BAB II

KAJIAN PUSTAKA

(PENGERTIAN MEDIA CETAK, MINAT, DAN KONSUMSI TERHADAP MEDIA CETAK)

A. Konsep Media Cetak

1. Pengertian Media Cetak

a. Media Cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi. Media cetak berawal dari media yang disebut dengan *Acta Diuna* dan *Acta Senatus* dikerajaan romawi, kemudian berkembang pesat setelah Johanes Guttenberg menemukan mesin cetak hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah.

Media cetak adalah segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya macam-macam media cetak pada umumnya.[6]

Sejarah media modern berawal dari buku cetak. Meskipun pada awalnya upaya pencetakan buku hanyalah merupakan upaya penggunaan alat teknik untuk memproduksi teks yang sama atau hampir sama, yang telah disalin dalam jumlah yang besar, namun

[6] Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* , (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010), cet pertama, h. 228.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

upaya itu tentu saja masih dapat disebut semacam revolusi. Lambat laun perkembangan buku cetak mengalami perubahan dalam segi isi – semakin bersifat sekular dan praktis. Kemudian semakin banyak pula karya populer, khususnya dalam wujud brosur dan pamflet politik dan agama yang ditulis dalam bahasa daerah, yang ikut berperan dalam proses transformasi abad pertengahan. Jadi, pada masa terjadinya revolusi dalam masyarakat buku pun ikut memainkan peran yang tidak dapat dipisahkan dari proses revolusi itu sendiri.[7]

Hampir dua ratus tahun setelah ditemukannya percetakan barulah apa yang sekarang ini kita kenal sebagai surat kabar prototif dapat dibedakan dengan surat edaran, pamflet, dan buku berita akhir abad keenam belas dan abad ketujuh belas. Dalam kenyataannya terbukti bahwa suratlah yang merupakan bentuk awal dari surat kabar, bukannya lembaran yang berbentuk buku. Surat edaran diedarkan melalui pelayanan pos yang belum sempurna dan berperan terutama untuk menyebarluaskan berita menyangkut peristiwa yang ada hubungannya dengan perdagangan internasional. Jadi, munculnya surat kabar merupakan pengembangan suatu kegiatan yang sudah lama berlangsung dalam dunia diplomasi dan dilingkungan dunia usaha. Surat kabar pada masa awal ditandai oleh: wujud yang tetap; bersifat komersial (dijual secara bebas); bertujuan banyak (memberi informasi,

[7] Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* , (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010), cet pertama, h. 229.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mencatat, menyajikan adpertensi, hiiburan, dan desas-desus); bersifat umum dan terbuka.[8]

Dalam konsep pengertian diatas, media cetak (surat kabar dan majalah) memiliki kadar inovasi yang lebih tinggi daripada buku cetak – penemuan (invensi) bentuk karya tulis, sosial dan budaya yang baru – meskipun pada masa itu pandangan yang muncul tidak demikian adanya. Kekhususan surat kabar, jika dibandingkan dengan sarana komunikasi budaya lainnya, terletak pada individualisme, orientasi pada kenyataan, kegunaan, sekularitas (nilai–nilai), dan kecocokannya dengan tuntutan kebutuhan kelas sosial baru, yakni kebutuhan para usahawan kota dan orang profesional. Kualitas kebaruannya bukan terletak pada unsur teknologi atau cara distribusinya, melainkan pada fungsinya yang tepat bagi kelas sosial tertentu yang berada dalam iklim kehidupan yang berubah dan suasana yang secara sosial dan politis lebih bersifat permisif (terbuka).

Sejarah perkembangan surat kabar serta majalah selanjutnya dapat dipaparkan sebagai serangkaian perjuangan, kemajuan dan pengulangan, yang mengarah ke iklim kebebasan, atau bisa juga dilihat sebagai kelanjutan dari sejarah kemajuan ekonomi dan teknologi. Unsur-unsur penting dalam sejarah pers yang mempengaruhi batasan surat kabar dan majalah modern akan disajikan pada paragraf -

[8] Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* , (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010), cet pertama, h. 230.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

paragraf selanjutnya. Memang sejarah perkembangan pers setiap bangsa tidak mungkin dipaparkan dalam satu pemaparan ringkas. Terlepas dari hal tersebut, patut dicatat bahwa unsur – unsur penting tersebut, yang sering kali berbaur dan berinteraksi satu sama lain, merupakan faktor penentu dalam perkembangan institusi pers. Tentu saja dengan kadar pengaruh yang berbeda – beda.[9]

b. Sejarah Media Cetak

Penemu pertama Media Cetak adalah Johannes Gutenberg pada tahun 1455 terutama di Negara Eropa. Perkembangan awal terlihat dari penggunaan daun atau tanah liat sebagai medium, bentuk media sampai percetakan. Gutenberg mulai mencetak Bible melalui teknologi cetak yang telah ditemukannya. Teknologi mesin cetak Gutenberg mendorong juga peningkatan produksi buku menjadi hitungan yang tidak sedikit. Teknologi percetakan sendiri menciptakan momentum yang justru menjadikan teknologi ini semakin mendorong dirinya untuk berkembang lebih jauh.

Lanjutan dari perkembangan awal media cetak adalah dimana perkembangan teknologi yang belum berkembang, yaitu media cetak dibuat memakai mesin tik untuk membuat suatu iklan produk sedangkan gambar-gambar atau animasi yang memperbagus iklan produk itu dibuat secara manual dengan menggunakan pena.

[9] Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* , (Jakarta: Penerbit Airlangga), Edisi Kedua , h. 9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tanda-tanda perkembangan media cetak adalah melek huruf (kemampuan untuk baca-tulis). Memang melek huruf adalah kondisi yang dipunyai oleh kaum elite. Bahasa yang berkembang pun hanya beberapa bahasa pokok, bahasa latin – misalnya. Perkembangan pendidikan pada abad 14 juga mendorong perkembangan orang yang melek huruf. Perkembangan media cetak sekarang yaitu didukungnya perkembangan teknologi yang sudah berkembang, sehingga dapat memudahkan orang untuk membuat suatu iklan yang lebih kreatif dan atraktif.

B. Kelebihan dan Kelemahan Media Cetak

1. Kelebihan Media Cetak

Setiap media memiliki kelebihan masing-masing, media cetak juga memiliki kelebihan dibanding media elektronik. Kelebihan media cetak secara umum dibanding media elektronik terletak dari "daya tahan" informasi. Dari berbagai jenis media massa, media cetak memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lain. hasil cetakan tersebut permanen dan bisa disimpan sehingga pembaca bisa mengulanginya sampai mengerti isi pesan yang disampaikan, tanpa biaya tambahan. Selain itu, halaman media cetak, menurut Mondry, bisa terus ditambah seandainya diperlukan.[10]

[10] Mondry, Pemahaman Teori dan Praktik Jrnalistik, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia 2008), cet pertama, h. 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surat kabar harian memiliki kelebihan lebih khusus lagi bila dibandingkan dengan media cetak lain. sesuai periodesasi terbitnya, informasi surat kabar harian diterima pembaca setiap hari sehingga informasi diperoleh terus secara berkesinambunga. Informasi yang disampaikan surat kabar lebih lengkap dibanding radio dan televisi. Dengan halaman yang cukup banyak, apalagi kini banyak surat kabar yang terbit dengan 32 halaman atau lebih, informasi tentang suatu peristiwa dapat diberitakan secara mendalam, dari berbagai sisi, sedangkan radio dan televisi butuh jam tayang khusus guna melakukan hal itu.

Tabloid dan majalah yang periodesasi terbitnya lebih lama dibanding surat kabar, berusaha menampilkan informasi yang lebih lengkap lagi, juga dengan gaya penulisan feature yang lebih memikat sehingga tetap disukai pembaca.[11]

2. Kelemahan Media Cetak

a. Lambat dan Tidak Langsung

Kelebihan media elektronik sebenarnya merupakan kelemahan media cetak. Informasi media cetak tidak bisa cepat dan langsung. Berita media cetak baru kaan diterima khalayak sesuai periodesasinya. Surat kabar harian terbit setiap hari, informasinya diterima publik

[11] Mondry, Pemahaman Teori dan Praktik Jrnalistik, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia 2008), cet pertama, h. 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehari hanya sekali, tabloid atau majalah mingguan berarti informasinya diterima masyarakat seminggu sekali. Hal ini membuat para pembaca media cetak mengalami sedikit penghambatan dalam informasi.

b. Jauh

Informasi yang disampaikan media cetak terkesan "jauh" karena pembaca tidak dapat mengetahui secara langsung peristiwa seperti yang disampaikan media elektronik. Guna mengatasi kekurang itu, media cetak menampilkan foto-foto yang menarik guna mengimbangi tayangan televisi, juga memuat tulisan atau informasi yang lengkap, bahkan dengan penlisan feature guna mengimbangi informasi media elektronik.

c. Tidak Akrab

Pada media etak, tidak ada penyiar yang menyampaikan, tetapi harus disiarkan oleh diri sendri. Sebagai sumber informasinya, jajaran redaksi tidak ada yang akrab dengan pembaca, bahkan mungkin tidak kenal sama sekali. Berbeda dengan penyiar atau pembaca berita televisi atau radio, tentu banyak yang kenal (minimal suaranya), bahkan mengidolakan mereka.

d. Tidak Fleksibel

Membaca informasi media cetak tentu tidak bisa dilakukan sambil memasak atau mengendarai kendaraan sehingga bisa dikatakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak fleksibel, sedangkan dengan radio bisa mendapatkan informasinya. Perbandingan kelemahan antara surat kabar, tabloid, dan majalah pada umumnya terkait periode terbit dan banyaknya halaman. Hal serupa juga terjadi antara tabloid yang umumnya terbit mingguan dengan majalah yang dua mingguan atau bulanan, isi majalah lengkap dan bahasanya lebih dalam.

C. Media Cetak Islam

Didalam sebuah media, selain menampilkan dan memberikan informasi umum kepada masyarakat luas. Ada beberapa media yang khusus memberikan informasi tentang keagamaan bagi orang-orang Islam yang dibalut dalam media cetak Islam. Hal ini tentu akan melibatkan arti keislaman yang sesungguhnya, dan bagaimana media tersebut dapat menjalankan amanat Allah SWT sebagai khalifah didunia untuk berdakwah secara Bil Qalam atau dakwah melalui tulisan.

Dakwah atau Ad-da'wat ila qadhiyat yang artinya menegaskannya atau membelanya, baik yang hak ataupun yang batil, yang positif maupun yang negatif.[12] Atas dasar itulah maka ada orang yang mengajak ke arah ketaatan dan berbuat kebajikan, ada pula orang yang mengajak ke arah kemaksiatan

[12] Jum'ah Amin Abdul Aziz, Fiqih Dakwah Studi atas Berbagai Prinsip dan Kaidah yang Harus Dijadikan Acuan dalam Dakwah Islamiah, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2007), cet. 7, h. 24.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan kemungkaran. Karenanya, Rasulullah SAW disebut sebagai seorang dai Allah SWT.

Dakwah adalah bagian penting dalam Islam, sehingga sering dikatakan bahwa Islam adalah agama dakwah. Melalui dakwah ajaran Islam berkembang dan tersebar luas keseluruh penjuru dunia. Melalui dakwah pula ajaran Islam diamalkan oleh para pemeluknya sehingga tercermin dalam kehidupan pribadi kelurga dan masyarakat.

1. Fungsi Media Massa dalam Dakwah

   Selain sebagai media komunikasi yang melayani khalayak yang luas, pers, film, dan televisi, juga merupakan lembaga sosial. Media massa sebagai lembaga sosial, memiliki sifat-sifat kelembagaan institutional character. Media massa menyelenggarakan dan melayani informasi dengan cepat dan teratur secara melembaga. Informasi yang disalurkan dan disebarluskan oleh media massa kepada khalayak atau audience. Fungsi dakwah yang dapat diperankan oleh media massa adalah menjaga agar media massa sellau berpihak kepada kebaikan, kebenaran, dan keadilan universal sesuai dengan fitrah dan ke hanifaan manusia, dengan sellau taat kepada kode etiknya.[13]

2. Majalah

[13] Anwar Arifin, "Dakwah Kontemporer sebuah Studi Komunikasi", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 94-95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Salah satu bentuk media massa yang dikenal sejak dahulu adalah majalah, kehadirannya selain mengarah kepada pelayanan kebutuhan masyarakat maka majalah diarahkan juga kepada khalayak yang lebih khas apakah gaya hidup mereka maupun perbedaan demografisnya.[14] Edisi perdana majalah yangdiluncurkan di Amerika pada pertengahan 1039-an memperoleh kesuksesan besar. Majalah telah membuat segmentasi pasar tersendiri dan membuat fenomena baru dalam dunia media massa cetak di Amerika.[15] Keberadaan majalah sebagai media massa terjadi tidak lama setelah surat kabar.

Sedangkan keberadaan majalah sebagai media massa di Indonesia dimulai menjelang dan pada awal kemerdekaan Indonesia. Di akarta pada tahun 1945 terbit majalah bulanan dengan nama Pantja Raja Pimpinan Markoem djojihadisoeparto (MD) dengan prakarta dari Ki Hajar Dewantoro selaku Menteri Pendidikan pertama RI. Fungsi majalah mengacu pada sasaran khalayaknya yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda antara satu dan lainnya.

Tipe atau kategori suatu majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju, artinya, sejak awal redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya, apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria dewasa, atau

[14] Alo Liliweri, Memahami Komunikasi Massa dalam Masyarakat,(Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1991), h.11.
[15] Elvinaro Ardianto,dkk, Komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Bandung: Simibiosa Rekatama Media,2007), h.114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk pembaca umum dari remaja sampai dewasa. Bisa juga sasaran pembaca yang dituju kalangan profesi tertentu, seperti pelaku bisnis atau pembaca dengan hobi tertentu, seperti bertani, berternak, dan memasak.[16]

a. Jenis-Jenis Majalah

Majalah umum, majalah industri, majalah konsumen, tiga tipe majalah yang sudah umum diketahui banyak orang bahkan dijadikan langganan. Majalah seringkali menjadi pelopor perubahan. Ketika perubahan sosial, ekonomi, atau teknologi mulai membentuk budaya, majalah sering menjadi media yang pertama sekali bergerak. Dan struktur industri ini merupakan salah satu alasan penyebab hal ini. Tidak seperti surat kabar, kebanyakan majalah tidak terlalu terikat pada area geografis yang spesifik. Namun, terpusat pada peminatan dan pasar yang lebih kecil. Para penulisnya mencari tren baru.

b. Majalah Sebagai Media Dakwah

Media dakwah merupakan unsur tambahan dlam kegiatan berdakwah. Menurut Mira Fauziyah, media dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada mad'u.[17] Dakwah memerlukan media massa, untuk menjangkau sebanyak-banyaknya khalayak. Majalah juga memiliki kekuatan pengaruh sebagaimana surat

[16]Ibid, h.119.
[17] Moh. Ali Aziz, "Ilmu Dakwah", (Jakarta: Kencana, 2009), cet. Ke-2, h. 403-404.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kabar, majalah merupakan media yang paling simple organisasinya, relatif lebih mudah mengelolanya dibanding surat kabar. Saat ini telah banyak majalah yang secara khusus menyatakan sebagai majalah dakwah Islam. Menulis pesan dakwah di majalah juga tidak terlepas dari visi redakturnya.[18]

3. Struktur Industri Majalah

Majalah modern muncul sebagai medium massa terutama karena perannya sebaga penghubung sistem pemasaran. Seperti halnya koran, selama bertahun-tahun majalah mampu merangkum aneka selera dan kepentingan yang luas. Namun tidak seperti media lainnya, sebagian besar majalah yang ada terfokus pada khalayak homogen tertentu atau kelompok-kelompok yang kpentingannya sama. Tidak seperti koran, sirkulasi majalah umumnya berskala nasional. Dengan berfokus pada selera atau bidang tertentu, majalah bisa meraih khalayak dari berbagai kelas sosial, tingkat pendapatan atau pendidikan di seluruh penjuru negara.

Pada awalnya, sumber pendapatan utama majalah adalah hasil penjualan majalah itu sendiri. Sumber lainnya adalah dukungan keuangan dari asosiasi atau perusahaan tertentu yang berkepentingan dengan terbitnya majalah tersebut. Baru belakangan majalah mengandalkan pemasukkannya dari iklan, dan ini terkait dengan perannya dalam sistem pemasaran. Besarnya sirkulasi

[18] Moh. Ali Aziz, “Ilmu Dakwah”, (Jakarta: Kencana, 2009), cet. Ke-2, hal. 416-417.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan cakupan nasionalnya menjadikan majalah sebagai media yang baik untuk beriklan. Kini, majalah acapkali diterbitkan khusus untuk kelompok konsumen tertentu. Isi editorial dan iklan-iklannya sengaja disesuaikan terhadapnya.

Karena majalah dapat menciptakan pasar sendiri untuk suatu produk, maka hubungan antara majalah dan khalayaknya juga agak berbeda. Isi majalah lebih diarahkan untuk kepentingan khalayak tersebut, karena para penerbitnya tidak mau beresiko dengan isi yang belum tentu diterima. Karenanya, majalah sengaja menyediakan diri untuk melayani khalayak itu saja.

a. Keberlangsungan Majalah

Dewasa ini, relatif sedikit majalah yang mendominasi pasar. Namun jenisnya cukup bervariasi sehingga masing-masing mewakili berbagai kepentingan atau selera pembaca. Meskipun kompetisinya sangat tajam, namun sirkulasi majalah yang terfokus pada kelompok tertentu menjadikannya tetap menarik bagi para investor. Apa yang paling penting adalah gagasan. Jika seorang penerbit punya gagasan segar untuk mencetak suatu majalah baru, ia takkan sulit memperoleh dukungan keuangan. Selalu terbuka kemungkinan berhasil, dan ancaman untuk ditelan oleh perusahaan media raksasa relatif kecil.[19]

[19] William L. Rivers, Theodore Peterson, and Jay W. Jensen, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), Edisi Kedua , h. 193.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mudahnya penerbit baru masuk ke industri majalah sangat kontras kalau dibandingkan dengan sulitnya penerbit baru masuk ke industri koran, media siaran atau film. Itu pula sebabnya mengapa tiap majalah biasanya hanya memiliki sedikit pegawai dengan perlengkapan kerja tidak terlalu hebat. Hal yang paling banyak menelan biaya memang bukan pegawai atau perelngkapan, melainkan kontrak cetak. Lagipula, majalah kecil atau baru takkan berniat menyaingi majalah lain, apalagi yang sudah besar. Modal majalah biasanya tidak terlalu besar. Majalah Rolling Stone mulai terbit dengan modal $20.000 dan awalnya hanya ditujukan untuk para pembaca di kawasan Teluk San Fransisco. Namun tantangan untuk bertahan jauh lebih berat. Mudahnya maalah baru terbit menjadikan setiap majalah yang sudah ada harus berusaha keras untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Selera pembaca acapkali berubah sehingga pengelola majalah dituntut untuk selalu sigap terhadapnya.[20]

Secara umum, industri majalah dicirikan oleh banyaknya penerbit yang masing-masing berukuran kecil. Namun ada sejumlah majalah besar yang menguasai porsi pasar cukup besar, meskipun ini tidak berarti mereka yang paling banyak meraih keuntungan.

Pada tahun 1969, majalah Life yang sirkulasinya mencapai 8,5 juta eksemplar, meraih iklan senilai $153 juta. Time, terbitan kembarnya,

[20] William L. Rivers, Theodore Peterson, and Jay W. Jensen, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), Edisi Kedua , h. 193.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menduduki urutan kedua dengan perolehan iklan sebesar $95 juta. Namun Life justru merugi hingga $10 juta akibat tingginya biaya produksi dan distribusi majalahnya yang mencapai jutaan eksemplar itu. majalah Look, urutan ketiga dengan $77 juta, pada tahun 1970 mengumumkan bahwa ia tidak mampu lagi bersaing dengan Life dalam soal ukuran sirkulasi. Para pengelolanya juga menyatakan bahwa mereka justru akan mengurangi sirkulasi untuk berkonsentrasi pada 60 daerah yang paling menguntungkan saja. Jumlah halaman berwarna juga ikurangi demi menekan biaya dari $55.000 menjadi $48.500. Life kemudian juga melakukan hal serupa, yakni mengurangi sirkulasinya.[21]

4. Majalah sebagai Penyampai dan Penafsir Pesan

Majalah lebih dahulu melakukan jurnalisme interpretatif ketimbang koran ataupun kantor-kantor berita. Bagi majalah, interprestasi justru menjadi sajian utama. Sejak lama, aneka majalah sengaja menyajikan tinjauan atau analisis terhadap suatu peristiwa secara mendalam, dan itulah hakikat interprestasi. Ecenderungan ini mengaut sejalan dengan spesialisasi majalah. Majalah-majalah khusus laku karena menyajikan analisis panjang lebar.

Sebagai terbitan berkala, majalah juga berfungsi sebagai ajang diskusi berkelanjutan. Dalam membahas suatu masalah, majalah bisa melakukannya

[21] William L. Rivers, Theodore Peterson, and Jay W. Jensen, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), Edisi Kedua , h. 194.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam waktu lama, bahkan nyaris tak terbatas selama masih ada peminatnya. Dibandingkan koran, majalah lebih kuat mengingat emosi pembacanya. Majalah juga diakui menjalankan metode interprestasi yang terpuji sehingga John Fischer, mantan editor majalah Harper's, menyebut majalah sebagai "medium bacaan utama dari generasi ke generasi."

Namun menurut pengritiknya, majalah diliputi banyak kelemahan yang merendahnya mutunya sebagai penafsir berita. Sebagai contoh, kebanyakan majalah berhaluan konservatif sehingga apa yang disampaikannya tidak lepas dari perspektif itu. di samping itu, banyak majalah yang hanya menganalisis berita dari sumber lain, dan hampir tidak pernah mencari berita sendiri. Majalah juga cenderung eniru artikel apa saja yang populer. Namun yang paling serius majalah dituding ikut menciptakan "dunia semu" dengan menyajikan sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataan.[22]

Kritik itu layak dipertimbangkan, namun peran penting majalah sebagai penafsir berita hendaknya tidak diabaikan. Dalam kenyataannya, majalah ikut berpera dalam reformasi politik maupun sosial. Majalah, tidak seperti koran, biasanya memiliki perspektif nasional sehingga terbebas dari sentimen kedaerahan. Bahkan majalah juga berjasa ikut memelihara kesadaran tentang kesatuan bangsa, dan menyodorkan berbagai topik iskusi kepada semua orang.

[22] William L. Rivers, Theodore Peterson, and Jay W. Jensen, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), Edisi Kedua , h. 212.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagi jutaan pembacanya, majalah merupakan sumber rujukan kehidupan sehari-hari yang murah. Majalah membahas berbagai masalah kehidupan-mulai dari nutrisi, pengasuhan anak, aneka masalah keluarga dan keuangan, penataan rumah hingga petunjuk-petunjuk redekorasi.

Yang paling penting, interprestasi berita oleh majalah bisa menjadi sumber pendidikan umum. Artikel-artikel sejarah yang enceritakan tentang masa lalu, artikel biografi yang mengisahkan tokoh-tokoh ternama yang ikut membentuk sejarah, serta laporan dari luar negeri tentang aneka keberhasilan, bisa menjadi sumber pengetahuan yang bermanfaat. Majalah pula yang memperkenalkan orang Amerika kebanyakan dengan arsitektur, lukisan, patung, dan pemikiran-pemikiran yang mengesankan. Majalah Life harus diakui sebagai penyebar utama seni-seni paling agung yang diciptakan manusia.[23]

Diatas semua itu, fungsi terpenting majalah adalah perannya sebagai penafsir berita. Tampaknya, majalah merupakan media penafsir terbaik.

D. Minat

Secara umum, pengertian minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya, minat terhadap pelajaran, olahraga,

[23] William L. Rivers, Theodore Peterson, and Jay W. Jensen, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), Edisi Kedua , h. 213.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau hobi. Minat bersifat pribadi (individual). Artinya, setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan minat orang lain. Minat berkaitan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari. serta dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode yang sedang trend, bukan bawaan sejak lahir. Faktor yang mempengaruhi munculnya minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, sosial, emosi, dan pengalaman. Minat diawali oleh perasaaan senang dan sikap positif.

Dalam kehidupan ini kita akan selalu berkomunikasi atau berhubungan dengan orang lain, benda, situasi, dan aktivitas – aktivitas yang terdapat di sekitar kita. Dalam berhubungan tersebut kita mungkin bersikap menerima, membiarkan ataupun menolaknya. Apabila kita menaruh minat, itu berarti kita menyambut atau bersikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan tersebut dengan demikian maka akan cenderung untuk memberi perhatian dan melakukan tindakan lebih lanjut.[24] Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa didalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai, berhubungan) dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.

[24] Abdul Rahman Shaleh, Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2004), Edisi Pertama , h. 262.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

   Cukup banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadp sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan perkembangannya minat seseorang. Manakah dari ketiga macam lingkungan itu yang lebih berpengaruh, ini sangat sulit untuk menemukannya karena ada minat seseorang timbul dan berkembangnya lebih dipengaruhi oleh faktor keluarga, tetapi ada juga yang oleh lingkungan sekolah atau masyarakat., atau sebaliknya. Disamping itu juga karena objek dari minat itu sendiri sangat banyak sekali macamnya.[25]

   Crow and crow (1973) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

   a. Dorongan dari dalam diri individu. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian, dan lain – lain.

[25] Abdul Rahman Shaleh, Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2004), Edisi Pertama , h. 263.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan dengan membaca timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan yang tinggi dan terpandang dalam masyarakat.

c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

Karena kepribadian manusia itu bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut, akhirnya menjadi agak sulit bagi kita untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya suatu minat.[26]

2. Macam – Macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan misalnya

[26] Abdul Rahman Shaleh, Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2004), Edisi Pertama , h. 265.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berdasarkan timbulnya minat, berdasarkan arahnya minat, dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat itu sendiri.

a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *primitif* dan minat *kilturil*. Minat *primitif* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan - jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman, kebebasan beraktivitas. Minat *kultural* atau minat sosial, adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Sebagai contoh: misalnya minat belajar, individu punya pengalaman bahwa masyarakat atau lingkungan akan lebih menghargai orang – orang terpelajar dan pendidikan tinggi, sehingga hal ini akan menimbulkan minat individu untuk belajar dan berprestasi agar mendapat penghargaan dari lingkungan, hal ini mempunyai arti yang sangat penting bagi harga dirinya.[27]

b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *intrinsik* dan minat *ekstrinsik*. Minat *intrinsik* adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Sebagai contoh: seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memeng senang

[27] Abdul Rahman Shaleh, Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2004), Edisi Pertama , h. 266.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membaca, bukan karena ingin mendapatkan pujian atau penghargaan. Minat *ekstrinsik* adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Sebagai contoh: seseorang yang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas atau lulus ujian saringan. Setelah menjadi juara kelas atau lulus ujian saringan minat belajarnya menjadi turun.

c. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat, yaitu: *Expressed interest, Manifest interest, Tested interest, Inventoried interest*.[28]

1. *Expressed interest* : adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan – kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan paling tidak disenangi. Dari jawabannya dapatlah diketahui minatnya.
2. *Manifest interest* : adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas –aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.

[28] Abdul Rahman Shaleh, Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2004), Edisi Pertama , h. 267.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. *Tested interest* : adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai – nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
4. *Inventoried interest* : adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan – pertanyaan yang ditujukan kepada subjek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau sesuatu objek yang ditanyakan.[29]

Perilaku benar didasari dengan apa yang paling diminatinya. Penalaran tahap dua kurang menunjukkan perhatian pada kebutuhan orang lain, hanya sampai tahap bila kebutuhan itu juga berpengaruh terhadap kebutuhannya sendiri, seperti "kamu pukul tanganku, dan akanku pukul juga tanganmu." Dalam tahap dua perhatian kepada sesuatu hal tidak didasari oleh loyalitas atau faktor yang bersifat intrinsik (kehormatan yang dimiliki seseorang). Kekurangan perspektif (yang terlukiskan apa yang dilihat oleh mata) tentang masyarakat dalam tingkat pra – kovensional (sebelum adanya kesepakatan). Berbeda dengan kontrak sosial (tahap lima), sebab semua tindakan dilakukan untuk

[29] Shaleh Abdul Rahman, Wahab Muhbib Abdul, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* , (Jakarta: Prenada Media, 2004), Edisi Pertama, hal. 262.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melayani kebutuhan diri sendiri saja. Bagi mereka dari tahap dua, perspektif dunia dilihat sebagai sesuatu yang bersifat relatif secara moral.[30]

Adapun minat sosial yang secara hakekat sudah ada didalam diri masing-masing seseorang untuk menanggapi suatu hal yang membuatnya mau berbuat. Minat sosial menjadi terjemahan yang kurang tepat dari bahasa Jerman, *Gemeinschafgefuhl*. Terjemahan yang lebih tepat mungkin "perasaan sosial" atau "perasaan komunitas." Namun *Gemeinschafgefuhl* mempunyai makna yang tidak dapat diekspresikan dalam kata-kata bahasa Inggris. Istilah itu mengandung makna suatu perasaan menyatu dengan kemanusiaan, menjadi anggota dari komunitas umat manusia. Orang yang *Gemeinschafgefuhl*-nya berkembang baik, berjuang bukan untuk superioritas pribadi tetapi untuk kesempurnaan semua orang dalam masyarakat luas. Jadi interes sosial adalah sikap keterikatan diri dengan kemanusiaan secara umum, serta empati kepada setiap anggota orang per-orang. Wujudnya adalah kerjasama dengan orang lain untuk memajukan sosial alih-alih untuk keuntungan pribadi.

Menurut Adler, interes sosial adalah bagian dari hakekat manusia dan dalam besaran yang berbeda muncul pada tingkahlaku setiap orang-kriminal, psikotik, atau orang yang sehat. Interes sosiallah yang membuat

[30] Muhid Abdul, Fauziyah Nailatin, Balgies soffy, Mukhoyyaroh Tatik, *Psikologi Umum* , (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press 2013), cet pertama, hal. 121.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang mampu berjuang mengejar superiorita dengan cara yang sehat dan tidak tersesat. Semua kegagalan, neurotik, psikotik, kriminal, pemabuk, anak bermasalah, bunuh diri, menyeleweng, prostitusi – adalah kegagalan karena mereka kurang memiliki minat sosial. Mereka menyelesaikan masalah pekerjaan, persahabatan, dan seks tanpa keyakinan bahwa itu dapat dipecahkan dengan kerjasama. Makna yang diberikan kepada kehidupannya adalah nilai privat. Tidak ada orang lain yang mendapat keuntungan berkat tercapainya tujuan mereka. Tujuan keberhasilan mereka adalah superioritas personal, dan kejayaan/keberhasilan mereka hanya berarti bagi mereka sendiri.

Dari pengertian minat sosial tersebut, dibagi dua hal:

1. ***Perkembangan Minat Sosial***

   Walaupun minat sosial itu dilahirkan, menurut Adler terlalu lemah atau kecil – untuk dapat berkembang sendiri.[31]

2. ***Perlunya Minat Sosial***

   Kehidupan sosial dalam pandangan Adler merupakan sesuatu yang alami bagi manusia, dan minat sosial adalah perekat kehidupan sosial itu. perasaan interior dibutuhkan untuk menjadi bersama membentuk masyarakat.[32]

[31] Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang: UMM Press 2009), edisi revisi, hal. 70.
[32] Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang: UMM Press 2009), edisi revisi, hal. 71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bias gender pada kebanyakan masanya, masyarakat kita memiliki bias gender yang kuat, suatu pendapat yang telah terbentuk sejak dahulu mengenai kemampuan perempuan dan laki-laki yang menghambat individu untuk mengejar minat dan mengembangkan potensinya masing.masing.

Pengertian minat juga dapat dihubungkan dengan rasa ingin atau kemauan dalam diri masing– masing individu. Kemauan adalah dorongan kehendak yang terarah pada tujuan–tujuan hidup tertentu, dan dikendalikan oleh pertimbangan akal budi. Jadi pada kemauan itu ada kebijaksanaan akal dan wawasan, juga ada kontrol dan persetujuan dari pusat kepribadian. Oleh kemauan, timbullah dinamika dan aktivitas manusia yang diarahkan pada pencapaian tujuan final/akhir.

Kemauan merupakan dorongan keinginan pada setiap manusia untuk membentuk dan *merealisasikan diri* (Menjangkau atau menggapai sesuatu yang ada di dalam diri seseorang), dalam pengertian: mengembangkan segenap bakat dan kemampuannya, serta meningkatkan taraf kehidupan. Jelasnya, dengan kemauan kuat diri sendiri itu dijadikan "proyek" untuk dibangun dan diselesaikan, sesuai dengan gambaran ideal tertentu.[33]

Dari kesimpulan pengertian minat tersebut, akan timbul salah satu minat seseorang yang menjadi pokok utamanya, yang berkaitan dengan

[33] Kartono Kartini, Psikologi Umum , (Bandung: Penerbit Mandar Maju, 1996), cet. pertama, hal. 104.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media cetak yakni minat membaca. Pada dasarnya, jika seseorang masih memiliki sebuah minat untuk membaca, maka proses media cetak itu sendiri juga akan terus berkembang dan berjalan untuk memuaskan hati masyarakat luas dalam memberikan serta menyampaikan sebuah informasi penting yang positif.

Pengertian minat baca menurut pendapat para ahli berikut ini :

a. Liliawati mengartikan minat baca adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang tarhadap kegiaan membaca sehingga dapat mengarakan seseorang untuk membaca dengan kemauannya sendiri.[34]
b. Sinambela mengartikan minat baca sebagai sikap positif dan adanya rasa keterikatan dalam diri terhadap aktivitas membaca dan tertarik terhadap buku bacaan.
c. Ginting mendefinisikan minat baca adalah bentuk-bentuk prilaku yang terarah guna melakukan kegiatan membaca sebagai tingkat kesenangan yang kuat dalam melakukan kegiatan membaca karena menyenangkan dan memberikan nilai.

Minat baca merupakan karakteristik tetap dari proses pembelajaran sepanjang hayat yang berkontribusi pada perkembangan, seperti

[34] Sandjaja, 2005

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memecahkan persoalan, memahami karakter orang lain, meenimbulkan rasa aman, hubungan interpersonal yang baik serta penghargaan yang bertambah terhadap aktivitas keseharian.

Dari berbagai definisi minat baca tersebut dapat disimpulkan, bahwa minat baca merupakan aktivitas yang dilakukan dengan penuh ketekunan dan cenderung menetap dalam rangka membangun pola komunikasi dengan diri sendiri agar pembaca dapat menemukan makna tulisan dan memperoleh infomasi sebagai proses transmisi pemikiran untuk mengembangkan intelektualitas dan pembelajaran sepanjang hayat.

E. Konsumsi Media

Media telah menjadi bagian dari kehidupan kita. Setiap harinya, kita mendapatkan informasi dan melakukan sebagian besar kegiatan kita dengan bantuan media. Contohnya, hal pertama yang dilakukan orang ketika baru bangun tidur. Kebanyakan orang zaman sekarang akan mengecek smartphonenya terlebih dahulu. Sumber berita sehari-hari kita lebih akurat jika didapat dari media dibanding lewat mulut ke mulut.

Media yang begitu besar pengaruhnya terhadap kehidupan manusia membuat orang tertarik untuk menelitinya. Dari hasil penelitian inilah, tercipta berbagai teori paparan media yang berhubungan dengan komunikasi dan penggunanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Konsumsi Terhadap Media Cetak

Begitu pula yang terjadi dengan konsumsi media cetak. Dimana masyarakat akan lebih berpihak kepada buku, koran, atau majalah untuk menjadi pegangannya sehari-hari untuk mendapatkan sebuah informasi penting setiap harinya dibandingkan dengan media elektronik seperti membaca secara online, melihat berita di televisi atau radio, dan lain sebagainya.

Kebanyakan yang mengkonsumsi media cetak saat ini adalah masyarakat dan warga yang sudah lanjut usia. Karena untuk menjaga kesehatan matanya dari sinar radiasi tidak baik yang dihasilkan oleh barang-barang atau benda-benda elektronik pada umumnya.

Tersebarnya surat kabar atau majalah, tentu akan melibatkan pembaca untuk mengkonsumsi bacaan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan media cetak tersebut. Banyak hal yang ingin diberitahukan oleh majalah kepada para pembaca setianya. Jika hal yang disampaikan tersebut menarik, maka pembaca akan terus mengkonsumsi bahan bacaan tersebut setiap kali terbit.[35] Karena bagi mereka itu sangat penting dan tak boleh terlewatkan. Selain itu juga menariknya suatu bacaan pada majalah, dapat menigkatkan minat membaca pada diri seseorang.

[35] Rolnicki Tom E, Tate C. Dow and Taylor Sherri A., Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism) , (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), Edisi Kesebelas, h.204.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id