

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2003 : 51). Deddy Mulyana (2010 : 180) mengatakan bahwa persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi yang identik dengan penyandianbalik (decoding) dalam proses komunikasi. Joseph A. DeVito juga mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan persepsi adalah proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita (Mulyana, 2010 : 180). Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi sangat dibutuhkan dalam sebuah proses komunikasi

Penerbitan media korporasi atau organisasi merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi antara dua belah pihak yang berhubungan, yaitu antara korporasi-organisasi dan pembaca. Sebagai suatu kegiatan komunikasi, penerbitan media korporasi atau organisasi dimaksudkan untuk memenuhi kepentingan kedua belah pihak. Melihat dari segi kepentingan korporasi atau organisasi, media korporasi atau organisasi diharapkan menginformasikan langkah korporasi atau organisasi dalam

mencapai tujuan. Demikian, setiap langkah korporasi atau organisasi dapat di pahami, dan selanjutnya memperoleh dukungan Adapun dari segi kepentingan pembaca, media korporasi atau organisasi diharapkan memuat informasi yang bermakna bagi kehidupan pembaca itu. Meskipun dimaksudkan untuk menjelaskan langkah korporasi atau organisasi, namun informasi yang disampaikan diharapkan tetap bermanfaat bagi pembaca. Paling tidak sebagai pengetahuan baru. (Siregar dan Pasaribu, 2000 : 17)

Mengingat pentingnya media korporasi-organisasi sebagai sarana informasi komunikasi yang saling berhubungan antara organisasi dan publiknya dalam menyampaikan pesan maka pengelolaan media korporat perlu diperhatikan, di mana, pengelolaan media ditentukan oleh isi informasi media, substansi dan desain media. Menurut Jefkins (1992 : 136) “salah satu kriteria untuk evaluasi media adalah mengukur persepsi pembaca (kelompok sasaran), sejauh mana sebuah media dibaca, dinikmati, dan menimbulkan pengaruh perlu diketahui untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitasnya”

Kali ini peneliti mengambil media korporasi majalah Suramadu. Majalah Suramadu adalah majalah yang diterbitkan oleh Badan Pengembangan Wilayah Surabaya – Madura (BPWS). Majalah korporasi ini diterbitkan oleh divisi Hubungan Masyarakat (HUMAS) dari BPWS itu sendiri. Majalah Suramadu ini mulai terbit di awal tahun 2011. Majalah ini dibuat dengan sasaran publiknya adalah seluruh masyarakat Madura. Namun dalam kenyataannya majalah suramadu ini dibagikan tidak hanya di Madura saja. Namun

majalah ini juga didistribusikan hingga ke pemerintah pusat hingga kedutaan besar.

BPWS adalah suatu badan yang dibuat oleh Pemerintah Negara Indonesia untuk membantu mengangkat perekonomian yang ada di Madura. BPWS berdiri melalui Peraturan Presiden Nomor 27 Tahun 2008 tentang Pembentukan Badan Pengembangan Wilayah Surabaya-Madura (BPWS), yang secara struktural terdiri atas Dewan Pengarah dan Badan Pelaksana. Peraturan perundang-undangan ini kemudian disempurnakan dengan Peraturan Presiden Nomor 23 Tahun 2009 tentang Pembentukan Badan Pengembangan Wilayah Surabaya-Madura (BPWS) untuk lebih mendukung peningkatan kinerja BPWS didalam pelaksanaan tugas dan fungsinya sebagaimana termaksud didalam peraturan perundangan tersebut diatas.

Sejak tahun 2009, kota Surabaya telah mempunyai jembatan tol yang menghubungkan dengan Pulau Madura. Jembatan Suramadu ini diresmikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono tepat pada tanggal 10 Juni 2009. Sebelumnya masyarakat yang berasal dari kota Surabaya menuju ke Madura harus menggunakan kapal feri dari pelabuhan Tanjung Perak Surabaya dan menyebrang ke pelabuhan Kamal. Oleh sebab itu, BPWS sendiri didirikan sebagai langkah cepat dan merupakan suatu kegiatan tindak lanjut dari pemerintah yang telah membangun jembatan tol Suramadu. Pembangunan jembatan tol Suramadu diharapkan akan mendorong percepatan pengembangan sosial ekonomi dan tata ruang wilayah-wilayah tertinggal yang ada di Pulau Madura.

BPWS mempunyai tugas pokok yang diberikan oleh pemerintah pusat. Tugas itu berupa kegiatan pengelolaan dan pembangunan infrastruktur wilayah yang dilaksanakan Bapel (Badan Pelaksana) BPWS. Kegiatan ini dilaksanakan di 3 (tiga) kawasan, yaitu Kawasan Kaki Jembatan Sisi (KKJS) Surabaya (600 Ha), Kawasan Kaki Jembatan Sisi (KKJS) Madura (600 Ha) dan kawasan khusus di Utara Pulau Madura (600 Ha). Kawasan Kaki Jembatan Sisi Surabaya (KKJSS) dan Kawasan Kaki Jembatan Sisi Madura (KKJSM) dikembangkan untuk mendorong perkembangan ekonomi, sedangkan kawasan khusus di Utara Pulau Madura untuk pengembangan kawasan Pelabuhan Peti Kemas. Selain melaksanakan tugas dan fungsi di atas, BAPEL (Badan Pelaksana) BPWS juga bertugas untuk stimulasi pembangunan infrastruktur untuk wilayah Suramadu secara keseluruhan. Bapel BPWS melakukan koordinasi perencanaan dan pengendalian pembangunan infrastruktur yang dilaksanakan Kementerian/LPNK lain, pemerintah daerah (provinsi dan kabupaten/kota), maupun swasta/masyarakat di wilayah Madura.

Berdasarkan wawancara dengan Faisal HUMAS BPWS, kenyataan yang dialami BPWS justru tidak sesuai yang diinginkan. BPWS tidak dapat melakukan tugasnya dengan baik. Hal ini dikarenakan keberadaan BPWS mengalami pro dan kontra. BPWS ditolak di beberapa kawasan yang ada di Madura maupun di Surabaya. Wilayah kabupaten Bangkalan adalah salah satu kabupaten yang menolak keberadaan BPWS. Sebenarnya tidak ada alasan kongkrit dalam penolakan itu. Namun penolakan itu sendiri terjadi karena tingkat premanisme yang ada di Madura cukup tinggi.

Oleh sebab itu dalam melaksanakan pekerjaannya dalam pembangunan di wilayah utara Madura, BPWS mengalami kesulitan. Kesulitan yang dihadapi adalah dari dalam masyarakat wilayah itu sendiri (Faisal-Humas BPWS, 5 Desember 2014).

Masyarakat Madura sendiri adalah masyarakat dengan karakteristik yang cukup unik. Karena masyarakat Madura hanya menghormati orang tua dan beberapa *opinion leader* dalam kehidupannya. Sebagai mana yang dijelaskan Mien Ahmad Rifai (2007 : 213), ada empat orang yang wajib dihormati bagi laki – laki dan perempuan Madura yaitu, bhu-pa’, bhabbu’, ghuru, rato (ibu, bapak, sesepuh, guru, dan ratu/penguasa). Kebudayaan orang Madura penghormatan yang pertama tetap diberikan pada orang tua atau”bhu-pa’ dan bhabu”, setelah itu penghormatan yang kedua diberikan kepada “ghuru” dan “rato”. Guru yang dimaksud umumnya kyai dan alim ulama, yang mengajarkan iman dan ketakwaan. Sementara “rato” adalah penguasa, yang dimaksud disini adalah Kepala Daerah atau Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

Beberapa masalah yang dialami oleh BPWS adalah dengan DPR adalah di bidang hukum. DPR berpegang teguh pada Undang – Undang nomor 12 tahun 2008 menjelaskan tentang bahwa kewenangan kepala daerah kabupaten atau kota untuk mengurus rumah tangganya sendiri dengan asas otonomi, desentralisasi, dekonsentrasi, dan tugas pembantuan. Oleh sebab itu, pemerintah di kabupaten Madura menginginkan agar pembangunan dapat diserahkan kepada masing – masing daerah. Sedangkan BPWS juga berpegang pada Perpres nomor 27 tahun 2008 untuk melaksanakan pengembangan wilayah Surabaya – Madura (Suramadu), dengan

Peraturan Presiden ini dibentuk Badan Pengembangan Wilayah Surabaya - Madura, yang untuk selanjutnya disebut Badan Pengembangan Suramadu. Akibatnya, Undang – Undang nomor 12 tahun 2008 tentang Otonomi daerah yang sudah dibuat, dianggap bertentangan dengan Perpres nomor 27 tahun 2008.

Sementara itu, dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Yulistiana, masalah yang dialami BPWS tidak hanya dengan DPR saja, namun juga dengan para ulama yang ada di Madura. Badan Sillaturahmi Ulama Pesantren (BASSRA) Bangkalan juga menolak keberadaan BPWS. Alasan BASSRA menolak adalah karena mereka takut bahwa Jembatan Suramadu ini akan dijadikan sarana pengembangan Madura ke arah yang negatif. Menurut BASSRA, Madura adalah daerah pesantren, dan mereka tidak mau Madura akan menjadi kota industry. Tidak hanya itu saja, BASSRA juga sudah melakukan observasi ke BPWS, dan ditemukan bahwa SDM yang ada di BPWS sendiri tidak ada orang asli dari Madura. Inilah yang menyebabkan resistensi datang dari kalangan Ulama di Madura (Roos Yuliastina : 2012)

Melihat dari fenomena diatas, BPWS mencoba untuk melakukan beberapa pendekatan dengan masyarakat Madura. Beberapa usaha dilakukan agar organisasi itu dapat diterima di Madura, diantaranya membina kelompok masyarakat, mengadakan pendekatan kepada para Santri, hingga mengajak masyarakat yang berdomisili di Madura untuk bergabung dan bekerja dengan BPWS. Kegiatan yang dilakukan oleh BPWS ini ditujukan untuk membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi di Madura.

BPWS membutuhkan citra yang positif bagi institusinya, sehingga BPWS juga harus menyajikan komunikasi dengan publiknya. Salah satu yang mempengaruhi citra publik terhadap suatu organisasi tersebut adalah seberapa besar pemahamannya akan suatu organisasi tersebut. Pemahaman yang berasal dari informasi yang tidak lengkap, akan menghasilkan citra yang tidak sempurna pula. Oleh sebab itu, menjadi sebuah tantangan bagi seorang praktisi HUMAS, untuk bisa memberikan informasi yang selengkap mungkin tentang organisasinya melalui kegiatan Komunikasi (Peranginan, 1999 : 118). Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa citra publik terhadap suatu organisasi akan dipengaruhi oleh informasi yang disampaikan kepada publik. Oleh karena itu, BPWS juga menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat Madura dengan menyajikan informasi tentang organisasinya. Faisal (HUMAS BPWS) menjelaskan, salah satu proses penyajian informasi itu adalah dengan menjalin komunikasi melalui media yaitu majalah Suramadu.

“Majalah Suramadu awal terbitnya yaitu pada awal tahun 2011. karena sebenarnya majalah ini adalah untuk menegaskan *positioningnya* BPWS sendiri di masyarakat Madura yang saat ini belum diterima” (Faisal – HUMAS BPWS, 5 Desember 2014).

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, maka dapat diketahui bahwa majalah ini mempunyai tujuan utama yaitu sebagai media untuk membantu BPWS agar diterima dan membuat citra yang positif di masyarakat Madura. Maksudnya disini yaitu BPWS mempunyai tujuan dari majalah Suramadu ini untuk membantu mengambil hati

dari masyarakat Madura yang saat ini masih belum bisa menerima kehadiran dan memberikan citra yang negatif kepada BPWS. BPWS juga ingin membangun dukungan dari Masyarakat Madura itu sendiri kepada BPWS. Selain itu fungsi dari majalah Suramadu ini adalah untuk menyampaikan informasi tentang BPWS kepada masyarakat Madura.

Majalah Suramadu ini dibuat dengan menggunakan latar belakang budaya yang dikhususkan untuk masyarakat Madura. Menteri Pendidikan Nasional menegaskan, bahwa Angka Partisipasi Kasar (APK) pendidikan di Madura sangat rendah. Data yang disampaikan Mendiknas Muhammad Nuh bahwa APKSD untuk tingkat nasional 95,23. Sementara tingkat APKSMP tingkat nasional 98,12 persen, dan di tingkat Provinsi Jawa Timur, 98,11 persen. APK pendidikan SMP di Madura berada jauh dari APK nasional dan Jawa Timur. Menurut Mendiknas, APK SMA di Jawa Timur, tercatat lebih tinggi dibanding APK tingkat nasional, yakni mencapai 68,6 persen, sedangkan di tingkat Jawa Timur 69,6 persen. Namun di Sampang, APK pendidikan SMA hanya 23,3 persen, dan Pamekasan di urutan kedua di Madura. APK pendidikan perguruan tinggi di Madura tercatat 21,49 persen (www.pelita.or.id, Jumat 31 Oktober 2014 pukul 12.58). Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan yang ada di Madura cukup rendah. Oleh sebab itu, majalah Suramadu ini bermain dengan komposisi warna dan komposisi gambar. Majalah ini disusun dengan menggunakan komposisi yang lebih banyak bermain dengan gambar.

Salah satu peran strategis pengelola media korporasi atau organisasi adalah merencanakan isi setiap edisi. Apakah media yang

diterbitkan sesuai dengan tujuan penerbitan atau tidak, serta apakah media itu akan dibaca khalayak pembaca atau tidak, sangat ditentukan oleh bagaimana isi media korporasi atau organisasi direncanakan para pengelolanya (Siregar & Pasaribu, 2000 : 60). Karakter pembaca media korporasi dan organisasi itu berbeda satu dengan yang lain. Hal ini menyebabkan persoalan yang dihadapi pun berbeda pula. Informasi yang dibutuhkan juga berbeda. Agar mempermudah penyusunan materi keredaksian, setiap persoalan perlu dipilah kedalam sejumlah kategori (Siregar & Pasaribu, 2000 : 63). Menurut Siregar dan Pasaribu dalam bukunya *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*, kategori informasi dalam media korporasi dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu kategori informasi berdasarkan lingkup masalah, kategori informasi berdasarkan fungsi, kategori informasi berdasarkan jenis realitas, kategori informasi berdasarkan sifat, kategori informasi berdasarkan lokasi kejadian, dan kategori informasi berdasarkan format. Salah satu kategori informasi dalam media korporasi dan organisasi adalah berdasarkan ruang lingkup masalah, yaitu lingkup manajemen dan non-manajemen.

Ditinjau dari pembuatannya, BPWS sangat memperhatikan isi atau content dari majalah Suramadu. Majalah ini memang didesain khusus untuk masyarakat Madura khususnya kepada para *opinion leader*. Demikian dapat disimpulkan bahwa informasi yang ada di dalam majalah ini lebih banyak gambar dan warna. Kategori informasi dalam majalah Suramadu ini juga dibagi dalam lingkup manajemen dan non-manajemen. Rubrik yang dikategorikan sebagai lingkup manajemen adalah rubrik *Fokus*, *Teras*, dan rubrik *Ritme*.

Sedangkan rubrik yang dikategorikan sebagai kategori non-manajemen adalah *Tokoh Kita*, *Len – Jelenan*, *Jendela Surabaya*, *Jendela Madura*, *Oase*, *Lentera*, *Info Sehat*, *Kolom*, dan *Usaha Kita*. Sementara itu untuk hiburan, ada juga sebuah rubrik *Cerpen* yang berisi cerita fiksi yang menghibur masyarakat Madura ini.

Gambar I.1:

Daftar Isi Majalah Suramadu



Sumber : Dokumentasi BPWS

Penyusunan rubrik yang ada di majalah Suramadu ini juga sangat diperhatikan oleh BPWS. Jadi untuk rubrik yang paling awal adalah rubrik *Tokoh Kita*. Rubrik *Tokoh Kita* ini adalah salah satu rubrik yang berfungsi sebagai *inspiring stories*. Rubrik ini berisi

berita tentang bagaimana seseorang dari masyarakat Madura yang kecil tapi bisa melakukan hal besar. Oleh sebab itu orang tersebut layak diangkat menjadi *tokoh kita*. Setelah rubrik *Tokoh Kita*, adalah rubrik *Fokus*. Rubrik *Fokus* ini berisi tentang berita – berita berat yang menjadi salah satu arus kebijakan BPWS. Jadi dalam berita ini mengangkat berita – berita yang sesuai dengan kegiatan kerja dari BPWS itu sendiri. Rubrik *Fokus* ini juga bisa dikategorikan sebagai garis besar dari kebijakan BPWS yang disampaikan melalui berita. Setelah itu ada rubrik *Teras*. Rubrik *Teras* sebenarnya hampir sama dengan rubrik *Fokus*. Hanya saja yang membedakan, bila rubrik *Fokus* berisikan berita berat tentang BPWS, maka rubrik *Teras* ini berisikan berita yang ringan tentang BPWS. Berikutnya adalah rubrik *Len – Jelenan*. Rubrik ini berisikan berita tentang Madura yang dapat mengangkat kota Madura. Rubrik ini diberi nama *Len – Jelenan* agar masyarakat Madura merasa semakin dekat. Karena *Len – Jelenan* merupakan bahasa asli Madura yang diangkat menjadi rubrik. Berikutnya adalah rubrik *Jendela Surabaya* dan *Jendela Madura*. Rubrik ini berisikan kegiatan – kegiatan menarik yang ada di Surabaya dan Madura. Isi dari berita ini tidak terlalu berat dan tidak terlalu ringan.

Setelah Rubrik *Jendela Surabaya* dan *Jendela Madura*, ada juga rubrik *Oase*. Rubrik *Oase* adalah rubrik yang berisikan berita – berita yang sifatnya bisa kepada *human interest*, dan hal – hal yang bersifat karakteristik *culture* yang bersifat meneduhkan dan membuat orang menjadi senang dalam membacanya. Rubrik ini bisa dibilang klimaks dari majalah ini. Harapannya, setelah membaca berita berat dari awal, maka pembaca akan berhenti untuk

beristirahat untuk membaca berita yang meneduhkan seperti oase. Berikutnya adalah Rubrik *Lentera*. Rubrik ini berisikan berita – berita tentang agama Islam. Rubrik ini ada karena masyarakat Madura adalah mayoritas orang beragama Islam. Demikian dapat disimpulkan, adanya rubrik ini adalah juga untuk mengambil hati para pembaca. Berikutnya adalah rubrik *Jejak Santri*. Kota Madura adalah kota yang terkenal dengan banyak pesantren. Awalnya BPWS dianggap suatu lembaga yang ingin mereduksi pesantren. BPWS meyakinkan dengan rubrik ini, bahwa BPWS juga mendukung budaya santri yang ada di Madura, bukan mereduksi budaya tersebut. Setelah itu ada rubrik *Info Sehat*. Rubrik ini mengangkat tips – tips kesehatan yang berguna untuk masyarakat Madura. Berikutnya adalah rubrik *Kolom*. Rubrik *Kolom* adalah rubrik yang memang dikhususkan berita berat untuk para investor. Rubrik ini memang dibuat khusus oleh BPWS untuk mempersuasi Investor agar mau menanamkan modalnya di pulau Madura. Berikutnya adalah Rubrik *Ritme*. Rubrik sama dengan rubrik *Teras*. Rubrik ini ada karena tuntutan dari BPWS yang menginginkan seluruh kegiatan BPWS dicantumkan. Namun, agar di rubrik *Teras* tidak terlalu banyak berisi berita tentang BPWS, maka dibuatlah suatu rubrik yang bernama *Ritme*, yang ditempatkan di akhir – akhir majalah Suramadu ini. Di akhir rubrik, ada juga rubrik *Usaha Kita*. Rubrik ini berisi sama dengan *Tokoh Kita*. Hanya saja untuk rubrik *Tokoh Kita* yang diangkat adalah tokohnya, sedangkan rubrik *Usaha Kita* yang diangkat adalah usaha dari masyarakat Madura. Lalu untuk penutup dari majalah Suramadu ini, diakhiri dengan rubrik *Cerpen*. Rubrik ini dibuat khusus oleh BPWS yang mengangkat cerita fiktif, dan dijadikan sebagai rubrik yang menghibur para pembacanya.

Majalah Suramadu ini diterbitkan secara rutin. Jangka waktu penerbitannya adalah 3 (tiga) bulan sekali. Khalayak pembaca dari, majalah Suramadu ini memang diutamakan untuk masyarakat Madura. Sekali penerbitan majalah Suramadu ini, BPWS mencetak 2000 (dua ribu) eksemplar yang akan didistribusikan secara manual ke kantor – kantor pemerintahan yang ada di Madura, pesantren – pesantren, Organisasi Kemahasiswaan di Madura, hingga masyarakat biasa. Selain itu dalam pendistribusiannya, majalah ini juga dibagikan saat event – event yang diselenggarakan oleh BPWS.

Majalah Suramadu ini merupakan suatu media korporasi yang sangat membantu BPWS untuk membantu membentuk citra positif masyarakat Madura kepada BPWS. Demikian melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana persepsi pembaca mengenai isi majalah Suramadu. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei, yakni pembagian kuesioner kepada *opinion leader* di Madura.

I.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Persepsi Pembaca Majalah Suramadu Mengenai Isi Majalah Suramadu?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penulisan penelitian ini adalah mengetahui Persepsi Pembaca Majalah Suramadu Mengenai Isi Majalah Suramadu.

I.4 Batasan Masalah

- **Obyek** : Obyek yang diteliti oleh peneliti hanya Persepsi Majalah Suramadu
- **Subyek** : Subyek yang akan diteliti yaitu Masyarakat Madura yang membaca majalah Suramadu
- **Lokasi Penelitian** : Lokasi yang akan menjadi target penelitian adalah di Madura, karena disana adalah tempat pendistribusian majalah Suramadu.

I.5 Manfaat Penelitian

- **Manfaat Praktis**
Menambah pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana persepsi pembaca majalah Suramadu yang diterbitkan oleh BPWS, serta memberi masukan tentang pembuatan dari majalah Suramadu ini kepada BPWS.
- **Manfaat Akademis**
Dapat dijadikan sebagai kajian ataupun referensi mengenai persepsi pembaca mengenai media korporasi.