FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT REMAJA SMA NEGERI 10 SURABAYA MEMBACA MAJALAH TEEN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Program Strata Satu (S-I) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :

Junaidi Abdillah

NIM. B06205041

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULATAS DAKWAH

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2010

PERSETUJUAN

Skripsi oleh Junaidi Abdillah "**Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Remaja SMA NEGERI 10 Membaca Majalah Teen**" telah diperiksa dan di setujui untuk di ujikan.

Surabaya, 20 Januari 2010

Pembimbing

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

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh **Junaidi Abdillah** ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 10 Februari 2010

Mengesahkan,
Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Dr. Aswadi, M.Ag
Nip. 196004121994031001

Ketua,

Drs. H.M Hamdun Sulhan, M.Si
Nip. 195403121982031002

Sekretaris,

Wahyu Ilaihi. MA
Nip 197804022008012026

Penguji I,

Ali Nurdin, S. Ag, M.Si
197106021998031001

Penguji II,

Lilik Hamidah, S. Ag, M.Si
197312171998032002

ABTRAKS

Junaidi Abdillah, Nim B06205041, 2010
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Remaja SMA Negeri 10 Membaca Majalah Teen

Kata kunci: Minat, Majalah, dan Remaja

Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini yaitu faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat remaja SMA Negeri 10 Surabaya membaca Majalah Teen. Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat remaja SMA Negeri 10 Surabaya membaca Majalah Teen.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang berguna untuk menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi realitas remaja SMA Negeri 10 Surabaya membaca Majalah Teen.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja SMA Negeri 10 Surabaya karena (1) Segementasi Majalah Teen adalah untuk kalangan remaja. (2) Isinya mengulas tentang gaya remaja mulai trend baju, rambut, tas maupun aksesoris-aksesoris lainnya. (3) Bahasanya mudah dimengerti dan tidak berbelit-belit, legal dan gaul. (4) Ditunjang dengan gambar-gambar yang sesuai dengan isi. (5) Harganya terjangkau. (6) Disertai dengan bonus-bonus yang menarik. Agar Majalah Teen lebih baik kedepannya, peneliti ingin memberikan beberapa saran diantaranya Majalah Teen seharusnya juga membahas seputar olah raga. Hal ini bertujuan untuk membangkitkan semangat remaja untuk tetap menjaga kesehatan. Disamping itu ada baiknya Majalah Teen juga mengulas tentang etika secara umum dengan tetap menghargai nilai-nilai positif dalam bergaul.

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

HALAMAN JUDUL i

PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

PENGESAHAN iii

MOTTO iv

PERSEMBAHAN v

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

BAB I : PENDAHULAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 5

C. Tujuan Penelitian 5

D. Manfaat Penelitian 5

E. Definisi Konsep 6

F. Sistematika Pembahasan 9

BAB II : KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka 11

1. Madia massa 11

2. Media cetak 15

3. Minat 16

B. Kajian Teoritik 32

C. Penelitian Terdahulu 36

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 37

B. Subyek Penelitian 38

C. Jenis dan Sumber Data 39

D. Tahap -Tahap Penelitian 41

E. Teknik Pengumpulan Data 44

F. Teknik Analisis Data 46

G. Teknik Keabsahan Data 48

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Setting Penelitian 51

B. Penyajian dan Analisis Data tentang majalah teen 58

C. Analisis Data 72

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan 66

B. Saran 67

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini semakin maju dengan pesat. Hal ini dialami pula oleh teknologi komunikasi massa terutama pemanfaatan media massa cetak seperti surat kabar, majalah, majalah, buletin dan lain-lain. Sebagai saluran yang menyiarkan informasi komunikasi massa mempunyai definisi sebagai berikut :

> "*Mass communications is massages communicated through a mass medium to a large number of people"(*Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).[1]

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa media massa merupakan instrumen dari komunikasi massa, memberikan peluang pada komunikator untuk merekam, mentransmisi berbagai pengalaman dan informasi secara cepat dan meluas untuk mencapai suatu khalayak yang heterogen.

Berkaitan dengan perkembangan berbagai bentuk komunikasi yang menggunakan media massa ini menyebabkan timbulnya persaingan diantara media massa itu sendiri. Salah satu bentuk komunikasi massa yang mengalami persaingan adalah media massa cetak.

> *"Mass media print is document to the every thing which told and record event of the capturer by a journalist and altered in the form of words, picture, photo etcetera which function the core important to*

[1] Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), hal. 118

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

> *give information and amusing its".(*Media massa cetak adalah dokumen atas segala hal yang dikatakan dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh seorang jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto dan sebagainya yang fungsi utamanya adalah memberi informasi dan menghibur khalayaknya).[2]

Kelebihan yang dimiliki media massa cetak adalah sifatnya yang menguasai waktu dalam arti pesannya dapat dibaca berulang-ulang, dimana saja dan kapan saja. Sebagai bagian dari media massa cetak, surat kabar tentunya memiliki khalayak yang relatif besar, tersebar serta heterogen. Dalam keberadaannya secara terpencar-pencar dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi yang masing-masing berbeda dalam hal-hal jenis kelamin, usia, agama, pekerjaan, pengalaman, kebudayaan dan sebagainya.[3]

Surat kabar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah salah satu surat kabar mingguan yang disebut sebagai Majalah. Karena majalah dianggap cukup efektif dalam meraup pembaca yang cukup besar., sehingga dapat dilihat dari keberhasilan majalah-majalah baik yang pernah ada maupun yang saat ini sedang terbit seperti eks *Majalah Monitor* (pelopor majalah tentang televisi, radio dan film dengan oplah tertinggi mencapai sekitar 750 ribu ekslempar/terbit), Majalah Bintang (dengan oplah sekitar 300 ribu eksemplar/terbit), Majalah Citra (oplah sekitar 200 ribu eksemplar/terbit) serta banyak majalah lainnya.

---

[2] A. Muis, *Jurnalistik hukum komunikasi massa* : *Menjangkau era cyber communication milinium ketiga*, (Jakarta: Dharu Anuttama, 1999), hal. 23

[3] Onong Uchayana Efenddy, *ilmu Komunikasi teori dan praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), hal. 118

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

Diantara persaingan yang terjadi pada berbagai majalah, *Majalah Teen* muncul sebagai majalah baru dengan populasi sekitar 80 ribu eksemplar/terbit (sumber dari bagian pemasaran *Majalah Teen*). *Majalah Teen* merupakan majalah bersegmen remaja serta mempunyai daerah sirkulasi di Jakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat dengan Jakarta sebagai pusat. *Majalah Teen* berusaha untuk menampilkan format majalah remaja ke dalam bentuk yang khas. Pertimbangannya menurut pihak redaksi di bandingkan majalah-majalah harganya lebih terjangkau dan isinya tidak kalah menarik dibandingkan katalog, sehingga pembaca khususnya remaja tidak perlu mengeluarkan biaya banyak untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Majalah Teen pada hakekatnya merupakan media informasi dan komunikasi di dunia musik. Disamping itu juga berisi informasi-informasi tentang dunia selebritis.

Majalah Teen menampilkan rubrik-rubrik yang beragam dan sesuai untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi remaja baik laki-laki maupun perempuan. *Majalah Teen* merupakan majalah remaja yang terbit dengan keanekaragaman rubrik di tengah persaingan yang ketat, menarik untuk diteliti faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat remaja Surabaya terhadap *Majalah Teen*.

Melihat banyaknya rubrik yang ditampilkan pada *Majalah Teen*, tentunya setiap pembaca mempunyai pilihan rubrik yang dibaca. Hal ini

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

disebabkan karena sikap komunikan sebagai pembaca adalah selektif dan secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.[4]

Pembaca tidak membaca surat kabar maupun majalah dan majalah mulai dari halaman pertama sampai terakhir, mereka hanyalah membaca informasi yang mereka butuhkan. Bila mereka menemukan informasi yang tidak berguna, maka mereka akan mencari informasi lain sehingga dapat dikatakan pembaca merupakan khalayak yang aktif dan selektif dalam mencari informasi.[5]

Dalam hal ini pembaca hanya membaca rubrik yang sesuai dengan informasi yang mereka butuhkan. Selain itu mereka memilih rubrik untuk dibaca karena cara penyajian rubrik dirasa sangat menarik, baik dalam hal penulisan isi rubrik, penulisan judul maupun gambar atau foto yang dimuat.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat remaja Sekolah Menengah Atas Negeri 10 Surabaya membaca *Majalah Teen* setelah membaca *Majalah Teen*. Pemilihan judul ini berdasarkan asumsi bahwa khalayak pada dasarnya aktif dan selektif dalam menggunakan media. Asumsi bahwa khalayak aktif dan selektif disebabkan adanya motif-motif tertentu yang mendasarinya, yaitu sejumlah kebutuhan individu yang berminat membaca *Majalah Teen.*

---

[4] Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), hal. 65

[5] Abrar Ana Nadhyar. *Empat Teori Pers,* (Jakarta: Intermasa, 1995), hal. 18

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

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut : “Faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat remaja Sekolah Menengah Atas Negeri 10 Surabaya membaca *Majalah Teen*?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat remaja Sekolah Menengah Atas Negeri 10 Surabaya membaca Majalah Teen.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan yang berharga sebagai sarana untuk mengembangkan dan untuk menambah khazanah ilmu komunikasi khususnya dalam memahami tentang model komunikasi dalam konteks media cetak

2. Manfaat Praktis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukkan bagi redaksi majalah, agar dapat digunakan untuk menyusun rubrik yang dapat menarik perhatian pembaca, selain itu dapat mengetahui informasi seperti apakah yang paling banyak dibutuhkan oleh pembaca majalah

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 mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja terhadap majalah.

E. Definisi Konsep

1. Minat

Adalah kelanjutan dan perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator [6]. Minat merupakan suatu pengertian yang mencakup semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan dia berbuat sesuatu. Di samping sebagai pendorong dari dalam diri individu, motif juga mencakup pengertian tentang tujuan yang hendak dicapai.[7].

Minat disini didefinisikan sebagai alasan-alasan atau dorongan-dorongan yang menyebabkan individu membaca Majalah Teen. Minat juga dapat didefinisikan sebagai keinginan atau hasrat yang tinggi untuk melakukan sesuatu berdasarkan dorongan dan keikhlasan hati, rasa suka ataupun senang terhadap apa yang dilaksanakan tanpa adanya keterpaksaan sebagai suatu beban membaca rubrik Majalah Teen.

2. Majalah

Majalah adalah surat kabar ukuran kecil (setengah dari ukuran surat kabar biasa) yang banyak memuat berita secara singkat, padat dan

[6]Onong Uchjana Effendy. *IlmuTeori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 305

[7] Gerungan. *Psikologi Sosial*, (Bandung: Eresco, 1991), hal. 140

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

bergambar, mudah dibaca umum.[8] Sedangkan menurut wikimedia (Web di internet), majalah di definisikan Majalah adalah penerbitan berkala yang berisi bermacam-macam artikel dalam subyek yang bervariasi.

Majalah biasa diterbitkan mingguan, dwimingguan atau bulanan. Majalah biasanya memiliki artikel mengenai topik populer yang ditujukan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh banyak orang. Publikasi akademis yang menulis artikel padat ilmu disebut jurnal.

Dalam penelitian ini surat kabar yang dimaksud adalah surat kabar mingguan atau majalah merupakan surat kabar yang terbit dengan ukuran ½ dari ukuran surat kabar biasa, umumnya disajikan dengan gaya jurnalistik yang khas. Sedangkan definisi majalah menurut ukurannya yaitu surat kabar mingguan yang mempunyai tampilan dengan format majalah yang terdiri dari 5 atau 6 kolom yang masing-masing memiliki lebar sekitar 2 inci (5 cm) dan panjang dari atas ke bawah sekitar 14 inci (35 cm) dan tidak dijilid. Majalah merupakan surat kabar mingguan dan menjadi salah satu alternatif bacaan yang patut diperhitungkan karena dengan harga yang relatif terjangkau, artikel dan rubrik yang ditampilkan tak kalah menarik dengan majalah.

Berdasarkan kriteria surat kabar, *Majalah Teen* merupakan bentuk surat kabar mingguan yang muncul dengan format seperti majalah serta menampilkan rubrik-rubrik khusus dan bervariasi untuk remaja.

[8] Kamus Besar Bahasa Indonesia, Cet: IX (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hal. 987

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 disini rubrik diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pembacanya adanya rubrik-rubrik tersebut akan memudahkan pembaca mencari halaman yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pembacanya.

3. Remaja

Pada penelitian ini yang dimaksud pembaca adalah para remaja.remaja menurut Hurlock adalah mereka yang berada pada usia 12-18 Tahun. Menurut Monnks memberi batasan usia remaja adalah 12-21 Tahun. Menurut Stanley Hall adalah usia remaja pada rentang 12-23 Tahun. Berdasarkan batasan –batasan yang diberikan para ahli, bisa dilihat bahwa mulainya masa remaja relatif sama, tetapi berakhirnya para remaja sangat bervariasi. Bahkan ada yang dikenal juga dengan istilah remaja yang diperpanjang dan remaja yang diperpendek.[9]

Remaja adalah masa yang penuh permasalahan. Karakteristik remaja yang dapat menimbulkan berbagai permaslahan pada diri remaja yaitu :

1. Kecanggungan dalam pergaulan dan kekakuan dalam gerakan.
2. Ketidak stabilan emosi.
3. Adanya persaan kosong akibat perombakan pandangan dan petunjuk hidup.
4. Adanya sikap menentang dan menantang orangtua.
5. Pertentangan didalam dirinya sering menjadi pangkal penyebab pertentangan dengan orang tua.

[9] http://netsains.com/Psikologo-remaja-karkteristik-dan permasalahannya, diakses tanggal 20 januari 2010.

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

6. Kegelisahan karena banyak hal yang diinginkan tetapi remaja tidak sanggup untuk memenuhi semuanya.
7. Senag bereksperimentasi.
8. Senag bereksplorasi.
9. mempunyai banyak fantasi, khayalan,dan bualan.
10. Kecenderungan membuat kelompok dan kecenderungan berkelompok.[10]

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini sistematika pembahasan yang digunakan adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan di uraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistemtika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORETIK

Dalam bab ini memuat teori-teori yang mendasari diadakannya penelitian ini dan yang akan dipakai dalam pemecahan masalah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan metode penelitian, pendekatan dan penelitian lokasi dan sasaran penelitian, jenis dan sumber data,

[10] Ganursa, *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 1989), hal. 51

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

tahap tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa dan keabsahan data.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Berisi deskripsi umum objek penelitian yang terdiri atas gambaran tentang SMAN 10 Surabaya. Peneliti juga menjelaskan berbagai temuan data antara lain dengan cara wawancara yang dilakukan selama penelitian di SMAN 10 Surabaya sebagai jawaban atas permasalahan yang terdapat pada rumusan masalah serta analisis data yang ditemukan melalui teori.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir dalam penulisan skripsi ini yang memuat kesimpulan penelitian dan saran untuk dilakukan pada penelitian selanjutnya.

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. Media Massa

Kata Media berasal dari bahasa Latin *Medium* yang secara harfiah berarti 'tengah', 'perantara', atau 'pengantar'. Atau dengan kata lain media adalah perantara atau pengantar dari pengirim pesan kepada penerima pesan (*strategi belajar mengajar*). Sedangkan Massa merupakan kata serapan (berasal) dari bahasa Inggris yaitu mass yang artinya massa atau jumlah besar (kata benda) atau dapat diartikan sebagai massa, rakyat, atau besar-besaran (kata sifat) . Dengan kata lain massa merupakan masyarakat atau publik, dalam hal ini penerima pesan media.[11]

Menurut kamus Wikipedia, pengertian Media massa atau Pers adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media.

Sedangkan media dapat mengacu kepada:

1. Media massa memiliki fungsi pengantar (pembawa) macam pengetahuan. Jadi, media massa juga memainkan peran institusi lainnya.

[11] http://sutisna.com/pendidikan/media-pendidikan/media-massa-1/. Tanggal 6-01-2010

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. Media massa menyelenggarakan kegiatannya dalam lingkungan publik. Pada dasarnya media massa dapat dijangkau oleh segenap anggota masyarakat secara bebas, sukarela, umum dan murah.
3. Pada dasarnya hubungan antara pengirim dengan penerima seimbang dan sama.
4. Media menjangkau lebih banyak orang dari pada institusi lainnya dan sejak dahulu ”mengambil alih ”peranan sekolah, orang tua, agama dan lain-lain.

Menurut asumsi dasar diatas, lingkungan simbolik disekitar (informasi, gagasan, kepercayaan), media pulalah yang dapat mengaitkan semua unsur lingkungan simbolik yang berbeda. Asumsi dasar kedua adalah media massa mempunyai peran mediasi (penghubung) antara realitas sosial yang objektif dengan pengalaman pribadi.

Media berperan sebagai **:**

a) Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan kita dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar diri kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
b) Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.
c) Pembawa atau pengantar informasi dan pendapat.
d) Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik.

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) Papan penunjuk jalan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau intruksi.

f) Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya, baik secara sadar dan sistematis maupun tidak.

g) Cermin yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan (distarsi) karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin dilihatoleh para anggota masyarakat, atau seringkali pula segi yang ingin mereka hakimi atau cela.

h) Tirai atau penutup yang menutupi kebenaran demi pencapai tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan [12].

Pendeknya, semua itu ingin menunjukkkan, peran media dalam kehidupan social bukan sekedar sarana *diversion*, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan, mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Isi media massa merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di media massa akan mempengaruhi realitas subjektif pelaku interaksi sosial. Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh isi media massa inilah yang nantinya mendasari respon dan sikap khalayak terhadap berbagai objek sosial. Informasi yang salah dari media massa akan memunculkan gambaran yang salah pula terhadap objek sosial itu.

[12] Denis Mc Quail. *Teori Komunikasi Massa Suatu pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1987), hal. 51

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

Karenanya media massa dituntut menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas. Kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis dan moral penyajian media massa.

Adapun jenis-jenis media massa sebagai berikut:

1. *Media massa tradisional*

   Media massa tradisional adalah media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi yang jelas sebagai media massa dimana terdapat ciri-ciri seperti:

   a. Informasi dari lingkungan diseleksi, diterjemahkan dan didistribusikan
   b. Media massa menjadi perantara dan mengirim informasinya melalui saluran tertentu.
   c. Penerima pesan tidak pasif dan merupakan bagian dari masyarakat dan menyeleksi informasi yang mereka terima.
   d. Interaksi antara sumber berita dan penerima sedikit.

   Sedangkan macam-macam media massa tradisional adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film.[13]

2. *Media massa modern*

   Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telepon selular.

[13] Onong Uchjana Effendi, *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Rosda Karya, 2005), hal. 20

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 yang lebih modern ini memiliki ciri-ciri seperti**:**

1. Sumber dapat mentransmisikan pesannya kepada banyak penerima (melalui SMS atau internet misalnya)
2. Isi pesan tidak hanya disediakan oleh lembaga atau organisasi namun juga oleh individual
3. Tidak ada perantara, interaksi terjadi pada individu
4. Komunikasi mengalir (berlangsung) ke dalam
5. Penerima yang menentukan waktu interaksi

Efektifitas Pesan Media Massa. Menurut *Steven A. Chafee*, komunikasi masa memiliki efek-efek berikut terhadap individu:

1. Efek ekonomis: Menyediakan pekerjaan, Menggerakkan ekonomi (contoh: dengan adanya industri media massa membuka lowongan pekerjaan)
2. Efek sosial: Menunjukkan status (contoh: seseorang terkadang dinilai dari media massa yang ia baca, seperti surat kabar pos kota memiliki pembaca berbeda dibandingkan dengan pembaca surat kabar Kompas.
3. Efek penjadwalan kegiatan
4. Efek penyaluran atau penghilang perasaan
5. Efek perasaan terhadap jenis media

2. Media Cetak

Sejarah media modern bermula dari buku, cetak. Meskipun pada awalnya upaya pencetakan buku hanyalah merupakan upaya penggunaan

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

alat teknik untuk memproduksi teks yang sama, yang telah disalin dalam jumlah yang besar, namun upaya itu tentu saja masih dapat disebut semacam revolusi. Jadi, pada masa revolusi dalam masyarakat buku pun ikut memainkan peran yang tidak dapat dipisahkan dari proses revolusi itu sendiri.

Surat kabar pada masa awal ditandai oleh : wujud yang tetap, bersifat komersial (dijual secara bebas), bertujuan banyak (memberi informasi, mencatat, menyajikan adpertensi (periklanan), hiburan, dan (desas-desus) bersifat umum dan terbuka.

Surat kabar memiliki kabar inovasi yang tinggi dari pada buku cetak penemuan (invensi) bentuk karya tulis, sosial dan budaya yang baru meskipun pada masa itu pandangan yang muncul tidak demikian adanya kekhususan surat kabar, terletak pada individualisme, orientasi pada kenyataan, kegunaan, sekularitas dan kecocokannya dengan tuntutan kebutuhan kelas sosial baru, yakni kebutuhan para usahawan kota dan orang profesional[14].

3. Minat

a. Pengertian Minat

Minat secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap

[14] Denis Mc Quail. *Teori Komunikasi Massa Suatu pengantar Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1987), hal. 9

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

orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.[15]. Seseorang dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut dipengaruhi dan didorong oleh motif yang berasal dari dalam dan dari luar Semakain besar dorongan untuk melaksanakan suatu kegiatan maka semakin keras usaha seseorang untuk mencapai keberhasilan yang diinginkannya. Dorongan yang paling kuat berasal dari individu yang disebut minat.

Crow and Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat yaitu :

1. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan untuk makan, ingin tahu seks, Dorongan untuk makan membangkitkan minat untuk mencari penghasilan, Dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk membaca, balajar, menuntut ilmu. Dorongan seks membangkitkan minat untuk menjalin hubungan dengan lawan jenis.
2. Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Minat untuk belajar karena ingin memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai).
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

[15] Abdul Rahman Shaleh dan Muhbib Abdul Wahab. *Psikologi suatu pengantar dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 262

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

Selain hal diatas, minat yang berkembang pada anak menurut Hurlock, disebabkan karena :

a. Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan mental. Minat berubah seiring perubahan fisik dan mental yang juga mengalami perubahan. Ketika pertumbuhan mulai berhenti dan level perkembangan dari kematangan tercapai, minat menjadi lebih stabil. Minat membaca pun tumbuh bersamaan dengan perkembangan mental, jenis bahan bacaan yang dibaca seseorang pun akan berubah seiring dengan level perkembangan dan kematangan pribadi.
b. Minat bergantung pada kesiapan belajar. Anak-anak tidak dapat memperoleh minat sebelum fisik dan mental siap melakukannya. Minat membaca juga bergantung pada kesiapan belajar, minat membaca dapat semakin kuat apabila seorang anak sudah memilki kemampuan membaca, untuk memilki kemampuan membaca seorang anak haruslah siap secara fisik (mata yang normal, otak yang sempurna sehingga proses pengenalan dan perangkaian huruf menjadi kata dan kalimat dapat dilakuakan) dan kesiapan mental, mampu menangkap makna dan maksud dari rangkaian huruf dan kata.
c. Minat tergantung pada kesempatan untuk belajar. Kesempatan untuk belajar bergantung pada lingkungan dan minat, baik anak-anak maupun dewasa, yang menajadi bagian dari lingkungan anak.

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 lingkungan anak kecil sebagian besar terbatas pada rumah, minat mereka ”tumbuh dari rumah” sehingga kesempatan pertama untuk belajar berasal dari rumah dan lingkungan rumah merupakan reinforcement awal. Minat membaca salah satu contoh yang relevan, dimana lingkungan rumah merupakan stimulus paling awal dan tempat belajar utama bagi seseorang anak untuk belajar membaca dan mempertahankannya dan kemudian dapat menjadi sebuah kebiasaan.

d. Minat dipengaruhi oleh bobot emosi. Ketidak senangan emosi akan melemahkan minat dan kesenangan emosi yang mendalam akan menguatkan minat. Seseorang yang menemukan manfaat dari kegiatan membaca, akan menimbulkan reaksi positif yang akan membuat orang tersebut ingin mengulanginya lagi dan lagi, sehingga kesenangan emosi yang mendalam pada aktivitas membaca akan menguatkan minat membaca.

Minat adalah sifat egosentris (berpusat pada diri sendiri)[16] dikeseluruhan masa anak-anak, seorang anak yang sangat yakin dengan membaca akan membuatnya memiliki kekayaan wawasan dan kecerdasan dalam menyikapi hidupakan terus menerus melakukan aktivitas membaca sampai dewasa[17].

[16] Pius A Partanto dan M.Dahlan Al Barry.Kamus Ilmiah Populer, (Surabaya: Arkola, 2001), hal. 129

[17] (http://wawan-junaidi.blogspot.com/faktor-faktor -yang-mempengaruhi-minat.html) diakses Tanggal 13 Oktober 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

Minat mempunyai peranan penting dalam dunia pendidikan, karena minat merupakan salah satu faktor yang memungkinkan siswa lebih konsentrasi, lebih semangat dan menimbulkan perasaan gembira sehingga siswa tidak mudah bosan, tidak mudah lupa dalam usahanya untuk belajar.

Pada hakekatnya secara psikis seseorang memiliki suatu kegiatan pada dirinya berbeda-beda, misalnya motivasi, minat, bakat dan sebagainya. Sedangkan minat sendiri merupakan ungkapan psikis yang sangat penting untuk mencapai suatu kebutuhan manusia.

b. Macam-macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan misalnya berdasarkan timbulnya minat, berdasarkan arahnya minat, dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat itu sendiri.

a. Berdasarkan timbulnya, minat dan dapat di bedakan menjadi minat *primitif* dan minat *kilturil*. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, kebebasan beraktivitas dan seks. Minat kultural atau sosial, adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.misalnya, keinginan untuk memiliki mobil, kekayaan 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

b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *intrinsik* dan *ekstrinsik*. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemingkinan minat tersebut hilang.

c. Berdasarkan cara mengungkakan minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu :

1) Minat yang diekspresikan (*Exspressed interest*).

Seseorang dapat mengungkapkan minat atau pilihannya dengan kata tertentu. Contoh : Seorang anak mengungkapkan pada orang tuanya bahwa kalau rajin belajar dan mendapat nilai hasil belajar baik, dia ingin melanjutkan ke Perguruan Tinggi (PT) yang terkenal di Indonesia.

2) Minat yang diwujudkan atau manifestasikan (*manifest Interest*)

Seseorang dapat mengekspresikan minat bukan melalui kata-kata tetapi melalui tindakan atau perbuatan, ikut berperan aktif dalam suatu aktifitas tertentu. Contoh : Seseorang anak ikut terlibat dalam kegiatan ekstrakurikuler, anak aktif dalam kegiatan belajar mengajar.

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) Minat yang di inventarisasikan (*Inventorist interest*)

Seseorang menilai minatnya dapat diukur dengan menjawab pertanyaan terhadap sejumlah pertanyaan tertentu atau urutan pilihannya untuk kelompok aktifitas tertentu. Rangkaian pertanyaan semacam ini sering disebut Inventori minat. Jadi pada minat ini terdapat unsur pengenalan (kognitif) emosi-emosi atau unsur afektif, dan kemauan atau unsur volutif, konatif untuk mencapai obyek atau tujuan.

4) Minat yang ujikan (*Tested interst*)

Minat yang diungkapkan cara yang menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.

Dari beberapa pendapat diatas dapat diperoleh gambaran bahwa minat yang ada pada seseorang sudah ada sejak lahir dan menjadi arah dalam segala tindakannya serta timbul karena adanya perasaan suka pada obyek. Sehingga segala kelakuan tindakan dan segala kegiatan yang tidak didasari minat yang kuat cenderung akan kurang maksimal.

Berdasarkan dari beberapa faktor yang mempengaruhi minat diatas dapat digolongkan menjadi dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

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

1. Faktor Internal

Faktor internal yaitu segenap pikiran emosi dan persoalan dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi minat sehingga tidak dapat dipusatkan. Contoh: Kelelahan jasmani seperti kesehatan fisik seseorang yang menurun akibat bekerja keras atau makan-makanan yang tidak bergizi atau makan tidak teratur sehingga mengganggu aktivitas belajarnya. Kelelahan rohani, contoh: kelahan yang disebabkan karena kebosanan akibat seseorang mempelajari pelajaran yang sama dalam waktu yang lama sehingga menimbulkan hilangnya minat untuk mempelajarinya. Dengan demikian keadaan jasmani dan rohani siswa mempengaruhi minat belajar anak tersebut.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang dapat mempengaruhi minat belajarnya. Contoh: keributan atau kegaduhan yang berada didalam rumah karena disebabkan oleh sanak saudaranya atau anak kecil yang berlarian didalam rumah akan mengganggu kegiatan belajarnya dirumah. Lingkungan sekolah yang penerangannya kurang atau terlalu terang akan mengganggu siswa untuk kegiatan belajar, selain lingkungan keluarga dan sekolah lingkungan masyarakat juga akan mempengaruhi kegiatan belajar anak, misal kebisingan yang ada diluar rumah atau teman yang datang

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

mengajak ngobrol hal-hal yang sepele atau mengajak jalan-jalan.

Sehingga dari berbagai keterangan diatas faktor-faktor yang mempengaruhi minat jika dihubungkan dengan judul skripsi “factor-faktor yang mempengaruhi minat mambaca” adalah motivasi (cita-cita, harapan untuk mendapatkan prestasi atau nilai yang baik), perhatian (perasaan senang), kesehatan, lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membaca

a. Interaksi Public dengan media.

Manusia dalam Konsepsi Psikologi Humanistik.Pada psikologi Humanistik, manusia menentukan cinta, kreativitas, dan pertumbuhan pribadi yang ada dalam dirinya. Psikologi Humanistik mengambil banyak dari psikoanalisis Neo-Freudian, tetapi lebih banyak mengambil dari fenomologi dan eksistensialisme. Fenomenologi memandang manusia hidup dalam ”dunia kehidupan” yang dipresepsi dan diinterpretasi secara subyektif. Setiap orang mengalami dunia dengan caranya sendiri.

Menusut Alferd Schutz, pengalaman subjektif ini dikomunikasikan oleh faktor sosial dalam proses intersubjektivitas. Intersubjektivitas diungkapkan pada eksistensialisme dalam tema dialog, pertemuan, hubungan diri dengan orang lain, atau apa yang disebut Martin Buber ”*I-thou Relationship*”. Istilah ini

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

menunjukkan hubungan pribadi dengan pribadi, bukan pribadi dengan benda; subjek dengan subjek, bukan subjek dengan objek.

Perhatian pada makna kehidupan adalah juga hal yang membedakan psikologi humanistik dari mazhab yang lain. Manusia bukan saja pelakon dalam panggung masyarakat, bukan saja pencari identitas, tetapi juga pencari makna. *Fran* menyimpulkan asumsi-asumsi Psikologi Humanistik: keunikan manusia, pentingnya nilai dan makna, serta kemampuan manusia uuntuk mengembangkan dirinya. *Carl Rogers* menggarisbesarkan pandangan Humanisme sebagai berikut:

Setiap manusia hidup dalam dua pengalaman yang bersifat pribadi dimana dia – sang Aku, Ku, atau diriku (the I, me, or myself) – menjadi pusat.

Manusia berperilaku untuk mempertahankan, meningkatkan dan mengaktualisasikan diri. Individu bereaksi pada situasi sesuai dengan persepsi tentang dirinya dan dunianya.[18] Tingkah laku dapat dijelaskan dengan cara yang berbeda-beda, dalam psikologi sedikitnya ada 4 cara pendekatan, yaitu

a. Pendekatan perilaku

Menurut pendekatan perilaku, pada dasarnya tingkah laku adalah respon atas stimulus yang datang. Secara sederhana dapat digambarkan dalam model S - R atau suatu kaitan

[18]http://jurusankomunikasi.blogspot.com/2009/03/konsep-manusia-kognitif-dan-humanistik.html.06

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

Stimulus - Respon. Ini berarti tingkah laku itu seperti reflek tanpa kerja mental sama sekali. Pendekatan ini dipelopori oleh *J.B. Watson* kemudian dikembangkan oleh banyak ahli, seperti *B.F.Skinner*, dan melahirkan banyak sub-aliran.

b. Pendekatan kognitif

Pendekatan kognitif menekankan bahwa tingkah laku adalah proses mental, dimana individu (organisme) aktif dalam menangkap, menilai, membandingkan, dan menanggapi stimulus sebelum melakukan reaksi. Individu menerima stimulus lalu melakukan proses mental sebelum memberikan reaksi atas stimulus yang datang.

c. Pendekatan psikoanalisa

Pendekatan psikoanalisa dikembangkan oleh *Sigmund Freud*. Ia meyakini bahwa kehidupan individu sebagian besar dikuasai oleh alam bawah sadar. Sehingga tingkah laku banyak didasari oleh hal-hal yang tidak disadari, seperti keinginan, impuls, atau dorongan. Keinginan atau dorongan yang ditekan akan tetap hidup dalam alam bawah sadar dan sewaktu-waktu akan menuntut untuk dipuaskan.

d. Pendekatan fenomenologi

Pendekatan fenomenologi ini lebih memperhatikan pada pengalaman subyektif individu karena itu tingkah laku sangat dipengaruhi oleh pandangan individu terhadap diri dan dunianya,

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

konsep tentang dirinya, harga dirinya dan segala hal yang menyangkut kesadaran atau aktualisasi dirinya. Ini berarti melihat tingkah laku seseorang selalu dikaitkan dengan fenomena tentang dirinya.

Beberapa pendekatan tersebut erat sekali dengan komponen komponen komunikasi. Bahwasannya individu akan memberikan umpan balik terhadap apa yang ada disekitarnya, akan tetapi tingkatannya berbeda-beda tergantung keadaan individu tersebut.

4. Majalah

a. Pengertian Majalah

Majalah adalah salah satu bagian dari pers yang mempunyai dua pengertian yaitu pers dalam arti luas dan pers dalam arti sempit. Adapun pers dalam pengertian luas meliputi segala macam bentuk penerbitan termasuk juga media massa elektronik, siaran radio dan tv. Sedangkan pers yang arti sempit, terbatas pada media massa cetak yakni surat kabar, majalah, buletin kantor berita.[19]

Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa majalah merupakan bagian-bagian dari pers yang menyajikan tulisan-tulisan dibidang kebudayaa, ilmu pengetahuan, olah raga, sastra, liputan jurnalistik dan juga berbagai topik aktual yang patut diketahui oleh konsumen pembacanya. Sedangkan apabila dilihat dari segi

[19] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek,* (Bandung: Rosda Karya, 2005), hal. 173

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

penerbitannya, mingguan, tengah bulanan, bulanan, dan bahkan juga majalah yang terbit setiap tiga bulan sekali.

b. Fungsi majalah

Majalah adalah salah satu media massa yang terbitnya secara teratur dan kontinyu dimana mempunyai fungsi-fungsi seperti media massa lainnya yaitu: menyampaikan informasi dan juga mendidik kepada khalayak pembaca kearah pengetahuan, selain itu pula dapat menghibur kepada para pembaca mengenai hal-hal yang bersifat hiburan. Fungsi majalah adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Menyiarkan Informasi

   Menyiarkan informasi adalah fungsi pers pertama dan utama. Khalayak pembaca berlangganan akan membeli surat kabar karena memerlukan informasi berbagai hal dibumi ini. Mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, dan sebagainya.

2. Fungsi Mendidik

   Sebagaimana pendidikan massa (*massa education*), pers memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk berita, dapat juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana.

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. Fungsi Menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat pers untuk mengimbangi berita-berita berat *(hard news)* dan artikel-artikel yang berbobot. Isi surat kabar atau majalah yang bersifat hiburan bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka teki silang, pojok, karikatur, tidak jarang juga bersifat yang mengandung minat insani *(human interest),* dan kadang-kadang tajuk rencana.

4. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Napoleon di masa jayanya dulu pernah berucap bahwa ia takut sekali kepada surat kabar dari pada seratus serdadu dengan sangkur terhunus. Sudah tentu surat kabar ditakuti ini ialah surat kabar yang bebas *(Independen)*, yang bebas menyatakan pendapat, bebas melakukan *social control*, bukan surat kabar orang pemerintah yang membawakan suara pemerintah.[20]

Fungsi tersebut diatas tidak lepas dari pada fungsi majalah seperti yang dikemukakan oleh A.W Widjaya yaitu:

a. Informasi: Pengumpulan, Penyimpanan, Berita, Gambar, Fakta, Pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti secara nyata dan jelas.

[20] Onong uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1993), hal. 65

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. Sosialisasi: Penyediaan sumber, Ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan tidak sebagai anggota masyarakat yang aktif. Sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan ia dapat aktif didalam masyarakat.
c. Motivasi: Menjelaskan setiap tujuan masyarakat dari jangka pendek dan jangka panjang, Mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya.
d. Pendidikan: Pengalihan ilmu pengetahuan, sehingga mendorong orang intelektual pembentukan watak dan pendidikan keterampilan, kemahiran yang diperlukan pada semua bidang.
e. Memajukan kebudayaan, penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horison seseorang dan kebutuhan setidaknya.[21]

Berbeda dengan pendapat Wilbar Scharmm, dia memberikan fungsi majalah menjadi 4 (empat) bagian yaitu:

1. Menyebarluaskan apa yang diketahuinya kepada lingkungan.
2. Mengadakan sosialisasi terhadap anggota masyarakat, mengadakan tugas dan peranan serta norma-norma .
3. Memberi hiburan dan mengisi waktu senggang, menghidupkan daya kreasi dan artistik.

[21] A.W Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1986), hal. 9

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

4. Memperoleh konsensus serta pengikut dalam hidup, sikap maupun pendapat.[22]

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa fungsi majalah adalah menyampaikan informasi, menyajikan tulisan yang mengandung ilmu pengetahuan, memberi penerangan dalam usaha mengatasi masyarakat dengan berbagai problemnya serta menghibur masyarakat dalam berbagai persoalan yang sedang dihadapi.

Fungsi ini dapat membantu untuk sipembaca untuk mengetahui tentang sesuatu lain itu memberi kepuasan kepada pembaca misalnya editorial, tajuk rencana dan lain-lain. Artikel-artikel dimuat dalam majalah memberikan hiburan kepada pembacanya, membimbing, serta saran dalam berbagai persoalan yang timbul dalam masyarakat.

Ada beberapa prinsip yang perlu dilihat dalam pemahaman tentang majalah atau buku:

a. Majalah sebagai media massa harus bisa berlaku fleksibel.
b. Majalah memainkan peran penting dalam fungsi komunikasi.
c. Trend sosial-ekonomi dan politik berpengaruh pada atau dalam masalah genre majalah.
d. Segmentasi dan target market jelas perlu diperlihatkan oleh media massa modern.
e. Niche majalah dan majalah harus dimanfaatkan sebagai proses produksi pesan dan distribusinya kepada khalayak.

[22] Phil Astrid. S.Susanto, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, (Bandung: Bina Aksara, 1977), hal. 9

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

f. Penerbitan buku kadang lebih rumit karena khalayak buku lebih khusus.

Majalah adalah penerbitan berkala yang berisi bermacam-macam artikel dalam subyek yang bervariasi. Majalah biasa diterbitkan mingguan, dwimingguan atau bulanan. Majalah biasanya memiliki artikel mengenai topik populer yang ditujukan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh banyak orang. Publikasi akademis yang menulis artikel padat ilmu disebut jurnal.

c. Kategori Majalah

Ditujukan untuk anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria dewasa atau untuk pembaca umum dari remaja sampai dewasa. Sasarannya juga bisa melalui profesi tertentu. Karakteristik Majalah:

a. Penyajian lebih dalam
b. Nilai aktualitas lebih lama
c. Gambar atau foto lebih banyak
d. Cover sebagai daya tarik

B. Kajian Teoritik

1. Teori *Uses and Gratifications* (Kegunaan dan Kepuasan)

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata 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

pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Elemen dasar yang mendasari pendekatan teori ini:

a) Kebutuhan dasar tertentu, dalam interaksinya.
b) Berbagai kombinasi antara intra dan ekstra individu.
c) Struktur masyarakat, termasuk struktur media, menghasilkan.
d) Berbagai percampuran personal individu.
e) Persepsi mengenai solusi bagi persoalan tersebut.
f) Berbagai motif untuk mencari pemenuhan atau penyelesaian persoalan.
g) Perbedaan pola konsumsi media dan perbedaan pola perilaku lainnya.
h) Perbedaan pola konsumsi, yang dapat memengaruhi kombinasi karakteristik intra dan ekstra individu.
i) Struktur media dan berbagai struktur politik, kultural, dan ekonomi dalam masyarakat.

Model *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayaknya. *Audiens* dalam hal ini pembaca digambarkan sebagai pengguna media yang cenderung membeda-bedakan antara media satu dengan media lainnya. Pendekatan *Uses and Gratifications* lebih memperhatikan pada pemakai media daripada pesan media sebagai titik

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

awal dan menyelidiki pola perilaku komunikasi seseorang berdasarkan pengalamannya dengan media tersebut. Pendekatan *Uses and Gratifications* memandang *audiens* secara aktif menggunakan isi media. *Audiens* selain diasumsikan sebagai audiens aktif juga dianggap sebagai *audiens* yang *goal directed* dalam artian *audiens* bertanggung jawab secara penuh untuk memilih media memenuhi dan mengetahui kebutuhan mereka serta tahu bagaimana mempertemukan media dengan kebutuhan mereka. Jadi bobotnya ialah pada khalayak yang aktif yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Teori ini menekankan seseorang akan menggunakan media massa yang dapat memenuhi kebutuhannya, bukan media yang dapat memaksakan kehendak agar khalayak menggunakan media tersebut. Tetapi khalayaklah yang melakukan pilihan secara aktif.

Menurut Katz Gurevith Haas ada 5 tipiologi kebutuhan khalayak dalam menggunakan media massa :

1) Kebutuhan kognitif (*Cognitive needs*) adalah kebutuhan untuk mendapatkan informasi, pengetahuan dan pemahaman tentang lingkungan. Kebutuhan ini didsarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan.
2) Kebutuhan afektif (*Affective need*) adalah kebutuhan untuk mendapatkan pengalaman menyenangkan, estetis dan emosional atau 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

3) Kebutuhan pribadi secara integratif (*Personal integrative needs*) adalah kebutuhan untuk mendapatkan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.
4) Kebutuhan sosial secara integratif (*Social integrative needs*) adalah kebutuhan untuk mendapatkan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia.
5) Kebutuhan pelepasan (*Escapist needs*) adalah kebutuhan untuk menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman[23].

Salah satu dari teori komunikasi massa yang populer dan sering diguankan sebagai kerangka teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah *uses and gratifications*. Pendekatan *uses and gratifications* menekankan riset komunikasi massa pada konsumen pesan atau komunikasi dan tidak begitu memperhatikan mengenai pesannya. Kajian yang dilakukan dalam ranah *uses and gratifications* mencoba untuk menjawab pertanyan : "Mengapa orang menggunakan media dan apa yang mereka gunakan untuk media?" Di sini sikap dasarnya diringkas sebagai berikut :

Riset yang lebih mutakhir dilakukan oleh Dennis McQuail dan kawan-kawan dan mereka menemukan empat tipologi motivasi khalayak yang terangkum dalam skema *media—persons interactions* sebagai berikut : *Diversion*, yaitu melepaskan diri dari rutinitas dan masalah; sarana pelepasan emosi *Personal relationships*, yaitu persahabatan; kegunaan sosial

[23] Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 294

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

Personal identity, yaitu referensi diri; eksplorasi realitas; penguatan nilai *Surveillance* (bentuk-bentuk pencarian informasi).

Seperti yang telah kita diskusikan di atas, *uses and gratifications* merupakan suatu gagasan menarik, tetapi pendekatan ini tidak mampu melakukan eksplorasi terhadap berbagai hal secara lebih mendalam. Untuk itu mari sekarang kita mendiskusikan beberapa perluasan dari pendekatan yang dilakukan dengan teori *uses and gratifications* [24].

C. Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti mengkoreksi semua karya ilmiah yang ada, peneliti tidak menemukan judul ataupun unsur lain yang mempunyai kemiripan dengan judul skripsi. Jadi, Kegiatan penelitian ini merupakan kegiatan yang pertama kali dilakukan.

[24] (http://kuliahkomunikasi.com suuported by http://cretindo.com). Diakses 21 Desember 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 III
METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian skripsi ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif menurut Lexi J. Moleong yang mengutip pendapat Bogdan dan Taylor[25], yang diarahkan untuk memahami secara mendalam arti tindakan-tindakan serta fenomena yang ada dilapangan sehingga diharapkan temuan-temuan empiris tersebut dapat di deskripsikan secara lebih rinci atau utuh, lebih jelas, dan lebih akurat, terutama hal yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat Remaja SMAN 10 dalam kaitannya membaca Majalah Teen.

Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dirasakan lebih cocok, dikarenakan penelitian ini bukan dalam rangka menjelaskan serentetan korelasi atau pengaruh antar variabel. Tetapi untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagaimana tertulis dalam rumusan masalah dengan cara berfikir formal dan argumentatif.

Sementara jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, yaitu suatu pendekatan dalam rangka meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan

[25] Lexi Moleong, *Metodologi Penelitan Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999) hal. 3

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

akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.[26]

Adapun alasan peneliti menggunakan penelitian jenis ini adalah didasarkan pada beberapa pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan atau menggambarkan realitas yang ada di lapangan yang mana jenis penelitian ini sangat sesuai dengan judul yang peneliti angkat yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi minat Remaja SMAN 10 membaca Majalah Teen.
2. Peneliti terjun ke lapangan secara langsung guna memperoleh data-data yang diperlukan sebagai penunjang dalam laporan penelitian
3. Dengan pendekatan dan jenis penelitian ini, maka peneliti dapat berhubungan secara langsung dengan yang diteliti dalam melaksanakan observasi dan wawancara, sehingga sumber data yang diperoleh menjadi data yang akurat dan sesuai dengan apa yang diharapkan peneliti dengan tidak mengurangi obyektivitas di dalamnya.

B. Subyek Penelitian.

Subyek penelitian adalah subyek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Jika kita bicara tentang subyek penelitian, sebetulnya berbicara tentang unit analisa, yaitu subyek yang menjadi pusat perhatian atau sasaran peneliti.[27]

---

[26] Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hal. 63

[27] Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 145

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 subyek penelitian yang dipakai oleh peneliti dalam membuat skripsi ini adalah pembaca *Majalah Teen* yang berusia 14-18 tahun yang berdomisili di Surabaya, dan berstatus sebagai siswa dan siswi Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 10 Surabaya yang bertempat di jalan Jemur Wonosari I nomor 28 Surabaya.

C. Jenis dan Sumber Data.

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok yakni; Jenis data primer dan sekunder. Jenis data primer adalah data yang langsung di ambil dari lokasi atau lapangan (dari sumbernya) dan masih memerlukan analisa lebih mendalam. Sedangkan jenis data sekunder ialah data yang diperoleh dari bahan kepustakaan yang berkenaan dengan masalah yang diangkat.

a) Data primer

Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak perantara) yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.[28]

Yang termasuk data primer adalah data-data yang dihasilkan dari wawancara dari subyek penelitian yakni pembaca Majalah Teen yang berusia 14-18 tahun yang berdomisili di Surabaya, dan berstatus

[28] Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Gravindo Persada, 2004) , hal. 254

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

sebagai siswa dan siswi Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 10 Surabaya yang bertempat di jalan Jemur Wonosari I nomor 28 Surabaya.

b) Data Sekunder.

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung yang diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Melainkan data yang berupa studi kepustakaan, yaitu dengan jalan mempelajari majalah, koran, artikel dan lain sebagainya, atau bisa juga berupa tentang catatan adanya suatu peristiwa, ataupun catatan-catatan yang jaraknya telah "jauh" dari sumber orisinil. [29]

Dan yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang mendukung yang berkaitan dengan judul penelitian yakni data-data mengenai obyek penelitian dan mengenai lokasi penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dimana data dapat diperoleh dari sumber data yang ditetapkan oleh peneliti melalui wawancara dengan beberapa informan, merujuk kepada Lexi J. Moleong,[30] peneliti menetapkan informan sebagai sumber data dengan menggunakan pertimbangan diantaranya, informan dapat memberikan keterangan tentang situasi dan kondisi siswa siswi yang menjadi responden. Yaitu siswa dan siswi Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 10 Surabaya yang bertempat di jalan Jemur Wonosari I nomor 28 Surabaya.

---

[29] Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hal. 59

[30] Lexy Moleong, *Metodologi Penelitan Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hal. 90

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

Berikut adalah nama informan-informan yang telah diwawancarai.

No.	Nama	Usia	Kelas	Identitas
1	Anggun	16	XI IPS I	Perempuan
2	Shella	15	XI IPS I	Perempuan
3	Yanti	16	XI IPS II	Perempuan
4	Lestari	16	XI IPS I	Perempuan
5	Dewi	16	XI IPS II	Perempuan
6	Feni	17	XII IPA I	Perempuan
7	Dimas	15	XI IPA I	Laki-laki
8	Anita Kusila	16	XII IPA I	Perempuan
9	Wahyudi	17	XII IPS I	Laki-laki
10	Rachmadani	16	XII IPA I	Perempuan
11	Siti Zalbilah	16	XI IPA I	Perempuan
12	Ayunidita	17	XI IPA I	Perempuan
13	Yunita	16	XII IPA I	Perempuan
14	Evi	15	XII IPS I	Perempuan

D. Tahap-Tahap Penelitian.

Pada dasarnya yang dimaksud dengan tahap-tahap penelitian adalah rangkaian kejadian kegiatan dari awal penelitian dan berakhir dengan sebuah laporan. Dalam penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif ini bukan hanya laporan yang baik saja yang diperlukan, akan tetapi proses pembuatan laporan itulah penting, sehingga diperoleh hasil yang baik.

1) Tahap Pra Lapangan

Ada enam kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dan ditambah satu persoalan etika, dalam tahap penelitian kegiatan tersebut diuraikan sebagai berikut:

a) Menyusun Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang dimaksud adalah proposal penelitian. Dalam penelitian ini ditempatkan pada bab I yang berisi

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

tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan telaah kepustakaan dan teori.

b) Memilih lapangan penelitian

Peneliti memilih penelitian khususnya pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja SMAN 10 Surabaya membaca Majalah Teen.

c) Mengurus Perizinan

Pertama yang perlu diketahui oleh peneliti adalah siapa saja yang berkuasa dan berwenang memberikan izin bagi pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti cukup mengurus perizinan pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya untuk mendapatkan data peneliti tentang data faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja SMAN 10 Surabaya membaca Majalah Teen.

d) Menjajaki dan Memilih Lapangan

Tahap ini belum sampai pada titik yang menyingkap bagaimana peneliti masuk lapangan, namun telah menilai keadaan lapangan dalam hal-hal yang tertentu. Pada tiap ini baru orientasi lapangan saja.

e) Memilih dan Memanfaatkan Informasi

Informan merupakan orang dalam latar penelitian. Dalam hal ini peneliti memilih informan yang akan memberikan data atau informasi mengenai permasalahan yang akan dibahas. Informan

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 adalah siswa siswi yang menjadi responden. Yaitu siswa dan siswi Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 10 Surabaya.

f) Menyiapkan Alat Penelitian

Penelitan tidak hanya menyiapkan peralatan penelitian saja tetapi juga alat-alat untuk penelitian yaitu seperangkat alat tulis.

g) Persoalan Etika

Dalam hal etika, peneliti sangat menjaganya karena hal ini menyangkut hubungan dengan orang yang berkenaan dengan data-data yang diperoleh dari peneliti, sebab dengan adanya etika oleh peneliti diharapkan terciptanya kerja sama yang menyenangkan antara kedua belah pihak.

2) Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap ini peneliti sudah memasuki pekerjaan lapangan yang mana pada tahap ini dibagi menjadi tiga bagian:

a) Memasuki Latar Penelitian dan Persiapan diri

Untuk memahami pekerjaan, peneliti perlu memahami latar penelitian pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat baca remaja SMAN 10 Surabaya membaca Majalah Teen. Disamping itu peneliti juga mempersiapkan diri baik secara fisik maupun secara mental, agar kegiatan penelitian dapat berjalan dengan lancar.

b) Memasuki Lapangan

Setelah memasuki lapangan, peneliti berhasil membina keakraban dengan orang-orang yang berhubungan dengan kegitan peneliti tanpa harus mengganggu mereka dalam melaksanakan

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

kegiatannya.Usaha ini dilakukan dengan menggunakan surat keterangan dari Dekan Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

c) Berperan Serta Sambil Mengumpulkan Data

Peranan peneliti pada lokasi penelitian memang harus dibatasi, namun tidak menutup kemungkinan apabila ada waktu luang, maka peneliti akan terlibat langsung dalam data yang memang diperlukan untuk selanjutnya dianalisis secara intensif.

3) Tahap Analisis Data.

Pada tahap analisis data ini, peneliti menelaah data-data yang telah terkumpul misalnya data yang diperoleh dari hasil wawancara ataupun hasil dari catatan lapangan yang kemudian diolah dan diklasifikasi sesuai kategori data yang dihasilkan yang bertujuan untuk menemukan tema dan menemukan hipotesa sesuai dengan pokok permasalahan.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik observasi *(Pengamatan)*

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang utama dalam penelitian kualitatif. Pada observasi ini diharapkan agar peneliti dapat langsung mengamati serta mengetahui apa yang terjadi di lapangan obyek penelitian. Sebagai metode ilmiah bisa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematik tentang fenomena-

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

fenomena yang diselidiki.[31] Observasi juga merupakan suatu pengamatan yang khusus dan yang ditujukan pada satu atau beberapa fase masalah di dalam rangka penelitian, dengan maksud untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk pemecahan persoalan yang dihadapi".[32]

b. Teknik Wawancara.

Wawancara dalam suatu penelitian bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian-pendirian itu merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi (pengamatan)[33]

Wawancara adalah teknis dalam upaya menghimpun data yang akurat tentang keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu yang sesuai dengan data. dengam tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya dengan penjawab atau respon.[34]

Dalam penggunaan teknik wawancara ini berguna sebagai teknik pengumpul data, data yang diperoleh peneliti dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara peneliti dan beberapa orang yang diwawancarai.

---

[31] Sutrisno Hadi, *Metodologi Research II*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 1991), hal. 136

[32] Safari Imam Asy'ari, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1983), hal. 82

[33] Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada,2001), hal. 88

[34] M. Nasir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hal. 234

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

F. Teknik Analisis Data.

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. [35] analisis data menggunakan model Miles dan Huberman.

Miles dan Huberman seperti yang dikutip oleh Salim, menyebutkan ada tiga langkah pengolahan data kualitatif, yakni reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan (conclusion drawing and verification). Dalam pelaksanaannya reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi, merupakan sebuah langkah yang sangat luwes, dalam arti tidak terikat oleh batasan kronologis. Secara keseluruhan langkah-langkah tersebut saling berhubungan selama dan sesudah pengumpulan data, sehingga model dari Miles dan Huberman disebut juga sebagai model interaktif. Adapun proses-proses analisis data kualitatif berdasarkan pada penjelasan yang telah dikembangkan oleh Agus Salim, dapat dijelaskan secara ringkas sebagai berikut:

1. Reduksi data *(data reduction*), yaitu Pemusatan perhatian untuk penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh.
2. Penyajian data (*data display*). Peneliti mengembangkan sebuah deskripsi informasi tersusun untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan.

[35] Lexy J. Moeloeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remeja Rosdakarya. 2004). Hal. 280.

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

Display data atau penyajian data yang lazim digunakan pada langkah ini adalah dalam bentuk teks naratif.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Peneliti berusaha menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang diperolehnya dari lapangan, mencatat keteraturan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kausalitas dari fenomena, dan proposisi.[36]

Dalam sebuah penelitian, analisis data dilakukan atas statemen (*statement*) atau pernyataan yang dikemukakan oleh para informan. Hal ini dilakukan dengan cara, peneliti membaca seluruh transkrip wawancara yang ada dan mendeskripsikan seluruh pengalaman yang ditemukan di lapangan. Berdasarkan upaya pada tahap yang dikemukakan tersebut akan diketahui makna baik makna konotatif-denotatif atau makna implisit dan eksplisit dari pernyataan atas topik atau objek.

Selanjutnya uraian makna itu sendiri akan memperlihatkan tema-tema makna (*meaning themes*) yang menunjukkan kecenderungan arah jawaban atau pengertian yang dimaksudkan oleh para informan. Serta aspek penting lain yang dianalisis dalam fenomenologis adalah penjelasan holistik dan umum tentang sebuah pembicaraan dengan subjek penelitian. Dari penjelasan umum tersebut harus ditarik keterkaitan antar makna yang dikembangkan pada setiap topik yang dibicarakan selama proses wawancara berlangsung *(general description of the experience)*.

[36] Agus salim, *Teori dan dan Paradigma Penelitian Sosial* (Yogyakarta: tiara Wacana, 2006), hal. 2006), hal. 22

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

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen resmi, gambar dan sebagainya. Setelah dibaca, dipelajari dan ditelaah, langkah berikutnya ialah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya. Langkah selanjutnya adalah menyusunnya dalam satuan-satuan. Satuan-satuan itu kemudian dikategorikan pada langkah berikutnya. Tahap akhir dari analisis data ini ialah mengadakan pemeriksaan keabsahan data.

G. Teknik Keabsahan Data.

Teknik keabsahan data merupakan faktor yang menentukan dalam penelitian kulitatif untuk mendapatkan kemantapan validitas data yang didasarkan pada keriteria dasar kepercayaan. Dalam kaitannya dengan validitas data akan dilakukan beberapa langkah yaitu:

1. Ketekunan Pengamatan.

   Teknik ini dimaksudkan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari, kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci sampai pada suatu titik sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atauseluruh fakta yang ditelaah. Karena adanya ketekuanan pengamatan, maka akan diperoleh kedalaman data yang sesuai dengan

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

diteliti.[37] Dalam teknik ini berusaha untuk mencari dan menemukan ciri-ciri serta unsur-unsur yang lainnya yang sangat relevan dan berkesinambungan dengan penelitian. Oleh karena itu ketekunan pengamatan merupakan suatu bagian penting dalam pemeriksaan atau keabsahan data.

2. Teknik Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu atau data yang lain di luar data yang didapat oleh peneliti untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.[38]

Teknik triangulasi yang paling sering dipakai adalah pemeriksaan melalui sumber data lainya yaitu peneliti berusaha membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, diantaranya peneliti lakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
b. Membandingkan data hasil wawancara dengan dokumentasi yang berkaitan.
c. Membandingkan data hasil pengamatan atau observasi dengan data lain yang berkaitan.

[37] Sugiono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&G*, hal. 275
[38] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 178

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. Perpanjangan Keikutsertaan

Dalam penelitian kualitatif ciri khas yang tidak dapat dipisahkan adalah pengamatan berperanserta, karena sering terjadi dalam jenis penelitian ini peneliti menghendaki suatu informasi dengan cara mengamati, ingin mengetahui situasi yang sedang terjadi, dan bagaimana pendapat atau minat tentang hal itu. Jadi pengamatan berperanserta pada dasarnya berarti mengadakan pengamatan dan mendengarkan secara secermat mungkin sampai pada sekecil-kecilnya sekalipun. Hal itu sesuai dengan apa yang diungkapkan Bogdan seperti yang dikutip oleh Lexy mendefinisikan secara tepat pengamatan berperanserta sebagai penelitian yang bercirikan interaksi sosial yang memakan waktu cukup lama antara peneliti dan subyek dalam lingkungan penelitian, dan selama itu data yang berbentuk catatan dalam bentuk lapangan dikumpulkan secara sistematis dan berlaku tanpa gangguan.[39]

[39] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 117

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 ANALISIS DATA

A. Setting Penelitian

1. Profil SMA Negeri 10 Surabaya

SMA Negeri 10 Surabaya yang berlokasi di Surabaya selatan Jalan Jemur Wonosari I Nomor 28 Telepon (031) 8415273 mempunyai nuansa yang berlainan dibanding sekolah negeri lainnya. Dan merupakan sekolah unggulan di kota Surabaya. Sekeliling sekolah penuh dengan perumahan penduduk, di bagian depan ada beberapa pedagang kaki lima yang menjual bahan makanan, setiap pagi tentu sangat ramai dengan orang yang berbelanja, namun hal tersebut tidak mengurangi semangat belajar para siswa karena situasi belajar cukup mendukung dan menyenangkan. Sekolah tidak terpengaruh oleh adanya penduduk dan ramainya perdagangan karena ruang belajar para siswa jauh dari keramaian, suasana cukup nyaman tempat yang luas sarana yang memadai bahkan ada masjidnya.

Pada tanggal 05 Juli 1977 sekolah ini berdiri dengan mengikuti kurikulum KTSP (Kurikulum Tingkat Standar Pendidikan) ini berjalan hingga tahun 2004. Dan sekarang telah berganti menjadi kurikulum SSN (Sekolah standar Nasional) yang berakreditasi “A”.

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

Visi

Profesional, Berprestasi, Berbudaya Kompetensi Positif, Unggul dalam IPTEK dan Keteladanan berlandaskan IMTAQ

Misi

1. Meningkatkan kualitas layanan pembelajaran yang terprogram dan kondusif guna meningkatkan prestasi kerja agar prestasi belajar siswa tercapai sesuai potensi yang dimiliki melalui efektifitas pembelajaran.
2. meningkatkan profesionalisme guru dan karyawan melalui kegiatan pengemabangan karir, pelatihan, tugas belajar, studi banding dan MGMP.
3. Mengupayakan layanan secara optimal termasuk layanan berkebutuhan khusus dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi agar menjadi sekolah unggul.
4. Mempertajam motivasi dengan memperdalam terhadap pembelajaran agama dan budi pekerti luhur untuk mencapai kecerdasan berlandaskan iman dan taqwa.

Tujuan Sekolah

1. Peningkatan perolehan prestasi akademik, non akademik.
2. Peningkatan jumlah lulusan yang dapat masuk ke Perguruan Tinggi.
3. Peningkatan profesionalisme guru dan karyawan.
4. Mampu menjadi juara dibidang IPTEK, Olah raga, Seni baik tingkat Provinsi maupun Tingkat Nasional.

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. Memiliki kemampuan dan keterampilan serta kecerdasan berdasarkan keimanan dan ketaqwaan.

Data Statistik

Spesifikasi :

Luas Tanah	: 7.630 m²
Luas Bangunan	: 3470,5 m²
Luas Halaman sekolah	: 7.42 m²
Luas Lapangan Sekolah	: 6.84 m²
Luas Kebun Sekolah	: 1.974,25 m²
Lain-Lain	: 759 m²

Jumlah Ruangan :

Ruang Kelas Siswa	: 20 Ruang
Ruang KepSek	: 1 Ruang
Ruang Wakasek	: 1 Ruang
Ruang Guru	: 1 Ruang
Ruang Tata Usaha	: 1 Ruang
Ruang BP/BK	: 1 Ruang
Ruang Lab. Fisika	: 1 Ruang
Ruang Lab. Kimia	: 1 Ruang
Ruang Lab. Biologi	: 1 Ruang
Ruang Lab. Bahasa	: 1 Ruang
Ruang Lab. Komputer	: 1 Ruang
Ruang OSIS	: 1 Ruang

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

Ruang perpusatakaan : 1 Ruang

Masjid : 1 Bangunan

Jumlah Siswa :

Jumlah siswa kelas X, XI dan XII : 765 siswa

Jumlah Rombongan Belajar :

Kelas X : 7 Kelas = 272 Siswa

Kelas XI IPA : 4 Kelas = 145 Siswa

Kelas XI IPS : 3 Kelas = 117 Siswa

Kelas XII IPA : 4 Kelas = 145 Siswa

Kelas XII IPS : 2 Kelas = 87 Siswa

Jumlah Guru dan Karyawan :

Jumlah Guru : 80 dorang

Jumlah Guru PNS : 73 orang

Jumlah Guru Tidak Tetap : 7 orang

Jumlah Satpam : 4 orang

2. Majalah Teen

a. Profil Majalah Teen

Berdasarkan SIUP No. 290/SK/MENPEN/SIUPP/BI/1993, anggota SPS No. 168/1994/11/B/2002 PT. VISI INDOMEDIA mendirikan majalah yang diberi nama “Teen”. PT. VISI INDOMEDIA beralamatkan di Jl. Guru Mughni No. 2 Karet Kuningan Jakarta Selatan dengan bidikan segmen remaja tentang: musik, gaya hidup, info selebriti, tips 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

Majalah Teen menjadi Majalah yang lebih fokus kepada topik-topik remaja. Slogannya adalah majalah remaja masa kini *(it's fun to be teen).*

Format ukuran *Majalah Teen* berukuran 33 cm x 21 cm dengan lebih simple dan mudah dibawa kemana saja dan dapat pula dimasukkan kedalam tas. Isi dan gambar pada *Majalah Teen* semakin menunjukkan segmen remaja

b. Majalah Teen Beserta Rubrik-Rubriknya

Majalah Teen merupakan majalah remaja yang berusaha untuk menampilkan format tabloid kedalam bentuk majalah sehingga bahasa yang digunakan pun lebih supel dalam pergaulan remaja agar mudah dipahami serta informasi yang disajikan atau disuguhkan selalu mengikuti trend remaja yang terjadi dikalangan khalayak. *Majalah Teen* terbit setiap hari Rabu dengan jumlah halaman 58 halaman yang full color serta menggunakan jenis kertas HVS sehingga warna dan gambarnyapun akan lebih jelas. Bidang cetak yang digunakan *Majalah Teen* dengan ukuran 330 mm x 210 mm dengan jumlah kolom 3 kolom, lebar kolom 7 cm serta jarak per kolom 4 mm dengan harga Rp. 10.000 untuk hari biasa sedangkan edisi khusus dengan harga Rp. 15.000.

Majalah Teen berada dibawah naungan PT. VISI INDOMEDIA beralamatkan di Jl. Guru Mughni No. 2 Karet Kuningan Jakarta Selatan kode pos 12940 telp (021) 5276325 dan fax

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

(021) 5276328 e-mail : tabloidteen@gmail.com yang merupakan pusat redaksi *Majalah teen*. selain di Jakarta *Majalah Teen* mempunyai daerah sirkulasi antara lain :

1) Perwakilan Surabaya

   Jl. Pulo Wonokromo 253 Surabaya Telp (031) 8294421, Fax (031) 8294421.

2) Perwakilan Semarang

   Jl. Kauman Raya 39 Paleban Semarang, Telp (042) 6724177, Fax (024) 6724177.

3) Perwakilan Bandung

   Jl. Rajawali I No. 20 Bandung Telp (022) 6032110 Fax (022) 6032110.

Adapun beberapa rubrik yang ada di *Majalah Teen* antara lain :

1) Rubrik musik : rubrik ini berisikan topik-topik tentang musik misalnya aksi panggung para selebritis yang dituangkan ke dalam foto-foto keren plus berita ter-gresnya (liputan panggung), profil band luar maupun dalam negeri (*new comer)* serta tangga lagu (*play list*).
2) Rubrik mode : rubrik ini berisikan tentang mode atau trendy/gaya hidup yang tertuang dalam : gaya gue, gaya andalan, shepaholics
3) Rubrik tentang kehidupan selebritis : rubrik ini bercerita seputar selebritis kondong baik dalam maupun luar negeri yang disukai

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

para remaja plus berita gres-nya yang disajikan dengan gaya bahasa yang gaul dan funky misalnya : rubrik wass up, my space.

4) Rubrik ramalan bintang : rubrik yang berisikan horoskop/ramalan bintang remaja satu minggu kedepan mengenai asrama, keuangan, kesehatan.
5) Rubrik ilmu pengetahuan dan teknologi : rubrik ini mengungkap seputar Iptek yang tujuannya menambah wawasan remaja dengan bahasa yang mudah dimengerti.
6) Rubrik cerita pendek : rubrik ini berisikan cerita-cerita pendek yang dikirimkan oleh pembaca kepada redaksi yang biasanya berisikan persahabatan, percintaan dan lain-lain.
7) Rubrik surat menyurat : rubrik beriskan tentang kritik dan saran yang ditujukan kepada redaksi untuk kemajuan Majalah.

c. Crew Majalah Teen

Pemimpin Redaksi atau Penanggung Jawab : Yanto Bhokek

Pemimpin Usaha : Yenny Wiryadi

Wakil Pemimpin Usaha : Andreyadi Berliano.

Wakil Pemimpin Redaksi : Sandra Kartika.

Redaktur: Koes Hendaryani Arijanto, Dian Eka Widiyanti, Christi Ratna Gayatri,

Redaksi : Doddy Irawan, Dyah Puspita Wisnuwardani.

Fotografer: Ace Suhendar (redaktur), M. Akrom Sukarya

Artistic: Thomas Dani Kurniawan (redaktur), nanang ahmad suryana,

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

Dokumentasi: Gita Andini

Prodiksi: Agus Siswanto

Pra cetak: Franciska Iwan Linariyadi

Iklan: Tammy Syonosepoetro (manajer), Sumayyah

Promosi : Wina Chandra Kurnia

Distribusi: Karmidi, Bayu Purna Yuda

Penerbit: PT VISI INDONESIA

Percetakan : PT. ENKA Parahiyangan. Terbit tiap hari Rabu isi diluar tanggung jawab percetakan.

B. Penyajian Data

Penelitian ini diperoleh dari wawancara, Berikut data hasil wawancara:

Salah satunya adalah Anggun saat ditemui peneliti Anggun sedang asyik membaca majalah remaja di samping kelas sambil sesekali membuka-buka halamannya.

"Ya saya tahu, tapi nggak seberapa. Yang saya tahu cuma Majalah Teen itu majalahnya remaja yang mengulas tentang gaya remaja sekarang, trend mode remaja dan pernak-pernik asesoris, trend baju, rambut, tas bahkan juga ada lagu yang lagi hits serta film-film yang akan diputar atau keluar di bioskop"[40]

Hal senada juga dikatakan oleh Shella. salah seorang pelajar yang berusia 16 tahun, waktu bersama temannya sambil membawa Majalah Teen ditangannya.

[40]Anggun wawancara tanggal 11 Januari 2010 jam 09:15 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

"Saya tahu, *Majalah Teen* bukan majalah yang seperti tabloid dan isinya juga mengulas tentang masalah-masalah seperti aku"[41]

Setelah berhenti sejenak ia melanjutkan kembali tentang pendapatnya.

> "…..*Majalah Teen* itu harganya sangat terjangkau banget untuk kaum remaja seperti saya, lagian isinya juga nggak kalah dengan majalh-majalah lainnya kayak majalah hits, lagian harga *Majalah Teen* itu cuma Rp. 10.000 (sepuluh ribu rupiah) saja. Meskipun harganya agak mahal tapi saya puas setelah membacanya karena gamabar yang disajikan menarik-manarik".[42]

Dalam pernyataan Shella tersebut lebih spesifik tentang Majalah Teen yakni Majalah Teen disama artikan dengan majalah-majalah lainnya.

Sementara pendapat dari Shella di benarkan oleh Yanti yang menilai Majalah Teen itu sebatas yang tidak jauh beda dengan majalah-majalah lainnya yang intinya mempunyai fungsi yang sama yakni untuk mengisi waktu luang dengan berbagai informasi.

"Majalah Teen itu seperti maalah-majalah remaja lainnya dan nggak jauh beda karena majalah hanya untuk dibaca, hitung-hitung untuk mengisi waktu luang dengan berbagai informasi dan saya nggak membeda-bedakan yang penting saya bisa untuk menambah informasi atau pengetahuan saya". 43

Terlepas dari benar atau salah pendapat diatas yang jelas semua itu merupakan salah satu bentuk kognitif masing-masing personal yang menunjukkan adanya sebagian remaja mengartikan Majalah Teen hanya sebagai majalah remaja berisi tentang trend sekarang dan sebagai untuk mengisi waktu luang. Pemaknaan tersebut secara psikologi dibenarkan karena

---

[41] Shella wawancara tanggal 11 Januari 2010 jam 10:20 WIB
[42] Shella wawancara tanggal 11 Januari 2010 jam 10:20 WIB
[43] Yanti wawancara tanggal 11 Januari 2010 jam 10:35 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

setiap orang memiliki pengetahuan yang berbeda dalam hidupnya. Pengetahuan itu kemudian berpengaruh pada pikiran seseorang.

Frekwensi remaja disini hanya sebatas tingkat sering tidaknya seseorang (remaja) dalam membeli Majalah Teen dalam satu bulan. Dari beberapa wawancara dengan remaja rata-rata mereka membeli Majalah Teen itu tiap bulan, bahkan remaja ada respon baik jika di edisi tersebut Majalah Teen memberi bonus seperti tempat VCD dengan gambar-gambar yang unik.

"Wah, saya sich sering banget beli, pasti satu bulan itu harus beli, apalagi kalau ada bonusnya atau pas edisi khusus pasti saya beli".

Pendapat serupa juga dipertegas dengan pendapat Anggun yang mereka lebih tertarik dan suka jika Majalah Teen tersebut ada bonus bagi pembacanya".

"…..Paling aku beli *Majalah Teen* itu kalau lagi ada bonusnya, misalnya kapan hari ada bonus poster gedenya Irwansyah dan waktu edisi Valentin kan lumayan kalau ada bonusnya, kita kan cari yang bonusan gitu mas, maklum kaum muda sukanya koleksi-koleksi".[44]

Pendapat Yanti dan Anggun setidaknya juga diungkapkan oleh Lestari yang juga sebagai seorang remaja pelajar berumur 17 tahun yang sengaja membeli Majalah Teen yaitu jika ada bonusnya.

"Pernah, saya sering beli Majalah Teen jika ada bonusnya, biasanya yang paling sering itu bonus poster dan sesekali kantong buat HP dan kartu ucapan, itu pun biasanya satu bulan sekali".45

[44] Anggun wawancara tanggal 11 Januari 2010 jam 09:15 WIB
[45] Lestari wawancara tanggal 11 Januari 2010 jam 12:10 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

Dari ketiga pendapat tadi, ternyata berbeda dengan apa yang diungkapkan Dimas yang biasanya dipanggil Samid sama teman-temannya saat ditemui peneliti sedang duduk bareng dengan temannya di kantin.

> "Wah, saya sering banget mbak membeli majalah tersebut, paling tidak satu sampai dua kali edisi dalam satu bulan. Soalnya isinya itu loh, apalagi tentang mode-mode sekarang, pasti saya sisai uang sakuku untuk bisa beli majalah itu biar tidak kuper, gitu".[46]

Dari kesekian pendapat remaja yang diungkapkan diatas, mereka lebih sering membeli Majalah Teen jika di majalah tersebut disertai bonus, baik berupa poster, pin up, kartu ucapan, kantong HP dan lain-lain sehingga dengan bonus mereka akan lebih berminat terhadap Majalah Teen.

Komunikasi yang efektif akan tercipta bila pesan yang disampaikan komunikator dalam hal ini Majalah Teen dapat dimengerti dan dipahami oleh komunikan (remaja). Daya pemahaman ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana daya pemahaman remaja tentang isi berita di Majalah Teen.

Daya pemahaman remaja tentang isi berita di Majalah Teen adalah yang pertama pemahaman remaja pada penggunaan bahasa yang digunakan di Majalah Teen, seperti yang diungkapkan beberapa remaja, salah satunya Dewi, salah seorang pelajar yang sempat peneliti tanyakan bagaimana pendapatnya tentang bahasa di Majalah Teen.

> "Bahasa yang digunakan muda dimengerti dan tidak berbelit-belit sehingga informasinya dapat disampaikan kepada kaum remaja dengan baik dan bahasanya lugas dan gaul habis, mengikuti trend-trend masa remaja sekarang ini".[47]

---

[46] Dimas wawancara tanggal 12 Januari 2010 jam 09:45 WIB
[47] Dewi wawancara tanggal 11 Januari 2010 jam 12:35 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

Ungkapan Dewi diatas setidaknya juga diungkapkan oleh Yunita teman satu sekolahan. Peneliti sempat menanyakan pertanyaan yang sama tentang bahasa yang digunakan Majalah Teen.

"Bahasa yang digunakan bagus dengan menggunakan bahasa remaja tetapi masih sesuai dengan EYD yang disempurnakan, jadi bahasanya tidak berantakan, sehingga isi dari tabloid dapat kita mengerti dan pahami dengan mudah dan menggunakan bahasa gaulnya para remaja".[48]

Bahasa adalah lambang dalam komunikasi, baik bahasa verbal maupun bahasa non verbal, karena itu pemahaman remaja akan bahasa yang digunakan *Majalah Teen* memegang peran sangat penting agar para pembaca lebih mudah memahami dan mengerti pesan yang disampaikan. Dari kesekian ungkapan tadi, mereka tidak mengalami kesulitan dalam memahami bahasa di *Majalah Teen*, karena bahasa yang digunakan mengikuti bahasa gaul remaja sekarang ini dengan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Mengenai kemampuan remaja dalam menyerap isi berita di *Majalah Teen* dapat dijelaskan dari beberapa wawancara peneliti dengan remaja yang rata-rata mereka seorang pelajar. Salah satunya adalah Feni yang tinggal di Jemur Wonosari No. 80 berusia 18 tahun. Peneliti sempat menanyakan apakah mengalami kesulitan dalam menyerap isi berita di *Majalah Teen* dan dengan santainya ia menjawab tidak.

"Tidak, karena berita yang dibuat di *Majalah Teen* selalu aktual dan *up to date* sehingga mudah dipahami oleh kaum-kaum remaja seperti saya".[49]

Hal senada juga diungkapkan oleh saudara Thoha Maksun saat ditemui peneliti, dia menyatakan bahwa isi di *Majalah Teen* mudah dimengerti.

---

[48] Yunita. wawancara tanggal 12 Januari 2010 jam 11:55 WIB
[49] Feni. wawancara tanggal 12 Januari 2010 jam 09:15 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

"Saya tidak pernah mengalami kesulitan dalam menyerap isi berita di *Majalah Teen* karena bahasa dan isinya tidak berbelit-belit dan informasi yang disuguhkan selalu up to date. Ngapain juga sulit, orang *Majalah Teen* itu kan tabloid remaja yang isinya juga tentang remaja, bukan tentang politik (sambil sedikit bercanda dan tersenyum) sehingga mudah dimengerti oleh remaja".[50]

Sementara kedua pendapat yang diungkapkan Feni dan Thoha juga dibenarkan oleh Lestari , ia menyatakan isi berita *Majalah Teen* mudah dipahami.

"Isi berita di *Majalah Teen* itu mudah diserap dan dimengerti karena ulasan beritanya secara terperinci dan tidak berbelit-belit serta isinya selalu aktual dan up to date (dapat dipercaya) jadi tidak ada alasan untuk tidak bisa mengerti isi berita yang disampaikan *Majalah Teen*".[51]

Uraian di atas menunjukkan bahwa remaja pada umumnya dapat secara mudah menyerap isi berita di *Majalah Teen*. Hal ini wajar mengingat responden adalah seorang remaja yang memiliki daya fikir lebih dibandingkan anak-anak karena remaja sudah memasuki fase mendekati sifat dewasa sehingga memiliki kemampuan untuk menyerap dan menginterpretasikan isi berita tersebut dengan baik.

Komunikasi akan efektif jika khalayak atau komunikan tertarik akan pesan yang disajikan oleh komunikator, karena itu tugas penting komunikator adalah menyiapkan pesan *(message management*) yang menarik. Pesan yang menarik adalah pesan yang dikemas dengan menampilkan sisi positif dan sisi negatif dari suatu peristiwa yang menimbulkan suatu ketertarikan atau daya tarik komunikan. Dalam hal ini adalah daya tarik apa yang membuat remaja suka membaca *Majalah Teen*.

---

[50] Thoha Maksun. wawancara tanggal 12 Januari 2010 jam 12:30 WIB
[51] Lestari. wawancara tanggal 11 Januari 2010 jam 12:10 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

C. Analisis Data

Proses analisis data sebenarnya bertumpu pada peneltian deskriptif kualitatif dengan menggunakan cara berfikir induktif yang dimulai dengan analisis dan klasifikasi data yang dihimpun dari suatu penelitian, kemudian pembentukan kesimpulan kategori atau ciri-ciri umum tertentu.[52]

1. Temuan Data

Setelah peneliti melakukan penyajian data seperti yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, peneliti menemukan hal yang menarik sehubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja SMA Negeri 10 Surabaya membaca Majalah Teen.

Dari hasil penyajian data dapat diperoleh temuan-temuan sebagai berikut: Dari segi isinya Majalah Teen merupakan majalah yang segmentasinya adalah remaja yang mana remaja identik dengan kehidupan modern. Dalam Majalah teen banyak mengulas tentang gaya remaja sekarang seperti trend model remaja, pernak pernik aksesoris, trend baju, rambut, tas bahkan juga lagu. Lagu yang sedang hits serta film-film yang akan diputar di bioskop. Disamping itu isinya juga mengulas informasi-informasi tentang remaja secara aktual. Tidak ketinggalan juga berita tentang kehidupan para artis baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Untuk memudahkan dalam memahami Majalah Teen bahasa yang digunakan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak berbelit-belit, lugas dan *gaul*, artinya bahasanya mengikuti trend-trend masa remaja

[52] Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* , (Jakarta, Raja Grafindo, 2003), hal. 290

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

sekarang. Meskipun Majalah Teen menggunakan bahasa *gaul* atau bahasa dikalangan remaja tapi Majalah Teen tidak menghilangkan penggunaan bahas yang sesuai dengan EYD (ejaan yang dibenarkan). Disamping menjelaskan dengan bahasa yang tidak berbelit-belit juga didukung dengan penyajian gambar-gambar yang sesuai dengan isinya, sehingga mendukung pemahaman remaja terhadap Majalah Teen.

Dari segi harganya Majalah Teen merupakan kategori majalah yang harganya mudah dijangkau kaum remaja dengan harga 10.000. Walaupun harganya mudah dijangkau kualitasnya tidak kalah dengan majalah lainnya. Biar lebih menarik Majalah Teen juga memberikan bonus-bonus misalnya poster gambar-gambar selebritis, tempat CD, kartu ucapan, maupun kantong HP.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan remaja SMA Negeri 10 Surabaya juga ditemukan tujuan mereka membaca Majalah Teen adalah untuk mengisi waktu luang mereka misalnya pada waktu istirahat sekolah. Disamping itu pula tujuan mereka membaca Majalah Teen untuk menambah informasi seputar remaja. Tidak kalah penting mereka membaca Majalah Teen agar tidak kuper dan tidak ketinggalan pergaulan dengan temannya.

2. Konfirmasi dan Temuan dengan teori

Untuk menghasilkan suatu teori baru atau pengembangan teori yang sudah ada, maka hasil temuan dalam penelitian ini dicari relevansinya dengan teori-teori yang sudah ada dan berlaku dalam dunia ilmu pengetahuan

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

sebagai langkah selanjutnya dalam penelitian skripsi ini adalah konfirmasi dan perbandingan antara beberapa temuan yang didapat dari lapangan dengan teori-teori yang ada relevansinya atau kesesuaian dengan tema tersebut.

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini maka faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja yang membaca Majalah Teen ketika dikonfirmasikan antara temuan penelitian dilapangan dengan teori ternyata ada kesesuaian dan berikut penjelasannya.

Teori *Uses and Gratifications* (Kegunaan dan Kepuasan)

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Elemen dasar yang mendasari pendekatan teori ini:

a. Kebutuhan dasar tertentu, dalam interaksinya.
b. Berbagai kombinasi antara intra dan ekstra individu.
c. Struktur masyarakat, termasuk struktur media, menghasilkan.
d. Berbagai percampuran personal individu.
e. Persepsi mengenai solusi bagi persoalan tersebut.
f. Berbagai motif untuk mencari pemenuhan atau penyelesaian persoalan.

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

g. Perbedaan pola konsumsi media dan perbedaan pola perilaku lainnya.
h. Perbedaan pola konsumsi, yang dapat memengaruhi kombinasi karakteristik intra dan ekstra individu.
i. Struktur media dan berbagai struktur politik, kultural, dan ekonomi dalam masyarakat.

Menurut Katz Gurevith Haas ada 5 tipologi kebutuhan khalayak dalam menggunakan media massa :

1) Kebutuhan kognitif (*Cognitive needs*) adalah kebutuhan untuk mendapatkan informasi, pengetahuan dan pemahaman tentang lingkungan. Kebutuhan ini didsarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan.
2) Kebutuhan afektif (*Affective need*) adalah kebutuhan untuk mendapatkan pengalaman menyenangkan, estetis dan emosional atau hiburan.
3) Kebutuhan pribadi secara integratif (*Personal integrative needs*) adalah kebutuhan untuk mendapatkan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.
4) Kebutuhan sosial secara integratif (*Social integrative needs*) adalah kebutuhan untuk mendapatkan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia.
5) Kebutuhan pelepasan (*Escapist needs*) adalah kebutuhan untuk menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman[53].

[53] Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 294

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

Dari teori yang peneliti paparkan diatas teori teori tersebut sesuai dengan peneliti temukan dilapangan bahwa media massa khususnya Majalah Teen mampu mempengaruhi pola dan sikap remaja untuk menjalani hidup modern misalnya tentang gaya remaja, trend baju, rambut, pernak pernik aksesoris, serta cara pergaulan remaja.

Berbagai faktor yang mempengaruhi remaja untuk membaca Majalah Teen diantaranya adalah adanya kebutuhan-kebutuhan baik itu kebutuhan koqnitif, afektif maupun kebutuhan pelepasan (escapist needs).

Tujuan remaja dalam membaca Majalah Teen diantaranya untuk memenuhi kebutuhan guna mendapatkan informasi pengetahuan dan pemahaman tentang lingkunagannya. Para remaja mendapatkan berbagai informasi yang bersifat pribadi maupun umum. Dengan membaca Majalah Teen hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi adalah karena faktor koqnitif.

Disamping karena kebutuhan koqnitif juga dipengaruhi karena kebutuhan afektif misalnya untuk mendapatkan pengalaman yang menyenangkan ataupun untuk hiburan. Harga diri juga menajadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja khususnya remaja SMA Negeri 10 Surabaya untuk membaca Majalah Teen. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan remaja membaca Majalah Teen guna mendapatkan pengakuan, kepercayaan maupun kredibilitas dari lingkungannya khususnya temen-temennya. Pengakuan atau kepercayaan ini mereka gunakan untuk menjalani pergaulan antar teman. Tidak kalah pentinganya menghindari ketegangan ataupun hasrat akan

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

keanekaragaman menjadi faktor lain yang mempengaruhi minat ramaja membaca Majalah Teen ini dilakukan untuk mengisi waktu luang mereka setelah menajalani beberapa aktivitas-aktivitasnya.

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. SIMPULAN

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi mina remaja SMA Negeri 10 Surabaya membaca Majalah Teen.

Kesimpulan dari para remaja yang peneliti temui dan wawancarai menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja dalam membaca Majalah Teen diantaranya karena penyajian Majalah Teen dilihat dari segi isinya merupakan majalah yang segmentasinya adalah seputar remaja. Dalam Majalah Teen mengulas tentang gaya remaja sekarang seperti trend model remaja, pernak pernik aksesoris, trend baju, rambut, tas bahkan juga lagu-lagu yang sedang hits serta film-film yang akan diputar di bioskop. Tidak ketinggalan juga berita tentang artis baik dalam negeri maupun luar negeri. Disamping itu Majalah Teen menggunakan bahasa yang mudah dimengerti yang tidak berbelit-belit, lugas, dan gaul, artinya bahasanya mengikuti trend-trend remaja. Untuk lebih memahamkan remaja terhadap Majalah Teen digunakan juga gambar-gambar yang menarik.

Dari segi harganya Majalah Tee. Merupakan kategori majalah yang harganya mudah dijangkau remaja juga disertai bonus-bonus yang menarik misalnya gambar-gambar selebritis, tempat-tempat CD, kartu ucapan maupun kantong buat HP.

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 remaja membaca Majalah Teen diantaranya untuk mengisi waktu luang mereka setelah menjalani aktifitas-aktifias belajarnya disela-sela waktu istirahat. Tidak hanya itu saja para remaja juga ingin menambah informasi-informasi tentang remaja agar dapat bergaul dengan teman-temanya.

B. Saran

Salah satu komunikasi adalah untuk mengubah baik pengetahuan, sikap maupun prilaku lawan bicara atau komunikan.

Media massa sangatlah mempengaruhi khalayak yang memanfaatkannya terlebih Majalah Teen yang segmentasinya adalah remaja. Dari pengamatan peneliti terhadap Majalah Teen ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan. Seharusnya dalam Majalah Teen juga membahas tentang olah raga dengan menambah berita seputar olah raga. Diman hal ini bertujuan untuk membangkitkan semangat remaja untuk tetap menjaga kesehatan.

Disamping itu ada baiknya Majalah Teen juga mengulas tentang etika secara umum dengan tidak menghilangkan nilai-nilai positif dalam bergaul.

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

Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarata: PT. Rineka Cipta, 1996.

Audifax. *Reseach: Sebuah Pengantar untuk "mencari ulang" Metode Penelitian dalam Psikologi*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008.

Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2001.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijaksanaan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya,* Jakarta: Prenada Media Group, 2007

Djafar, Assegaff, : *Jurnalistik Masa Kini, Pengantar Ke Praktek Kewartawanan,* Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000.

Effendy, Onong Uchayana : *Ilmu Komunikasi – Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.

Effendy, Onong uchjana. Dinamika Komunikasi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1993.

Farchan, Arif. Pengantar Metode Penelitian kualitatif

Ganursa. *Psikologi Perkembangan Anak dan remaja*, Jakarta: BPK Gunung Mulia,1989.

Gerungan : *Psikologi Sosial*, Bandung: Eresco, 1991.

http://jurusankomunikasi.blogspot.com/konsep-manusia-kognitif-dan humanistik.html.Diakses 9 Januari 2010.

Http://netsains.Com/Psikologi-Remaja-karakteristik-dan-permasalahannya/ diakses 20 Januari 2010.

Kasali Rhenald : *Manajemen Periklanan-Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* Jakarta: Grafiti dengan bantuan PAU-Ekonomi UI, 1995.

Kriyantono, Rachmad : *Modul Metode dan Aplikasi Penelitian Komunikasi : Universitas Bhayangkara Surabaya.*

Mc Quail, Denis. *Teori Komunikasi Massa,Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga,1987.

Moelong, Lexy j. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

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

Muis, A : *Jurnalistik Hukum Komunikasi Massa* : *Menjangkau Era Cyber Communication Milinium Ketiga*, Jakarta: PT.Dharu Anuttama, 1999.

Nadhyar, Abrar Ana : *Empat Teori Pers,* Jakarta: PT. Intermasa, 1995

Nurudin : *Komunikasi Massa*, Malang: Cespur, 2000

Nazir Mohammad :, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 1988

Rachmad Jalaludin : *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1997.

Rahman Sholeh, abdul dan Abdul Wahab, Mahbub. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Prespaktif Islam*, Jakarta: Prenada Madia,2004.

Rakhmad, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1986.

Ruslan, Rusady : *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003

Sukanto Soerjono : *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999.

Triastutu, Neni : Karya Ilmiah, *Minat Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya Angkatan 2005 terhadap Berita Jawa Timur di TVRI Jawa Timur*, Surabaya: Universitas Bhayangkara, 2005.

Vivian, Ervi Astinindyah : Karya Ilmiah, *Preferensi Remaja Terhadap Tabloid*, Universitas Airlangga Surabaya, 2000

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