BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya zaman dan teknologi semakin berpengaruh pada perkembangan industi media. Di era informasi dan komunikasi saat ini masyarakat sangat membutuhkan media untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Disaat yang sama, media terus meningkatkan produksi dan layananya untuk memuaskan masyrakat.

Berbicara mengenai komunikasi, salah satu kajian komunikasi adalah komunikasi massa. Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat, (Gebner,1967). Media massa berfungsi sebagai sarana menyabarkan pemikiran, ide dan informasi kepada masyarakat untuk mendapatkan tanggapan atau umpan balik. Jika proses penyampaian masyarakat dilakukan tidak menggunakan media massa, maka hal tersebut tidak bisa dikatakan sebagai komunikasi massa. Dengan demikian media massa memiliki peran yang sangat penting dalam proses penyampaian pesan.

Media massa cetak dan media massa elektronik merupakan dua kategori media massa. Diantara syarat-syarat kedua kategori media tersebut, surat kabar dan majalah termasuk dalam kategori media cetak. Sementara televisi, media online, film dan radio termasuk kedalam media elektronik.

Saat ini media massa berkembang pesat karena adanya bantuan teknologi yang semakin modern. Sekarang media elektronik dianggap sebagai media paling efektif dalam proses penyebaran berita, salah satu karya jurnalistik yang bisa diakses khalayak dengan mudah adalah media online.

Perkembangan media ikut serta dalam penyebaran informasi. Media online merupakan salah satu media dengan arus utama dan kini menjadi alat untuk memperoleh informasi. Adanya media online semakin memudahkan orang lain untuk memperoleh informasi yang diinginkannya, bahkan informasi yang jauh dari mereka. Kecepatan dan kemudahan menjadikan media online sebagai hal primadona di era ini.

Hal tersebut di perkuat dengan hasil survey APJII yang menunjukan bahwa hingga kuartal II/2020. Pengguna internet di Indonesia telah mencapai 196,7 juta atau 73,7% dari penduduk Indonesia menggunakan internet, (Irawan, 2020).

Banyaknya pengguna media, beserta durasi konsumsi media oleh masyarakat, media menjadi pengaruh yang besar di kehidupan masyarakat. Dibuktikan oleh beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Maharani Amalia Rizki pada tahun 2017 dengan judul pengaruh terpaan media sosial intagram terhadap citra destinasi dan dampaknya pada keputusan berkunjung, penelitian ini menyimpulkan bahwa terpaan media sosial Instagram berpengaruh langsung dan signifikan terhadap citra destinasi (Rizki, 2017).

Begitu juga dengan penelitian yang berjudul Pengaruh komparasi sosial pada *public figure* di media massa terhadap *body* image remaja di Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas dilakukan oleh Tri Na'imah dan pada tahun 2008. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa media massa berpengaruh terhadap body image remaja (Na'imah & Raharjo, 2008).

Selanjutnya ada penelitian oleh Rahayu Marini Hakim dan Ahmad Fatoni pada tahun 2020 yang berjudul Pengaruh terpaan media sosial youtube dan interaksi antarsosial terhadap perilaku imitasi remaja putri. Penelitian tersebut mengatakan bahwa terpaan konten youtube berpengaruh terhadap perilaku imitasi yang dilakukan terhadap remaja putri (Hakim & Fatoni, 2020). Penelitian yang berjudul Pengaruh terpaan informasi vlog di media terhadap sikap guru dan dampaknya terhadap persepsi siswa. juga memiliki kesimpulan yang sama, yaitu terdapat pengaruh inforamsi di media terhadap sikap guru (Kholisoh, 2018).

Berdasarkan penelitian-penelitian yang sudah dipaparkan diatas, salah satu alasan mengapa media dapat mempengaruhi khalayak pada banyak aspek adalah populernya media tersebut di kalangan pembaca (Hakim & Fatoni, 2020). Salah satu media yang popular, bukan hanya di Indonesia namun juga di seluruh dunia adalah National Geographic.

National Geographic adalah jurnal resmi National Geographic Society yang telah memberikan informasi tentang dunia dan segala isinya dalam skala global sejak tahun 1888. Bidang pembahasan utama adalah tentang sejarah alam semesta, kehidupan dan kehidupan hewan, kebudayaan, perkembangan ilmu pengetahuan

dan perlindungan alam. Pada April 2005, seiring dengan berkembangnya portal National Geographic, edisi pertama "Indonesia National Geographic" diterbitkan,(Amartin, 2018).

Terdapat 196,7 juta pengguna internet di Indonesia sebagaimana yang telah dipaparkan di awal pembahasan, dengan maraknya pengguna internet, maka media harus dapat berkembang demi kelangsungan media itu sendiri. Konvergensi media juga dilakukan oleh national geographic, selain mencetak majalah, national geographic juga meluncurkan website, bergabung dengan sejumlah media sosial seperti Instagram dan twitter. Salah satu rubrik yang diminati di website adalah national geographic travel.

Situs web national geographic travel adalah karya jurnalistik yang kuat yang dapat menyampaikan informasi secara luas dan efektif. Pesan-pesan yang terdapat dalam situs national geographic travel dapat memberikan edukasi, informasi, persuasi, dan hiburan pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu, pesan-pesan di situs national geographic Indonesia travel harus dikemas semenarik mungkin agar pembaca mengapresiasi keindahan foto dan penasaran dengan lokasinya.

Foto pada rubrik national geographic travel dinilai penting keberadaannya karena menjadi daya tarik pertama bagi pembaca. Maka perlu adanya teknik fotografi yang baik agar foto travel tersebut dapat diminati oleh pembaca, baik bacaan yang disuguhkan, maupun lokasi yang dibahas pada bacaan tersebut.

Menurut kamus fotografi R. Amien Nugroho, fotografi adalah proses artistic mebuat atau membuat gambar (melukis cahaya dengan sinar) pada bidang yang

dipetakan. Fotografi adalah seni dan proses seni dan proses menghasilkan gambar dari cahaya pada film atau permukaan datar, (Giwanda,2004).

Fotografi juga bisa digunakan sebagai media ekspresi yang memuaskan fotografer. Fotografi ini lebih berbahaya daripada seribu kata, karena dengan foto bisa menggerakan orang lain untuk berbuat sesuatu. Menurut fotografi dan tipenya, dapat diklasifikasikan sebagai foto travelling. Foto travelling atau bisa disebut travel photography adalah jenis fotografi yang meliputi setiap kegiatan dokumentasi suatu lokasi atau daerah, meliputi pemandangan, budaya, sejarah sampai masyarakatnya, (Rustam, 2014).

Ibarat sisi dua koin yang tak terpisahkan, begitulah kata-kata dirasa cukup pas untuk menggambarkan fotografi dan para travel. Perkembangan teknologi mengiringi perjalanan fotografi, diskusi seputar fotografi selalu menghadirkan hal-hal baru. Tetapi kedudukan fotografi saat ini tidak terlepas dari sejarah fotografi yang dilalui berabad-abad yang lalu. Mulai ditemukannya kamera sampai sekarang ini adalah perjalanan panjang menuju era digital.

Sejauh ini, sangat sedikit penelitian tentang foto travelling, dan faktanya foto travelling menyampaikan banyak mana di dalam satu foto. Dalam beberapa tahun terakhir, travelling menjadi lebih mudah karena maskapai penerbangan yang mudah didapat dari media online atau media cetak. Di masa new normal saat ini, kementrian pariwisata bekerja sama dengan pesona Indonesia akan mengadakan acara promosi pariwisata untuk merevitalisasi dan mengatur tujuan wisata Indonesia, agar lebih di kenal oleh dunia.

Dari paparan diatas, maka peneliti akan meneliti tentang hubungan Antara terpaan konten foto national geographic pada laman web national geographic travel terhadap minat traveling pembacanya.

A. Perumusan Masalah

Paparan latar belakang diatas mengidentifikasi beberapa massalah, yaitu terpaan konten, foto travel, minat traveling, kepada pembaca portal online national geofraphic jabodetabek. Berikut uraian perumusan masalah pada penelitian ini:

1. Bagaimana konten foto dalam laman web *National Geographic Travel?*
2. Bagaimana minat traveling pembaca laman web *National Geographic Travel?*
3. Bagaimana hubungan terpaan konten foto di laman web national geographic Indonesia memengaruhi minat traveling pembaca?

B. Tujuan Penelitian

Berikut tujuan yang akan dicapai oleh peneliti melalui penelitian ini:

1. Untuk mengetahui bagaimana konten foto dalam laman web *National Geographic Travel*
2. Untuk mengetahui bagaimana minat traveling pembaca laman web *National Geographic Travel*

3. Untuk mengetahui bagaimana hubungan terpaan konten foto di laman web national geographic Indonesia memengaruhi minat traveling pembaca?

C. Kegunaan Penelitian

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi kajian komunikasi khususnya dalam hal pengaruh media massa terhadap individu. Karena bisa dibilang peran media massa di masyarakat semakin hari semakin meningkat. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi baru mengenai pembaca national geographic Indonesia dan dampaknya, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pemahaman sosial yang disebabkan oleh pengaruh media atau komunikasi massa. Seperti pengaruh terpaan konten foto travel terhadap minat traveling pembaca national geographic Indonesia travel.

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi pedoman atau acuan serta memberikan rangsangan dalam melakukan penelitian khususnya pada bidang ilmu komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan masukan untuk sub-travel media national geogrpic Indonesia untuk lebih banyak memberikan informasi dan pengetahuan tempat wisata di Indonesia.

Penelitian tentang pengaruh terpaan konten foto travel terhadap minat traveling pembaca national geographic treveler baru pertama kali di kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Hasil penelitian ini dapat Menjadi salah satu laporan

penelitian bedah untuk disimpan di Perpustakaan Jurusan Ilmu Komunikasi dan Perpustakaan Umum UIN SGD Bandung berfungsi sebagai referensi atau referensi penelitian bagi para mahasiswa. Selain itu, studi ini juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana bidang sosial Jurusan Ilmu Jurnalistik dan Komunikasi, UIN SGD, Bandung.

D. Kerangka pemikiran

E.1 Kerangka Teori

Teori use and gratification digambarkan sebagai terobosan dramatis dengan tradisi masa lalu, lompatan dramatis dari model jarum suntik, teori ini tidak tertarik pada apa yang media lakukan terhadap orang, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Audiens dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi dimana kebutuhan tersebut terpenuhi (Fauzi, 2016).

Penelitian teori use and gratification bermula dari pandangan bahwa komunikasi (terutama media massa) tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Inti dari teori use and gratification adalah bahwa pada dasarnya masyarakat menggunakan media massa berdasarkan motif tertentu. Media dinilai berusaha memenuhi motif penonton. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan penonton akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif. Asumsi dasar teori use and gratification menurut Jay Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevitch, yaitu:

1. Audiens dianggap aktif, artinya bagian penting dari penggunaan media massa dianggap memiliki tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa, banyak inisiatif untuk mengaitkan kebutuhan meeting dengan kebutuhan media meeting terletak pada audience member.
3. Media harus bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi oleh media hanyalah sebagian dari kebutuhan manusia yang lebih luas.
4. Banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan oleh khalayak, artinya masyarakat dianggap cukup paham untuk melaporkan minat dan motif dalam situasi tertentu.
5. Penilaian makna budaya media massa yang disimpulkan dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti oleh orientasi khalayak.

E.2 Kerangka Konseptual

a. Konten Foto

Menurut Bull (2010: 5), istilah fotografi berasal dari dua kata Yunani, Foto dari foto warna terang dan grafik dari graphe teks atau gambar. Lalu artinya Secara harfiah, fotografi mengacu pada menulis atau melukis dengan cahaya. Dengan ini Identitas fotografi dapat digabungkan menjadi kombinasi acara Tanah alami (cahaya) dan aktivitas manusia Budaya (lukisan). (Achmad et al., 2017).

Manusia yang melakukan perjalanan, dalam bahasa inggris disebut sebagai *travel*. *Travel* adalah penjelajah yang menjelajahi tempat-tempat

baru dan berinteraksi dengan penduduk setempat untuk mempelajari sejarah, budaya, dan adat istiadatnya, (smith,2009).

Foto traveling atau bisa disebut travel photography adalah jenis fotografi yang meliputi setiap kegiatan dokumentasi suatu lokasi atau daerah, meliputi pemandangan, budaya, sejarah sampai masyarakatnya, (Rustam, 2014).

National Geographic adalah jurnal resmi National Geographic Society yang telah memberikan informasi tentang dunia dan segala isinya dalam skala global sejak tahun 1888. Area diskusi utama adalah tentang sejarah alam semesta, kehidupan puspa dan kehidupan hewan, budaya, perkembangan ilmu pengetahuan dan perlindungan alam. Edisi pertama National Geographic Indonesia diterbitkan pada April 2005, dan seiring perkembangan zaman lahir portal web national geographic, (Rubin et al., 1995).

Peneliti memilih meneliti national geographic travel karena di zaman yang super canggih dan berkembangnya teknologi siapa sih yang tidak tau dengan national geographic, dan tidak asing di telinga ketika terdengar nama national geographic, dimulai dari tahun 1888 national geographic terus melebarkan sayapnya hingga ke berbagai penjuru dunia, tahun 2005 national geographic menginjakan kakinya di indonesia dan diresmikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Dengan alasan di atas membuat peneliti tertarik untuk memilih national geographic sebagai media yang ingin di teliti.

b. Minat Traveling

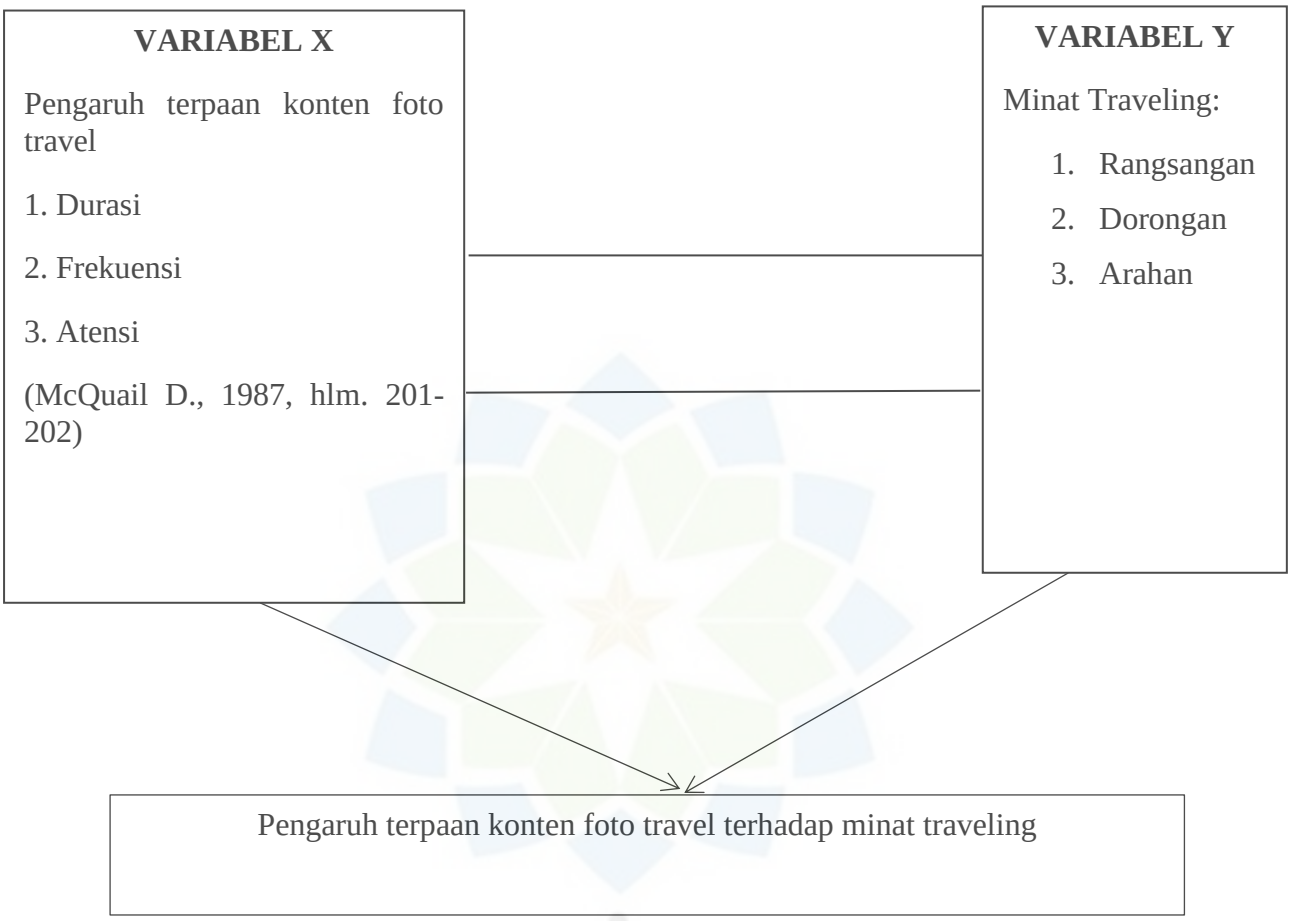
Memahami minat berdasarkan bahasa etimologi adalah belajar dan menemukan sesuatu. Dalam (istilah), minat adalah keinginan, preferensi, dan kemauan. Silga mengatakan bahwa bunga ini merupakan proses yang berkesinambungan, dengan fokus pada hal-hal yang dia inginkan untuk membuat dia merasa bahagia dan puas, (Muhammad Topik Ismail, 2018).

Andi Maprare berpendapat bahwa minat ialah peraangkat mental yang terdiri dari berbagai indera, hara kepan, keyakinan, prasangka, ketakutan, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu terhadap suatu gagasan lainnya, sederhanya, minat ialah kecenderungan dan keinginan atau keinginan akan sesuatu, (Suharyat,2009).

Asumsi Dasar Teori Uses and Gratifications

(Elihu Katz, Jay G. Blumler, Michael Gurevitch, 1974)

Khalayak aktif dan penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif lebih banyak berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.



E. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara untuk pertanyaan penelitian dan perlu diuji. Asumsi juga dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis atas pertanyaan penelitian, bukan jawaban empiris.

Dugaan sementara dari penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0: Tidak terdapat pengaruh antara terpaan konten foto national geographic tehadap minat traveling di web national geographic travel

H_a: Terdapat pengaruh antara terpaan konten foto national geographic terhadap minat traveling di web national geographic travel

F. Langkah-langkah Penelitian

G.1 Lokasi Penelitian

Peneliti memilih portal online national geographic travel sebagai media yang ingin di teliti. National Geographic adalah jurnal resmi National Geographic Society yang telah memberikan informasi tentang dunia dan segala isinya dalam skala global sejak tahun 1888. Bidang pembahasan utama adalah tentang sejarah alam semesta, kehidupan dan kehidupan hewan, kebudayaan, perkembangan ilmu pengetahuan dan perlindungan alam. Pada April 2005, seiring dengan berkembangnya portal National Geographic, edisi pertama "Indonesia National Geographic" diterbitkan. (Amartin, 2018).

Peneliti sendiri memfokuskan penelitian kepada pembaca National Geographic di website, terkhusus rubric *travel* pada website National Geographic. Pada penelitian ini, populasi tidak dibatasi oleh gender, umur, maupun wilayah geografis, namun terbuka secara umum bagi seluruh pembaca website National Geographic rubric travel di Jabodetabek.

G.2 Paradigma dan Pendekatan

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif atau positifistik, karena akan berfokus pada variabel dimana hubungan Antara gejela bersifat sebab akibat (kausal). Pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang ingin diteliti menjadi paradigm dari

penelitian ini. Penelitian kuantitatif terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen, dan variabel dependen.

Variabel independen dari penilitian ini adalah konten foto travel di web national geographic, dan variabel dependen dari penelitian ini adalah minat traveling. Metode ini mengkaji apakah ada pengaruh terpaan konten foto travel terhadap minat traveling.

Paradigma disini menggunakan positivistik, pendekatannya kuantitatif dan metodenya survey. Dimana tiga elemen ini saling berkaitan untuk mencari hubungan antara X dan Y.

G.3 Metode Penelitan

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan sebelumnya, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, adapun teknik pengumpulan data dari metode ini adalah survey. Metode survey merupakan metode penelitian yang mengumpulkan informasi dari beberapa sampel (Zikmund, 1997). Survey ini betujuan untuk memberikan gambaran rinci tentang kasus atau insiden umum.

Metode ini dirasa cocok untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan dapat membantu peneliti menarik kesimpulan dari penelitian karena dapat mengukur terpaan konten foto travel terhadap minat traveling.

G.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu metode analisis data yang berupa angka atau biasa disebut data kuantitatif dengan menggunakan metode statistik (Ulber, 2009: 332).

2) Sumber Data

(1) Data primer

Sumber data pertama untuk penelitian ini adalah hasil survei pengisian kuisioner yang akan peneliti sebarkan. Kuesioner akan diisi oleh sampel dengan standar yang telah ditetapkan.

(2) Data Sekunder

Data pembantu adalah sumber data yang diperoleh dari sumber kedua. Dalam penelitian ini, data pembantu adalah dokumen, seperti buku referensi, situs internet, dan informasi terkait penelitian lainnya.

G.5 Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah satuan individu atau subjek dengan kualitas tertentu dalam suatu wilayah atau waktu dan akan diamati atau diperiksa, (Supardi,1993). Berdasarkan penjelasan diatas, populasi yang akan digunakan adalah pembaca portal online national geographic travel di Jabodetabek, karena jumlah populasi yang besar dan keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, peneliti akan mengambil sampel dari populasi tersebut. (Supardi, 1993).

2) **Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti, sehingga sampel harus dianggap sebagai perkiraan populasi, bukan populasi itu sendiri, (Kenneth bailey,1994). Secara metologis, hasil dari suatu survey yang menggunakan sampel seringkali lebih akurat,(Eryanto,1994).

Di penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan kriteria sebagai berikut: Pernah melihat foto travel di laman National Geographic Travel Indonesia. Agar sampel dapat merepresentasikan populasi, maka perlu adanya teknik pengambilan sampel yang sesuai. Karena populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan teknik pengambilan sampel rumus lemeshow dengan populasi tidak diketahui (Sugiono,2017).

$$n = \frac{Z^2 \ x \ P \ (1 - P)}{d^2}$$

n = jumlah sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

$$n = \frac{1{,}96^2 x \ 0{,}5 \ (1 - 0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 \text{ x } 0{,}25}{0{,}01} = 96{,}04 \ dibulatkan \ menjadi \ 100$$

Dari perhitungan diatas, sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 100 orang.

G.6 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian (Bungin,2005:119). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1) Angket (kuisioner)

Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk table beberapa pertanyaan untuk objek penelitian berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Kuisioner yang diberikan kepada responden berupa kuisioner tertutup.Hal ini dikarenakan format angket tertutup akan memudahkan penulis dalam menganalisis data dari responden yang artinya responden hanya tinggal memilih jawaban yang sudah tersedia.

2) Studi Kepustakaan

Penelitian kepustakaan adalah meode pengumpulan data dengan menggunakan metode berikut ; memeriksa dan mendalami literature, catatan ilmiah, dan dokumen yang terkait dengan penelitian yang dilakukan seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, kamus, skripsi disertasi, dll.

G.7 Validitas dan Realiabilitas

1) **Validitas**

Validitas adalah sebuah pengujian yang memiliki tujuan mengetahui ukuran instrumen kuisioner terhadap konsep atau konstruk yang harus diukur (Suryadi & Darmawan, 2019: 186).

Langkah-langkah setelah pembuatan kuesioner (alat penelitian) selain itu, uji apakah kusioner tersebut valid. Efektivitas ini dapat digunakan untuk mengukur keefektifan alat yang digunakan untuk memperoleh data yang valid. Berdasarkan penghitungannya menggunakan analisis koefisien korelasi pearson product moment pada SPSS versi 21. Untuk menentukan validitas digunakan rumus korelasi product- moment angka kasar yaitu:

$$rxy = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r : Koefisien kolerasi Antara x dan y

n : Banyaknya nilai

x : Nilai x

y : Nilai y

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat dikatakan kolerasi Antara variabel x dan y sangat kuat apabila nilai r < 0,8 sampai 1

2) Reliabilitas

Reliabilitas ini berguna untuk melihat tingkat kepercayaan setiap objekSetiap pertanyaan. Reliabilitas alat tes atau evaluasi merupakan alat yang bertujuan untuk memberikan hasil yang sama. Karena jika hasil tes relatif tetap

ketika hasil tes digunakan untuk mata pelajaran yang sama, tes tersebut disebut tes reliabel. Untuk mencari reliabilitas digunakan rumus alpha Cronbach multi tahap (Suherman, 2013: 154). Uji reliabilitas yang digunakan adalah melalui uji alpha cronbach. Rumusnya sebagai berikut :

$$a = (\frac{k}{k-1})(\frac{{s_r}^2 - \sum {s_t}^2}{{s_x}^2})$$

Keterangan :

a : koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

K : jumlah item pertanyaan yang diuji

${s_t}^2$: jumlah varian skor item

${s_x}^2$: varian skor-skor tes (seluruh item K)

Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai koefisien alfa > 0,70

G.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan dua teknis analisis data, yaitu teknis analisis data statistik dan teknis analisis data statistik inferensial dengan analisis kolerasi.

1) Metode Analisis Data Kuantitatif

Analisis korelasi adalah salah satu jenis statistik inferensial. Statistik inferensial biasanya digunakan dalam penelitian yang mengambil sampel dari populasi, kemudian memperluas hasil sampel tersebut ke populasi semula (Muhson, 2006).

Sedangkan analisis korelasi itu sendiri bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel satu dengan variabel lain, atau antara variabel bebas dan variabel terikat.

Penelitian ini dibantu oleh program penghitungan data atau SPSS (*Statistical Package For The Social Science*) for windows dengan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Unstandardized : $Y = b0 = b1X1i + b2X2i + b3X3i + e$

Standardized : $Y = \beta0 + \beta1X1i + \beta2X2i + \beta3X3i + e$

Di mana:

Y : Minat Traveling

β0 : Konstanta regresi

β1 : Konstanta regresi X

X1i : Frekuensi

X2i : Durasi

X3i : Atensi

e : Standar error

2) Metode Analisis Data Deskriptif

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi, maka akan digunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan angka-angka tersebut. Statistik deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan data yang dikumpulkan (Muhson, 2006).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Dalam bukunya, Kusendi (2017, hlm.6) ia menjelaskan bagaimana analisis deskriptif dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan, diantaranya tahapan sebagai berikut: menentukan kriteria kategorisasi; menghitung nilai statistic deskriptif; mendeskripsikan variabel.

G. Operasional Variabel

Tabel 1. 1 Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel Independen: Pengaruh Terpaan Konten foto pada laman web National Geographic travel Indonesia (x)	Terpaan konten menurut McQuail adalah seberapa lama, seberapa sering, dan seberapa besar perhatian yang diberikan individu ketika disuguhi suatu tayangan (McQuail, 1987).			
	Durasi (X1)	Seberapa lama waktu seseorang untuk melihat tayangan konten.	1. Saya melihat foto travel yang diunggah oleh National Geographic Indonesia dalam durasi yang cukup lama	Likert
	Frekuensi (X2)	Seberapa sering waktu seseorang untuk melihat tayangan konten.	2. Saya sering melihat foto travel yang diunggah oleh National Geographic Indonesia	Likert
			3. Saya melihat setiap foto travel yang diunggah oleh National Geographic Indonesia	
			4. Beberapa foto unggahan National Geographic Indonesia saya	

			lihat berulang kali	
	Atensi (X3)	Seberapa besar perhatian yang seseorang berikan saat melihat tayangan konten.	5. Saya fokus saat melihat konten foto travel dari National Geographic Indonesia	Likert
			6. Saya memerhatikan dengan seksama foto travel National Geographic Indonesia	
			7. Saya merasa tertarik kepada unggahan konten foto travel National Geographic Indonesia	Likert
			8. Ketika saya tertarik, saya mencari tahu lebih lanjut tentang tempat dalam unggahan foto National Geographic Indonesia	
Variabel Dependen: *Minat Traveling* (Y)	Minat ialah peraangkat mental yang terdiri dari berbagai indera, hara kepan, keyakinan, prasangka, ketakutan, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu terhadap suatu gagasan lainnya, sederhanya, minat ialah kecenderungan dan keinginan atau keinginan akan sesuatu, (Suharyat,2009)			
	Minat Transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan traveling	Keinginan untuk traveling	1. Informasi yang diberikan laman web travel National Geographic Indonesia membuat saya tertarik untuk traveling	Likert

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

			2. National Geographic travel membantu saya menambah pengetahuan tentang tempat-tempat wisata tujuan traveling	Likert
			3. National Geographic travel membuat saya ingin lebih mengetahui tempat tempat wisata yang ada di Indonesia.	
	Minat Referensial merupakan kecenderungan seseorang untuk mereferensikan situs donasi online kepada orang lain	Merekomendasikan karena fungsi Merekomendasikan karena kualitas (efektif dan efisien)	4. Situs web National Geographic saya rekomendasikan ke orang lain yang mencari referensi traveling	Likert
			5. Situs web National Geographic dapat direkomendasikan karena kontennya yang menarik	Likert
	Minat Preferensial merupakan kecenderungan perilaku	Menjadikan situs tersebut sebagai alternatif utama dalam mencari referensi traveling	6. Website national geographic travel adalah alternatif utama saya untuk mencari	Likert

	seseorang yang memiliki preferensi utama situs tersebut		referensi traveling	
			7. Saya dapat mengandalkan national geographic travel untuk mencari referensi traveling	Likert
	Minat Eksploratif merupakan kecenderungan perilaku individu yang selalu mencari informasi mengenai situs tersebut	Mencari informasi lebih lanjut mengenai situs tersebut	8. Saya berinisiatif mencari informasi lebih jauh mengenai destinasi wisata yang diunggah oleh web national geographic travel.	Likert

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG