RUBRIK EVERGREEN PADA JAWA POS
(Studi Tentang Motif Penggunaan Media Oleh Masyarakat di Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NO. KLAS R D-2009 044 KOM
NO REG : D-2009/KOM/044
ASAL BUKU :
TANGGAL :

Oleh :

EWIN KURNIA ANDINI
NIM. B06205026

DEPARTEMEN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2009

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh **Ewin Kurnia Andini** ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, ...2009

Pembimbing,

Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si.
NIP. 197312171998032002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh **Ewin Kurnia Andini** ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, Agustus 2009

Mengesahkan
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah

Dekan,

Prof. Dr. H. Shonhadji, Dip. IS
NIP. 194907281967121001

Ketua,

Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si
NIP. 197312171998032002

Sekretaris,

Khusnul Muttaqin, S.Sos., M.Si
NIP. 197801202006041003

Penguji I,

Drs. M. Hamdun Sulhan, M.Si
NIP. 195403121982031002

Penguji II

Nikmah Hadiyati Salisah, S.Ip., M.Si
NIP. 197301141999032004

ABSTRAK

Ewin Kurnia Andini, B06205026, 2009. Rubric Evergreen Pada Jawa Pos (Studi Tentang Motif Penggunaan Media Oleh Masyarakat Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo)

Kata Kunci : Rubrik, Motif, Masyarakat

Ada sebuah persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu motif apa yang melatarbelakangi penggunaan media oleh masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan motif apa saja yang melatarbelakangi penggunaan media pada masyarakat desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo

Untuk mengungkap masalah tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif – kualitatif yang berguna untuk memberikan data dan fakta mengenai motif-motif yang melatarbelakangi masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo dalam menggunakan media

Dari hasil penelitian ini ditemukan motif-motif yang melatarbelakangi masyarakat desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo dalam menggunakan media yaitu *pertama*, motif informasi, *kedua*, motif identitas personal, *ketiga*, motif integrasi dan *keempat* interaksi sosial, dan motif hiburan.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL x

BAB I : PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Definisi Konsep 6
F. Sistematika Pembahasan 7

BAB II : KERANGKA TEORITIK 9
A. Kajian Pustaka 9
1. Konsep Dasar Komunikasi Massa 9
a. Komponen Komunikasi Massa 11
b. Proses Komunikasi Massa 18
c. Hasil dari Komunikasi Massa 20
2. Motif 21
B. Kajian Teoritik 25
1. Teori Kebutuhan 25
2. Selektifitas Individu 26
3. Teori *Uses and Gratification* *28*

BAB III : METODE PENELITIAN 32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 32
B. Subyek Penelitian 33
C. Jenis dan Sumber Data 33
D. Tahap-Tahap Penelitian 36
E. Teknik Pengumpulan Data 39
F. Teknik Analisa Data 41
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 42

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA 45
A. Setting Penelitian 45
1. Deskripsi Lokasi Penelitian 45
2. Gambaran Umum Jawa Pos 50

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. Gambaran Umum Rubrik Evergreen di Jawa Pos 54
4. Identitas Pelanggan 55
B. Penyajian Data 56
C. Analisis Data 72
D. Pembahasan 74

BAB V : PENUTUP 79
A. Kesimpulan 79
B. Saran-Saran 81

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Teori Uses and Gratification 30
Gambar 4.7 78

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

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin 46
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan 47
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan 48
Tabel 4.4 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Pemeluk Agama 49
Tabel 4.5 Jenis Transportasi yang Ada di desa Kedungrejo 50
Tabel 4.6. Jenis-jenis Sarana Informasi 50

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat dalam kehidupannya selalu membutuhkan informasi untuk memenuhi segala kebutuhan yang semakin beragam. Informasi selalu berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Penyampaian informasi tersebut tidak lepas dari proses komunikasi. Komunikasi adalah suatu kegiatan atau proses penyampaian pesan, informasi, berita dari komunikator kepada komunikan. Seiring dengan peradaban manusia, kegiatan komunikasi akan terus berlangsung dalam kehidupan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain. Dengan kata lain hakikat komunikasi adalah pernyataan manusia yang dinyatakan, yaitu perasaan atau pikiran seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya[1].

Proses komunikasi selalu membutuhkan sarana atau media dalam menyampaikan informasinya, baik melalui media massa atau pun melalui media komunikasi interpersonal. Komunikasi dibutuhkan untuk tujuan bersosialisasi dengan orang lain. Komunikasi merupakan kegiatan penyampaian suatu gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain[2]. Seiring dengan berkembangnya teknologi, proses komunikasi yang dilakukan manusia memerlukan media komunikasi yang mampu mendukung

---

[1] Onong Uchana Effendy, *Televisi Siaran, Teori, dan Praktek*, (Bandung : CV Mandar Maju, 1993) hal.. 8

[2] Widjaja, Komunikasi Massa, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001) hal. 29

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

terlaksananya proses tersebut. Agar informasi tersebut dapat diterima oleh masyarakat dengan baik maka media yang digunakan secara tepat.

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi-organisasi media memproduksi dan menyalurkan pesan-pesan kepublik dan proses yang luas dimana pesan dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh khalayak media massa merupakan organisasi yang menyalurkan produk-produk atau pesan-pesan budaya yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya masyarakat. Media memberikan informasi terus-menerus kepada khalayak luas yang heterogen. Sistem-sistem media adalah bagian dan konteks politik, ekonomi, dan kekuatan institusional lain yang lebih besar[3].

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai yang tradisional sampai yang modern, misalnya kentongan, bedug, pagelaran kesenian, surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamphlet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, radio, dan televisi yang pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetakan, visual, aural, dan audio – visual. Untuk mencapai sasaran komunikasi dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang dipergunakan[4].

Diantara beberapa jenis media tersebut, media cetak seperti surat kabar memiliki ciri khas dibandingkan dengan media massa lainnya. Yang penting bukan hanya sifatnya yang merupakan media cetak, tetapi khalayak

---

[3] Heru Puji Winarso, *Sosiologi Komunikasi Massa,* (Jakarta : Penerbit Prestasi Pustaka, 2005), hal. 54

[4] Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek,* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 37

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

yang diterpanya bersifat aktif, tidak pasif seperti kalau mereka diterpa media radio, televisi dan film[5].

Pesan melalui media cetak diungkapkan dengan pesan verbal dalam bentuk tulisan, yang baru menimbulkan makna apabila khalayak berperan secara aktif. Karena itu berita, tajuk rencana, artikel, dan lain-lain, pada media cetak harus disusun sedemikian rupa, sehingga mudah dipahami oleh khalayak. Kelebihan media cetak lainnya, ialah bahwa media ini dapat dikaji ulang, didokumentasikan, dan dihimpun untuk kepentingan pengetahuan, serta dapat dijadikan bukti otentik yang bernilai tinggi[6].

Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia yang essensial untuk mencapai tujuan. Melalui informasi, manusia dapat mengetahui peristiwa yang terjadi disekitarnya, memperluas cakrawala pengetahuannya, sekaligus memahami kedudukan serta perannya dalam masyarakat. Didorong oleh rasa ingin tahu pada diri manusia terhadap sesuatu maka kebutuhan manusia akan informasi semakin meningkat, semakin banyak, mendetail dan variatif. Banyak alternatif media massa yang digunakan untuk memperoleh informasi, baik media cetak maupun media elektronik, beraneka ragam media yang bermunculan, memungkinkan lebih adanya keleluasaan untuk memilih mana yang paling cocok untuk dijadikan media penyampaian informasi.

Sehubungan dengan banyaknya kebutuhan manusia akan informasi dan banyaknya alternative media massa yang digunakan masyarakat untuk

---

[5] Onong Uchana Effendy , Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT Citra aditya Bakti, 2000) hal. 313

[6] Onong Uchana Effendy , Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi*..... hal. 313-314

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

memperoleh informasi, masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo memiliki cara tersendiri dalam menggunakan media massa guna memenuhi kebutuhannya akan informasi.

Masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo yang berusia di atas 50 tahun misalnya, mereka memilih membaca rubrik di Jawa Pos sebagai konsumsi media guna memenuhi memuaskan kebutuhan mereka akan informasi. Betapa informasi bagi masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo yang mayoritas masyarakatnya adalah lulusan SMA dan selebihnya adalah lulusan SD serta perguruan tinggi tersebut sangat penting dalam kehidupannya.

Fenomena demikian itu merupakan hasil pengamatan langsung oleh peneliti, karena peneliti adalah salah satu warga di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo yang dapat dengan mudah berkomunikasi dengan masyarakatnya. Untuk itu peneliti ingin meneliti apa saja motif yang melatarbelakangi masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo dalam membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos mengingat banyaknya media massa yang bermunculan dan menyediakan berbagai macam informasi serta banyaknya pula jumlah kebutuhan khalayak akan informasi yang dapat mereka peroleh dari media. Penelitian ini dilaksanakan sebagai bahan referensi bagi masyarakat untuk lebih mengerti dan memilah informasi-informasi media yang masuk pada dirinya.

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. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, masalah yang akan peneliti bahas adalah :

1. Bagaimana motif yang melatarbelakangi masyarakat Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kebupaten Sidoarjo dalam membaca rubrik Evergreen pada Jawa Pos ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan motif masyarakat Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis yaitu dapat menambah wacana dan memberikan informasi serta sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya tentang motif pembaca dalam menggunakan media

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini dapat memberikan masukan pada redaksi untuk meningkatkan kualitas informasi tentang gaya hidup sehat bagi masyarakat usia 50 tahun keatas agar mereka lebih produktif yang disampaikan pada setiap rubrik yang diterbitkan.

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

E. Definisi Konsep

1. Rubrik

Kamus ilmiah populer mendefinisikan rubrik yaitu ruangan atau kolom dalam surat kabar atau majalah[7].

Rubrik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Evergreen, yakni salah satu jenis rrubrik yang ada di Jawa Pos yang memiliki slogan "*Life begins at 50*", karena didalam rubrik ini terdapat profil masyarakat yang berusia diatas 50 tahun yang terdiri dari berbagai latar belakang sosial, pendidikan, yang membagi pengalaman hidup sehat dan produktifnya kepada pembaca lain.

2. Motif

Kamus ilmiah popular mendefinisikan motif yaitu alasan (dasar) sesuatu yang mendorong sesorang untuk melakukan sesuatu[8].

Menurut Gerungan, motif merupakan suatu pengertian yang mencakup semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan dia berbuat sesuatu. Disamping sebagai pendorong Dari dalam individu, motif juga mencakup pengertian tentang tujuan yang hendak dicapai. Sehingga dapat dikatakan bahwa manusia berbuat sesuatu karena adanya dorongan atau motif tertentu. Motif juga bertalian erat dengn suatu tujuan, suatu cita-cita dalam artian semakin berharga suatu tujuan bagi yang bersangkutan makin kuat pula motifnya[9].

---

[7] Pius A Partanto, *Kamus Ilmiah Populer,* (Surabaya : Penerbit Arkola, 1994), hal. 682
[8] Pius A Partanto, *Kamus Ilmiah Populer*……, hal. 486
[9] Gerungan, *Psikologi Sosial*, (Bandung : PT Rafika Aditama, 2002) hal. 40

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. Masyarakat

Paul B. Horton dan C. Hunt menyatakan masyarakat merupakan kumpulan manusia yang relative mandiri, hidup bersama-sama dalam waktu yang lama, tinggal disuatu wilayah tertentu, mempunyai kebudayaan sama serta melakukan sebagian besar kegiatan didalam kelompok atau kumpulan manusia tersebut[10].

Selo Sumarjan menyatakan masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan[11].

Jadi masyarakat dalam penelitian ini adalah sejumlah delapan orang masyarakat yang tinggal di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.

F. Sistematika Pembahasan

Agar penulisan skripsi ini lebih mudah dipahami, maka perlu kiranya penulis membuat kerangka sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, sistematika pembahasan

---

[10]Komunitas dan perpustakaan Online Indonesia, *Definisi Masyarakat* (http://www.organisasi.org, diakses 24 Juli 2009)

[11] Komunitas dan perpustakaan Online Indonesia, *Definisi Masyarakat* (http://www.organisasi.org, diakses 24 Juli 2009)

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

BAB II : KERANGKA TEORITIK

Bab ini akan menjelaskan Konsep dasar komunikasi massa, komponen komunikasi massa, proses komunikasi massa, hambatan hasil komunikasi massa, konsep dasar motif, fungsi motif, macam-macam motif, teori kebutuhan, selektivitas individu, teori *uses and gratification.*

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan tentang metode penelitian meliputi pendekatan dan jenis penelitian, subjek penelitian, jenis dan sumber data tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pemeriksaan keabsahan data.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini akan menjelaskan seting penelitian, penyajian data analisis data temuan, konfirmasi data dengan teori

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

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

BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Konsep Dasar Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) disini adalah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop[12].

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Melakukan kegiatan komunikasi massa jauh lebih sukar daripada komunikasi antar pribadi. Seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada ribuan pribadi yang berbeda pada saat yang sama, tidak akan bisa menyesuaikan harapannya untuk memperoleh tanggapan mereka secara pribadi. Suatu pendekatan yang bisa merenggangkan kelompok lainnya. Seorang komunikator melalui media massa yang mahir adalah seseorang yang berhasil menemukan metode yang tepat untuk menyiarkan pesannya guna membina empati dengan jumlah terbanyak diantara komunikannya. Meskipun jumlah komunikan bisa mencapai jutaan, kontak yang fundamental adalah antara dua orang, benak komunikator harus mengenai setiap komunikan. Komunikasi massa

---

[12] Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*..... hal. 79

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

yang berhasil ialah kontak pribadi dengan pribadi yang diulang ribuan kali secara serentak[13].

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi diantara massanya [14]:

a. Komunikasi massa bersifat umum artinya pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk setiap orang.
b. Komunikasi bersifat heterogen artinya perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan.
c. Media massa menimbulkan keserampakan artinya keserampakan kontak dengan jumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk itu satu sama lain dalam keadaan terpisah.
d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non pribadi ini timbul disebabkan

---

[13] Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*..... hal. 80

[14] Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, ... hal. 81-83

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

karena teknologi dari penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum.

Berdasarkan uraian diatas proses dimana pesan sampai ke audiens melalui media massa disebut komunikasi massa. Kemampuan untuk menjangkau ribuan atau jutaan orang dapat dilakukan dengan komunikasi massa yang bisaanya dilakukan melalui media massa seperti telavisi atau Koran. Jadi komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audiens yang luas yang bertujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk.

Dalam banyak hal proses komunikasi massa dan bentuk-bentuk komunikasi lainnya adalah sama yakni seseorang membuat pesan yang pada dasarnya adalah tindakan intra personal (dari dalam diri seseorang). Pesan itu kemudian dikodekan dalam kode umum seperti bahasa kemudian ia ditransmisikan. Orang lain menerima pesan itu, menguraikan dan menginternalisasikannya.

a. Komponen komunikasi massa

Komunikasi massa adalah proses yang dipakai komunikator massa untuk mengirimkan pesan kepada audien massa. Mereka melakukannya melalui media massa. Beberapa komponen dalam komunikasi massa menurut John Vivian adalah [15]:

---

[15] John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2008), hal. 451

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) **Komunikator massa**

Jantung komunikasi massa adalah orang-orang yang memproduksi pesan yang disampaikan lewat media massa. Orang-orang ini mencakup jurnalis, penulis naskah film, penulis lagu, penyiar televisi, *disk jockey* radio, praktisi *public relation*, dan orang-orang periklanan seperti *copy writer*[16].

Jadi komunikator massa berbeda dengan komunikator lain karena mereka tidak dapat melihat audiennya.

2) **Pesan massa**

Item berita adalah pesan massa seperti film, novel, lagu rekaman dan iklan. Pesan adalah bentuk paling nyata dari hubungan kita dengan media masssa. Kita memperhatikan media karena ingin mendapatkan pesannya dan mendengarkan radio untuk memahami teknologi radio atau mendengarkan musik.

Pesan massa bisa berupa berita, *public relation, advertising, entertainment.*

3) **Media massa**

Media massa adalah sarana yang membawa pesan. Media massa utama adalah Koran, buku, majalah, televisi, radio, rekaman, film dan web. Media adalah wahana yang netral dalam memuat pesan.

---

[16] John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2008), hal. 451 - 452

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 massa merupakan institusi sosial baru, yang berkaitan dengan produksi dan distribusi pengetahuan dalam pengertian luas. Media massa mempunyai sejumlah ciri-ciri yang menonjol, diantaranya adalah penggunaan teknologi yang relatif maju untuk produksi massal dan penyebaran pesan : mempunyai organisasi sistematis dan aturan-aturan sosial untuk pekerjaan ini : dan pesan mengarah pada audiens (yang tidak dikenal pengirim pesan) dalam jumlah besar dan audiens itu sendiri bebas untuk menerima atau menolak pesan itu[17].

Pada umumnya media massa mempunyai dampak utama yang signifikan. Media memberi kita begitu banyak informasi mengenai lingkungan terdekat kita maupun lingkungan yang lebih jauh, media mempengaruhi kebisaaan konsumsi kita, menia memberikan model dan contoh (*positif atau negative*) yang mengarahkan perkembangan dan perilaku kita dalam melakukan rilaksasi, media menolong kita untuk berinteraksi secara efektif dengan kelompok sosial dan lingkungan kita. Pada tingkat yang lain, adalah juga jelas bahwa media massa sekarang mendorong dan mempengaruhi fungsi institusi-institusi sosial yang menonjol, seperti dalam bidang politik, pemerintah, sistem keadilan dan bisnis.

---

[17] John Kuper, *Majalah Sebagai Media Komunikasi Massa*, (Jakarta : Penerbit Elexmedia Komputindo, 2002) hal. 625

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 sebagai media massa tidak melepaskan konsekuensinya sebagai alat yang ampuh untuk menyebarkan informasi, edukasi dan budaya. Dari media kita bisa tahu mengenai apa yang wajar atau disetujui, apa itu salah dan benar, apa yang mesti diharapkan sebagai individu, kelompok atau kelas, dan bagaimana kita seharusnya memandang kelompok atau bangsa lain. Lepas dari kenyataan bahwa sifat dan daya tarik media mempunyai dampak terhadap masyarakat, adalah tidak mungkin untuk meragukan adanya ketergantungan yang luar bisaa dari individu, institusi, dan masyarakat sebagai suatu keseluruhan terhadap media massa untuk berbagi informasi dan layanan budaya.

Menurut John Vivian koran mengandung isi yang amat beragam seperti berita, saran, komik, opini, teka-teki silang dan data. Semuanya ada untuk dibaca sekehendak hati. Orang bisa langsung membaca table pasar saham, yang lainnya langsung membuka berita olah raga atau tulisan kolumnis favorit ataupun rubrik-rubrik didalam koran yang diinginkan. Berbeda dengan radio dan televisi orang harus menunggu untuk melihat berita yang diinginkan.

4) Komunikasi massa

Proses dimana pesan sampai ke audien melalui ke media massa disebut komunikasi massa. Ini adalah proses misterius yang

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

belum banyak dipahami sebagaimana seharusnya. Seperti bagaimana cara kerjanya. Bagaimana pesan dibuat, lalu ditransmisikan dan diterima olah audien massa.

5) Audien massa

Jumlah dan diversitas audien massa menambah kompleksitas komunikasi massa. Komunikator massa tahu bahwa pesannya telah diterima melalui cara-cara tak langsung. Komunikator massa tak pernah tahu psti berapa besarnya audien, apalagi efek dari pesannya. Audien massa berubah-ubah. Apa yang menarik perhatian pada suatu saat mungkin tidak akan menarik lagi disaat yang lain. Jadi tantangan dalam melakukan komunikasi ke audien massa bisa dikatakan lebih komplek karena orang berubah-ubah dalam memberi perhatian disepanjang waktu mereka, dan ketika mereka sedang memperhatikan perhatian itupun bervariasi tingkat intensitasnya.

Pembaca merupakan sasaran komunikasi massa melalui media cetak. Komunikasi dapat efektif, apabila pembaca terpikat perhatiannya, tertarik minatnya, dan mengerti apa yang ingin disampaikan oleh komunikator.

Dengan demikian untuk memenuhi sebagian kebutuhannya, khalayak bebas memilih dan menggunakan sejumlah media beserta isinya atau sumber-sumber rujukan lainnya (*reinforcement*) nilai, sikap, dan pengalamannya terhadap suatu obyek tertentu. Berkaitan

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

dengan jenis medium dan isi yang dipilih, konsep khalayak sebagai pembaca memiliki kaitan dengan motif dan juga berarti khalayak tersebut memiliki kecenderungan untuk mengolah informasi yang diperoleh.

Setiap proses komunikasi selalu ditujukan kepada pihak tertentu sebagai penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikan atau penerima merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaannya secara berpencar-pencar, dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, pandangan hidup, keinginan, cita-cita dan lain sebagainya[18].

Pembaca menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai orang yang membaca. Pembaca majalah berarti orang orang yang membaca majalah. Jadi pembaca merupakan khalayak aktif. Menurut Frank Bioca dalam[19] lebih jelas mengungkapkan empat karakteristik khalayak aktif, yaitu :

a. *Selectivity*, khalayak yang aktif melakukan pertimbangan dan seleksi untuk menentukan media yang akan digunakan .

---

[18] Onong Uchana Effendy, *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*.....hal. 25

[19] Stephent W Little John, *Teories of Human Communication*, (Jakarta : Penerbit Elexmedia Komputindo, 2002) hal. 577

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. *Utiliarinism*, khalayak yang aktif menggunkan media untuk memenuhi dan untuk mencapai tujuannya.

c. *Intentionality*, menunjukkan bahwa salah satu kegunaan media adalah memberi kepuasaan.

d. *Involvement or effort*, khalayak mengikuti dan berfikir dengan aktif dan aktif menggunakan media. Dengan kata lain khalayak tidak begitu mudah dipengaruhi oleh media.

Berdasarkan karakteristik dari pembaca yang terurai diatas jelaslah bagaimanapun pesan dikemas oleh komunikator massa akan tetapi khalayak atau audien massa yang tetap memutuskan media apa yang akan mereka gunakan untuk memenuhi serta memuaskan kebutuhan mereka terhadap media.

Tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media massa media massa dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan serta memuaskan dorongan keingintahuan.

b. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman-pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional.

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

c. Kebutuhan integratif personal adalah kebutuhan yang berkaitan dengan kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi.

d. Kebutuhan integratif sosial adalah kebutuhan yang berkaitan dengan hubungan antar anggota keluarga, teman dan lingkungannya.

e. Kebutuhan akan pelarian adalah kebutuhan yang berkaitan dengan pelarian diri untuk melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Khalayak termotivasi untuk melakukan hal tertentu berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. Jadi khalayak memiliki alasan-alasan dalam menentukan dan menggunakan media massa.

b. Proses komunikasi massa

Sebagian besar model komunikasi massa dan bentuk komunikasi lain memiliki elemen dasar yang sama. Elemen itu adalah sequensial, atau urutan yang dimulai dengan stimulus yang ingin dikomunikasikan oleh seseorang dan berlanjut melalui proses *encoding* dan transmisi. Untuk menggenapi proses komunikasi penerima pesan harus mendekodenya dan menginternalisasinya. Ada tiga hal proses komunikasi massa yang diungkapkan oleh John Vivian dalam bukunya Teori Komunikasi Massa[20] adalah sebagai berikut :

---

[20] John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2008), hal. 456-457

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) Stimulasi

Stimulasi[21] bisa muncul dari banyak hal. Emosi bisa menjadi stimuli juga hal-hal yang dapat diindra. Stimulasi bisa beragam seperti pemandangan indah, perasaan jemu mendengar orang menangis, atau mencium bau makan malam.

2) Encoding

Langkah kedua adalah *encoding*. Sumber pesan menempatkan pikirannya kedalam symbol-simbol yang dapat dipahami oleh siapapun yang menjadi tujuan pesan itu. Symbol-simbol itu bermacam-macam bentuknya seperti tulisan, isyarat, gambar.

3) Transmisi

Pesan adalah representasi dari pikiran. Dalam komunikasi interpersonal, pesan hampir selalu disampaikan secara tatap muka. Tetapi dalam komunikasi massa, pesan dikodekan sehingga cocok dengan peralatan yang akan dipakai untuk transmisi pesan.

4) Decoding

Penerima mengambil sinyal yang dikirim transmitter. Dalam komunikasi interpersonal, penerimanya adalah orang yang mendengar pesan, melihatnya, atau kedua-duanya. Dalam komunikasi massa penerima pertama bukan orang tetapi peralatan dan kemudian orang akan merekonstruksi pesan dari sinyal itu.

---

[21] Stimulasi adalah sikap merangsang atau rangsangan dari luar.

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

Decoding diperlukan agar orang yang menerima pesan itu dapat memahaminya.

5) Internalisasi

Konsumen yang telah melihat dan mendengar pesan media massa akan mengingat kembali pesan itu disuatu saat. Pesan itu sendiri adalah bentuk dari komunikasi massa. Audien dan caranya dia menerima pesan adalah penting dalam proses komunikasi massa. Jadi dalam komunikasi massa pelaku *encoding* harus tahu audien dengan baik agar pesan yang disampaikannya dapat didekodekan dengan akurat sehingga menghasilkan efek yang diharapkan.

c. Hasil dari Komunikasi Massa

Karena komunikasi massa menjangkau audien yang sangat luas, maka proses ini menguatkan pesan. Hal-hal yang dikomunikasikan melalui media massa punya kesempatan menjadi lebih penting ketimbang pesan lewat medium lain. Menurut John Vivian hasil dari komunikasi massa berupa :[22]

1) Amplifikasi

Teknologi media massa memberi komunikator massa semacam megaphone ini adalah sesuatu yang tidak dimiliki komunikator jenis lain. Sebuah surat misalnya, umumnya memuat satu pesan kepada satu orang lain. Sebaliknya penulis di majalah,

[22] John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2008), hal. 462-464

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

dikoran, punya kemampuan untuk menjangkau ribuan atau mungkin jutaan orang melalui majalah atau surat kabar cetaknya.

2) Tanggapan

Karena komunikasi massa bukan jalur satu arah. Proses komunikasi massa pesannya mengalir kembali ke sumber pesan. Penerima pesan, setelah memahami pesan memberikan respon. Si penerima ini menjadi pengirim, mengkodekan tanggapan, dan mengirimkanya melalui medium ke pengirim pertama, yang kini menjadi tujuan baru yang mendekodekan pesan. Proses pembalikan ini disebut umpan balik atau tanggapan (*feed back*)

3) Efek

Tujuan utama dari penyampaian pesan adalah menimbulkan efek. Luasnya audien komunikator massa dapat memperkuat efek potensial pesan karena efek potensial ini amat besar, kita perlu memahami proses-proses yang menimbulkan efek-efek tersebut

2. Motif

Menurut Gerungan motif merupakan suatu pengertian yang mencakup semua pengerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan dia berbuat sesuatu. Disamping sebagai pendorong dari dalam diri individu, motif juga mancakup pengertian tentang tujuan yang hendak dicapai. Sehingga dapat dikatakan bahwa manusia berbuat sesuatu karena adanya dorongan atau motif tertentu. Motif juga bertalian erat dengan satu tujuan, suatu cita-cita dalam satu

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

artian semakin berharga suatu tujuan bagi yang bersangkutan, semakin kuat pula motifnya[23].

Motif tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan seseorang suatu organisme yang berbuat sesuatu, sedikit banyaknya ada kebutuhan didalam dirinya atau ada sesuatu yang hendak dicapai. Kebutuhan inilah yang menyebabkan timbulnya motif yang mendorong aktivitas individu menggunakan media tertentu, artinya individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong sejumlah motif yang mempengaruhinya[24].

Motif seringkali diartikan dengan istilah dorongan. Dorongan atau tenaga tersebut merupakan penggerak jiwa dan jasmani untuk berbuat[25]. Jadi motif tersebut merupakan suatu *driving force* yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku dan didalam perbuatannya itu mempeunyai tujuan tertentu.

Setiap tindakan yang dilakukan manusia selalu dimulai dengan motivasi (niat). Dalam Winardi, 2002, motif mewakili proses-proses psikologikal, yang menyebabkan timbulnya, diarahkannya, dan terjadinya persistensi kegiatan-kegiatan sukarela (*volunteer*) yang diarahkan ditujuan tertentu. Sedangkan menurut Gray dalam Winardi, 2002, motif merupakan sejumlah proses yang bersifat internal atau eksternal bagi seseorang

---

[23] Gerungan, *Psikologi Sosial*, (Bandung : PT Rafika Aditama, 2002) hal. 40
[24] Gerungan, *Psikologi Sosial*, ... hal. 140-142
[25] *Definisi Motif*, Dokumen Online (http://www. wikipedia.org/./definisi_motif, diakses 20 Juli 2009).

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

individu yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan persistensi, dalam hal melaksanakan kegiatan tertentu.

Morgan dalam Soemanto, 1987, mengemukakan motif bertalian dengan 3 hal yang sekaligus merupakan aspek-aspek dari motivasi yaitu keadaan yang mendorong tingkah laku, tingkah laku yang didorong oleh keadaan tersebut dan tujuan daripada tingkah laku tersebut.

Jadi dari uraian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa motif adalah suatu perubahan tenaga yang ditandai oleh dorongan-dorongan efektif dan reaksi-reaksi pencapaian tujuan. Karena kelakuan itu manusia itu selalu bertujuan dan perubahan tenaga yang memberi kekuatan bagi tingkah laku mencapai tujuan, telah terjadi pada diri seseorang.

Dengan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manusia berbuat sesuatu karena adanya dorongan atau motif, menurut Purwanto fungsi-fungsi dari motif adalah sebagai berikut :

a. Motif sebagai pendorong manusia untuk bertindak/berbuat. Motif itu berfungsi sebagai penggerak atau sebagai motor yang memberikan energi (kekuatan) kepada salah seorang untuk melakukan suatu tugas.
b. motif menentukan arah perubahan, yakni kearah perwujudan suatu tujuan atau cita-cita.
c. motif menyeleksi perbuatan kita, artinya menentukan perbuatan-perbuatan mana yang harus dilakukan, yang serasi guna mencapai

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

tujuan itu dengan mengesampingkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut[26].

Motif dapat timbul karena adanya kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi seseorang dan dalam pengklasifikasiannya ada beberapa kategori motif menurut Mc Quail[27] yaitu :

a. Motif informasi (*Surveillance*)

   Motif ini berkenaan dengan individu untuk mencari berita atau informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia. Dorongan mencari informasi untuk menentukan pendapat atau suatu pilihan, dorongan rasa ingin tahu, dorongan belajar serta dorongan memperoleh rasa aman melalui pengetahuan yang didapat.

b. Motif identitas pribadi (*Personal Identity*)

   Motif ini berkenaan dengan dorongan individu untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi. Khalayak sendiri menemukan model prilaku, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai dengan nilai-nilai meningkatkan harga diri dan untuk meningkatkan pemahaman diri.

c. Motif integrasi dan interaksi sosial (*Personal Relationship*)

   Motif ini berkenaan dengan dorongan individu untuk berhubungan dengan orang lain atau suatu nilai tertentu, didalam mempertahankan

---

[26] N.M. Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1996) hal. 70

[27] Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1994) hal. 72

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

norma-norma sosial. Motif ini didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.

d. Motif hiburan (*Diversi*)

Motif ini berkenaan dengan dorongan individu untuk melepaskan diri dari permasalahan atau ketegangan, dorongan bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan penyaluran emosi.

B. Kajian Teoritik

1. Teori Kebutuhan

Kita dapat memenuhi kebutuhan terhadap media massa melalui dua media, yakni media elektronik dan media cetak. Untuk media elektronik kebutuhan dapat dipenuhi melalui radio, televisi dan film sementara untuk media cetak kebutuhan dapat dipenuhi melalui surat kabar dan majalah baik dalam isinya maupun melalui terpaan serta kontek sosial tempat dimana terpaan berlangsung.

Tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media massa dapat diklasifikasikan dalam lima kelompok, yaitu :

a. Kebutuhan Kognitif (*Cognitive Needs*)

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk menambah informasi, pengetahuan baru, serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan kognitif juga dapat dipenuhi oleh adanya dorongan-dorongan dalam diri seperti keingintahuan dan penjelajahan pada diri kita.

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. Kebutuhan Afektif (*Affective Needs*)

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman-pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.

c. Kebutuhan Integratif Personal (*Personal Intergrative Needs*)

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman-teman, dan dengan alam sekelilingnya.kebutuhan-kebutuhan tersebut didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.

d. Kebutuhan Integratif Sosial (*Sosial Intergrative Needs*)

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman-teman, dan dengan alam sekelilingnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.

e. Kebutuhan Akan Pelarian (*Escapist Needs*)

Yaitu kebutuhan yang berkaitan erat dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan, dan kebutuhan akan hiburan.

2. Selektifitas Individu

Individu memilih untuk membuka diri pada media yang perspektif dan pendekatannya memperkuat minat dan nilai pribadi mereka. Pilihan ini, disebut *selective exposure*, dibuat secara sadar. Fenomena selektif

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

serupa bekerja di alam bawah sadar individu dan menentukan bagaimana individu memandang dan memakai isi media.

a) *Selective Exposure*

Orang menentukan keputusan dalam memilih media secara sadar. Misalnya, petualang lebih suka membeli majalah "*Field and Stream*", penggemar musik rock memilih nonton MTV. Orang membuka diri pada media yang isinya berkaitan dengan selera mereka. Dalam pengertian ini individu mengontrol efek media atas diri mereka. Tak ada yang memaksa mereka untuk menetukan pilihan ini

b) *Selective Perception*

Selektivitas dapat terjadi dalam membaca, menonton, dan mendengar, dan kurang begitu disadari ketimbang dalam bentuk *selective exposure*. Seberapapun jernih dan jelasnya pesan, orang mendengar dan melihatnya secara egosentris. Keterbukaan terhadap informasi bersifat *hedonistic*, orang mengambil apa yang ingin diambilnya.satu misal orang yang tidak merokok yang membaca artikel tentang rokok secara tidak sadar akan fokus pada bagian yang mengaitkan informasi dengan kanker. Dengan cara ini mereka secara sadar menambah rasa nyaman dan bahkan gembira karena informasi itu memperkuat keputusan mereka untuk tidak merokok

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

c) *Selective Retention*

Secara tidak sadar orang mempertahankan beberapa kejadian dan pesan, mengabaikan kejadian dan pesan lainnya.

d) *Selective Recall*

Orang yang mengingat beberapa kejadian dan pesan dalam waktu lama dan melupakan lainnya.

3. Teori *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* digambarkan Swanson sebagai "*a dramatic break with effect tradition of the past*". Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan oleh media pada diri orang akan tetapi tertarik pada apa yang dilakukan oleh orang terhadap media. Setiap khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari hal ini timbul istilah *uses and* gratification dan pemenuhan kebutuhan[28]. Hal ini sesuai dengan teori uses and gratification yang digambarkan Swanson sebagai

Titik perhatian pada *teori uses and gratifiacation* adalah kegunaan isi media bagi khalayak dalam memenuhi kebutuhan dan untuk memperoleh kepuasan.[29] Merumuskan asumsi-asumsi dasar sebagai berikut :

1. Khalayak menggunakan media untuk mencapai suatu tujuan tertentu yaitu untuk memenuhi kebutuhan-Kebutuhan tersebut berkembang dalam lingkungan sosial.

---

[28] Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi,* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001), hal 65

[29] Alo Liliweri , *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat,* (Bandung : Penerbit Citra Aditya Bakti, 1991) hal. 134

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

2. Khalayak melakukan seleksi untuk memilih jenis dan isi media untuk memenuhi kebutuhannya. Khalayak terlibat secara aktif dalam proses komunikasi massa dan dapat mempengaruhi media untuk dapat memenuhi kebutuhan secara lebih cepat
3. Khalayak mengetahui kebutuhannya dan dapat memenuhi kebutuhan tersebut jika dikehendaki.

Uses and gratification menanyakan lebih dalam mengapa dan bagaimana khalayak menggunakan media massa. Khalayak mempunyai berbagai kebutuhan dan keinginan yang dapat dipenuhi dengan menggunakan media massa dan melakukan pemilihan media yang dapat membuat khalayak mencapai kepuasan[30]. Hal ini menurut peneliti sebagaimana dengan yang dijelaskan dalam teori *uses and gratification* yang menanyakan lebih dalam mengapa dan bagaimana khalayak menggunakan media masa dalam kaitannya dengan penggunaan media massa sebagai berikut:

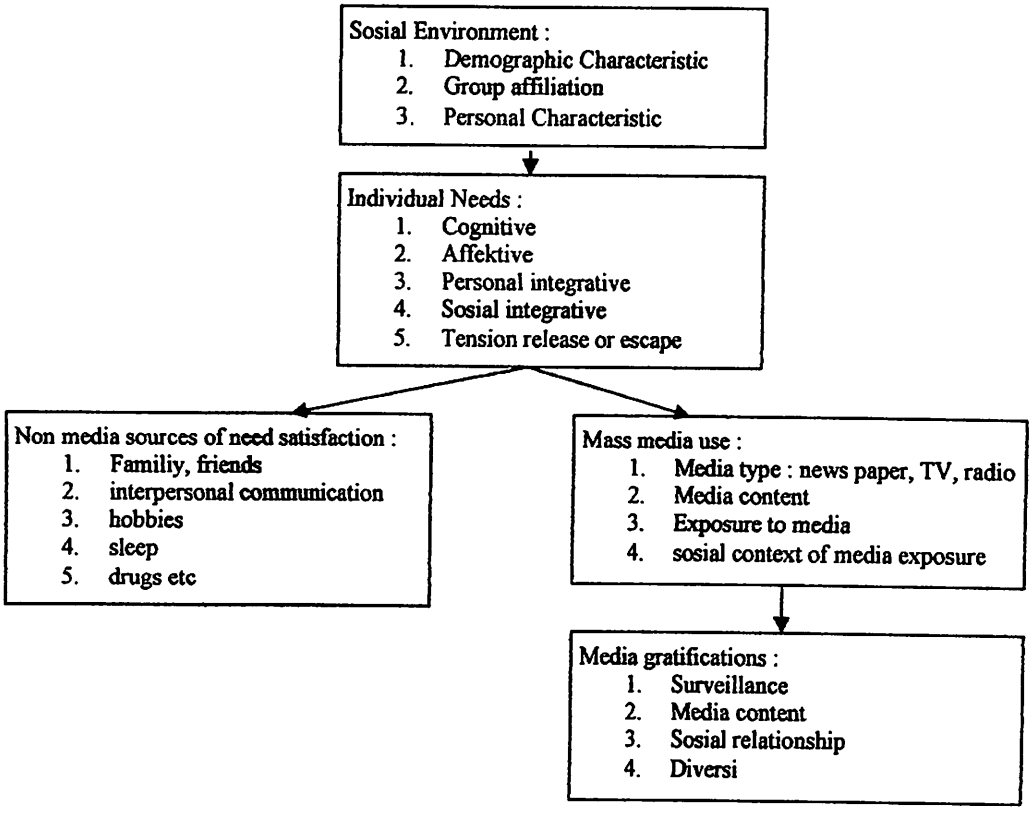
1. Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan serta memuaskan dorongan keingintahuan.
2. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman-pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional.

---

[30] Alo Liliweri , *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*, ... hal. 137-138

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. Kebutuhan integratif personal adalah kebutuhan yang berkaitan dengan kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi.
4. Kebutuhan integratif sosial adalah kebutuhan yang berkaitan dengan hubungan antar anggota keluarga, teman dan lingkungannya.
5. Kebutuhan akan pelarian adalah kebutuhan yang berkaitan dengan pelarian diri untuk melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.



Gambar 2.1

Teori *Uses and Gratifation*

C. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

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

Adapun penelitian terdahulu yang dapat dijadikan pedoman peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. penelitian yang berjudul "Motif Pembaca Rubrik Sportivo Jawa Pos di Surabaya (Studi deskriptif motif pelangan Jawa Pos yang membaca rubrik Sportivo Jawa Pos di Surabaya)" yang dilakukan oleh Grima Rasmi, mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Penelitian ini meneliti tentang motif-motif dalam membaca rubrik Sportivo di Jawa Pos dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan survey eksplanatory untuk menjabarkan kondisi tertentu di masyarakat pada masa kini. Populasi penelitian ini adalah pembaca aktif di Surabaya sedangkan teknik sampling menggunakan purposive sampling. Hasil analisis menunjukkan bahwa motif kognitif merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan khalayak yang membaca rubrik Sportivo. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan khalayak dipengaruhi oleh seberapa besar keinginan khalayak untuk mengetahui informasi atau berita yang disajikan. Jika keinginan khalayak terpenuhi setelah membaca rubrik Sportivo, maka khalayak akan memperoleh kepuasan.

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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskripstif. Pendekatan deskriptif ini bertujuan melukiskan secara sistematik fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat.[31]

Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, dan bukan angka-angka (statistic). Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, catatan atau memo atau teks tertentu, serta dokumen-dokumen resmi lainnya[32].

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif dimana dalam penelitian ini seorang peneliti mengarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh). Seperti yang dikatakan Bagdon dan Taylor bahwa metode kualitatif menunjukkan pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dan lisan dari orang-orang yang berperilaku dan dapat diamati. Pendekatan ini mengarah kepada keadaan-keadaan individu secara *holistic* (utuh)[33]. Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasikan individu atau

---

[31] Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1993) hal. 24

[32] Jalaludin Rahmat, *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Depok : PT Indeks, 2005) hal. 70

[33] Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Rosdakarya, 2005), hal 4

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

organisasi ke dalam variable atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari seluruh keutuhan.

Alasan deskiptif kualitatif karena :

a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara Holistik motif, terutama yang berkaitan dengan motif penggunaan media oleh masyarakat desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo, dalam hal ini adalah motif penggunaan media rubrik Evergreen di Jawa Pos.
b. Penelitian kualitatif diharapkan untuk menampilkan data-data dari subyek penelitian secara mendalam yang membutuhkan kecermatan dan pemaparan, sehingga hasil penelitian dapat dipahami secara menyeluruh.

B. Subyek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah masyarakat Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo yang berusia di atas 50 tahun pelanggan dan pembaca rubrik Evergreen di Jawa Pos.

C. Jenis dan Sumber Data

Menurut Lofland, Sumber data dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain[34].

---

[34] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2001) hal. 112

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

Jenis dan sumber data utama adalah :

a. Kata-kata dan tindakan

Perkataan dan tindakan orang-orang yang kita amati atau wawancarai merupakan sumber data utama, dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekam, video atau audio tape, pengambilan foto atau film. Dalam penelitian ini yang dimaksud kata dan pilihan adalah kata yang disampaikan oleh masyarakat Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo yang berusia di atas 50 tahun pelanggan dan pembaca rubrik Evergreen di Jawa Pos.

b. Sumber data tertulis

Sumber data tertulis berasal dari buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, atau data berupa buku dan majalah, beberapa situs di internet yang mendukung penelitian ini.

c. Informan

Informan adalah orang yang memberikan informasi terkait dengan penelitian. Untuk dapat mengetahui informan yang potensial dan bersedia diwawancarai, disini peneliti lebih memilih masyarakat tertentu berdasarkan penilaian tertentu. Cara ini disebut dengan purposive sampling[35].

Penelitian ini menggunakan purposive sampling karena peneliti lebih memilih orang-orang tertentu tetapi tidak bermaksud mewakili yang lainnya. Informan dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa

---

[35] Jalaluddin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*.....hal. 81

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

Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo yang membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos. Informan yang menjadi subyek penelitian ini adalah

No	Nama	Umur	Kondisi	keterangan
1	Mbah Pono	52	Sehat	Ketua RT. 16 Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo
2	Bu Ganep Suhartuti	55	Sehat	Pemilik sanggar senam ASTINA sekaligus instruktur senam aerobik, body language, dan yoga di Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo
3	Bapak Budi Setiawan	54	Sehat	Wiraswastawan dalam bidang pembuatan neple pengisian, bonit, tutup gas oxygen, dan segala macam pekerjaan bubut.
4	Bu Sumati	54	Sehat	Ibu rumah tangga sekaligus muawwan/ pengurus jama'ah pengajian Ash-Siddiq

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

5	Bapak Jembling	55	Sehat	Karyawan PT. Gudang Garam
6	Bu Sri Wahyuni	53	Sehat	Seorang pedagang segala macam kebutuhan rumah tangga
7	Bu Min	57	Sehat	Pensiunan pegawai negeri yakni guru SDN Kedungrejo I
8	Pak Sudrei	57	Sehat	Pensiunan pegawai negeri sipil di kantor Bupati Sidoarjo

D. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian kualitatif di dasarkan pada penyajian Moleong yaitu tahap pra lapangan dan tahap pekerjaan lapangan.

a. Tahap Pra Lapangan

1) Menyusun Rancangan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengajukan judul penelitian kepada ketua prodi komunikasi. Setelah judul disetujui kemudian peneliti membuat proposal dan kemudian proposal tersebut diseminarkan.

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

2) Memilih Lapangan Penelitian

Cara terbaik yang perlu ditempuh dalam penentuan lapangan penelitian ialah dengan jalan mempertimbangkan keterbatasan geografis dan praktis seperti waktu, biaya dan tenaga.

Dalam penelitian ini peneliti Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo sebagai lapangan penelitian karena Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo adalah tempat peneliti tinggal saat ini sehingga peneliti sudah mengenal tentang keadaan lapangan tersebut.

b. Menjajaki dan Menilai Keadaan Lapangan

Maksud dan tujuan penjajakan lapangan adalah berusaha mengenal segala unsur lingkungan sosial, fisik dan keadaan alam. Hal ini dimaksudkan untuk menilai keadaan, situasi, latar dan konteksnya sehingga dapat ditemukan kesesuaian dengan masalah, teori substantive seperti yang digambarkan dan dipikirkan sebelumnya oleh peneliti.

Tahap ini merupakan tahap orientasi penelitian, sebagaimana peneliti mengenal unsur lingkungan sosial, fisik dan keadaan Desa Kedungrejo–Waru. Hal ini dimaksudkan untuk menilai keadaan, situasi latar dan konteksnya sehingga dapat ditemukan kecocokan dengan apa yang dipikirkan oleh peneliti.

c. Tahap Pekerjaan Lapangan

Tahap pekerjaan lapangan dibagi atas tiga bagian, yaitu:

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

a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri

Disamping mempersiapkan diri, peneliti harus memahami latar penelitiannya agar dapat menentukan model pengumpulan data observasi atau wawancara atau dengan cara yang lainnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara observasi dan cara wawancara serta dokumentasi sebagai alat pengumpul data.

b. Untuk memasuki pekerjaan di lapangan peneliti perlu memahami latar penelitian terlebih dahulu. Disamping itu ia perlu mempersiapkan dirinya, baik secara fisik maupun secara mental disamping ia harus mengingat persoalan etika.

c. Dalam mengumpulkan data di lapangan, peneliti mencatat data yang diperolehnya ke dalam filenotes. Baik data yang diperoleh dari wawancara, pengamatan atau menyaksikan sendiri kejadian-kejadian tertentu.

d. Memasuki Lapangan

Ketika memasuki lapangan, peneliti dilakukan dengan menjalin hubungan yang akrab dengan subyek penelitian dengan menggunakan tutur bahasa yang baik, akrab serta bergaul dengan mereka dengan tetap menjaga etika pergaulan dan norma-norma yang berlaku dalam penelitian tersebut.

Peneliti lapangan dilakukan setiap hari di Desa Kedungrejo–Waru. Peneliti melakukan wawancara dengan subyek penelitian yaitu masyarakat Desa Kedungrejo–Waru yang berusia di atas 50 tahun dan membaca rubrik

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

Evergreen di Jawa Pos dengan menggunakan tutur bahasa yang baik, akrab serta bergaul dengan tetap menjaga etika pergaulan dan norma-norma yang berlaku. Blumer berpendapat, hanya melalui hubungan yang akrab dengan mereka yang sedang diteliti, peneliti dapat memasuki dunia dalam (*inner world*) mereka.[36]

e. Tahap-tahap analisis data

Dalam tahap ini data peroleh dari beberapa sumber di kumpulkan, memilah-milah data sehingga terlihat kesamaan tertentu yang di kelompokkan dalamkategori atau jenis tertentu. Dari hasil penilaian data tersebut dicari konsep-konsep induk dan kategori simbolis sesuai dengan metode analisa data yang telah di kategorikan yakni analisa model domain. Teknik bertujuan eksplorasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik dalam upaya untuk mengumpulkan data-data penelitian yaitu sebagai berikut:

a. Wawancara mendalam

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu[37]

---

[36] Dedi Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.....hal. 154
[37] Dedi Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.....hal. 180

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

Wawancara mendalam yaitu wawancara secara mendalam mengenai suatu kejadian atau peristiwa yang berkaitan dengan tema yang diteliti, dengan menggunakan wawancara yang tidak berstruktur dimana pada saat wawancara peneliti tidak menyusun pertanyaan serta jawaban secara tertulis, tetapi peneliti hanya membuat wawancara saja, sehingga informasi lebih leluasa dan terbuka dalam memberikan jawaban[38]

Wawancara mendalam pada penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang motif-motif apa saja yang melatarbelakangi masyarakat Desa Kedungrejo – Waru yang berusia di atas 50 tahun membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos sebagai konsumsi media guna memenuhi kebutuhannya akan informasi dan bagaimana motif pembaca di desa Kedungrejo – Waru yang berusia di atas 50 tahun tentang rubrik Evergreen di Jawa Pos.

b. Observasi

Pengamatan (*observation*) merupakan cara yang sangat baik untuk menliti tingkah laku manusia. Dalam melakukan pengamatan sebaiknya peneliti sudah memahami terlebih dahulu pengertian-pengertian dari obyek penelitiannya. Apabila tidak maka hasil pengamatannya menjadi tidak tajam[39].

---

[38] Nasution, *Metodologi Research*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1999) hal. 193

[39] Sofa, "*KUpas Tuntas MetodologiPenelitian Kualitatif*", (online) (http://massofa.wordpress.com/kupas-tuntas-metode -penelitian-kualitatif-bag-1 diakses tanggal 19 Desember 2008.

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

Adapun aktivitas yang peneliti lakukan selama penelitian adalah berperan serta secara lengkap dan pengamat sebagai pemeran serta hal ini diperkuat menurut *Bufford Junker* dalam *Patton* bahwasanya[40] :

a. Berperan Serta Secara Lengkap

Pengamat dalam hal ini menjadi anggota penuh dari kelompok yang diamatinya. Dengan demikian peneliti dapat memperoleh informasi apa saja yang dibutuhkan, termasuk yang dirahasiakan sekalipun.

b. Pengamat Sebagai Pemeran Serta

Peranan pengamat secara terbuka diketahui oleh umum bahkan mungkin peneliti disponsori oleh subyek. Karena itu maka segala macam informasi termasuk rahasia sekalipun dapat dengan mudah diperoleh.

Dari dua dasar hal inilah yang membantu peneliti dalam menggali permasalahan yang sebenarnya terjadi dan mendapatkan informasi mendalam tentang hal yang diteliti

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan pencarian informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti. Dokumen berguna karena dapat memberikan latar belakang yang lebih luas mengenai pokok penelitian.

---

[40] Lexy J. Moleong, *metodologi Penelitian Kualitatif, ……hal 176-177*

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

Dokumen yang dirasa paling penting dalam penelitian ini adalah serupa dokumen berupa tulisan dan foto. Foto bermanfaat sebagai sumber informasi karena mampu memberikan dan menggambarkan peristiwa yang terjadi.

F. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis domain. Teknik analisis domain digunakan untuk menganalisis gambar obyek penelitian secara umum atau di tingkat permukaan. Namun relatif utuh tentang obyek peneliti tersebut. Teknik analisis domain ini amat terkenal sebagai teknik yang dipakai dalam penelitian yang bertujuan eksplorasi artinya analisis hasil penelitian ini hanya ditargetkan untuk memperoleh gambaran seutuhnya dari obyek yang diteliti tanpa harus di perincikan secara detail unsur-unsur yang ada dalam keutuhan obyek penelitian tersebut.

Peneliti memulai menganalisis dengan memilih pola hubungan semantic tertentu. Kemudian menyiapkan lembaran kerja teknik analisis domain, memilah-milah data sehingga terlihat kesamaan tertentu yang dikelompokkan dalam kategori atau jenis tertentu.

Dari hasil pemilihan data tersebut, dicari konsep-konsep induk dan kategori-kategori simbolik dari suatu domain yang sesuai dengan hubungan-hubungan semantik. Sebelum membuat daftar seluruh domain yang final maka peneliti harus menjawab pertanyaan-pertanyaan yang struktural yang di

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

formulasikan untuk masing-masing domain tersebut. Dalam hal ini peneliti dapat membuat daftar domain sementara yang nantinya akan di uji dengan pertanyaan struktural[41].

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik keabsahan data digunakan untuk menyanggah balik apa yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagian unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif dengan kata lain sebagai upaya agar penelitiannya benar-benar dapat dipertanggungjawabkan dari segala segi. Dalam penelitian yang menggunakan jenis penelitian kualitatif terhadap kajian rubrik Evergreen di Jawa Pos (Study Tentang Pengumpulan Media Oleh Masyarakat Di Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo) beberapa teknik dalam mengevaluasi keabsahan data sebagai berikut.

1. Ketekunan Pengamatan

   Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Hal ini berarti bahwa peneliti hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol. Kemudian ia menelaahnya secara rinci sampai pada suatu titik sehingga pada pemeriksaan tahap awal salah satu atau seluruh faktor yang

[41] Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 85

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

ditelaah sudah dipahami dengan cara yang bisaa[42]. Penelitian ini diperoleh mulai dari wawancara dengan masyarakat Desa Kedungrejo–Waru yang berusia 50 tahun ke atas yang membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos. setelah itu peneliti mencatat data-data yang telah diperolehnya tadi.

2. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada[43]. Peneliti menggunakan teknik atau metode triangulasi dengan pendekatan sumber ke sumber informan. Penelitian memeriksa data-data yang diperoleh dari subyek penelitian baik melalui wawancara maupun pengamatan yang kemudian data tersebut membandingkan dengan data dari berbagai sumber, metode, atau teori sehingga keabsahan data bisa dipertanggungjawabkan.

---

[42] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* .....hal. 177
[43] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : CV Alfabeta, 2008) hal. 83

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

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

A. Setting Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Letak Geografis

Ditinjau dari letak geografis lokasi penelitian yang menjadi obyek penelitian ini termasuk salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo Propinsi Jawa Timur. Desa tersebut memiliki luas ± 71,523 ha. Dari jumlah tersebut digunakan untuk perumahan, pasar, home industri, dan sebagainya.

Jarak desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo dengan kabupaten sidoarjo sejauh ± 20 km sedangklan jarak dengan kota Surabaya ± 15 km. kondisi ini menunjukkan bahwa desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo merupakan daerah perbatasan sehingga sangat berpengaruh terhadap kondisi sosial, ekonomi, pendidikan, maupun budayanya.

b. Keadaaan Demografis

Berdasarkan data kependudukan 2009 penduduk desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo berjumlah

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

Table 4.1

Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah
Laki-laki	1547
Perempuan	1764

Sumber Monografi desa Kedungrejo

Jadi data diatas menunjukkan bahwa penduduk desa Kedungrejo adalah penduduk perempuan yang lebih banyak daripada laki-laki

Dari banyaknya jumlah penduduk tersebut terdapat banyak keragaman yang menyangkut kondisi ekonomi, pendidikan dan agamanya. Meskipun terdapat keaneklaragaman kehidupan terdapat toleransi dan solidaritas sosial yang tinggi antara anggota masyarakatnya.

1. Kondisi Ekonomi

   Kondisi perekonomian masyarakat desa Kedungrejo banyak ditentukan oleh bentuk pencaharian masyarakatnya. Para warga mencari pekerjaannya masing-masing. Mayoritas dari penduduk desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo adalah pegawai swasta, selebihnya pegawai negeri, dokter, anggota TNI, Polri dan lain-lain.

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

Table 4.2

Jumlah Penduduk berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis mata pencaharian	Jumlah
Wiraswasta	50 orang
Karyawan swasta	187 orang
Dokter	10 orang
TNI / Polri	15 orang
PNS	17 orang
Penjahit	15 orang
Montir	27 orang
Sopir	75 orang
Guru swasta	20 orang
Bidan	5 orang

Sumber : Monografi Desa Kedungrejo

Dari data diatas menunjukkan bahwa mayoritas mata pencaharian penduduk desa Kedungrejo adalah karyawan swasta atau bekerja diluar lembaga pemerintahan.

2. Kondisi Pendidikan

Tingkat pendidikan masyarakat desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo sangat bervariasi. Berikut data penduduk dilihat dari tingkat pendidikan

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

Table 4.3

Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan	Jumlah
SD / sederajat	450
SLTP / sederajat	500
SLTA / sederajat	307
Diploma	48
Strata I	55
Strata II	15

Sumber : Monografi desa Kedungrejo

Melihat data diatas, terdapat indikasi bahwa tingkat pendidikan masyarakat desa Kedungrejo adalah lulusan SLTP atau Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama.

3. Kondisi Agama

Mayoritas penduduk desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo beragama Islam. Disamping agama Islam terdapat agama-agama yang lain yang dianut penduduk desa Kedungrejo. Berikut data agama penduduk desa Kedungrejo

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

Table 4.4

Jumlah penduduk berdasarkan pemeluk agama

Agama	Jumlah
Islam	3105
Kristen	103
Katholik	99
Budha	54

Sumber : Monografi desa Kedungrejo

Melihat data diatas membuktikan bahwa mayoritas penduduk desa Kedungrejo beragama Islam. Dalam kehidupan beragama di desa Kedungrejo terdapat aktivitas serta organisasi keagamaan yang berkembang didesa Kedungrejo adalah Nahdlotul Ulama beserta ibu-ibu muslimat, IPNU-IPPNU serta organisasi keagamaan lainnya.

4. Kondisi sarana informasi dan perhubungan

Dalam aktivitas sehari-hari masyarakat desa Kedungrejo banyak memanfaatkan sarana informasi dan komunikasi. Sarana ini digunakan untuk melakukan aktivitas warga masyarakat desa Kedungrejo baik aktivitas yang berhubungan dengan ekonomi, budaya dan siosial kemasyarakatan. Dalam melakukan aktivitas ini anggota masyarakat tidak banyak menemui kesulitan. Tersedianya alat transportasi dan komunikasi untuk memenuhi kegiatan warga desa Kedungrejo.

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

Table 4.5

Jenis transportasi yang ada di desa Kedungrejo

Jenis transportasi
Kendaraan pribadi
Kendaraan umum
Becak
sepeda

Sumber : Monografi desa Kedungrejo

Table 4.6

Jenis-jenis sarana informasi (sarana komunikasi)

Bentuk sarana informasi
Surat pos
Televisi
Radio
Warnet
Wartel
Telepon / HP
Koran dan majalah

Sumber : Monografi desa Kedungrejo

1. Gambaran Umum Jawa Pos

Mencoba menelusuri sejarah harian ini memang mengasyikkan. Kali pertama diterbitkan pada 1 Juli 1949, bila dilihat dari hari lahirnya Jawa Pos termasuk salah satu surat kabar tertua di Indonesia. Waktu itu

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

namanya Java Post, lalu pernah juga menjadi DJawa Post, DJawa Pos dan kemudian Jawa Pos seperti sekarang ini.

Riwayat pendiriannya pun sederhana saja, waktu itu, The Chung Shen seorang WNI kelahiran Bangka bekerja di kantor film yakni seorang pegawai bagian iklan sebuah bioskop di Surabaya. Dialah yang bertugas untuk selalu menghubungi yakni surat kabar agar seorang pegawai bagian iklan sebuah bioskop pemuatan iklan filmnya lancar. Dari sini pula The Chung Shen mengetahui bahwa memiliki surat kabar ternyata menguntungkan, maka didirikanlah Java Post. Saat itu, harian ini tentunya juga dikenal sebagai harian Melayu – Tionghoa. Sebab pengelolaannya, modalnya dari kalangan itu sendiri. Harian itu tentunya bukan satu – satunya harian Melayu – Tionghoa di Surabaya, yang terbesar saat itu adalah Pewarta Soerabaia, Trompet Masyarakat dan Perdamaian. The Chun Shen tentunya melirik keuntungan yang berhasil memantapkan diri sebagai Koran dagang di Surabaya tapi cita- cita dan impiannya itu rasanya tidak pernah dapat dicapai. Dalam perjalanannya sebagai Koran Melayu – Tionghoa yang berhaluan republikein, harian ini tidak pernah kondang dikalangan pembacanya, keturunan tionghoa. Mereka misalnya lebih suka Pewarta Soerabaia yang kiblatnya masih ke arah tanah leluhur mereka. Juga harian Melayu – Tionghoa yang terbit di Jakarta kebanyakan berhaluan yang sama dengan Pewarta Soerabaia. Jadi harian ini kemudian mempunyai ciri yang khas sebagai harian Melayu – Tionghoa.

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

Masalah ini tentunya bukan suatu masalah kecil, karena waktu itu masalah orang Tionghoa atau keturunan Tionghoa belum diatur oleh undang–undang. Masalah mereka baru diatur sekitar tahun 60-an. Sehingga memihak kepada Republik dalam situasi ini masih jauh dan Konfrensi Meja Bundar tentunya satu gagasan yang menarik buat dikaji. Ini tentunya tak lepas dari wawasan The chung Shen yang jauh kedepan. Jika hanya untuk memperoleh uang, ia tentunya bisa memerintahkan pemimpin redaksinya untuk berorintasi ke tanah leluhur. Tapi itu tak pernah dilakukan. Pemimpin redaksi pertamanya adalah Goh Tjing Ilok, kedua yang memangku jabatan tersebut sejak tahun 1953 adalah Thio Oen Sik. Keduanya memang dikenal sebagai orang – orang republiken yang tak pernah goyah pendiriannya.

Dalam perkembangan selanjutnya The Chung Shen bisa disebut "Raja" surat kabar di Surabaya. Dialah yang di tahun 1950-an memiliki tiga surat kabar sekaligus. Satu berbahasa Indonesia, satu berbahasa Tionghoa dan satu berbahasa Belanda. Yang berbahasa Belanda tersebut kemudian diubah menjadi Indonesia Daily News yang berbahasa Inggris. Sebab ketika Bung karno gencar–gencarnya anti Belanda, hal – hal yang berbau Belanda diminta diubah. Termasuk Koran milik The Chung Shen, Vrije Pers. Sedangkan korannya yang berbahasa Tionghoa mengalami nasib yang sama, bahkan tidak bisa terbit sama sekali, maka tinggallah JAWA POS. Bahkan yang satu itupun kian hari kian redup. Apalagi The

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

Chung Shen harus berpacu dengan usia, dan tiga orang putranya tidak satupun yang tinggal di Indonesia.

Perkembangan teknologi cetak juga kian sulit diikuti. Maka oplah JAWA POS pun terus mengalami penurunan, sehingga di tahun 1982 lalu tinggal 6.700 eksemplar setiap hari. Pelanggannya di dalam kota Surabaya tinggal 2000 orang. Peredarannya di Malang tinggal 350 lembar. Saking sedikitnya sampai–sampai kantor pusatnya mengurusi loper sendiri yang jumlahnya cuma 40 orang.

Maka keadaan fisiknya yan kian uzur dan didorong keinginannya untuk bisa dekat dengan anak–anaknya, The Chung Shen memutuskan untuk menyerahkan pengelolaan JAWA POS kepada pengelola majalah mingguan berita TEMPO. Ini terjadi pada 1 April 1982. Saat itu Dahlan Iskan yang kini menjadi Direktur, masih bekerja sebagai Kepala Biro TEMPO di Surabaya."Pak The (begitu panggilan untuk the Chung Shen) menyatakan tidak mungkin lagi bisa mengembangkan Jawa Pos. Tapi Pak The tidak ingin surat kabar yang didirikannya mati begitu saja. Itulah sebabnya Jawa Pos diserahkan kepada pengelola yang baru, ujar Dirut PT. Grafiti Pers, Penerbit Tempo, Eric Samola, SH yang kini juga jadi Direktur Utama PT Jawa Pos.

Eric SH Samola, waktu itu adalah direktur utama PT. Grafiti Pers (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. Eric Samola kemudian

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

meninggal dunia pada tahun 2000. Dahlan Iskan adalah sosok yang menjadikan Jawa Pos yang waktu itu hampir mati dengan oplah 6000 eksemplar, dalam waktu 5 tahun menjadi surat kabar dengan oplah 300.000 eksemplar.

Lima tahun kemudian terbentuklah Jawa Pos News Network (JPNN), salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia, dimana memiliki lebih dari 80 surat kabar, tabloid, dan majalah, serta 40 jaringan percetakan di Indonesia.Pada tahun 1997, Jawa Pos pindah ke gedung yang baru berlantai 21, Graha Pena, salah satu gedung pencakar langit di Surabaya.

Tahun 2002 dibangun Graha Pena di Jakarta dan saat ini bermunculan gedung–gedung Graha Pena di hampir seluruh wilayah di Indonesia.Tahun 2002, Jawa Pos group membangun pabrik kertas Koran yang kedua dengan kapasitas dua kali lebih besar dari pabrik yang pertama. Kini pabrik itu, PT Adi Prima Sura Perinta mampu memproduksi kertas Koran 450 ton/hari. Lokasi pabrik ini di kabupaten Gresik hanya 45 menit bermobil dari Surabaya.

3. Gambaran Umum Rubrik Evergreen di Jawa Pos

Jawa Pos selalu mempunyai sesuatu yang baru sesuai dengan mottonya "*We always have something new*". Jawa Pos adalah salah satu Koran terbesar di Indonesia dengan sekitar tiga juta pembaca setiap hari.

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

Jawa Pos selalu mempunyai halaman – halaman yang tidak dimiliki oleh kompetitornya.salah satunya adalah rubrik "Evergreen". Evergreen merupakan salah satu rubrik yang ada di Jawa Pos yang memiliki slogan "*Life begins at 50*". Rubrik ini dapat menjadi inspirasi bagi para masyarakat yang berusia di atas 50 tahun karena dalam rubrik tersebut terdapat profil masyarakat berusia diatas 50 tahun dari berbagai macam latar belakang sosial dan pendidikan yang membagi pengalaman hidup sehat dan produktifnya kepada pembaca yang lain sehingga mungkin menginspirasi pembaca untuk bisa lebih produktif lagi meski sudah berusia di atas 50 tahun.Rubrik Evergreen banyak menyajikan cara hidup sehat, tapi tidak hanya itu saja melainkan ada sajian tentang hobby, keahlian, maupun kehidupan sehari-hari masyarakat usia 50 tahun keatas yang menjadi profil untuk rubrik Evergreen.

4. Identitas Pelanggan

Identitas pelanggan yang dimaksud aaalah data-data yang diperoleh berdasarkan karakteristik pelanggan yang meliputi jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir pelanggan.

Para pelanggan media cetak Jawa Pos yang menjadi subyek penelitian dalam penelitian ini adalah para pelangan yang berjenis kelamin pria dan wanita. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan adanya berita-berita mengenai dunia politik, kehidupan kota metropolis, olah raga juga

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

menyajikan tips-tips yang bermanfaat bagi orang yang membacanya sehingga para pelanggan tertarik dengan adanya berita-berita tersebut.

Para pelanggan Jawa Pos yang menjadi subyek penelitian sekaligus informan dalam penelitian ini adalah para pembaca berusia dewasa, sehingga mereka dapat membaca media cetak ini dengan lebih leluasa. Hal terebut disebabkan karena Jawa Pos merupakan salah satu media cetak yang tergolong banyak diminati oleh seluruh kalangan masyarakat dan juga menyediakan berita-berita yang aktual sehingga para pelanggan tertarik oleh berita yang ditampilkan di Jawa Pos. pelanggan Jawa Pos di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo adalah orang-orang yang pernah mengenyam bangku sekolah dan bisa membaca meskipun sebagian kecil dari mereka tidak dapat melanjutkan ke perguruan tinggi. Informan dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo yang telah ditentukan sebelumnya

B. Penyajian Data

1. Motif-motif yang Melatarbelakangi Masyarakat Desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo Membaca Rubrik Evergreen di Jawa Pos

Motif merupakan suatu pengertian yang mencakup semua penggerak, alasan-alasan, atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu. Disamping sebagai

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

pendorong dari dalam individu, motif juga mencakup pengertian tentang tujuan yang hendak dicapai. Sehingga dapat dikatakan bahwa manusia berbuat sesuatu karena adanya dorongan atau motif tertentu. Motif juga bertalian erat dengan suatu tujuan bagi yang bersangkutan semakin kuat pula motifnya.

Motif tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan seseorang suatu organisme yang berbuat sesuatu, sedikit banyaknya ada kebutuhan didalam dirinya atau ada sesuatu yang hendak dicapai. Kebutuhan inilah yang menyebabkan timbulnya

Motif yang mendorong aktifitas individu menggunakan media tertentu, artinya individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong oleh sejumlah motif yang mempengaruhinya.

Manusia berbuat sesuatu karena adanya dorongan atau motif, motif sebagai pendorong manusia untuk bertindak/berbuat. Motif itu berfungsi sebagai penggerak atau sebagai motor yang memberikan energi (kekuatan) kepada salah seorang untuk melakukan suatu tugas, motif menentukan arah perubahan, yakni kearah perwujudan suatu tujuan atau cita-cita, motif menyeleksi perbuatan kita, artinya menentukan perbuatan-perbuatan mana yang harus dilakukan, yang serasi guna mencapai tujuan itu dengan mengesampingkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut

Ada berbagai macam motif yang melatarbelakangi masyarakat desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo dalam membaca rubrik

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

Evergreen di Jawa Pos. Hal ini terungkap berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti di lapangan, sebagai berikut :

Ibu Ganep Suhartuti, salah seorang anggota masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo yang memiliki sanggar senam sekaligus salah seorang instruktur di sanggar senam miliknya, ketika peneliti mengikuti senam di sanggarnya, mengungkapkan motifnya membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos :

> "Syukur-syukur ada rubrik Evergreen di Koran Jawa Pos, soalnya meski umurku sudah 53 tahun, tapi tetap aja pengen bergaya hidup sehat, olah raga teratur seperti senam, jalan pagi, nah di rubrik Evergreen itu kan emang disajikan informasi dan info-info gaya hidup orang-orang yang tua-tua. Mereka yang umurnya diatas 50 tahun. Jadi ya...kita bisa niru, nyontek gaya hidup sehat orang-orang yang usianya menginjak kepala 50 tahun, begitu..." [44]

Dari pendapat Bu Ganep Suhartuti dapat diartikan bahwa dirinya sengaja mencari informasi untuk menambah wawasan, dan informasi tentang gaya hidup ketika menginjak usia 50 tahun sehingga dengan cara tersebut tidak kebingungan disaat usianya sudah menginjak kepala 50 tahun. Selain itu untuk mencari informasi bagi orang tua atau keluarga mereka mengenai gaya hidup ketika berusia 50 tahun.

Bapak Budi Setiawan seorang anggota masyarakat di desa Kedungrejo yang berlangganan Jawa Pos berpendapat bahwa

> "Rubrik Evergreen di Jawa Pos membuatnya mengetahui informasi tentang profil-profil masyarakat yang ada di rubrik Evergreen Jawa Pos seperti nama, status, tempat tanggal lahir, hobi yang disenangi, lingkungan dan tempat

[44] Wawancara dengan Bu Ganep Suhartuti tanggal 16 Juni 2009 Jam 09.00 WIB

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

> tinggal yang cocok untuk orang yang berusia diatas 50 tahun"[45].

Dari pendapat Bapak Budi diketahui bahwa dirinya membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos karena ingin mengetahui profil masyarakat yang berusia diatas 50 tahun, lain halnya dengan penjelasan Bapak Pono, ketua RT 16 desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo

> "*Rubrik Evergreen ning Jawa Pos isine berita-berita seluk beluke masyarakat sing usiane nang duwur 50 tahun dados kulo maos karena pengen sumerep kegiatan-kegiatane masyarakat sing usiane sak duwure 50 tahun. Yok opo kegiatan-kegiatan sing dilakokne karo wong sing dadi profil nang rubrik Evergreen waktu wonge berusia 50 tahun keatas, koyok hobie sing dilakokno setiap saat*"[46].

Dari wawancara dengan Bapak Pono dapat diartikan mengetahui info atau tips-tips untuk mengisi waktu luang masyarakat yang berusia 50 tahun keatas juga merupakan salah satu alasan mengapa masyarakat desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo menggunakan rubrik Evergreen di Jawa Pos. hal ini juga diungkap oleh Ibu Sumiati (Seorang ibu rumah tangga yang sekaligus menjadi pengurus jama'ah dzikir as Shiddiq)

> "saya sudah lama berlangganan Jawa Pos, saya suka membaca Koran Jawa Pos. info-infonya baru-baru dan berita-berita di Jawa Pos dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang peristiwa di luar sana. Apalagi Jawa Pos kan terbitnya harian. Saya juga suka dan dan selalu membaca rubrik Evergreen karena memang isi yang disajikan khusus buat masyarakat pelanggan pembaca Jawa Pos yang segmentasinya mereka yang berusia 50 tahun ke atas. Ibu kan sekarang berusia 53 tahun, tapi tetep ingin bisa melakukan hal-hal yang bermanfaat ya... dari membaca

---

[45] Wawancara dengan Pak Budi Setiawan tanggal 16 Juni 2009 16.30 WIB
[46] Wawancara dengan Bapak Pono tanggal 16 Juni 2009 Jam 12.30 WIB

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

> rubrik Evergreen yang menampilkan profil-profil berusia diatas 50 tahun dan menunjukkan hal-hal positif tentang mereka, kita bisa tahu info tips-tips."[47]

Adanya keinginan berbagi pengalaman dengan semua pembaca seperti yang dikemukakan Bu Min (seorang pensiunan pegawai negeri yakni guru SDN Kedungrejo I) berikut ini :

> "Setelah mendapat Informasi entah dari media cetak atau elektronik, pasti ada efeknya bagi pembaca seperti saya sendiri berlangganan Jawa Pos dan membaca Evergreen di Jawa Pos dengan tujuan ingin berbagi pengalaman dengan sesame pembaca, keluarga, teman atau tetangga tentang informasi yang kita dapat dalam rubrik Evergreen. Saya ingin membagi pengalaman kepada keluarga dan teman-teman saya dan begitu pula sebaliknya. Semisal dari Evergreen berisi tentang kisah seorang ibu yang selalu memasak untuk keluarganya sehingga anak-anaknya merasa rindu akan masakan bundanya ketika mereka harus berpisah dengan orang tua karena harus bersekolah di luar negeri. Nah mungkin ada kesamaan pengalaman tersebut pada diri saya dan teman-teman saya sehingga bisa saling berbagi pengalaman"[48].

Dari wawancara itu tampak pelanggan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos tersebut hanya sekedar berbagi pengalaman dengan semua pembaca. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat ingin berbagi pengalaman dengan sesama pembaca, keluarga, teman atau tetangga sebab dengan cara tersebut mereka juga dapat mengetahui karakter dari pembaca lainnya. Selain itu mereka juga dapat mengekspresikan keinginan mereka setelah membaca rubrik tersebut sehingga dengan adanya keinginan

---

[47] Wawancara dengan Ibu Sumiati Tanggal 17 Juni 2009 Jam 17.00 WIB
[48] Wawancara dengan Bu Min Tanggal 18 Juni 2009 Jam 09.00 WIB

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

tersebut maka mereka bisa berbagi pengalaman dengan pembaca, keluarga, teman atau tetangga.

Keinginan untuk mengidentifikasi diri dan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki. Mengetahui gambaran untuk mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki dengan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos dikemukakan oleh Bu Ganep Suhartuti sebagai berikut :

> "Orang membaca rubrik itu ya pengen tahu juga bagaimana karakter orang lain yang menjadi profil dalam rubrik Evergreen. Lalu membandingkan dengan karakter kita. Jadi kita bisa saja meniru karakter profil orang dalam Evergreen. Mengingat usia kita sama yakni sama-sama diatas 50 tahun"[49].

Setelah pelanggan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos mereka mengetahui bagaimana karakter orang lain yang menjadi rubrik Evergreen Jawa Pos dengan diri mereka. Alasan yang dinyatakan oleh Bu Ganep Suhartuti menunjukkan bahwa dirinya mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki dengan membaca rubrik Jawa Pos sehingga dirinya bisa menirukan karakter orang tersebut.

Pendapat yang sama juga dilontarkan oleh Bapak Budi Setiawan bahwa

> "orang hidup selalu saling mempengaruhi dan dipengaruhi. Dengan membaca Evergreen yang berisi sisi positip dari profil masyarakat usia Evergreen, kita bisa identifikasi karakter mereka lalu membandingkan dengan karakter kita

[49] Wawancara dengan Ibu Ganep Suherti tanggal 19 Juni 2009 Jam 16.00 WIB

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 bisa jadi kita akan meniru karakter profil dalam rubrik Evergreen itu atau bisa juga tidak"[50].

Dari pendapat Bapak Budi Setiawan dirinya membaca rubrik Evergreen karena dorongan ingin mengidentifikasi diri dan orang lain.

Keinginan pelanggan membaca rubrik Evergreen karena ingin berbagi informasi dengan keluarga, tetangga, atau teman yang ada disekitar lingkungan pembaca sebagai bahan perbincangan. Tujuan dari apa yang pelanggan lakukan adalah merupakan bentuk perwujudan bahwa pelanggan ingin mengetahui identitas personal orang lain yang salah satu caranya adalah dengan berbagi informasi tersebut kepada orang di sekitar pembaca baik itu dengan pembaca, keluarga, teman atau tetangga. Ini diungkapkan oleh Bapak Sudrei (pensiunan pegawai negeri sipil di Kantor Bupati Sidoarjo) :

> "Aku baca isi Koran Jawa Pos seperti rubrik Evergreen ya sebagai bahan obrolan saja dengan teman-teman atau keluarga. Informasi yang aku dapatkan dari rubrik tersebut lalu di *share* atau dibagi-bagi dengan keluarga sehingga aku juga tahu bagaimana tanggapan mereka tentang bahasan di rubrik Evergreen"[51].

Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Bu Sumiati

> "Namanya juga ibu-ibu, kalau kumpul pasti ngobrol-ngobrol. Setelah membaca rubrik Evergreen, kita bisa membagi informasi dalam rubrik tersebut dengan teman-teman PKK, ibu-ibu di majlis ta'lim, dan kita juga bisa mendengar pendapat mereka tentang isi rubrik Evergreen yang kebetulan mereka baca juga, atau pendapat teman-teman yang lain meskipun tidak membaca rubrik tersebut tapi pernah punya pengalaman membaca yang sama di

---

[50] Wawancara dengan bapak Budi setiawan tanggal 20 Juni 2009 10.00 WIB
[51] Wawancara dengan Bapak Sudrei tanggal 20 Juni 2009 Jam 16.30 WIB

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

> rubrik lain atau dari media lain. Lumayan daripada nggosip atau ngerumpi"[52].

Dari wawancara tersebut, Ibu Sumiati membaca rubrik Evergreen karena ingin mengetahui identitas personal orang lain.

Keinginan pelanggan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos adalah untuk mendapatkan contoh aktivitas yang dilakukan tokoh dalam rubrik Evergreen Jawa Pos sebagai panutan diungkapkan oleh Bapak Jembling (karyawan PT Gudang Garam) :

> "Alasan saya membaca rubrik Evergreen selain karena saya berlangganan Jawa Pos dan tidak mau kelewatan berita-beritanya, ya karena dalam rubrik itu saya dapat mengetahui contoh aktivitas yang dilakukan orang-orang yang usianya sebaya dengan saya. Ya sebagai referensi saja, kalau menurut saya hal tersebut ok dan baik kan bisa kita lakukan juga"[53].

Jadi alasan Bapak Jembling yang dikemukakan tersebut merupakan upaya mereka untuk mereka untuk mengetahui identitas personal dari orang lain dan juga menyadari bahwa mendapatkan contoh aktivitas yang dilakukan tokoh dalam rubrik Evergreen Jawa Pos sebagai panutan sangat bermanfaat bagi Bapak Jembling, sehingga dirinya senang membaca senang membaca rubrik tersebut.

Sementara itu alasan pelanggan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos tersebut karena mereka ingin mengetahui keadaan orang lain.bagaimanakah kehidupan seseorang tersebut yang ada dalam rubrik Evergreen Jawa Pos dari dia masih kecil hingga sampai sekarang, sehingga

---

[52] Wawancara dengan Ibu Sumiati tanggal 21 Juni 2009 Jam 09.00 WIB
[53] Wawancara dengan Bapak Jembling Tanggal 21Juni 2009 Jam 17.00 WIB

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

dengan cara demikian mereka bisa mengerti keadaan orang tersebut dan dapat menumbuhkan empati. Adanya alasan yang diungkapkan oleh pembaca menunjukkan bahwa mereka berkeinginan untuk menumbuhkan rasa empati dengan cara membaca rubrik tersebut sehingga keinginan yang dinginkan oleh pembaca dapat terpenuhi diungkap oleh Bapak Sudrei dalam penjelasannya :

> " Baca Evergreen bisa mengetahui keadaan orang lain. Bagaimana kehidupan mereka dari kecil sampai sukses sehingga kita bisa merasakan apa yang mereka rasakan dengan baca kisahnya.[54]"

Disamping keinginan masyarakat untuk berempati kepada orang lain atau lingkungan sosial, adapula keinginan untuk mendiskusikan tentang topik yang ditampilkan di rubrik Evergreen Jawa Pos, keinginan untuk mendiskusikan tentang Topik yang ditampilkan di rubrik Evergreen Jawa Pos, karena setelah membaca mereka menggunakannya sebagai bahan berdiskusi dimana bahana diskusi trersebut disajikan dalam rubrik Evergreen Jawa Pos.

Hal demikian serupa dengan apa yang diungkapkan oleh Bu Sri Wahyuni (seorang pedagang segala macam kebutuhan rumah tangga)

> "Ya, pagi-pagi bisa baca rubrik Evergreen di Koran lalu siangnya ada bahan buat ngobrol-ngobrol sama ibu-ibu pelanggan saya. Karena ibu-ibu yang belanja itu gak Cuma belanja saja ya... ngomong ngalor ngidul, saling curhat tentang masakan suami, anak-anak, keluarga, kegiatan masing-masing dan banyak lagi. Dan pokoknya Topik di rubrik Evergreen bisa jadi salah satu bahan obrolan juga dengan mereka"[55].

---

[54]Wawancara dengan Bapak Sudrei tanggal 23 Juni 2009 Jam 09.00

[55] Wawancara deangan Ibu Sri Wahyuni tanggal 22 Juni 2009 Jam 09.30 WIB

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

Jelas Bu Sri Wahyuni seraya tersenyum.

Keinginan untuk mendiskusikan tentang Topik yang ditampilkan di rubrik Evergreen Jawa Pos menjadi alasan masyarakat membaca rubrik Evergreen seperti penjelasan yang diungkapkan Bu Ganep Suhartuti

> "Ya, ibu kan guru senam lansia juga yaitu senam untuk ibu-ibu lanjut usia. Terkadang usai senam atau sebelum senam bahkan ketika senampun pasti ngobrol-ngobrol. Topik dalam rubrik Evergreen bisa menjadi Topik dalam obrolan kami. Ya...kita menggunakan Topik dirubrik Evergreen sebagai tambahan untuk berdiskusi dengan teman-teman lainnya daripada *blank*."[56]

Dari uraian tersebut tampak masyarakat memanfaatkan topik dalam rubrik Evergreen untuk menjadi bahan diskusi atau obrolan dengan pembaca lain baik keluarga, teman, tetangga, maka mereka tidak kebingungan lagi saat tidak ada bahan untuk berdiskusi.

Keinginan Untuk Menemukan Bahan Percakapan dan Berinteraksi Dengan Lingkungan Sosial juga merupakan salah satu alasan masyarakat desa Kedungrejo membaca rubrik Evergreen. Hal tersebut dimaksudkan bahwa tujuan masyarakat membaca rubrik Evergreen Jawa Pos tersebut adalah untuk menemukan bahan percakapan dan berinteraksi dengan lingkungan sosial.

Mereka membaca rubrik Evergreen Jawa Pos tersebut adalah untuk menemukan bahan percakapan dan berinteraksi dengan lingkungan sosial. Hal tersebut dapat dikarenakan sewaktu mereka tidak memiliki bahan

---

[56] Wawancara dengan Bu Ganep Suhartuti tanggal 22 Juni Jam 16.30 WIB

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

percakapan kemudian setelah mereka membaca rubrik Evergreen Jawa Pos maka mereka dapat menemukan bahan tambahan untuk percakapan. Dengan adanya alasan tersebut menunjukkan bahwa keinginan pembaca untuk menemukan bahan percakapan dan berinteraksi dengan lingkungan sosial sangat besar sehingga mereka mencari bahan percakapan tersebut melalui membaca rubrik Evergreen yang telah menyajikan berbagai informasi yang dapat menumbuhkan inspirasi bagi para pembacanya.

Hal ini sesuai dengan pendapat Bu Ganep Suhartuti

> "Namanya ibu-ibu kalau ngobrol kan tidak mau kalah artinya tidak hanya jadi pendengar setia akan tetapi juga ingin memberikan sumbangsih informasi kepada teman-teman yang lain, maka dari itu saya baca-baca banyak literature salah satunya rubrik Evergreen di Jawa Pos, karena ibu kan juga sangat peduli terhadap kesehatan ibu dan orang lain seperti keluarga, sahabat dan member-member ibu. Dan rubrik itu ada info seputar kesehatan dan lifestyle masyarakat usia Evergreen (51 tahun keatas) yang bisa ibu share atau bagi-bagi dengan orang lain lewat obrolan-obrolan santai, ibu kan instruktur senam, jadi sering dimintai pendapat tentang kesehatan, ha..ha...narsis ya ..."[57]

jelasnya lalu tertawa.

Dari uraian tersebut terlihat keinginan masyarakat untuk menemukan bahan percakapan dan berinteraksi dengan lingkungan sosial menjadi salah satu indikator adanya motif integrasi dan interaksi sosial.

Keinginan untuk membantu menjalankan peran sosial menjadi salah satu indikator motif integrasi dan interaksi sosial. Pelanggan berharap dengan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos tersebut untuk membantu

[57] Wawancara dengan Bu Ganep tanggal 23 Juni Jam 16.00 WIB

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

menjalankan peran sosial dimana dalam rubrik Evergreen Jawa Pos memberikan atau menyajikan akan hal tersebut seperti mereka ingin membantu orang belum memiliki pekerjaan mereka menariknya untuk dijadikan karyawan, sehingga para pelanggan tertarik dan termotivasi akan hal tersebut. Seperti yang diungkap oleh Bu Ganep Suhartuti

> "Saya pernah diwawancarai untuk rubrik Evergreen. Saya tergabung juga di sanggar senam milik teman saya yaitu Bu Nanik di LIBRA FITNESS CENTER, saya menjelaskan dalam rubrik Evergreen bahwa orang yang sudah berusia diatas 50 tahun sebaiknya tidak berolah raga dengan gerakan yang keras. Karena benturan keras pada orang-orang yang berusia diatas 50 tahun bisa menyebabkan cidera, makanya gerakannya harus low impact. Ibu juga memperagakan beberapa gerakan senam lantai yang low impact kemudian difoto oleh wartawan Jawa Pos. setelah berita itu dipost di Jawa Pos dalam rubrik Evergreen, saya dapat banyak tawaran ngajar senam oleh member-member saya karena saking banyaknya tawaran ngajar ya ada yang saya tawarkan ke teman-teman seprofesi saya yang juga professional"[58].

Hiburan juga menjadi salah satu alasan masyarakat dalam membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos. Motif hiburan juga menjadi salah satu motif masyarakat dalam membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos. Keinginan untuk melepaskan diri dari kejenuhan. Dalam hal ini berkaitan dengan keinginan melepaskan diri dari kejenuhan dengan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos seperti yang diungkapkan oleh Bu Sumiati.

> "Keinginan bersantai setelah seharian menjalankan tugas. Bersantai dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos, karena setelah melakukan rutinitas akan lebih *fress* jika

[58] Wawancara dengan Ibu Ganep Suhartuti tanggal 24 Juni Jam 16.00 WIB

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

> digunakan untuk bersantai dan menikmati isi dari rubrik-rubrik yang disajikan oleh rubrik Evergreen Jawa Pos"[59].

Dari uraian tersebut terungkap bahwa dengan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos mereka ingin bersantai karena dalam rubrik Evergreen Jawa Pos sendiri tersedia berbagai macam rubrik-rubrik yang dapat dijadikan teman bersantai oleh para pelanggan, mulai pengalaman pribadi, hoby, dan lain sebagainya sehingga mereka lebih memilih rubrik tersebut ketimbang rubrik-rubrik yang lainnya. Adanya keinginan pembaca untuk bersantai yaitu tidak ingin mengerjakan pekerjaan yang tidak berhubungan dengan rutinitas mereka.

Hal demikian juga diungkapkan oleh Bapak Jembling

> "Saya baca rubrik Evergreen juga hanya sebagai hiburan saja. Karena beritanya bukan berita yang keras seperti pembunuhan, korupsi, pertikaian, melainkan berita-berita yang terasa menyejukkan karena hanya seputar hobi, pengalaman pribadi tokoh yang jadi profil, itupun pengalaman yang baik-baik yang ditampilkan, ya .. bisa jadi bacaan ketika santai di pagi hari mau berangkat kerja atau santai setelah kerja sore-sore gitu"[60]

Bu Min mengatakan membaca rubrik Evergreen

"sebab ingin menjadikan sarana untuk melepaskan ketegangan emosi. "[61]

Hal diatas dimaksudkan bahwa pelanggan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos karena ingin menyalurkan emosi dengan membaca hal-hal yang disuka sehingga dapat menjadikan perasaan mereka lebih tenang. Masyarakat memilih rubrik Evergreen Jawa Pos karena mereka

---

[59] Wawancara dengan Ibu Sumiati tanggal 25 Juni Jam 09.00 WIB
[60] Wawancara dengan Bapak Jembling tanggal 25 Juni 2009 Jam 17.00 WIB
[61] Wawancara dengan Ibu Min tanggal 26 Juni Jam 09.00 WIB

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

bahwa rubrik Evergreen Jawa Pos memiliki isi atau rubrik yang cukup beraneka ragam mulai dari masalah kepribadian, pengalaman pribadi, semangat yang dimiliki yang menjadi profil dalam rubrik Evergreen Jawa Pos dan lain-lain yang sesuai dengan kesukaan pelanggan.

Mereka membaca rubrik Evergreen Jawa Pos untuk menyalurkan emosi mereka, dengan membaca hal-hal yang mereka suka bisa membuat perasaan mereka menjadi lebih tenang. Hal tersebut disebabkan karena mereka menganggap peran media massa khususnya surat kabar dapat menjadi media penyampai informasi sekaligus hiburan. Jika seseorang memiliki keinginan dan pada akhirnya dapat terpenuhi maka mereka merasa puas dan tenang karena apa yang mereka inginkan telah tercapai, sama halnya dengan ketika pelanggan membaca sesuatu yang mereka suka dalam rubrik Evergreen Jawa Pos maka emosi mereka yang timbul akibat keinginan yang belum tercapai akan tersalurkan dan terpenuhi sehingga dapat menjadikan perasaan tenang.

Hal ini terungkap dari pendapat yang di kemukakan Bin Min

> "Baca rubrik Evergreen karena suka. Saya suka dengan informasi-informasinya. Dengan baca hal-hal yang saya suka hati jadi senang juga karena sesuai antara isi pesan media yang disampaikan melalui rubrik Evergreen dengan yang saya harapkan dan saya sukai. Jadi selain dapat informasi juga dapat hiburan dengan membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos"[62].

Selain itu masyarakat dea Kedungrejo membaca rubrik Evergreen karena hanya ingin mengisi waktu luang. Dimaksudkan bahwa pelanggan

[62] Wawancara dengan Bu Min tanggal 26 Juni 2009 Jam 09.00 WIB

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 rubrik Evergreen Jawa Pos tersebut hanya sekedar mengisi waktu luang mereka baik sebelum maupun sesudah bekerja. Mereka membaca rubrik Evergreen Jawa Pos hanya sekedar mengisi waktu luang sesudah melakukan aktivitas sehari-hari seperti bekerja dan lain-lain. Disela-sela waktu tersebut, pelanggan lebih memilih mengisi waktu dengan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos karena surat kabar pada umumnya dapat membantu pelanggan dalam memenuhi dan melayani kebutuhan informasi sehingga waktu luang mereka tidak menjadi sia-sia dan dengan cara tersebut keinginan mereka dapat terpenuhi.

Seperti yang diungkapkan oleh bu Min bahwa membaca rubrik Evergreen karena "hanya ingin mengisi waktu luang"[63]. Keinginan menisci waktu luang dimaksudkan bahwa pelanggan membaca rubrik Evergreen tersebut hanya sekedar mengisi waktu luang mereka baik sebelum maupun sesudah mereka bekerja. Mereka membaca rubrik Evergreen hanya sekedar mengisi waktu luang sesudah melakukan aktivitas sehari-hari seperti bekerja dan lain-lain. Disela-sela waktu tersebut, pelanggan lebih memilh mengisi waktu dengan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos karena surat kabar pada umumnya dapat membantu pelanggan dalam memenuhi dan melayani kebutuhan infotrmasi sehingga waktu luang ,ereka tidak menjadi sia-sia dan dengan cara tersebut keinginan mereka dapat terpenuhi.

---

[63] Wawancara dengan Bu Min tanggal 26 Juni 2009 Jam 09.00 WIB

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

Bu Min juga menambahkan

> "Memang rubrik Evergreen adalah bacaan yang cocok untuk masyarakat lanjut usia alias 51 tahun keatas seperti saya ini. Capek juga ya kalau membaca berita-berita kriminal, jadi *gregetan* juga makanya saya suka membaca Evergreen di Jawa Pos karena cocok dengan keinginan saya sekaligus bisa menemani saya mengisi waktu luang. Saya kan suka baca."[64]

Mencari hiburan juga merupakan alasan masyarakat membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos. Hal tersebut yang dimaksudkan adalah ketika mereka jenuh mereka ingin mencari suatu hiburan yang bisa menghilangkan rasa jenuh tersebut, yang mana salah satunya adalah dengan membaca rubrik Evergreen Jawa Pos.

Pelanggan mengatakan bahwa mereka ingin mencari hiburan untuk menghilangkan rasa kejenuhan setelah seharian melakukan aktifitasnya mereka merasa ketika membaca rubrik Evergreen Jawa Pos hiburan tersebut mereka dapatkan sehingga kepenatan ataupun kejenuhan mereka dapat hilang setelah seharian melakukan kegiatannya masing-masing, sehingga keesokan harinya mereka dapat bekerja dengan maksimal dan juga dapat memperoleh hasil yang maksimal setelah kepenatan dan kejenuhan mereka hilangkan. Seperti diungkap oleh Bu Sriwahyuni :

> "Baca media isinya berita kriminal jadi enggan karena hati ibu jengkel. Kalau membaca rubrik-rubrik seperti Evergreen jadi terhibur karena isinya sama seperti yang saya butuhkan dan saya inginkan."

---

[64] Wawancara dengan Bu Min tanggal 26 Juni 2009 Jam 09.00 WIB

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) Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo dengan judul "Rubrik Evergreen pada Jawa Pos (studi tentang motif penggunaan media oleh masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo) diperoleh beberapa temuan yang akan peneliti sajikan sebagai berikut :

1. Motif informasi

   Keinginan untuk mencari berita atau informasi individu dalam membaca rubrik Evergreen Jawa Pos karena dorongan mencari berita atau informasi, antara lain :

   a. Ingin mendapatkan informasi tentang info yang berkaitan dengan gaya hidup masyarakat usia 50 tahun keatas.
   b. Ingin mengetahui siapa sajakah profil masyarakat yang berusia diatas 50 tahun.
   c. Ingin mengetahui kegiatan yang dilakukan masyarakat yang berusia 50 tahun ke atas.
   d. Ingin mengetahui info atau tips-tips untuk mengisi waktu luang masyarakat yang berusia 50 tahun keatas

2. Motif identitas personal

   Keinginan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu dalam diri sendiri. Dalam hal ini berkaitan dengan keinginan individu untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam diri sendiri, antara lain :

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

a. Ingin meningkatkan pemahaman tentang kepribadian diri sendiri
b. Ingin mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
c. Ingin mencari tokoh atau profil untuk dijadikan panutan dikehidupan sehari-hari.
d. Ingin mendapatkan contoh aktivitas yang dilakukan tokoh dalam rubrik Evergreen Jawa Pos sebagai panutan

2. Motif integrasi dan interaksi sosial

Keinginan untuk berhubungan dengan orang lain atau suatu nilain tertentu. Dalam hal ini berkaitan dengan keinginan individu untuk berhubungan dengan orang lain atau suatu nilai tertentu, antara lain :

a. Ingin berempati kepada orang lain atau lingkungan sosial
b. Ingin mendiskusikan tentang Topik yang ditampilkan di rubrik Evergreen Jawa Pos dengan keluarga, tetangga atau teman.
c. Ingin menemukan bahan percakapan dan berinteraksi dengan lingkungan sosial.
d. Ingin membantu menjalankan peran sosial.

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. Motif hiburan

Berkeinginan untuk melepaskan diri dari kejenuhan dalam hal ini berkaitan dengan keinginan individu untuk melepaskan diri dari kejenuhan, antara lain:

a. Ingin bersantai setelah seharian menjalankan tugas.
b. Ingin mencari sarana untuk melepas ketegangan emosi dari permasalahan yang dihadapi
c. Ingin melepas kepenatan darirutinitas yang ada
d. Ingin mencari hiburan dari tokoh yang ada dalam rubrik Evergreen Jawa Pos

D. Pembahasan

Penggunaan media oleh masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo didasari oleh kebutuhan mereka terhadap media massa. Kebutuhan menyebabkan timbulnya motif yang mendorong aktivitas individu menggunakan media tertentu, artinya individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong oleh sejumlah motif yang mempengaruhinya. Jenis kebutuhan dalam kaitannya dalam penggunaan media massa sebagai berikut :

1. Kebutuhan Kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan serta memuaskan dorongan keingintahuan.

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

2. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman-pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional.
3. Kebutuhan integrative personal adalah kebutuhan yang berkaitan dengan kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi.
4. Kebutuhan integrative sosial adalah kebutuhan yang berkaitan dengahn hubungan antar anggota keluarga, teman dan lingkungannya.
5. Kebutuhan akan pelarian adalah kebutuhan yang berkaitan dengan pelarian diri untuk melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Hal ini sesuai dengan teori *uses and gratification* yang digambarkan oleh Swanson sebagai "*a dramatic break with effect tradition of the past.* Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan oleh media pada diri orang lain akan tetapi tertarik pada apa yang dilakukan oleh orang pada media. Setiap khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Titik perhatian pada teori *uses and gratification* adalah kegunaan isi media bagi khalayak dalam memenuhi kebutuhan dan untuk memperoleh kepuasan. Asumsi-asumsi dasar sebagai berikut :

1. Khalayak menggunakan media untuk mencapai suatu tujuan tertentu yaitu untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan tersebut berkembang dalam lingkungan sosial.

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

2. Khalayak melakukan seleksi untuk memilih jenis dan isi media untuk memenuhi kebutuhannya. Khalayak terlibat secara aktif dalam proses komunikasi massa dan dapat mempengaruhi media untuk dapat memenuhi kebutuhan secara lebih cepat.
3. Khalayak mengetahui kebutuhannya dan dapat memenuhi kebutuhan tersebut jika dikehendaki.[65]

Sebagaimana masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo yang berusia diatas 50 tahun membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos sebab mereka ingin memenuhi kebutuhannnya akan media massa. Sebagaimana kebutuhan masyarakat akan informasi seperti keinginan mendapat informasi akan info yang berkaitan dengan gaya hidup masayarakat usia 50 tahun, ingin mengetahui siapa sajakah profil masyarakat yang berusia 50 tahun keatas, ingin mengetahui kegiatan yang dilakukan masyarakat yang berusia 50 tahun keatas, ingin mengetahui info atau tips-tips untuk mengisi waktu luang masyarakat yang berusia diatas 50 tahun memunculkan motif informasi masyarakat dalam penggunaan media. Kebutuhan masyarakat seperti ingin meningkatkan pemahaman akan kepribadian antara lain ingin meningkatkan pemahaman tentang kepribadian diri sendiri, ingin mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, ingin mencari tokoh atau profil untuk dijadikan panutan dikehidupan sehari-hari, ingin mendapatkan contoh aktifitas yang dilakukan tokoh dalam rubrik Evergreen di Jawa Pos sebagai panutan memunculkan motif identitas personal

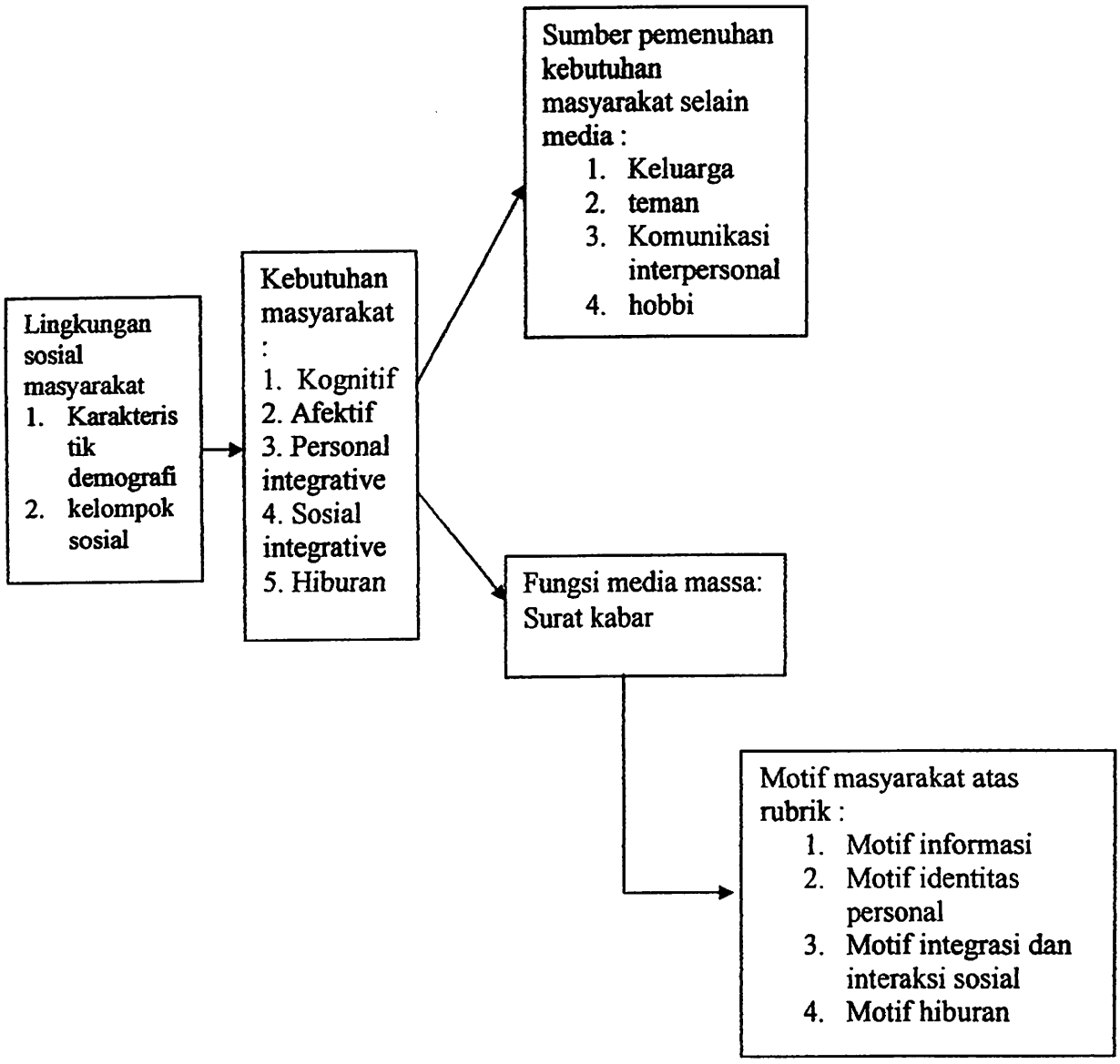
[65] Alo Liliweri , *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*, (Bandung : Penerbit Citra Aditya Bakti, 1991) hal. 134

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 membaca rubrik Evergreen Jawa Pos. selain itu kebutuhan masyarakat akan keinginan berempati kepada orang lain atau lingkungan sosial, ingin mendiskusikan tentang Topik yang ditampilkan di rubrik Evergreen Jawa Pos dengan keluarga, tetangga, atau teman, ingin menemukan bahan percakapan dan berinteraksi dengan lingkungan sosial, ingin membantu menjalankan peran sosial memunculkan motif integrasi dan interaksi sosial masyarakat di desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo dalam menggunakam media yakni membaca rubrik Evergreen di Jawa Pos. Motif hiburan muncul karena kebutuhan masyarakat ingin bersantai setelah seharian menjalankan tugas dan mengisi waktu luang dengan membaca Topik yang sifatnya menghibur dari rubrik Evergreen, ingin mencari sarana untuk melepaskan ketegangan emosi dan permasalahan yang dihadapi, ingin melepas kepenatan dari rutinitas yang ada ingin mencari hiburan dari tokoh yang ada dalam rubrik Evergreen Jawa Pos.

Hal ini menurut peneliti sebagimana dijelaskan dalam teori *uses and gratification* yang menanyakan lebih dalam mengapa dan bagaimana khalayak menggunakan media massa. Khalayak mempunyai berbagai kebutuhan dan keinginan yang dapat dipenuhi dengan menggunakan media massa dan melakukan pemilihan media yang dapat membuat khalayak mencapai kepuasan.

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



Gambar 4.7

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Motif-motif yang melatarbelakangi masyarakat desa Kedungrejo Kecamatan Waru Kabupaten sidoarjo ketika membaca rubrik Evergreen berdasarkan kebutuhan-kebutuhannya akan media massa adalah sebagai berikut

1. Motif informasi

   Keinginan untuk mencari berita atau informasi individu dalam membca rubrik Evergreen Jawa Pos karena dorongan mencari berita atau informasi, antara lain ingin mendapatkan informasi tentang info yang berkaitan dengan gaya hidup masyarakat usia 50 tahun keatas, ingin mengetahui siapa sajakah profil masyarakat yang berusia diatas 50 tahun, ingin mengetahui kegiatan yang dilakukan masyarakat yang berusia 50 tahun ke atas, ingin mengetahui info atau tips-tips untuk mengisi waktu luang masyarakat yang berusia 50 tahun keatas

2. Motif identitas personal

   Keinginan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuattu dalam diri sendiri. Dalam hal ini berkaitan dengan keinginan individu untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam diri sendiri, antara lain : ingin meningkatkan

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

pemahaman tentang kepribadian diri sendiri, ingin mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, ingin mencari tokoh atau profil untuk dijadikan panutan dikehidupan sehari-hari, ingin mendapatkan contoh aktivitas yang dilakukan tokoh dalam rubrik Evergreen Jawa Pos sebagai panutan

3. Motif integrasi dan interaksi sosial

Keinginan untuk berhubungan dengan orang lain atau suatu nilai tertentu. Dalam hal ini berkaitan dengan keinginan individu untuk berhubungan dengan orang lain atau suatu nilai tertentu, antara lain : ingin berempati kepada orang lain atau lingkungan sosial, ingin mendiskusikan tentang Topik yang ditampilkan di rubrik Evergreen Jawa Pos dengan keluarga, tetangga atau teman, ingin menemukan bahan percakapan dan berinteraksi dengan lingkungan sosial, ingin membantu menjalankan peran sosial.

4. Motif hiburan

Berkeinginan untuk melepaskan diri dari kejenuhan dalam hal ini berkaitan dengan keinginan individu untuk melepaskan diri dari kejenuhan, antara lain: ingin bersantai setelah seharian menjalankan tugas, ingin mencari sarana untuk melepas ketegangan emosi dari permasalahan yang dihadapi, ingin

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

melepas kepenatan darirutinitas yang ada, ingin mencari hiburan dari tokoh yang ada dalam rubrik Evergreen Jawa Pos

B. Saran-Saran

Setelah melakukan penelitian maka peneliti mempunyai saran :

1. Bagi pihak media cetak khususnya Jawa Pos untuk dapat menyajikan hal-hal baru dan menambah profil-profil yang lebih dinikmati oleh konsumen, menambah rubrik-rubrik selain rubrik Evergreen Jawa Pos serta informasi-informasi terkini sehingga dapat meningkatkan mutu dan nilai jual Jawa Pos.
2. Bagi individu dan masyarakat supaya lebih selektif dan cerdas dalam menggunakan media yang sesuai dengan kebutuhan dan supaya masyarakat lebih selektif dan cerdas dalam menggunakan isi media sesuai dengan kebutuhan.

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

DAFTAR PUSTAKA

Effendy, Onong Uchana, *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*, Bandung : CV. Mandar Maju, 1993

Eeffendi, Onong Uchana, *Ilmu Teori dan Filsafat*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2000

Effendi, Onong Uchana, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2003

Gerungan, SS, *Psikologi Sosial*, Bandung : PT. Rafika Aditama, 2000

John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta : Prenada Media Group, 2008

Kuper, John, *Majalah Sebagai Media Komunikasi Massa*, Jakarta : Elex Media Komputindo, 2002

Liliweri Alo, *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, Bandung : Penerbit Citra Aditya Bakti, 1991

Little John, Stephen. W, *Teoris Of Human Communication*, California World Worth Publishing Company, 2002

Maramis, *Perilaku dalam Pelayanan Kesehatan*, Penerbit Airlangga University Press, 2007

Mc. Quail, Denis, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Edisi ke dua, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1994

Purwanto, NM, *Psikologi Pendidikan Cetakan IX* Bandung : Reaja Rosdakarya, 1996

Rahmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2001

Pratanto A Pius, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya : Penerbit Arloka, 1994

Sobur, Alex, *Analisis Teks Media,* Bandung : PT. Rosda Karya, 2001

Sumanderia Haris, *Jurnalistik Indonesia*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media 2005

Wijaya, *Komunikasi Massa*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2001

Winarso, Heru Puji, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Jakarta : Penerbit Prestasi, 2005

www.organisasi.org

www.wikipedia.org

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