



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan media massa di era yang modern ini sangat begitu pesat. Salah satu media yang mengalami perkembangan adalah media cetak. Media cetak adalah media yang dibaca setiap harinya oleh masyarakat sebagai salah satu sumber informasi. Namun, seiring berkembangnya teknologi yang semakin modern ini, media cetak menjadi media yang harus bersaing dengan media lainnya. Salah satunya adalah media *online*.

Menurut McQuail (2011, p. 65) media massa secara internal dibagi-bagi menurut jenis teknologi (cetak, film, televisi dan sebagainya), selain itu media juga berubah seiring waktu dan berbeda dari satu negara dengan negara lain. Oleh karena itu media massa memiliki peranan penting untuk khayalak sebagai sumber informasinya.

Salah satu media cetak yang memiliki peminat yang cukup banyak adalah tabloid. Menurut Wibowo (2006, p. 24) tabloid adalah kumpulan berita olahan atau berita investigatif, artikel, cerita atau iklan yang terbit secara berkala (biasanya setiap minggu), dan dicetak dalam kertas ukuran kecil. Rubrik yang ditawarkan pada sebuah tabloid yaitu rubrik selebritas, psikologi, karir & keluarga, peristiwa, *fashion*, resep makanan dan sebagainya.

Media massa yang dipilih dalam penelitian ini adalah tabloid Nova. Tabloid tidak seperti surat kabar harian yang menyajikan berita yang baru saja

terjadi, tetapi liputan yang mendalam atau laporan khusus dari peristiwa tersebut atau peristiwa lainnya. Penggunaan format tabloid adalah media-media hiburan, keluarga, dan olahraga (Zaenuddin, 2011, p. 4).

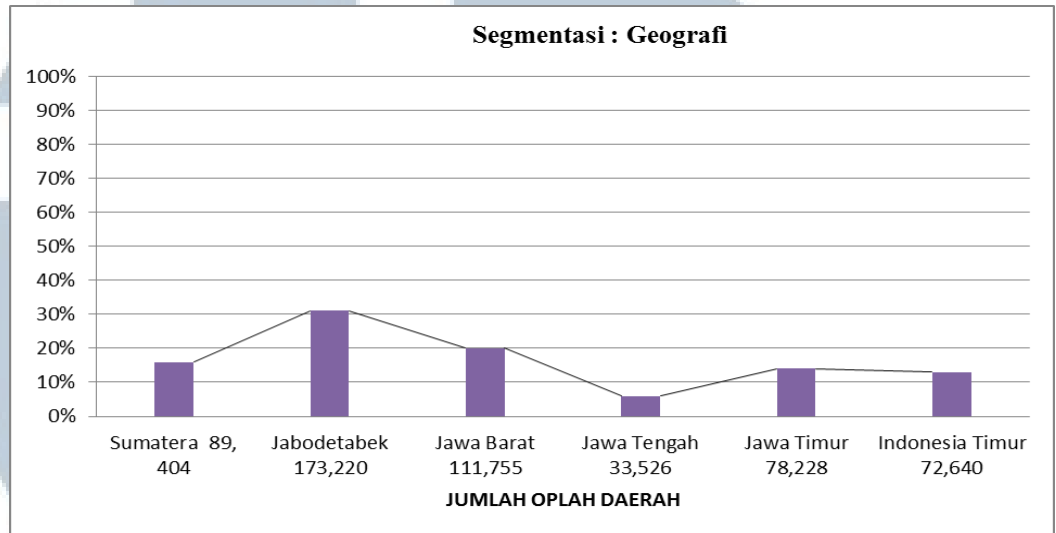
Tabloid Nova merupakan tabloid wanita yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas wanita Indonesia dengan cara memuat artikel atau berita yang memperluas wawasan dan peran wanita Indonesia. Pada Tabloid Nova memiliki *tagline* “Sahabat Wanita Inspirasi Keluarga” ini memiliki banyak rubrik yang tidak hanya membahas *fashion*, namun juga terdapat artikel konsultasi mengenai keluarga, peristiwa, maupun membahas resep masakan.¹

Tabloid Nova memiliki rubrik Selebritas, *Cover Story*, Busana, Taktik Cantik, Tips Bugar, Galeri, Isu Spesial, Uji Dapur, Sedap Sekejap, Menu Seminggu, Anda dan Anak, Anda dan Pasangan, Kesehatan, Tanya Jawab, Griya, Peristiwa, Ragam, Profil, Cerpen, Astrologi, Varia Warta, dan Kabar Kabur.

¹ Tim Nova, *Tiras Menembus 1 Juta Eksemplar*, (No. 1500/XXIX, 21-27 November 2016)

Gambar 1.1 Segmentasi Target *Market* Tabloid Nova Berdasarkan

Geografi



Sumber: Data Sirkulasi Gramedia Majalah

Berdasarkan data segmentasi geografi tabloid Nova, wilayah Jabodetabek menjadi peringkat pertama yang memiliki target pembaca tertinggi. Selain itu, dalam jumlah oplahnya juga menduduki peringkat tertinggi jika dibandingkan dengan wilayah lain. Sedangkan peringkat terendah terdapat di wilayah Jawa Tengah. Selain memenuhi kebutuhan pada segmentasi pembaca terutama wanita, tingkat kepuasan pembaca menjadi hal yang harus diperhatikan.

Bagi pihak manajemen tabloid Nova, kepuasan pembaca menjadi tindakan strategis yang perlu dilakukan. Karena tingkat kepuasan pembaca merupakan variabel penting yang menentukan kelangsungan hubungan antara produsen dengan pelanggan, yang mempengaruhi pembaca tabloid tersebut (Brillianti, P. & Widodo, Y. 2013, p. 4) Jika tabloid Nova tidak mampu memberikan kepuasan terhadap pembacanya, maka pembaca tidak akan merasa terpenuhi dalam perolehan informasinya.

Kepuasan seorang pelanggan, baik secara teoritis maupun empiris salah satunya dipengaruhi oleh kualitas produk yang dibelinya atau digunakannya. Dalam produk jurnalistik seperti tabloid, selain menyajikan artikel-artikel penting yang dapat menarik minat pembaca dan kepuasan pembaca adalah *layout* dari tabloid tersebut. Jika kenyataan yang mereka dapat ternyata berbeda dengan yang diharapkan maka mereka merasa tidak puas, bila produk tersebut memenuhi harapan maka mereka akan merasa puas (Simamora, 2000, p. 19).

Peneliti mengambil responden wanita usia 25-39 tahun karena tabloid Nova memiliki target pasar wanita pada kisaran usia tersebut, misalnya dalam menyajikan rubrik *Anda & Anak* yang membahas permasalahan yang sering dialami oleh seorang ibu terhadap sang anak. Selain itu, dengan adanya rubrik *Busana* dan *Taktik Cantik* yang memperkuat segmentasi pembaca wanita. (www.gramediamajalah.com, diakses pada 26 maret 2018)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *uses and gratification* untuk mengetahui kepuasan yang diperoleh dari pembaca tabloid Nova. Menurut teori *uses and gratification*, seseorang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974, dikutip dalam Abidin, 2015, p. 214)

Penelitian *uses and gratification* yang dikembangkan oleh Philip Palmgreen adalah konsep GS (*Gratification Sought*) dan konsep GO (*Gratification Obtained*). *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari

atau diinginkan individu ketika menggunakan suatu jenis media tertentu, apakah itu surat kabar, televisi atau radio. *Gratification Sought* atau yang biasa disebut dengan motif individu menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dasarnya. Sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu media tertentu. *Gratification Obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik. Dengan cara mengukur *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* kemudian bisa dibandingkan untuk dicari tingkat kesenjangannya sebagai upaya mengukur konsep media yang “memuaskan”. Makin besar kesenjangan yang terjadi antara skor kedua konsep tersebut ($GS > GO$) maka makin tidak memuaskan media tersebut bagi komunikasi dan sebaliknya makin kecil skor diantara keduanya ($GS > GO$), maka makin memuaskan media tersebut bagi komunikasi (Subiako, 2000, dikutip dalam Tias, 2010, p. 5).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, peneliti tertarik untuk meneliti apakah pembaca tabloid Nova sudah merasa puas dengan segala informasi yang disajikan. Ketertarikan pada penelitian tentang tingkat kepuasan ini karena sebenarnya khalayak secara aktif memilih dalam menggunakan media. Aktif dalam menggunakan media massa maupun sumber lain karena memiliki tujuan tertentu untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan setiap individu tidak sama, sehingga aktivitas penggunaan media dan tujuan

akhir (kepuasan) yang didapatkan tidak ada yang sama. Maka apakah kebutuhan khalayak (pembaca) dapat terpenuhi atau tidak oleh tabloid Nova.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Media massa merupakan media yang selalu dikonsumsi oleh khalayak, salah satunya media cetak. Selain itu, media massa adalah alat yang digunakan untuk penyampaian pesan dari sebuah sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat seperti surat kabar, film, atau radio (Cangara, 2002). Media cetak yang masih dikonsumsi khalayak hingga saat ini salah satunya adalah tabloid Nova.

Tabloid Nova menyajikan banyak informasi pada setiap segmentasi rubriknya seperti rubrik *Anda dan Anak*, *Taktik Cantik*, *Galeri dan Busana*. Namun, dengan banyaknya informasi yang diterima oleh pembaca melalui segmentasi rubrik yang disediakan belum tentu memberikan rasa puas bagi pembacanya. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti memberikan rumusan masalah sebagai berikut : Apakah Tabloid Nova memenuhi tingkat kepuasan pembacanya?"

1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah "Seberapa tinggi tingkat kepuasan pembaca di Tabloid Nova?"

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kepuasan pembaca rubrik di Tabloid Nova.

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dari segi akademis dan segi praktik. Adapun manfaatnya sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi empiris mengenai tingkat kepuasan pembaca tabloid. Selain itu juga, berguna sebagai perbandingan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian sejenis.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak tabloid Nova khususnya mengenai kepuasan pembaca tabloid tersebut.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui seberapa jauh tingkat kepuasan pembaca Tabloid Nova segmentasi wanita (usia 25-39 tahun).

1.6 KETERBATASAN PENELITIAN

1. Data statistik pembaca tabloid Nova dijaga ketat oleh pihak Sirkulasi Data Gramedia Majalah, sehingga peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui.

2. Data sampel yang sulit diketahui karena banyaknya populasi yakni pembaca tabloid Nova, oleh sebab itu digunakan *accidental sampling* dengan resiko hasil penelitian yang kurang obyektif.

