

ABSTRAK

Informasi sangat diperlukan oleh masyarakat untuk mengikuti perkembangan zaman, salah satu media yang dapat memberikan informasi adalah televisi. Penelitian ini adalah penelitian mengenai motif Siswa SMK jurusan Tata Boga di Surabaya dalam menonton tayangan Wisata Kuliner di Trans TV, yang bertujuan untuk mencari motif apakah yang mendasari siswa SMK dalam menonton tayangan Wisata Kuliner serta motif apakah yang lebih dominan yang mendasari siswa SMK menonton tayangan Wisata Kuliner. Motif yang digunakan adalah motif informasi, motif identitas personal, motif integrasi dan motif hiburan. Dalam penelitian ini sasaran penelitian adalah siswa SMK jurusan tata boga yang termasuk kedalam kategori remaja madya. Tayangan wisata kuliner sendiri adalah tayangan yang khusus membahas mengenai wisata makanan Indonesia dan dikemas secara menarik, yakni dengan cara mengunjungi tempat-tempat kuliner di Indonesia. Itulah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti motif apakah yang mendasari siswa SMK jurusan tata boga dalam menonton tayangan Wisata Kuliner.

Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah : *Teori Uses and Gratification*, Motif Menonton Televisi, Teori Defleur dan Ball-Rockeach Mengenai Pertemuan dengan Media, dan Psikologi Remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan motif apakah yang mendasari siswa SMK jurusan Tata Boga dalam menonton tayangan Wisata Kuliner di Trans TV, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMK jurusan Tata Boga kelas I, II dan III. Sampel penelitian yang digunakan adalah *stratified random sampling* dan dengan mengelompokkan jumlah siswa berdasarkan kelas dan memilih responden secara acak didapat jumlah responden 116 orang.

Hasil dari penelitian ini adalah motif utama dari motif informasi saat menonton tayangan wisata kuliner di Trans TV adalah ingin mengetahui masakan dan minuman khas Indonesia dan memperoleh pengetahuan mengenai kuliner. Motif utama dari motif *Personal Identity* saat menonton tayangan wisata kuliner di Trans TV adalah menyukai hal-hal yang berhubungan dengan masakan Indonesia. Motif utama dari motif integrasi saat menonton tayangan wisata kuliner di Trans TV adalah lebih percaya diri berbicara dengan orang lain mengenai masalah kuliner dan dapat menemukan bahan pembicaraan dengan orang lain mengenai kuliner. Motif utama dari motif diversifikasi saat menonton tayangan wisata kuliner di Trans TV adalah acaranya menarik dan merasa terhibur. Dari keempat motif yang mendasari siswa SMK Tata Boga di Surabaya dalam menonton tayangan wisata kuliner di Trans TV maka motif yang paling dominan adalah motif informasi. Motif dominan selanjutnya adalah motif *personal identity*, kemudian motif diversifikasi dan paling rendah motif integrasi.