

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada motif pembaca Suplemen Khusus Persebaya di Koran Jawa Pos. Pemilihan fokus penelitian ini mengenai motif pembaca Suplemen Khusus Persebaya di Jawa Pos, berlandaskan pada fenomena adanya dorongan individu mengkonsumsi suatu media untuk memperoleh suatu kepuasan atau hasil tertentu.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications*. Teori ini meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang kemudian menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media massa terhadap diri seseorang, tetapi teori ini lebih tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media (Elvinaro, Lukiati, Siti, 2017: 73-74). Inti dari teori *uses and gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu (Kriyantono, 2014: 208).

Konsep mengukur motif dan kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). *Gratification Sought* adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain menurut Palmgreen, *gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media (Kriyantono, 2014: 210).

Dengan demikian konsumsi seseorang terhadap media tidak lepas dari motif mereka ketika akan mengonsumsi media tersebut. *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan pengguna ketika menggunakan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, pengguna akan memilih atau tidak memilih suatu media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi, Kategori motif yang digunakan menurut McQuail yaitu yang pertama adalah motif informasi: berkaitan dengan pencarian informasi, mencari berita, menambah ilmu pengetahuan, kedua motif identitas personal: motif ini berkaitan dengan menunjang nilai-nilai yang ada pada diri, eksplorasi diri dalam menggunakan media, ketiga motif integrasi dan interaksi sosial: hubungan personal motif ini berkaitan dengan menjalankan peran sosial, menemukan bahan pembicaraan dan bisa berinteraksi dengan pembaca disekitarnya, dan yang terakhir motif hiburan: motif yang mendasari kebutuhan khalayak dalam melepaskan emosi diri dari masalah dan kesibukan sehari-hari (Kriyantono, 2014: 215-216).

Teori penggunaan dan kepuasan memfokuskan perhatian pada audiens sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiens dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audiens dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut (Morissan, 2013: 509). Model *uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi,

bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2007: 289-290).

Di sini peneliti mengambil suplemen khusus Persebaya yang diterbitkan oleh Jawa Pos mulai tanggal 21 Februari 2017 dan terbit setiap hari Selasa atau hari spesial (Sumber: Jawa Pos edisi 21 Februari 2017). Jawa Pos adalah surat kabar harian yang berpusat di Surabaya, Jawa Timur. Surat kabar juga termasuk kedalam salah satu ragam dari ruang lingkup media cetak. Surat kabar adalah media massa tertua dibandingkan dengan media massa lainnya. Dalam penyebarannya surat kabar lebih banyak dan lebih luas, dan memiliki daya mampu yang dalam untuk merekam kejadian sehari-hari. Dengan ciri-ciri bersifat umum, terbit secara periodik, isinya beraneka ragam dan aktual mengenai peristiwa yang baru terjadi dan yang akan dilaporkan harus benar untuk diketahui pembaca (Effendy, 2007: 91).

Surat kabar juga memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi sekaligus mendidik para pembaca melalui tulisan-tulisan yang mengandung ilmu pengetahuan, sehingga pembaca bertambah pengetahuannya, selain itu surat kabar juga berfungsi untuk menghibur sebagai pengimbang berita berat atau *hard news* dan artikel-artikel yang berbobot, dan juga untuk mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu (Effendy, 2007: 93).

Jawa Pos merupakan harian terbesar di Jawa Timur, dan merupakan salah satu harian dengan oplah terbesar di Indonesia. Jawa Pos didirikan oleh The Chung Shen pada 1 Juli 1949 dengan nama Djawa-Post. Saat itu The Chung Shen hanyalah seorang pegawai di sebuah bioskop bagian iklan di Surabaya. Karena setiap hari dia harus memasang

iklan bioskop di surat kabar, lama-lama ia tertarik untuk membuat surat kabar sendiri. Bisnis The Chung Shen di bidang surat kabar tidak selamanya mulus. Pada akhir tahun 1970-an, omzet Jawa Pos mengalami kemerosotan yang tajam. Tahun 1982, oplahnya hanya tinggal 6.800 eksemplar saja dan akhirnya memutuskan untuk menjual Jawa Pos (Jawa Pos *Company Profile Book*, 2016).

Pada tahun 1982, Eric F.H. Samola, pada saat itu menjabat sebagai Direktur Utama PT Grafiti Pers yang mejadi penerbit majalah Tempo mengambil alih Jawa Pos. Dengan manajemen baru, Eric mengangkat Dahlan Iskan, yang sebelumnya adalah kepala biro Tempo di Surabaya untuk memimpin Jawa Pos. Dahlan Iskan adalah sosok yang menjadikan Jawa Pos yang waktu itu hampir mati dengan oplah 6.000 eksemplar, dalam waktu 5 tahun menjadi surat kabar dengan oplah 300.000 eksemplar (Jawa Pos *Company Profile book*, 2016).

Dari hasil wawancara dengan Chandra Wahyudi selaku direktur PT. persebaya, menyatakan Suplemen Khusus persebaya ini masih berada di bawah naungan rubrik *Sportainment* milik Jawa Pos. Rubrik sendiri artinya adalah ruangan pada halaman surat kabar, majalah atau media cetak lainnya mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat (Effendy, 1989: 316).

Pada Suplemen Khusus Persebaya yang diterbitkan oleh Jawa Pos ini, keseluruhan dari empat halaman ini berisikan artikel-artikel yang berhubungan dengan Persebaya. Persebaya sendiri adalah singkatan dari Persatuan Sepak Bola Surabaya, yang berdiri pada 18 Juni 1927 dengan nama *Soerabhaiasche Indonesische Voetbal Bond* (SIVB) dan sudah malang melintang dalam dunia sepakbola Indonesia. pada tahun 1943

SIVB berganti nama menjadi Persibaja (Persatuan Sepak Bola Indonesia Soerabaja), yang kemudian pada tahun 1960 hingga kini nama Persibaja diubah menjadi Persebaya (Persatuan Sepak Bola Surabaya), yang sebelumnya nama Persebaya sendiri sempat berubah menjadi Persebaya 1927. Perubahan nama persebaya menjadi persebaya 1927 sendiri bukan karena tanpa alasan, tetapi karena pada musim 2009/2010 Persebaya sendiri tidak mau mengikuti divisi utama dan pindah ke Liga Primer Indonesia.



Gambar I.1. Lambang Persebaya

(Sumber : Google.com, diakses 4 November 2017)

Selama perkembangannya, Jawa Pos terus memperluas segmentasi pembacanya yang berasal dari berbagai kalangan, seperti Suplemen Khusus Persebaya yang baru terbit ini setelah PT Jawa Pos *Sportainment* (JPS) mengakuisisi 70 persen saham klub persebaya (Jawa Pos, 21 Februari 2017). Adanya Suplemen Khusus Persebaya ini sendiri, digunakan oleh Jawa Pos sebagai salah satu strategi untuk lebih

mendekatkan diri dengan pembacanya. Suplemen Khusus ini juga didesain sedemikian rupa agar keingin tahun pembacanya, yang sekaligus sebagai penggemar Persebaya yang berada di dalam kota Surabaya sendiri maupun di luar kota Surabaya agar menjadi terpenuhi.



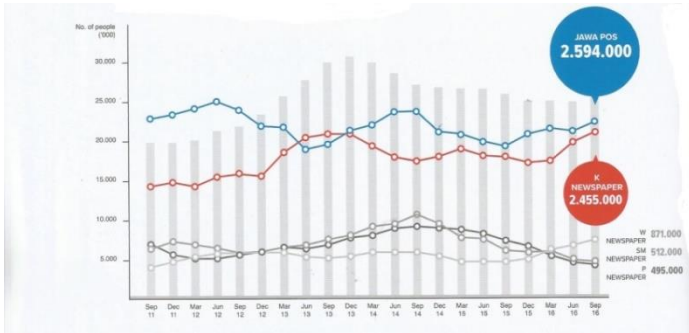
Gambar I.2. Edisi pertama Suplemen Khusus Persebaya Koran Jawa Pos (Sumber :Jawa Pos, Suplemen Khusus edisi pertama, 21 Februari 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Chandra Wahyudi selaku direktur PT. Persebaya, selain tujuan dari Suplemen Khusus Persebaya yang bertujuan untuk memenuhi keingin tahun pembaca dan penggemar persebaya, ternyata Jawa Pos sendiri memiliki tujuan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan-pelanggan lama yang hingga sekarang masih berlangganan. Selain menjaga hubungan baik dengan pembaca

setianya, dengan adanya Suplemen Khusus Persebaya ini, Jawa Pos juga masih mempunyai peluang lebih untuk menambah pembaca baru dan terus untuk meningkatkan pembelian Koran Jawa Pos, karena jumlah dari penggemar Persebaya pada zaman sekarang terus bertambah, dan kini penggemar persebaya tidak hanya berasal dari kalangan kelas menengah kebawah saja.

Tujuan dari suplemen khusus ini sendiri untuk pembacanya, sebagai salah satu strategi untuk lebih mendekatkan diri dengan pembaca, dan rubrikasi yang di desain sedemikian rupa untuk memenuhi keinginan pembaca khususnya penggemar persebaya. Sedangkan harapannya sendiri dengan adanya halaman khusus ini tingkat pembelian meningkat, selain itu juga untuk menjaga hubungan baik dan memperluas segmentasi pembaca karena penggemar persebaya sekarang ini tidak hanya dari kalangan menengah kebawah saja. (Chandra Wahyudi, Direktur PT. Persebaya. 28 September 2017).

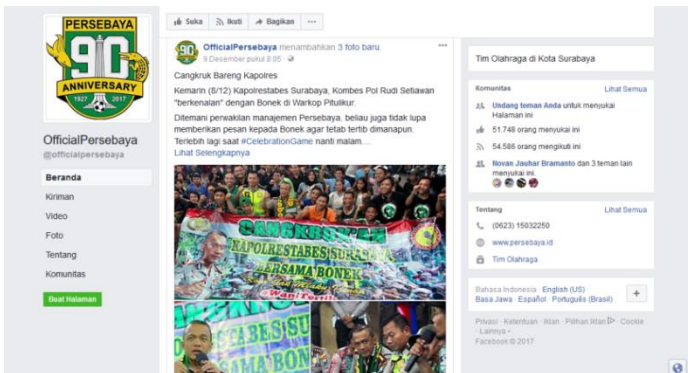
Sebagai salah satu surat kabar yang ada di Indonesia, Jawa Pos hingga saat ini menguasai pasar media cetak di Indonesia. Berdasarkan badan statistik Roy Morgan hingga bulan September 2016 jumlah Pembaca Koran Jawa Pos sebanyak 2.594.000 di Indonesia, jumlah itu lebih banyak daripada jumlah pembaca Koran lain di Indonesia, dan pembaca Koran Jawa Pos se Indonesia 64% nya berusia antara umur 20 hingga 39 tahun (Jawa Pos *Company Profile Book*, 2016).



Gambar I.3. Jumlah pembaca Jawa Pos di Indonesia tahun 2016

(Sumber : Jawa Pos Company Profile book, 2016)

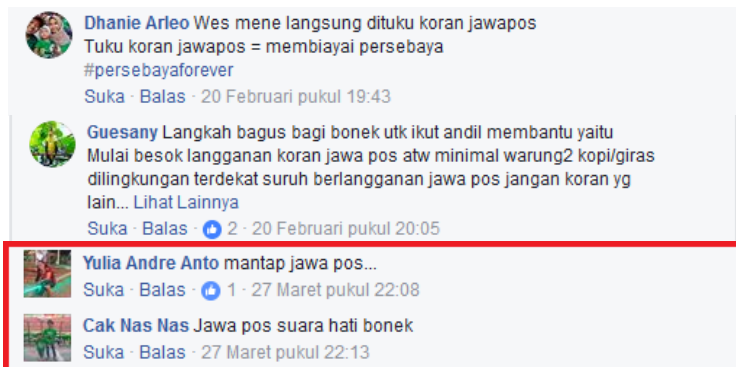
Selain mendapatkan jumlah pembaca tertinggi se Indonesia, Suplemen Khusus Persebaya juga mendapat respons positif dari pembaca, khususnya pengguna sosial media *Facebook* yang memiliki jumlah *followers* sebanyak 54.586.

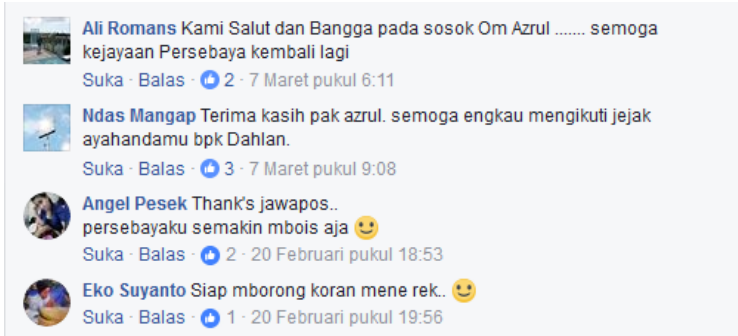


Gambar I.4. Account Facebook “Official Persebaya”

(Sumber : Facebook.com)

Respons positif dari pembaca dapat terlihat dari jumlah *followers* akun *Facebook Official* Persebaya. Dengan jumlah pembaca yang cukup tinggi, hal ini membuktikan bahwa Suplemen Khusus Persebaya memang selalu dinanti dan diminati oleh para pembacanya. Tidak hanya dengan memiliki *followers* yang banyak, respons positif lain yang ditunjukkan pembaca Suplemen Khusus Persebaya dapat terlihat dari komentar positif yang menunjukkan kepuasan dari Pembaca Suplemen Khusus Persebaya. Komentar positif yang menunjukkan kepuasan dari pembaca Suplemen Khusus Persebaya tersebut, juga membuat penulis memutuskan untuk mencari tahu motif apa yang mendorong mereka membaca Suplemen Khusus Persebaya.





Gambar I.5. Komentar positif di *Account Facebook “Official Persebaya”*

(Sumber : Facebook.com)

Dari beberapa komentar di atas menunjukkan bahwa pembaca merasa puas akan Suplemen Khusus Persebaya, ada juga yang mengatakan bahwa Jawa Pos suara hati bonek. Komentar di atas memperlihatkan bahwa pembaca sudah merasa puas atas Suplemen Khusus Persebaya yang diterbitkan oleh Jawa Pos setiap hari Selasa.

Fokus penelitian kali ini akan difokuskan kepada masyarakat di Surabaya, yang berusia 20 tahun hingga 39 tahun. Pemilihan usia tersebut dikarenakan menurut Jawa Pos pada *website* nya di tahun 2017 keseluruhan jumlah pembaca Koran Jawa Pos se Indonesia, 63% dari jumlah pembacanya berasal dari usia 20 hingga 39 tahun.

Tabel I.1. Jumlah Penduduk Surabaya Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin

(Sumber: Badan Pusat Statistik Surabaya tahun 2016)

Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0-4	111.524	105.659	217.183
5-9	114.640	108.390	223.030
10-14	103.696	99.292	202.988
15-19	105.915	117.883	223.798
20-24	126.867	137.654	264.521
25-29	145.281	147.321	292.602
30-34	132.554	132.805	265.359
35-39	122.453	120.964	243.417
40-44	104.070	106.826	211.196
45-49	84.915	90.832	175.747
50-54	72.796	74.428	147.224
55-59	54.641	52.647	107.288
60-64	32.668	35.382	68.050
65-69	24.997	26.742	51.739
70-74	14.798	18.807	33.605
75+	13.368	21.193	34.561
Tak terjawab	2.358	821	3.179
Jumlah	1.367.841	1.397.646	2.765.487

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei. Metode survei dan metode observasi adalah sama merupakan metode pengumpulan “data primer” dengan memperolehnya secara langsung dari sumber lapangan penelitian. Pengumpulan data atau informasi dan fakta

lapangan secara langsung tersebut melalui kuesioner dan wawancara baik secara lisan maupun tertulis yang membutuhkan adanya kontak secara tatap muka antara penelitian dengan respondennya. Pada penelitian ini peneliti membagikan kuesioner kepada pembaca Koran Jawa Pos yang ada di seluruh kota Surabaya dengan usia antara 20 hingga 39 tahun, untuk mengetahui motif pembaca Suplemen Khusus yang ada di Koran Jawa Pos.

1.2 Rumusan Masalah

Apa motif pembaca Suplemen Khusus Persebaya di Koran Jawa Pos?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui motif pembaca Suplemen Khusus Persebaya di Koran Jawa Pos.

1.4 Batasan Masalah

Objek penelitian : Motif pembaca Suplemen Khusus Persebaya.

Subjek penelitian : Pembaca Suplemen Khusus Persebaya.

Metode : Survei.

1.5 Manfaat Penelitian

Kegunaan yang diharapkan akan diperoleh adalah :

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan dan dapat digunakan sebagai referensi pendukung dalam bidang Ilmu Komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Dengan meneliti Suplemen Khusus ini diharapkan berguna atas kinerja Koran Jawa Pos untuk memberi arahan yang positif bagi masyarakat.