagi para penontonnya. Menurut Irwanto (2014:17) Dari kamus bahasa

inggris, programme atau program yang berarti acara atau rencana. Sedangkan dalam undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah siaran, yang di definisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk.

Selain itu Menurut Irwanto (2014:17) Hal-hal pokok yang harus diperhatikan dengan penentuan program acara televisi adalah menyangkut pula penentuan nama program, content program, format program, durasi program, dan style program. Sedangkan menurut Morissan, (2010:97), Program televisi adalah segala hal yang ditampilkan melalui media televisi untuk memenuhi kebutuhan audience-nya. Program atau acara yang disajikan adalah salah satu faktor utama yang membuat audience tertarik untuk menyajikan dan mengikuti siaran yang disajikan.

Dari beberapa teori yang ada bisa disimpulkan bahwa program televisi merupakan rangkaian pesan yang di sajikan untuk memenuhi kebutuhan audience guna memberi informasi-informasi yang di butuhkan.

Dalam penelitian ini penulis menagambil sebab permasalahan yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu tentang

program “NONDRAMA” dimana peneliti membutuhkan referensi atau teori yang ada untuk membantu penelitian yang dilakukan. Adapun dimensi-dimensi yang peneliti ambil yang berhubungan dengan teori program acara “NONDRAMA” adalah content program, format program, durasi program.

#### 1. Content Program (Isi Program)

Content Menurut Janner, (2010:23) adalah pokok, tipe, atau unit dari inforamasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik.

Content program juga merupakan isi dari program tersebut kualitas program tersebut bisa dilihat dari isi contentnya apakah sudah menarik atau tidak, content program juga menjelaskan isi atau karakteristik program tersebut, itu bisa di lihat dari pembahasan yang ada di dalamnya seperti tema, topik yang di pakai.

#### 2. Format Program

Pengertian format program mengaju pada perencanaan penyajian suatu program yang didasari isi materi siarannya. (Darmanto, 1998: 45)

Program tayangan televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan penonton. Jika penonton merasa terharu dengan apa yang mereka lihat dilayar televisi, hal itu bukan sesuatu yang aneh atau istimewa, sebab salah satu pengaruh psikologis dari tayangan televisi yaitu seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga seolah-olah hanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang ditayangkan televisi. (Effendy, 2007: 182).

Adapun format acara televisi dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Drama (Fiksi) adalah sebuah format acara televisi yang di produksi dan diciptakan melalui proses imaginasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa ulang.
- b. NonDrama (Non Fiksi) adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasi ulang dan tapa harus menjadi dunia khayalan.
- c. Berita adalah sebuah format acara televisi yang di produksi berdasarkan informasi dan fakta atau kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari – hari.
- d. Infotainment merupakan gabungan atau hasil perpaduan antara format acara NonDrama dengan berita. Dimana infotainment adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dengan memperhatikan nilai-nilai faktual dan aktual yang disajikan dengan ketepatan dan kecepatan waktu dimana dibutuhkan sifat liputan yang independen.

### 3. Durasi Program

Durasi program merupakan panjang waktu untuk program acara tersebut. Menurut Arie (2010:59) Durasi adalah waktu yang diperlukan untuk memainkan klip video atau audio mulai dari in point (titik awal) hingga out point (titik akhir).

Dari pengertian diatas bisa diketahui durasi program merupakan waktu yang ditujukan untuk program tersebut.  
**Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Program Acara Televisi**

Adunpun faktor-faktor yang berhubungan dengan program acara televisi untuk kelangsungan program atau faktor yang mempengaruhi kelangsungan program televisi tersebut menurut Morissan (2009)

#### 1. Perencanaan Program

Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Pada stasiun televisi, perencanaan program diarahkan pada produksi program yaitu program apa yang akan diproduksi, pemilihan program yang akan dibeli (akuisisi), dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audien yang tersedia pada waktu tertentu.

#### 2. Produksi dan Pembelian Program

Manajer program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain / akuisisi (membeli).

#### 3. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Manajer program melakukan koordinasi dengan bagian traffic dalam menentukan jadwal penayangan dan berkonsultasi dengan manajer promosi dalam mempersiapkan promo bagi program bersangkutan.

#### 4. Pengawasan dan evaluasi program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum untuk membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan.

#### Hubungan Program dengan Minat Berkunjung

Hubungan program televisi dengan minat bisa dilihat dari respon masyarakat ketika menonton program-program yang disajikan dalam televisi. Kesuksesan program televisi juga ada di tangan masyarakat. Dalam permasalahan disini peneliti membahas tentang program acara televisi magazine show dimana program tersebut menyajikan tempat-tempat referensi untuk masyarakat terlebih khusus terhadap wisatawan yang ada. Hubunganya dengan minat sangat jelas dimana minat juga merupakan kebutuhan atau keinginan seseorang, dengan masyarakat menonton program acara tersebut masyarakat dengan rasa ingin taunya mempengaruhi sikapnya untuk mengunjungi tempat yang diinformasikan melalui program yang di tonton.

#### Metodelogi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan antara variable yang diteliti yaitu variabel content program ( $X_1$ ), format program ( $X_2$ ), durasi program ( $X_3$ ) terhadap minat masyarakat sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2012:7) "Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variable mandiri, baik hanya pada satu variable atau lebih (variable yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain" Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Sugiyono (2012:8) "Metode verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa metode deskriptif verifikatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variable yang diteliti dengan

cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik. Pada penelitian ini metode deskriptif verifikatif digunakan untuk menguji apakah program "NONDRAMA (Education, Photo Information & Culture) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung masyarakat yang telah menonton program tersebut, serta melakukan pengujian hipotesis apakah hipotesis tersebut terdapat pengaruh atau tidak.

### **III. PEMBAHASAN**

#### Pembahasan Terhadap Content Program

Hasil deskriptif pada dimensi variabel  $X_1$  yaitu content program menunjukkan hasil yang sangat baik. Adapun indikator pada variabel  $X_1$  content program adalah content program bagus dan mudah dipahami, rangkaian informasi dalam content menarik, pengemasan content sudah baik.

Content atau isi program di anggap sudah bagus karena informasi yang disampaikan mempunyai nilai lebih serta informasi yang bervariasi di setiap segmentnya. Dan dapat disimpulkan bahwa content program memiliki daya tarik bagi masyarakat yang telah menonton program tersebut.

Rangkaian informasi dalam program oleh sebagian besar responden menganggap sudah menarik. Rangkaian informasi di anggap sudah menarik karena didalam program tersebut menyajikan informasi yang mempunyai nilai edukasi serta budaya dan berbeda disetiap segmentnya.

Pengemasan content atau isi dalam program NonDrama sudah bagus. Hal ini mengindikasikan bahwa pengemasan content atau isi dalam program Non Drama oleh sebagian besar responden menganggap sudah bagus. Pengemasan content di anggap sudah bagus karena program tersebut dikemas dengan baik dan ringan sehingga informasi yang disampaikan dapat mudah dipahami. Dan dapat disimpulkan bahwa rangkaian informasi program Non Drama memiliki daya tarik yang bagus bagi masyarakat yang telah menonton program tersebut. Content atau isi dalam program NONDrama oleh sebagian besar responden menganggap mudah dipahami. Pengemasan content di anggap mudah dipahami karena program tersebut dikemas dengan baik dan ringan sehingga informasi yang disampaikan dapat mudah dipahami.

Dari hasil data deskriptif pada setiap indikator dimensi variabel X<sub>1</sub> content program menunjukkan bahwa responden menanggapi

dalam kategori “baik” dengan hasil skor total berada pada rentang skor “sangat baik” terhadap dimensi variabel X<sub>1</sub> content program. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa content yang ada dalam program NONDrama sudah baik, menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat yang telah menonton program NONDrama. Hal ini sesuai dengan pengertian yang disampaikan oleh Janner (2010:23), content program adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain, dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik.

Berdasarkan hasil hitung dengan menggunakan SPSS 24 yang bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh independent terhadap variabel dependent, diperoleh bahwa dimensi variabel content program (X<sub>1</sub>) memiliki koefisien regresi sebesar 0,181 atau 18,1% bertanda positif terhadap minat berkunjung (Y) dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $3,510 > 1,6558$  dengan tingkat signifikansi  $0,001 (<0,05)$  Dengan demikian H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hal ini berarti bahwa content program (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung (Y)

sebesar 18,1%, hal ini menunjukkan bahwa  $X_1$  menentukan keberhasilan  $Y$ .

#### Pembahasan Terhadap Format Program

Hasil deskriptif pada dimensi variabel  $X_2$  yaitu format program menunjukkan hasil yang baik. Adapun indikator pada variabel  $X_2$  format program adalah format program sesuai, format program sesuai, dan format program mudah dipahami.

Format program NONDRAMA oleh sebagian besar responden menganggap sudah tepat. Format program yang dipakai di anggap sudah tepat karena penyampaian informasi dengan format magazine lebih sesuai. Dapat disimpulkan bahwa format program NONDRAMA memiliki daya tarik yang baik bagi masyarakat yang telah menonton program tersebut.

Format program yang dipakai dalam program NONDRAMA oleh sebagian besar responden menganggap informasi yang disampaikan lebih menarik. Format program yang dipakai di anggap sudah tepat karena informasi yang disampaikan dalam program NONDRAMA mempunyai rubrik yang menarik disetiap segmentnya.

Format program yang dipakai dalam program NONDRAMA oleh sebagian besar responden menganggap informasi yang

disampaikan sudah jelas. Format program yang dipakai di anggap sudah jelas karena informasi yang dikemas ringan dan dapat mudah dimengerti oleh masyarakat.

Format program yang dipakai dalam program NONDRAMA oleh sebagian besar responden menganggap informasi yang disampaikan mudah dipahami. Format program yang dipakai di anggap mudah dipahami karena informasi yang dikemas ringan sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengerti informasi yang disampaikan. Dapat disimpulkan bahwa format program NONDRAMA memiliki daya tarik yang bagi masyarakat yang telah menonton program tersebut.

Dari hasil data deskriptif pada setiap indikator dimensi variabel  $X_2$  format program menunjukkan bahwa responden menanggapi dalam kategori baik dengan hasil skor total berada pada rentang skor baik terhadap dimensi variabel  $X_2$  format program. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa format program yang diterapkan dalam program NONDRAMA sudah sesuai, menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat yang telah menonton program NONDRAMA. Hal ini sesuai dengan pengertian yang disampaikan oleh Darmanto, (2010: 45), format program

mengaju pada perencanaan penyajian suatu program yang didasari isi materi siarannya. Dan dikuatkan oleh Effendy (2007: 182), sebab salah satu pengaruh psikologis dari tayangan televisi yaitu seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga seolah-olah hanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang ditayangkan televisi.

Berdasarkan hasil hitung dengan menggunakan aplikasi SPSS 24 dimensi variabel format program ( $X_2$ ) juga memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung masyarakat yang menonton program NONDRAMA. Hasil analisis diperoleh bahwa dimensi variabel format program ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,16886 atau 16,886% bertanda positif terhadap minat berkunjung (Y) dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $3,375 > 1,6558$  dengan tingkat signifikansi 0,001 (<0,05) Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa format program ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung (Y).

#### Pembahasan Terhadap Durasi Program

Hasil deskriptif pada dimensi variabel  $X_3$  yaitu durasi program menunjukkan hasil yang baik. Adapun indikator pada variabel  $X_3$  durasi program adalah durasi sudah tepat, pembagian durasi setiap segment sesuai.

Berdasarkan hasil analisis peneliti, masyarakat yang telah menonton program NONDRAMA sangat setuju dengan lama durasi pada program NONDRAMA. Hal ini mengindikasikan bahwa durasi pada program NONDRAMA oleh sebagian besar responden menganggap sudah tepat. Durasi program dianggap sudah tepat karena informasi yang disampaikan melalui program NONDRAMA dengan durasi 24 menit sudah sesuai. Dan dapat disimpulkan bahwa durasi program NONDRAMA sudah tepat dan memiliki daya tarik yang baik untuk masyarakat yang telah menonton program tersebut. Durasi program NONDRAMA oleh sebagian besar responden menganggap sudah sesuai. Durasi program dianggap sudah sesuai karena informasi yang disampaikan dalam setiap segment sudah tepat pembagian waktunya sehingga informasi yang diterima tidak membosankan.

Berdasarkan hasil analisis peneliti, masyarakat yang sudah menonton program NONDRAMA setuju dengan lama durasi 24 menit informasi yang anda butuhkan sudah terpenuhi. Hal ini mengindikasikan bahwa durasi program NONDRAMA oleh sebagian besar responden menganggap sudah sesuai. Durasi program anggap sudah sesuai karena

dengan durasi 24 menit informasi yang dibutuhkan sudah terpenuhi.

Dari hasil data deskriptif pada setiap indikator dimensi variabel X<sub>3</sub> durasi program menunjukkan bahwa responden menanggapi dalam kategori baik dengan hasil skor total berada pada rentang skor “baik” terhadap dimensi variabel X<sub>3</sub> durasi program. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa durasi serta pembagian durasi pada program NONDRAMA sudah sesuai, dan mudah dipahami oleh masyarakat yang telah menonton program NONDRAMA.

#### Pembahasan Terhadap Minat Berkunjung

Hasil tanggapan responden terhadap minat berkunjung masyarakat (Y) mendapatkan respon yang baik dari masing-masing dimensi dan indikator. Dari hasil skor total menunjukkan bahwa keseluruhan hasil skor total berada pada rentang skor “baik”. Dalam hal ini masyarakat mempunyai respon yang baik terhadap program NONDRAMA yaitu dengan perhatian masyarakat terhadap tempat-tempat wisata yang ada dalam program NONDRAMA sampai terdorong untuk mengunjungi tempat-tempat wisata yang ada dalam program NONDRAMA. Hal ini sesuai dengan pengertian yang disampaikan oleh, Hurlock dalam Rahmanto (2011:11), bahwa

minat sebagai sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang pada apa yang akan mereka lakukan bila diberi kebebasan untuk memilihnya. Bila mereka melihat sesuatu itu mempunyai arti bagi dirinya, maka mereka akan tertarik terhadap sesuatu itu yang pada akhirnya nanti menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya Gagah Bimo Setyo Putra, 2015, “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung” Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap minat berkunjung sebesar 36,6%. Variabel citra perusahaan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan berkunjung sebesar 59,7%. Variabel minat berkunjung mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan berkunjung sebesar 14,8%.

Berdasarkan uji koefisien determinasi menggunakan SPSS versi 24 yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh independent terhadap dependent, maka diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,519 atau 51,9%. Hal menunjukkan bahwa 51,9% minat berkunjung masyarakat dipengaruhi oleh content program, format program, dan durasi program, sedangkan sisanya 48,1% minat

berkunjung dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **IV. PENUTUP**

Dari penelitian ini masyarakat merupakan aspek penting dalam kelangsungan suatu tempat wisata serta masyarakat juga merupakan aspek penting dalam kesuksesan suatu program acara televisi dimana dalam program tersebut menyajikan informasi yang ditujukan untuk masyarakat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Azwar. Saifuddin. 2013. Metode Penelitian . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dwi, Priyatno. 2009. 5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17. Yogyakarta. Andi Offset.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Hurlock, Elizabeth B. 2011. Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta : Erlangga.
- Irwanto,dkk. 2014. Broadcasting Televisi. Yogyakarta. Graha Cendikia.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Morissan, M. A. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Morissan. 2009. Manajemen Media penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nana Sudjana (2006). Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Riduan dan Akdon. 2010. Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Bandung:Alfabeta
- Riswandi, 2009. Ilmu Komunikasi (cetakan Pertama). Yogyakarta. Graha Ilmu
- Rusady, Ruslan, 2004, Public Relation, Edisi Revisi ke-2. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar, Kanuk (2008). Perilaku Konsumen. (Edisi 7). Jakarta: Indek
- Silalahi, Ulber. 2010. Metode Penelitian Sosial. Jakarta. Refika Aditama
- Simarmata, Janner. 2010. Rekayasa Perangkat Lunak. Yogyakarta. Andi Publisher.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Adminstrasi. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Statistik untuk Penelitian. Bandung. Alfabeta