

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Menurut McQuail (2002:388) motif adalah penggerak maupun alasan dalam diri manusia untuk melakukan suatu tindakan. Motif ini memberikan arah tujuan pada tingkah laku manusia

Menurut Kriyantono (2006:204) teori *Uses and Gratification* adalah teori yang menyatakan bahwa khalayak menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif.

Konsep dasar teori menurut Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch dalam Rakhmat (1998:205)

“asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan sehingga menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain termasuk yang tidak kita inginkan”

Melalui teori diatas, peneliti akan menghubungkan dengan sebuah komunikasi. Setiap makhluk hidup pasti memerlukan adanya komunikasi. Tanpa komunikasi, seseorang tidak dapat berinteraksi dengan orang lain. Menurut Effendy (1986:6), komunikasi adalah suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator sehingga menimbulkan efek tertentu kepada komunikan. Komponen-komponen tersebut adalah : (A) Komunikator -

seseorang yang menyampaikan pesan, (B) Pesan - pernyataan yang didukung oleh lambang, (C) Komunikan - orang yang menerima pesan, (D) Media - sarana atau saluran yang mendukung pesan, bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya, (E) Dampak- dampak sebagai pengaruh dari pesan.

Berdasarkan komponen teori komunikasi, peneliti akan membahas sebuah komunikasi massa. Menurut Wiryanto (2000:2), komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa. Komunikasi dalam media massa dilakukan pada komunikan yang mempunyai jumlah banyak.

Media massa dapat digunakan dari jumlah waktu maupun tempat oleh manusia dalam mengonsumsi jenis isi media. Kehadiran media massa mempengaruhi gaya kehidupan masyarakat. Sebaliknya, media massa juga terpengaruh oleh gaya, minat, perilaku masyarakat. Media masa menyampaikan pesan jarak dekat maupun jauh sehingga khalayak mendapatkan informasi yang bersifat heterogen. Keuntungannya yaitu media massa menimbulkan keserempakan. Media massa dibagi menjadi dua macam yaitu media elektronik maupun media cetak. Melalui media cetak, setiap manusia dapat mengakses dan menerima informasi lebih lama.

Menurut Effendy (2004:65) fungsi media cetak yaitu :

1. Menyediakan informasi maupun peristiwa yang terjadi dimasyarakat
2. Memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi khalayak
3. Menyampaikan sebuah kisah yang menarik dengan menyajikan cerita gambar, cerita pendek, cerita bersambung..

4. Mempengaruhi khalayak dalam hal membeli maupun membaca media cetak .

Media cetak dalam bentuk tabloid. Menurut Suryawati (2011:42), tabloid adalah media komunikasi yang memberikan informasi aktual dan disajikan secara lebih mendalam dan dilegkapi ketajaman analisis. Penyajian informasi lebih menunjang bagi gaya hidup tertentu.

Menurut Rakhmat (2005: 197) tabloid memiliki target audience yang lebih sempit dari surat kabar. Audience dalam hal ini adalah khalayak sebagai pembaca dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan.

Kuliner sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat Indonesia. Pada perkembangan jaman sekarang, tempat kuliner semakin marajalela mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan berkelas tinggi. Akhirnya muncul sebuah media yang tanggap dengan hal tersebut. Salah satunya yaitu Tabloid Saji.

Menurut Semijati Purwadaria, (*Editor In Chief*, Senin, 6 April 2015),” Tabloid Saji didirikan setelah sukses dengan Majalah Sedap yang hadir lebih dahulu. Majalah ini sangat diminati, tetapi hanya bisa dijangkau oleh golongan menengah ke atas. Karena itu tahun 2003, 4 tahun setelah majalah Sedap berdiri, didirikan tabloid Saji yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan golongan menengah ke bawah.”

Pada Desember 1999, majalah Sedap terbit menjadi 2 bagian yaitu majalah Sedap Pemula mempunyai ukuran 275x210 mm dan 88 halaman. Harga Rp 27.500,-.

Majalah kuliner ini membahas langkah-langkah resep secara terperinci, pengetahuan bahan memasak, teknik memasak. Periode terbit yaitu dua bulan (Gramedia Kompas, 2013).

Majalah Sedap mempunyai ukuran 275x210 mm dan 144 halaman. Harga Rp 30.000,-.

Majalah kuliner ini membahas hidangan utama, tradisional, hidangan sebulan, hidangan manca negara, reka hidangan dan resep sehat. Periode terbit setiap bulan. (Gramedia Kompas, 2013).

Tabloid Saji dibawah manajemen Kompas Gramedia yang berdiri sejak Agustus 2003. Tabloid Saji merupakan tabloid dwimingguan yang terbit setiap hari Kamis diseluruh wilayah Indonesia. Tabloid memiliki ukuran 290x430 dan mempunyai 24 halaman. Harga tabloid sekitar Rp 8.000,- (pulau Jawa) dan Rp 8.500,- (luar Pulau Jawa).

Tabloid kuliner ini pertama di Indonesia yang mengguncang pasar media dan menjadi primadona ibu rumah tangga yang akrab dengan urusan dapur dan mempunyai segmentasi pasar yang lebih baik dan spesifik (Gramedia Kompas, 2013).

Menurut hasil wawancara dengan Semijati Purwadaria (*Editor In Chief*, Senin, 6 April 2015),” Tabloid Saji mempunyai ciri khas yang bergerak dibidang kuliner sehingga dapat sebagai panduan memasak bagi para ibu dan usaha kuliner. Resep ini disajikan untuk keluarga maupun bahan usaha.”

Tabloid Saji mempunyai keunggulan dengan gambar yang jelas dan warna yang terang sehingga mengajak para ibu rumah tangga untuk memakai tabloid sebagai panduan memasak. Terdapat kotak yang berisi komentar, kritik atau saran tentang tabloid Saji bagi para konsumen.

Menurut hasil wawancara dengan Semijati Purwadaria (*Editor In Chief*, Senin, 6 April 2015), Standar Ekonomi Sosial (SES) adalah A, B, C.

Lingkup bahasa tabloid Saji adalah menyajikan informasi dan tips tentang pembuatan makanan langsung jadi, kisah para usaha kuliner yang mengolah makanan kecil menjadi makanan yang mempunyai nilai jual tinggi sehingga menjadi khas bagi para pecinta kuliner, rekomendasi tempat kuliner di daerah tertentu, konsultasi menyangkut usaha kuliner baik yang sudah berjalan maupun akan berjalan, adanya inspirasi usaha kuliner, terdapat improvisasi dalam sebuah bahan masakan.

Menurut hasil wawancara dengan Semijati Purwadaria (*Editor In Chief*, Senin, 6 April 2015),”targeting pembaca tabloid Saji yaitu berusia 25-39 tahun. Peneliti memilih ibu rumah tangga yang mempunyai usia produktif sekitar 25-39 tahun di wilayah Surabaya.”

Menurut hasil wawancara dengan Semijati Purwadaria (*Editor In Chief*, Senin, 6 April 2015), oplah penjualan Tabloid Saji yakni sekitar 356.750 eksemplar di seluruh Indonesia. Penyebaran adalah Central Java 14%, East Indonesia 8%, East Java 15%, West Java 9% , Sumatera 12%.

Kompetitor tabloid Saji yaitu tabloid Koki. Tabloid Koki dibawah manajemen Jawa Pos. Tabloid mempunyai 24 halaman. Harga tabloid sekitar Rp 10.000,- (pulau Jawa) dan Rp 13.000,- (luar Pulau).

Tabloid kuliner ini berisi resep masakan, kreatifitas makanan, manfaat makanan, maupun konsultasi sebuah makanan.

Menurut hasil wawancara dengan Semijati Purwadaria (*Editor In Chief*, Senin, 6 April 2015), opini yang paling sering dikemukakan yaitu resep tabloid Saji yang sangat mudah dibuat, akurat, bisa menyenangkan keluarga serta bisa mendapatkan keuntungan ketika dijual.

Menurut hasil wawancara dengan Christin (pelanggan tabloid Saji, Jumat, 15 April 2015), tabloid Saji mempunyai informasi yang lengkap dan berbobot.

Beberapa fakta diatas, menjadi menarik bagi peneliti tentang motif ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca tabloid Saji.

Perbedaan penelitian ini, dengan penelitian motif ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca rubrik Tabloid Nyata yaitu dari segi motif. Hasil dari motif adalah motif diversi.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian yang diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan :

Apa motif ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca tabloid Saji ?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui motif ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca tabloid Saji

I.4 Batasan Masalah

Peneliti membatasi sebuah masalah, yaitu :

- a. Objek : Pada penelitian ini, objek penelitian fokus pada motif ibu-ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca tabloid Saji.
- b. Subjek : Pada penelitian ini, subjek penelitian fokus pada ibu-ibu rumah tangga di Surabaya yang berusia 25-39 tahun
- c. Waktu : Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Mei-Juni 2015.
- d. Tempat : Penelitian ini akan dilakukan diseluruh Surabaya.

I.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi tentang motif dan komunikasi massa (komunikasi yang khususnya dimedia cetak) sehingga menjadi referensi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dalam melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat berguna bagi tabloid Saji sebagai kritik dan saran tentang motif khususnya ibu-ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca tabloid Saji.