

# Persepsi Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya Terhadap Program Acara *My Trip My Adventure* Di Trans TV

Angelita Ratna Giovanni, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*ar.giovanni15@gmail.com*

## Abstrak

Stasiun televisi saat ini sudah banyak bermunculan dengan menyajikan berbagai jenis program dengan jumlah yang banyak serta jenisnya sangat beragam. Program acara televisi diharapkan bisa membentuk persepsi yang positif, seperti *My Trip My Adventure* yang memiliki rating cukup tinggi untuk kategori program dokumenter. *My Trip My Adventure* merupakan program dokumenter dengan genre laporan perjalanan yang diproduksi oleh Trans TV. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa pecinta alam terhadap program ini, maka dilakukan penelitian mengenai persepsi mahasiswa pecinta alam Surabaya terhadap program *My Trip My Adventure*.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa pecinta alam memiliki persepsi positif terhadap acuan dasar perencanaan program pada *My Trip My Adventure*.

**Kata Kunci:** *Persepsi, Mahasiswa Pecinta Alam, Program Dokumenter*

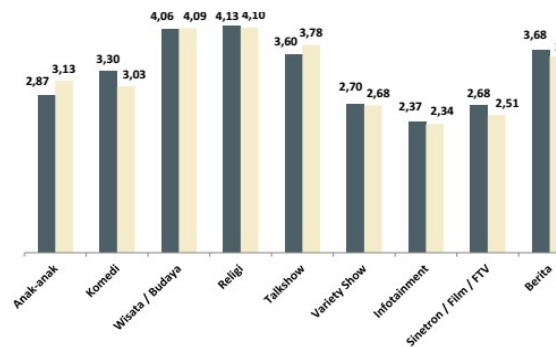
## Pendahuluan

Alam Indonesia yang terdiri dari hutan, laut, dan sungai menghasilkan pula potensi wisata alam yang luar biasa. Tidak heran jika hampir rata-rata setiap wilayah di bumi Nusantara ini memiliki objek wisata (Soetopo, 2011, p.5). Banyaknya destinasi wisata alam di Indonesia, membutuhkan sebuah medium atau perantara yang disebut media untuk pengembangan dan memperkenalkan Indonesia kepada wisatawan dalam negeri ataupun luar negeri, salah satunya adalah media Televisi.

Menurut Prof. Dr. R. Mar'at dari Universitas Padjajaran, acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan para penonton, ini adalah hal wajar (Effendy, 2004, p.122). Program acara televisi memberikan efek kepada audiensnya melalui visualisasi gambar dan suara. Pada paradigma dari Harold D. Laswell mengenai proses komunikasi "Who says what in which channel to whom with what effect?" atau "Siapa mengatakan dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?" (Mulyana, 2010:69) menjelaskan bahwa proses komunikasi sangat dipengaruhi oleh isi dan pesan yang disampaikan oleh media, baik melalui pembawa acara atau konten yang diberikan.

Sehingga program televisi mampu melahirkan suatu persepsi, dimana audiens menggambarkan persepsi melalui suatu obyek, yang diperoleh melalui latar belakang dan pengalaman pribadi baik secara langsung maupun tidak langsung dari obyek sikap dan informasi berbagai sumber.

Berdasarkan hasil survey indeks kualitas program siaran televisi yang dilakukan pada periode I (Maret-April) dan periode II (Mei-Juni) 2015 yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), didapatkan hasil sebagai berikut.



Gambar 1 Indeks Kualitas Per Program Siaran

Berdasarkan gambar 1 di atas, menunjukkan bahwa dari 9 kategori program acara yang disurvei oleh KPI, program acara kategori wisata berada pada tingkat kedua dengan minat penonton yang cukup tinggi dibandingkan dengan kategori yang lainnya, yakni sebesar 4.09 pada periode I dan 4,06 pada periode II. Tidak heran jika semakin banyaknya televisi yang menayangkan program wisata.

Dalam menayangkan program berkegiatan alam, media berperan sebagai *guide* yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam (McQuail, 2000, p.66). Media menangkap bahwa perlu adanya tayangan kegiatan alam untuk menjawab rasa keingintahuan masyarakat akan berbagai tujuan menarik yang ada di Indonesia yang patut untuk dikunjungi.

Seperti yang program dokumenter garapan Trans TV, yakni *My Trip My Adventure* yang menghadirkan konsep *travelling* dan *adventure* yang unik dan menarik serta diharapkan mampu memberikan inspirasi tersendiri bagi para petualang sejati dan ikut melestarikan cagar alam dan budaya Indonesia (transtv.co.id, 2016).

Berdasarkan hasil survey KPI yang dikutip oleh merdeka.com, program My Trip My Adventure juga menjadi satu-satunya program acara wisata dengan nilai terbaik. Sebelumnya, pada peringkat pertama diduduki oleh program “Kick Andy” (Metro TV) dengan nilai 389, unggul dari program “Mata Najwa” (Metro TV) dengan nilai 358 di peringkat kedua. Pada peringkat ketiga terdapat program “Indonesia Lawyer Club” (tvOne) yang mendapat nilai 232, disusul “My Trip My Adventure” (Trans TV) yang mendapat nilai 178, dan “On The Spot” (Trans 7) dengan nilai 170 (Pratomo, 2015, para 9-10). Melalui hasil survey KPI tersebut,

dapat disimpulkan bahwa program *My Trip My Adventure* mampu bersaing dengan program berkualitas lainnya.

Program ini juga memiliki *social media* yang mendukung program acara untuk lebih mengeksplor kegiatan mereka ke berbagai destinasi di Indonesia. Untuk *social media* *instagram*, memiliki 1,4 juta followers sedangkan untuk *twitter* 162.000 followers. Bukan hanya itu saja, pada tahun 2015 Program *My Trip My Adventure* berhasil mendapatkan penghargaan dari KPID Riau Award 2015 dalam kategori Karib Riau peduli lingkungan (sol, 2015, par. 7).

Peneliti memilih organisasi Mahasiswa Pecinta Alam karena MAPALA merupakan salah satu kelompok organisasi yang memiliki pengalaman, latar belakang, dan kedekatan dengan alam, baik dalam hal pendakian gunung, susur pantai, susur gua, survival, Olahraga Arus Deras (ORAD), dan kegiatan alam lainnya. Seperti pada buku Teknis Praktis Riset Komunikasi (Kriyantono: 2009, p.4), yang dimaksud dengan komunikasi efektif apabila terjadi kesamaan antara *frame of reference* (kerangka pikir) dan *field of experience* (bidang pengalaman) antara komunikator dan komunikan.

Dalam hal ini, antara Mahasiswa Pecinta Alam dan Program *My Trip My Adventure* bergerak dibidang kegiatan alam. Jadi sebagai Mahasiswa Pecinta Alam pasti mampu memberikan persepsinya terhadap program *My Trip My Adventure* berdasarkan *frame of reference* dan *field of experience* yang dimiliki.

Juga seperti pada prinsip komunikasi yang dikutip dari buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Mulyana, 2010, p.35), bahwa dalam diri setiap orang mengandung sisi internal yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, nilai, adat, pengalaman dan pendidikan. Bagaimana seseorang berkomunikasi dipengaruhi oleh beberapa hal internal tersebut. Sisi internal seperti lingkungan keluarga dan lingkungan dimana dia bersosialisasi mempengaruhi bagaimana dia berpikir dan melakukan tindakan komunikasi.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jainul Huda (2007) mengenai “Persepsi Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya Mengenai Program Wisata Alam Jelajah di Trans TV dan Jejak Petualang di Trans 7” dilakukan penelitian mengenai program wisata yang dilakukan di alam. Sedangkan pada penelitian ini, yang menjadi subjek penelitiannya bukan kepada program wisata di alamnya, akan tetapi lebih mendalam pada program dokumenter *My Trip My Adventure* yang menampilkan teknik-teknik untuk hidup di alam dan permainan alam seperti Olahraga Arus Deras (ORAD), susur gua, susur pantai, panjat tebing dan kegiatan alam lainnya. Program yang digunakan dalam penelitian ini juga merupakan program yang menggunakan selebritis sebagai pembawa acaranya, bukan pembawa acara yang memiliki latar belakang pecinta alam seperti pada penelitian sebelumnya.

Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat pengelihatian, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman (Thoha, 2010, p.141).

Persepsi melalui beberapa proses atau tahapan-tahapan yaitu dari suatu pesan yang diterima melalui panca indra (sensasi) akan di respon atau di tafsirkan (atensi) untuk dimaknai atau disimpulkan berdasarkan informasi yang diterima oleh panca indra yang dipercaya mewakili obyek yang akan diinterpersepsi (Mulyana, 2010. p.167). Berdasarkan dari beberapa penjelasan yang ada, maka sebenarnya pengetahuan manusia diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai obyek yang sebenarnya, tapi pengetahuan mengenai bagaimana obyek tersebut terlihat berdasarkan pengalaman masing-masing individu .

## Tinjauan Pustaka

### Acuan Dasar Perencanaan Televisi

Program televisi dapat dikatakan berhasil jika terdapat perencanaan yang kuat dari setiap aspek program. Menurut Subroto (1994, p. 47) terdapat lima acuan dasar dalam perencanaan acara televisi. Kelima acuan dasar tersebut adalah:

- a. Ide  
Setiap bentuk program televisi, pasti diawali dengan adanya sebuah ide. Ide tersebut merupakan hasil pemikiran pembuat program. Ide tidak lain adalah sebuah dasar pesan yang diberikan kepada komunikan melalui program televisi dengan maksud dan tujuan tertentu. Ide dapat berupa alur cerita, naskah, tema
- b. Pengisi Acara  
Pengisi acara dapat bersal dari semua kalangan. Namun, umumnya penonton televisi lebih tertarik menonton sebuah program acara yang dibawakan oleh artis terkenal. Anita Rahman (2016, p.21) mengatakan bahwa artis memang mempunyai kelebihan dibandingkan para *broadcaster* sejati. Karena memang sudah terkenal dan dipuja sebagai *public figure*, mereka tidak perlu lagi membangun popularitas. Maka dari itu pembuat program harus memperhatikan pengisi acara, karena seperti juga yang dikatakan oleh  
Dalam hal ini yang dimaksud dengan pengisi acara adalah presenter, narasumber, dan pemain figuran.
- c. Peralatan  
Seberapa kecil sebuah studio, pasti akan dilengkapi dengan perlengkapan yang memadai seperti satu set kamera, lampu, penguat suara, dan peralatan lainnya agar mampu menghasilkan kualitas gambar dan suara yang baik. Dalam hal ini peralatan juga termasuk lokasi yang dijadikan latar belakang pembuatan program, peralatan pendukung, kostum dan *wardrobe*
- d. Kelompok kerja produksi  
Kelompok kerja produksi merupakan kelompok yang menangani kinerja produksi mulai awal hingga produksi siap untuk disiarkan. Kelompok kerja sendiri terbagi menjadi empat satuan kerja, yakni tim produksi/siaran, tim fasilitas produksi, tim operator teknik, satuan kerja

teknis (*engineering*). Beberapa kelompok tersebut memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda.

e. Penonton

Penonton merupakan sasaran dari setiap program acara dan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan program acara. Penonton yang memberikan umpan balik dapat menjadi sebuah masukan agar program dapat dibuat menjadi lebih baik lagi.

Melalui lima acuan program acara televisi tersebut, yang menjadi indikator untuk penelitian ini adalah ide, pengisi acara, dan peralatan saja, karena penonton hanya dapat melihat apa yang nampak pada layar kaca televisi dan dapat diperhatikan oleh penonton. Sedangkan kelompok kerja produksi dan penonton tidak dapat diperhatikan oleh responden. Dimana apa yang terdapat pada layar televisi adalah yang dapat dipersepsikan oleh penontonnya.

## Persepsi

Persepsi adalah inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik. Persepsi dilakukan melalui beberapa tahap atau proses, yaitu dari suatu pesan yang diterima melalui panca indra (*sensasi*) akan di respon atau ditafsirkan (*atensi*) untuk dimaknai atau disimpulkan berdasarkan informasi yang diterima oleh panca indra yang dipercaya untuk mewakili objek yang akan dipersepsi (*interpretasi*) (Mulyana, 2010, p.168). Sedangkan Desiderato mendefinisikan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna stimuli indrawi (Rakhmat, 2004, p.51).

## Metode

### Indikator Penelitian

Indikator Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah acuan dasar perencanaan televisi yang terdiri dari ide, pengisi acaram dan peralatan (Subroto, 1994, p.47) yang dikaitkan dengan proses terbentuknya persepsi, yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi (Mulyana, 2010, p.169).

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode ini tepat digunakan untuk penelitian persepsi pemirsa, karena format deskriptif dapat digunakan pada penelitian kuanitatif yang tidak meneliti sebab-akibat antar dua variabel. Format deskriptif dapat menggambarkan kondisi, situasi, dan berbagai hal yang timbul di lingkungan objek penelitian. Sedangkan variabel yang digunakan adalah persepsi, dimana nantinya akan dibatasi hanya pada persepsi mahasiswa pecinta alam Surabaya



terhadap program acara “*My Trip My Adventure*” dan tidak meneliti hubungan antar dua variabel.

### **Metode Penelitian**

Pada penelitian ini digunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner untuk instrument pengumpulan datanya.

### **Populasi**

Populasi dalam Penelitian ini adalah organisasi Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya yang mendalami spesialisasi Gunung-Hutan yang terdiri dari Organisasi MATRAPALA, MAPARA, MAHATRA, HIMAPALA, MAPAUS dengan jumlah total 94 responden.

### **Sampel**

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh anggota aktif dari lima organisasi mahasiswa pecinta alam yang memiliki spesialisasi gunung hutan, baik laki-laki atau perempuan, dengan usia yang sesuai dengan audiens dari program “*My Trip My Adventure*”, yakni usia pemuda 15-30 tahun dan pernah menonton program “*My Trip My Adventure*”.

### **Teknik Penarikan Sampel**

Teknik penarikan sampel pada penelitian ini adalah total sampling, karena jumlah populasi kurang dari 100 responden. Total sampling adalah teknik penentuan sampel dengan cara mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel ( Sugiyono, 2013, p.124). Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh anggota aktif dari MATRAPALA, MAHATRA, MAPAUS, HIMAPALA, dan MAPARA yang mendalami spesialisasi gunung-hutan yang berjumlah 94 responden.

Kriteria yang digunakan dalam menentukan responden adalah:

1. Responden pernah menonton program “*My Trip My Adventure*”
2. Responden merupakan anggota aktif (masih berkuliah)
3. Berusia sekitar 15-30 tahun yang sesuai dengan UU Kepemudaan.

### **Temuan Data**

Melalui Penelitian yang telah dilakukan, didapatkan data responden mengenai proses persepsi (sensasi, atensi, interpretasi) yang dikaitkan dengan acuan dasar perencanaan televisi (ide, pengisi acara, peralatan). Hasil dari data tersebut membuktikan bahwa pada tahap sensasi, atensi dan interpretasi positif.

Berikut ini adalah hasil rata-rata dari proses persepsi (sensasi, atensi interpretasi) yang dikaitkan dengan acuan dasar perencanaan televisi (ide, pengisi acara, peralatan).

Tabel 1. Mean Persepsi



Kelas Interval	Mean	Kategori
Sensasi	3,52	Positif
Atensi	3,37	Positif
Interpretasi	3,40	Positif
Mean Total	3,43	Positif

Sumber: Data Premier, diolah 2016

Pada tabel 1 diketahui hasil *mean* total indikator persepsi mendapatkan nilai 3,43 yang dimana jika dilihat pada kelas interval “Persepsi Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya Terhadap Program *My Trip My Adventure* di Trans TV” termasuk kedalam kategori positif. Masing-masing individu akan mempersepsi segala sesuatu dengan cara yang berbeda berdasarkan latar belakang pengalaman, budaya, dan suasana psikologis (Mulyana, 2010, p.175). Ditambahkan oleh Desiderato yang mendefinisikan bahwa persepsi dalam pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna stimuli indrawi (Rakhmat, 2004, p.51). Sehingga jika responden memiliki latar belakang pengalaman yang sama maka persepsi yang dihasilkan juga akan sama. Bisa dikatakan persepsi responden yang adalah mahasiswa pecinta alam adalah positif.

Sedangkan pada tahap sensasi didapatkan hasil *mean* sebesar 3,52 yang termasuk dalam kategori positif. Pada tahap sensasi, individu akan memilih satu dari banyak rangsangan yang diterima, dibantu juga dengan informasi-informasi yang dimanfaatkan dalam membentuk kesan pertama individu (Tubbs&Moss, 2000, p.49), dibantu dengan pesan yang disampaikan ke otak melalui alat indra seperti pengelihatn, sentuhan, penciuman dan pendengaran, Dimana kelima indra tersebut memiliki tugas dalam berlangsungnya komunikasi manusia (Mulyana, 2010, p.169). Dapat dikatakan setiap individu akan menggunakan alat indera untuk menentukan diterima atau tidaknya suatu rangsangan. Jadi, bisa dikatakan pada tahap ini responden mau menerima rangsangan-rangsangan pada program “*My Trip My Adventure*” sesuai dengan pengalaman alat indra.

Selanjutnya pada tahap atensi, menghasilkan nilai *mean* sebesar 3,57, dimana atensi menunjukkan hasil positif. Seperti pada tabel 4.21 mayoritas responden memilih jawaban setuju dan sangat setuju, hal ini berarti responden yang pada awalnya memiliki ketertarikan dengan “*My Trip My Adventure*” telah memperhatikan dengan dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal individu. Rakhmat (2004, p.52) dalam bukunya membagi faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya atensi, yakni faktor eksternal dan faktor internal. Responden yang merupakan anggota dari mahasiswa pecinta alam memiliki faktor sosiopsikologis yang hampir sama, dimana responden memiliki kebutuhan sosial (motif, kemauan dan kebiasaan) yang hampir sama, yaitu kebutuhan untuk melakukan kegiatan di alam.

Untuk tahap yang terakhir, interpretasi memiliki nilai *mean* sebesar 3,40 yang menunjukkan bahwa interpretasi memiliki nilai positif. Penginterpretasian makna tidak dapat dilakukan secara langsung, melainkan penginterpretasian makna informasi yang dipercaya mewakili objek tersebut. Jadi, pengetahuan yang



diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan yang sebenarnya melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut (Mulyana, 2010, p.168). Interpretasi merupakan proses terpenting dalam persepsi, dan persepsi merupakan inti dari komunikasi. Maka interpretasi yang adalah tahap terakhir dari proses persepsi adalah tahap yang paling penting karena pada tahap inilah responden mengorganisasikan informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu. Interpretasi mengenai program “*My Trip My Adventure*” adalah suatu proses pemaknaan terhadap tayangan berdasarkan kesimpulan dari berbagai rangsangan yang terdapat dalam tayangan tersebut. Jika responden menginterpretasikan program “*My Trip My Adventure*” dengan positif, maka dapat dikatakan mahasiswa pecinta alam memiliki penafsiran yang baik mengenai program “*My Trip My Adventure*”.

## Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian berjudul “Persepsi Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya Terhadap Program Acara *My Trip My Adventure* di Trans TV” dengan responden yang berasal dari Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya adalah sebagai berikut:

a. Tahap Sensasi

Pada tahap sensasi, responden cenderung memiliki sensasi yang positif terhadap program “*My Trip My Adventure*”. Responden memiliki ketertarikan untuk menonton program “*My Trip My Adventure*” karena terdapat hal-hal seperti tema yang diberikan, penggunaan selebritis sebagai pembawa acara, dan *wardrobe* yang digunakan yang dapat diterima oleh responden dan menarik perhatian responden untuk terus mengikuti atau melihat program “*My Trip My Adventure*”.

b. Tahap Atensi

Pada tahap atensi, responden yang adalah anggota Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya cenderung memiliki atensi yang positif terhadap program “*My Trip My Adventure*”, yakni sebanyak 64 responden dari total 94 responden memiliki atensi positif. Hal ini berarti responden sudah memperhatikan program “*My Trip My Adventure*” dengan banyak faktor yang mempengaruhi responden baik faktor eksternal (atribut objek, gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perulangan) maupun faktor internal (faktor biologis, faktor sosiopsikologis).

c. Tahap Interpretasi

Pada tahap ini, responden memberikan interpretasi yang positif terhadap program “*My Trip My Adventure*”. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa program “*My Trip My Adventure*” terdapat kesesuaian antara informasi yang diterima dengan apa yang pernah responden rasakan saat melakukan kegiatan alam. Dengan kata lain, responden telah memaknai apa yang diterima sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, pengalaman masa lalu dan sistem nilai yang dianut.

d. Tahap Persepsi

Melalui hasil dari analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa rangsangan yang diterima oleh responden melalui program “*My Trip My*



*Adventure*” dapat dipersepsikan dengan positif oleh responden yang adalah anggota Mahasiswa Pecinta Alam Surabaya.

## Daftar Referensi

- Effendy, Onong Uchida . 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat . 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group
- L. Tubbs, Stewart & Sylvia Moss. 2000. *Human Communication*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- McQuil, Dennis . 2000. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mulyana, Deddy . 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rahman, Anita. 2016. *Teknik & Etik Profesi TV Presenter*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Soetopo, Aliefien 2011. *Mengenal Lebih Dekat: Wisata Alam Indonesia*. Jakarta: Pacu Minat Baca
- Subroto, Darwanto Sastro . 1994. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Toha, Miftah . 2010. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- TRANS TV - Milik Kita Bersama (2013). Retrived 17 September 2016 from [www.transtv.co.id](http://www.transtv.co.id)
- Pratomo (22 Juni 2015). *Ini Acara Televisi Terbaik Dan Terburuk Versi KPI*. Retrived 28 April 2016 from [www.merdeka.com](http://www.merdeka.com).
- SOL (12 Desember 2015). *KPID Riau Award Jemput Kearifan Lokal*. Retrived 20 Oktober 2016 from [www.riapos.com](http://www.riapos.com)