

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Menurut John Fiske (dalam Santoso, 2012:109), teori *Uses and Gratification* adalah suatu teori yang menyatakan bahwa para anggota khalayak memiliki kebutuhan atau dorongan tertentu yang bisa dipenuhi dengan menggunakan sumber-sumber media atau non-media; atau berpendapat bahwa khalayak berpaling ke media untuk kepuasan tertentu, menggunakan media massa daripada digunakan oleh media massa, atau suatu studi tentang motif-motif penggunaan media dan ganjaran yang dicari.

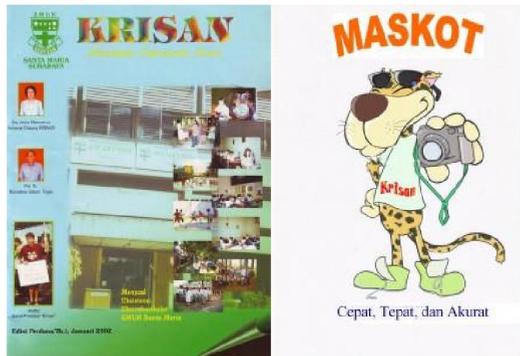
Teori ini merupakan akar dari penelitian ini, dalam teori *Uses and Gratification* dijelaskan terdapat dua jenis gratifikasi yaitu; *Gratification Obtained*, kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. *Gratification Sought*, kepuasan yang dicari atau yang diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu media tertentu, Gratifikasi inilah yang akan digunakan dalam penelitian ini sehingga dapat menunjukkan motif pembaca dalam membaca media internal.

Erat kaitanya teori *Uses and Gratification* dengan media massa. Media massa sendiri memiliki berbagai macam jenis didalamnya, salah satunya adalah Media Internal. Media Internal adalah salah satu produksi dari seorang *Public Relations* (PR) atau Hubungan Masyarakat (Humas) sebuah perusahaan atau organisasi. Banyak sekali macam media Internal yang dapat diproduksi, salah satunya adalah majalah.

Menurut Jefkins (1982:154) salah satu dari lima jenis media Internal; *“The magazine which contains feature articles and pictures and may be published at monthly, or quarterly intervals”*. Majalah dapat diproduksi dan dapat memiliki berbagai konten. Majalah tidak hanya dapat diproduksi oleh perusahaan atau organisasi saja, namun sekolah dapat memproduksi media Internal berupa majalah jika diperlukan. Hal inilah yang dilakukan oleh Hubungan Masyarakat di salah satu sekolah swasta tertua di Surabaya yakni, SMA Santa Maria Surabaya.

SMA Santa Maria Surabaya telah berdiri sejak tanggal 14 Oktober 1863 dibawah pengelolaan suster-suster Ursulin. Sekolah ini berbasis pendidikan agama Katolik dan menjadi salah satu sekolah tertua di Surabaya. Pada perjalanan akademiknya, SMA Santa Maria merealisasikan produk Jurnalistik dalam sebuah media Internal yaitu Majalah Krisan. Majalah Krisan terbentuk pada tanggal 12 Januari 2001 dibawah bimbingan FX. Rudy Prasetya, S.S. M. Med. Kom. Pertama diterbitkan adalah Krisan edisi Januari 2002.

Keterampilan Jurnalistik merupakan suatu citra yang sangat dijaga oleh sekolah ini, terbukti dari banyaknya penghargaan yang diraih dalam lingkup jurnalistik. Telah diberikan materi jurnalistik sejak kelas 10, serta diadakannya ekstrakurikuler yang menunjang siswa dalam bidang jurnalistik. Keunggulan dalam hal jurnalistikpun juga dituangkan dalam majalah Krisan.



Gambar I. 1.

(Sumber : www.smanmarosu.sch.id/)

Telah berkarya selama hampir 15 tahun membuahkan banyak prestasi yang diraih oleh Majalah Krisan. Hingga akhir 2015 silam, total ada 85 prestasi yang telah diraih, diantaranya Juara III Lomba Esai dan Poster Se-Jatim, Juara I Lomba Fotografi Tingkat Nasional, Juara III Lomba Fotografi Nasional, Juara I Lomba Menulis Jawa-Bali, Juara I Lomba Jurnalistik DBL Se-Jatim, Juara I Lomba Menulis Esai Se-Jatim, Juara I Lomba Karya Tulis Se-Jatim, Juara I Menulis Esai dan Poster Se-Jatim, dan masih banyak lainnya. Berkat prestasi-prestasi membanggakan diatas, menghantar Majalah Krisan untuk tercatat di Museum Rekor Indonesia (MuRI) kategori Juara Terbanyak Kompetisi Jurnalistik/ Tulis-Menulis pada tanggal 15 Januari 2011 silam. Hal ini pun dapat menjadi alasan untuk membentuk citra SMA Santa Maria Surabaya sebagai sekolah yang berprestasi dan memiliki keterampilan menulis yang tinggi.

Pada majalah Krisan terdapat 24 rubrik dengan spesialisasi masing-masing. Hal yang menarik dalam majalah internal ini adalah bagaimana rubrik '*Wie Geth's*', yaitu rubrik karya siswa-siswi jurusan

bahasa dalam bahasa Jerman dan translate Indonesia, mengulas topik-topik yang sedang dibicarakan oleh remaja-remaja jaman sekarang. Leonard (siswa SMA Santa Maria, kelas X) mengatakan bahwa ia tertarik akan rubrik tersebut, karena dibuat dengan khas bahasa Jerman, lain daripada yang lain dan topiknya menarik (hasil wawancara: Jumat, 8 April 2016, 12.00 WIB). Berbeda dengan Aylinda (siswi SMA Santa Maria, kelas XII) yang berpendapat bahwa ia lebih tertarik dengan rubrik yang membahas seputar sekolah seperti Fokus 49 dan Jelajah SanMar karena benar-benar memberikan informasi tentang sekolahnya (hasil wawancara: Sabtu, 19 November 2016, 10.30 WIB).

Pernyataan diatas dapat muncul seiring dengan bagaimana seorang Hubungan Masyarakat mampu membuat media internal yang sesuai dengan pembaca. Peran seorang Hubungan Masyarakat dalam membentuk citra sekolah pun juga dibentuk melalui majalah ini, bagaimana citra sekolah dengan majalah internal yang memiliki rekor MuRI terus ditampilkan pada setiap terbitan majalah internal Krisan. Publikasi sekolah, baik kegiatan maupun prestasi, muncul pada berita utama, rubrik tetap, dan pada sampul majalah internal Krisan. Sasaran pembaca majalah internal Krisan tentu adalah siswa namun dapat berdampak pada orang tua mengingat orang tua pun membaca majalah ini, ketika majalah ini terbit dan dibawa pulang oleh siswa-siswi SMA Santa Maria Surabaya.

Pemilihan majalah sebagai media internal sendiri lebih efektif bagi seorang Hubungan Masyarakat untuk sarana publikasi. Konten yang ada dalam majalah dapat beragam, membahas dari berbagai sisi, serta lebih komunikatif daripada menggunakan sarana lain seperti majalah dinding (mading) yang hanya dapat dilihat pada papan pengumuman dan memuat

informasi yang penting saja. Melalui majalah, publikasi seputar sekolah dapat lebih detail dan mampu menonjolkan kekhasan yang dimiliki oleh majalah internal Krisan yang tidak dimiliki oleh majalah lain. Sehingga menjadikan majalah internal Krisan sebagai wadah Hubungan Masyarakat SMA Santa Maria untuk mempublikasikan sekolah itu sendiri.

Adapun yang akan diteliti adalah motif pembaca dalam membaca majalah internal Krisan. Akan diketahui apa saja motif dalam membaca media internal, motif sendiri memiliki empat jenis menurut McQuail (dalam Kriyantono, 2010:216): (1) Informasi/Pengawasan (*Surveillance*), (2) Identitas Personal (*Personal Identity*), (3) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*), (4) Hiburan/Pelarian (*Diversion*). Motif membaca dapat memiliki hasil beragam, merujuk pada hasil wawancara kecil yang telah dibuat oleh peneliti menunjukan beberapa motif.

Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Nantinya akan disebarkan kuisioner, hasil dari kuisioner akan dikalkulasi dan menjadi jawaban atas penelitian ini. Untuk itu peneliti ingin mengidentifikasi dan menggali adanya motif pada pembaca dalam membaca majalah internal Krisan.

I.2 Rumusan Masalah

Apa motif pembaca dalam membaca Majalah Internal Krisan?

I.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Motif Pembaca dalam membaca Majalah Internal Krisan.

I.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis :

Melalui penelitian ini diharapkan mampu menganalisis dan menerapkan teori-teori yang ada di Ilmu Komunikasi hingga dapat dikaitkan dan diaplikasikan kedalam fenomena yang ada di lingkungan sekitar manusia. Terutama dalam ranah Media Internal Public Relation pada sebuah institusi/perusahaan berupa majalah

b. Manfaat Praktis :

Melalui penelitian ini diharapkan mampu menginformasikan Sekolah Santa Maria Surabaya tentang apa saja motif pembaca dalam membaca majalah Krisan.

I.5 Batasan Penelitian

Penelitian dilakukan secara Diskriptif, yaitu variabel penelitian adalah tunggal. Penelitian ini juga masuk dalam ranah Diskriptif Kuantitatif, yaitu penelitian mengenai motif membaca.

Subjek penelitian adalah Pembaca dan Objek penelitian adalah Motif membaca. Penelitian akan meneliti tentang bagaimana motif pembaca dalam membaca majalah internal Krisan, motif dapat sesuai dengan prediksi maupun teori yang ada, atau terdapat motif lain yang diluar teori atau prediksi peneliti.