

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Peran Media Massa dalam kehidupan sosial manusia sangatlah penting. Setiap harinya media selalu hadir memberitakan informasi-informasi terbaru seputar kejadian-kejadian yang menjadi isu pembicaraan baik di dalam negeri maupun luar negeri. Masyarakat secara tidak langsung memiliki kebutuhan untuk mengkonsumsi berita-berita tersebut, melalui media-media seperti televisi, radio, surat kabar dan majalah. Hal inilah yang membuat fungsi media massa sebagai komunikasi massa terus mengalami perkembangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang haus akan arus informasi berita yang luas serta lengkap.

Seiring dengan kemajuan teknologi di era globalisasi ini, perkembangan media massa di Indonesia juga terus meningkat, baik itu media cetak maupun elektronik. Bahkan semenjak kemunculan internet, segala informasi terbaru bisa dapat diakses hanya dalam hitungan detik. Keberadaan media-media tersebut memiliki tujuan untuk bisa memberikan informasi kepada masyarakat luas. Karena pada dasarnya, manusia memiliki kebutuhan untuk memperoleh informasi, hal ini selaras dengan fungsi media sebagai sarana komunikasi, pendidikan, kontrol sosial dan hiburan.

Media cetak adalah salah satu media massa yang terus meningkat jumlah perkembangannya. Setiap harinya media cetak seperti koran, majalah ataupun tabloid menyajikan berita-berita dan isu-isu terkini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang haus akan informasi-informasi terkini. Dalam persaingan dengan media-media elektronik

lainnya, media cetak memiliki beberapa keunggulan dalam segi pemberitaan, di mana yang menjadi inti dalam media cetak adalah isi pemberitaan yang disajikan secara mendalam serta kelengkapan informasinya. Kedua hal tersebut memiliki nilai tersendiri yang bisa membangun kedekatan emosi antara wartawan dengan si pembaca. Itulah yang menjadi kekuatan media cetak untuk tetap bertahan dalam menghadapi persaingan dengan media elektronik lainnya. Perkembangan teknologi media serta longgarnya regulasi dalam bidang penerbitan saat ini telah mendorong munculnya beberapa perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi massa khususnya dalam produksi media massa. Hal ini tampak dari banyaknya media massa yang beredar di masyarakat, baik dalam bentuk media elektronik dan juga media cetak seperti Koran, majalah maupun tabloid.

**Tabel 1**  
**Jumlah Penerbit Pers Tahun 2006**

No.	Jenis Penerbitan	Jumlah	
		Penerbitan	Tiras
1.	Suratkabar Harian	251	6.026.486
2.	Suratkabar Mingguan	235	1.081.953
3.	Tabloid	142	4.732.055
4.	Majalah	258	5.525.857
5.	Buletin	3	7.809
	Jumlah	889	17.374.160

Sumber: Serikat Penerbit Suratkabar (SPS) Pusat, 2007. Disadur dari <http://asmono28.wordpress.com/2008/01/17/tren-pasar-dan-newsrooms-2008/> 2Juni 2009 (dengan judul *Trend Pasar dan Newsroom 2008*)

Salah satu produk media massa yaitu surat kabar (koran) merupakan bentuk media cetak yang terbit secara berkala setiap hari untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam memperoleh informasi-informasi terbaru seputar berita-berita yang terjadi di

Indonesia maupun lintas daerah. Setiap harinya selalu muncul banyak sekali berita-berita terbaru yang terjadi di Indonesia maupun luar negeri dan menjadi headline pemberitaan di koran. Di Indonesia sendiri yang wilayahnya cukup luas, setiap harinya selalu saja ada kejadian-kejadian yang dijadikan berita oleh pihak Koran. Karena luasnya wilayah Indonesia, maka untuk menjangkau semua berita-berita tersebut maka bagi beberapa koran-koran besar nasional dirasakan perlu adanya suatu biro perwakilan di daerah-daerah tertentu yang mewakili beberapa provinsi di Indonesia. Dimana koran-koran biro tersebut menyediakan halaman khusus seputar informasi daerah dan juga *space* untuk iklan bagi pengiklan produk yang ada disekitar wilayah tersebut. Keesokan harinya bersamaan dengan terbitnya koran-koran nasional diselipkan halaman khusus berdasarkan daerahn tempat biro tersebut.

Saat ini beberapa media cetak harian nasional yang ada di Indonesia telah memiliki biro perwakilan di beberapa provinsi di Indonesia diantaranya Jawa Pos, Kompas, Seputar Indonesia (Sindo). Fenomena munculnya koran-koran tersebut memberikan angin segar bagi masyarakat dan juga kalangan tertentu. Mereka bisa mengakses berita-berita diseputar daerahnya. Dan juga bagi para pengusaha ataupun pedagang, mereka dapat mempromosikan produk jasa mereka melalui iklan dikoran tersebut dengan target pembeli yang tepat.

Jawa Pos adalah salah satu dari surat kabar harian nasional yang juga mengeluarkan produk koran yang mengusung muatan lokal dari suatu daerah. Secara keseluruhan, Jawa Pos memiliki puluhan surat kabar yang tersebar diberbagai daerah di Indonesia dan merupakan bagian dari *Jawa Pos News Network*. Dari mulai Sumatra,

Jakarta, Banten dan Jawa Barat, Jawa Tengah dan DIY, Jawa Timur, Bali dan Nusa Tenggara, Kalimantan, Sulawesi, Maluku sampai dengan Papua.

Di setiap wilayah di Indonesia yang tersebar kedalam provinsi, group Radar yang tersebar masih terbagi lagi berdasarkan keberadaan kota. Seperti misalnya dikawasan Jawa Tengah yang terbagi lagi kedalam beberapa radar diantaranya Radar Semarang, Radar Banyumas, Radar Solo, Radar Kudus dan Radar Yogyakarta. Jawa Pos edisi Jawa Tengah sedikit berbeda isinya dengan edisi Jawa Timur, walaupun memiliki berita utama (*headline*) dan sebagian berita yang mayoritas juga sama, pada edisi Jawa Tengah/ DIY terdapat rubrik tambahan yang bersifat lokal.

Salah satu Radar yang tersebar di wilayah Jawa Tengah adalah Radar Banyumas, peredaran Radar Banyumas sendiri meliputi beberapa wilayah di Banyumas, khususnya Purwokerto, Banyumas, Cilacap, Purbalingga dan Banjarnegara. Radar Banyumas terbit setiap harinya dengan jumlah halaman sebanyak 20 halaman *full color* dan tiras 20.000 eksemplar. Radar Banyumas hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar wilayah Banyumas akan berita-berita yang terjadi disekitar Banyumas. Di daerah-daerah yang tersebar dalam wilayah Banyumas, masih relatif jarang ditemui media-media komunikasi massa yang mengangkat berita-berita seputar Banyumas, oleh karena itu kehadiran Radar Banyumas memberikan dampak yang positif bagi masyarakat sekitar wilayah Banyumas. Selain itu juga ada beberapa kalangan yang memiliki kepentingan khusus juga untuk membaca Radar Banyumas, salah satu diantaranya adalah institusi-institusi Pemerintahan disekitar wilayah Banyumas yang memiliki motivasi-motivasi khusus untuk membaca berita-berita yang disajikan dalam Radar Banyumas.

Pemda Cilacap adalah salah satu lembaga Pemerintahan yang juga berlangganan Koran Radar Banyumas setiap harinya. Di dalam Radar Banyumas setiap harinya disajikan berita-berita yang terjadi diseputar kota Cilacap. Kabupaten Cilacap sendiri merupakan salah satu kota potensial yang terbagi dalam 24 kecamatan, yang juga dibagi lagi atas sejumlah desa dan kelurahan. Sementara ibukota Kabupaten Cilacap adalah kota Cilacap, yang terdiri dari tiga kecamatan yaitu Cilacap Utara, Cilacap Tengah dan Cilacap Selatan. Dimana di kota Cilacap merupakan pusat pemerintahan kabupaten berjalan. Dalam tiap harinya diwilayah Cilacap rata-rata terjadi beberapa kejadian yang bisa dijadikan berita, dan untuk kemajuan kota tersebut banyak sekali pihak-pihak yang merasa ikut berperan aktif diantaranya adalah peran Pemerintah Kabupaten Cilacap sendiri. Karena begitu luasnya wilayah Cilacap, terkadang untuk mengakses informasi-informasi mengenai berita-berita di seputaran wilayah Cilacap dibutuhkan sarana informasi yang secara khusus memuat berita-berita tersebut, maka peran media untuk menyediakan informasi menjadi sebuah kebutuhan yang vital dikonsumsi oleh beberapa kalangan termasuk Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap sendiri. Oleh karena itu kehadiran koran Radar Banyumas memberikan sumbangsih bagi warga masyarakat disekitar Cilacap, terkhusus Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap.

Penelitian tentang faktor-faktor kebutuhan yang memotivasi audiens dalam menonton program berita pernah dilakukan oleh Gideon Jimy (UAJY, 2008) dengan mengambil masyarakat DIY sebagai responden dan program berita "*Jogja Hari Ini*" di TATV sebagai sumber informasi tentang DIY dan sekitarnya yang dilakukan dengan metode survey menggunakan kuesioner dan data dianalisa secara kuantitatif menggunakan metode regresi linier berganda. Penelitian ini terdiri atas variabel bebas

yaitu kebutuhan individu, dan variabel terikat yaitu menonton program berita “Jogja Hari Ini” di TATV dan menonton program berita di media lainnya. Hasil penelitian ini yaitu :

- 1) kebutuhan kognitif dan kebutuhan integratif personal mempengaruhi motivasi menonton program berita “Jogja Hari Ini” di TATV,
- 2) kebutuhan kognitif dan kebutuhan integratif personal mempengaruhi motivasi menonton program berita selain “Jogja Hari Ini” di TATV, dan
- 3) kebutuhan kognitif merupakan faktor kebutuhan terbesar yang mempengaruhi motivasi menonton “Jogja Hari Ini” di TATV.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui faktor-faktor yang memotivasi pegawai Pemda Kabupaten Cilacap dalam membaca Surat Kabar Harian Radar Banyumas yang banyak menyajikan informasi-informasi seputar kota Cilacap. Perbedaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian Jimmy Gideon yaitu 1) penelitian ini menggunakan karyawan Pemda Cilacap sebagai responden sedangkan penelitian Jimmy Gideon menggunakan staf PNS Komplek Balaikota Yogyakarta sebagai respondennya, dan 2) penelitian ini menggunakan 3 variabel terikat yaitu pemanfaatan nonmedia, pemanfaatan media SKH “Radar Banyumas”, dan pemanfaatan media selain SKH “Radar Banyumas”, sedangkan penelitian Jimmy Gideon menggunakan dua variabel yaitu menonton program berita “Jogja Hari Ini” di TATV dan menonton program berita di media lainnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Dalam memenuhi kebutuhan seseorang untuk memenuhi informasi ada beberapa faktor-faktor pengaruh yang membuat pembaca memutuskan media manakah yang akan

dipilih. Faktor-faktor tersebut bisa berasal dari dalam diri ataupun lingkungan sekitar. Oleh karena itu, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana hubungan antara faktor-faktor kebutuhan yang memotivasi Pegawai Pemda Kabupaten Cilacap dalam menggunakan sumber pemanfaatan non media, SKH Radar Banyumas serta media lainnya?
2. Adakah faktor kebutuhan terbesar yang memotivasi Pegawai Pemda Kabupaten Cilacap dalam membaca koran Radar Banyumas?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor kebutuhan yang memotivasi Pegawai Pemda Kabupaten Cilacap dalam menggunakan sumber pemanfaatan non media, SKH Radar Banyumas serta media lainnya.
2. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling besar mempengaruhi seseorang membaca koran Radar Banyumas.

### **D. Manfaat Penelitian**

Selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan masalah di atas;

1. Manfaat Akademik : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademik yaitu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan literatur dan referensi untuk kalangan akademisi maupun umum yang hendak melakukan penelitian sejenis ataupun penelitian yang lebih mendalam untuk dikembangkan lebih lanjut.

2. Manfaat praktis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau sarana informasi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang media massa.

## **E. Kerangka Teori**

### **E.1. Pendekatan *Uses and Gratification***

Penjelasan tentang pemanfaatan media akan dijelaskan melalui pendekatan *uses and gratification*, di mana dalam sebuah perilaku media yang melibatkan penggunaan sebuah isi media oleh khayalak yang berakibat pada adanya terpaan dalam diri khalayak, merupakan isu atau topik yang dibahas dalam pendekatan ini. Pendekatan ini berawal dari satu pemikiran bahwa perilaku setiap individu didorong oleh adanya motif-motif tertentu.<sup>1</sup>

Pendekatan *Uses and Gratification* pertama kali dijabarkan dalam sebuah artikel yang ditulis oleh Elihu Katz sebagai reaksi atas pernyataan Bernard Berelson yang mengatakan bahwa teori komunikasi sudah mati. Bersama dengan Herbert Blummer mereka memperkenalkan teori ini dalam bukunya *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media tersebut. Dapat dikatakan pengguna media sendirilah yang berusaha untuk mencari sumber media yang dirasakan paling baik dan dapat memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *Uses and Gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratifications*) atas

---

<sup>1</sup> Nurudin, *Komunikasi Massa*, CESPUR, Malang, 2004, hlm. 181.

kebutuhan seseorang. Dalam hal ini sebagian besar perilaku *audience* akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*)<sup>2</sup>.

Pada dasarnya teori *Uses and Gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi didalam melihat media, dimana manusia memiliki otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Oleh karena itu, dalam model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Dalam pendekatan ini mengandung pengertian bahwa penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika hubungan itu terpenuhi<sup>3</sup>.

Ada beberapa kebutuhan-kebutuhan khalayak yang sering disebut dapat dipenuhi oleh media massa, antara lain: Pengawasan (*Surveillance*), pengetahuan, informasi, kesenangan (*excitement*), pengalihan (*diversion*), hiburan (*entertainment*), pelarian (*escape*), mengisi waktu (*filling time*), relaksasi (*relaxation*), nasehat (*advice*), pedoman (*guidance*), penguatan (*reinforcement*), kegunaan komunikasi (*communication utility*), interaksi sosial, kegunaan antar pribadi (*interpersonal utility*)<sup>4</sup>.

Dalam proses menggunakan media massa dipengaruhi oleh kebutuhan dan nilai-nilai yang terdapat dalam diri seseorang, selain itu juga pengaruh dari lingkungan sekitarnya. Dari sini timbul istilah *Uses and Gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan prefensi (*selectivity*); dan bahwa sebenarnya khalayak adalah kepala batu (*stubborn*). Karena pengguna media hanyalah salah satu

---

<sup>2</sup> *Ibid*,

<sup>3</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, PT Rosdakarya, Bandung, 1984, hlm. 65.

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm. 182

untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan terpenuhi. Seperti dikemukakan Elihu Katz, Blumler model ini menjelaskan tentang: 1). Sumber-sumber sosial dari psikologis dari 2). Kebutuhan, yang melahirkan 3). Harapan-harapan dari 4). Media massa atau sumber lain yang membawa kepada 5). Perbedaan pola terpaan media (atau kegiatan lain yang berhubungan) yang menghasilkan 6). Pemenuhan kebutuhan 7) akibat lain yang tidak dikehendaki<sup>5</sup>.

Menurut para pendirinya Elihu Kartz, Jay G Blumler, dan Michael Gurevitch, *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologi dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak diinginkan. Mereka merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini.<sup>6</sup>

1. Khalayak dianggap aktif artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.

---

<sup>5</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004, hlm. 65.

<sup>6</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 1984, hlm. 205

4. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak<sup>7</sup>.

Dari pemikiran tersebut jelas bahwa pendekatan *Uses and Gratification* merupakan kritik dari sudut pandang teori-teori yang terdahulu. Pada pendekatan ini *audience* tidak lagi dipandang sebagai pasif, melainkan memiliki harapan-harapan dan kebutuhan-kebutuhan. Juga dalam penggunaan media, *audience* memiliki motivasi-motivasi tertentu yaitu mencari pemuasaan atas dasar kebutuhannya terhadap media massa tersebut.

Menurut McQuail, sejumlah daftar inventarisasi menyangkut kepuasan, kesenangan, dan pemakaian terhadap khalayak media atau teori *uses and gratifications*, yang mencerminkan tingkat keteraturan dan prediksibilitas yang meyakinkan. Hal tersebut sekurang-kurangnya sudah cukup untuk dijadikan sebagai kerangka dasar kepuasan individu ( anggota khalayak ) yang searah dan melengkapi kerangka yang dibuat berdasarkan pandangan masyarakat, sebagaimana yang telah dikemukakan terdahulu. Kerangka dasar kepuasan di bawah ini dikutip dari tipologi yang disarankan oleh McQuail dan kawan-kawan, yaitu:<sup>8</sup>

1. Informasi

Mendapatkan informasi merupakan salah satu bentuk kepuasan audiens dalam memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan ingin tahunya, rasa penasarannya, dan hasrat belajar mandiri sehingga memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan diantaranya yaitu melalui mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berlaku dengan lingkungan terdekat,

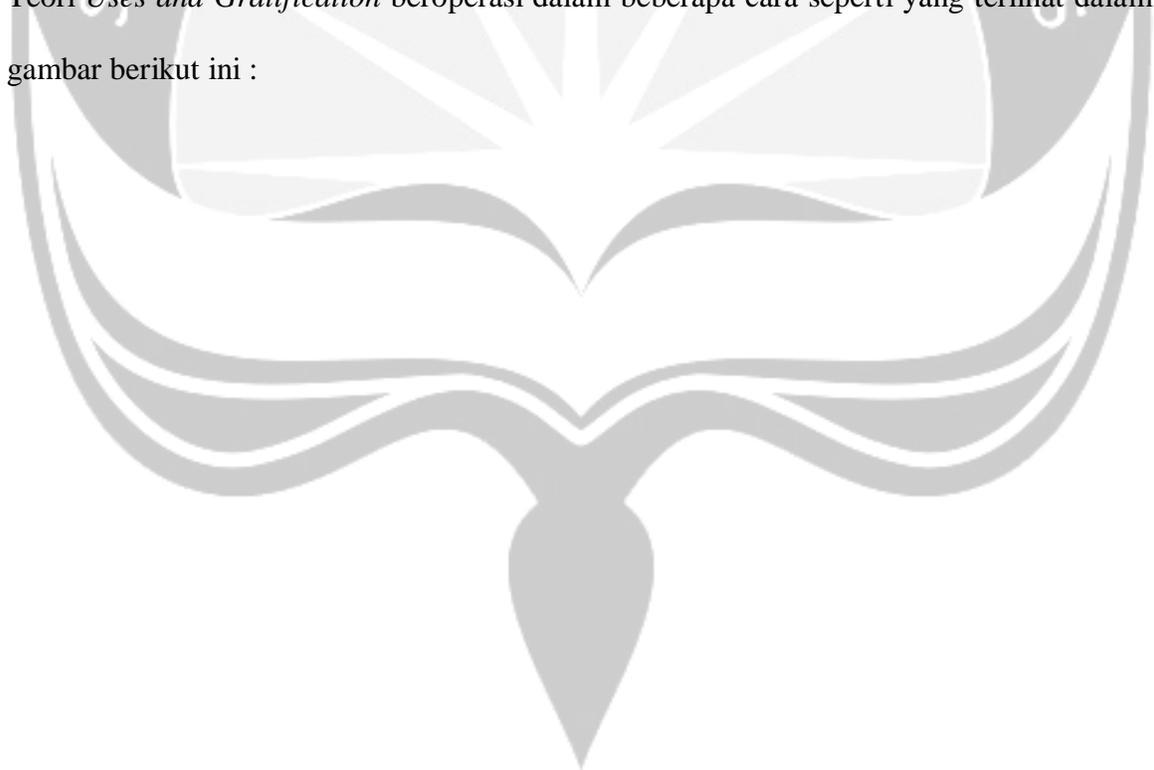
---

<sup>7</sup> *Ibid*, hal 205

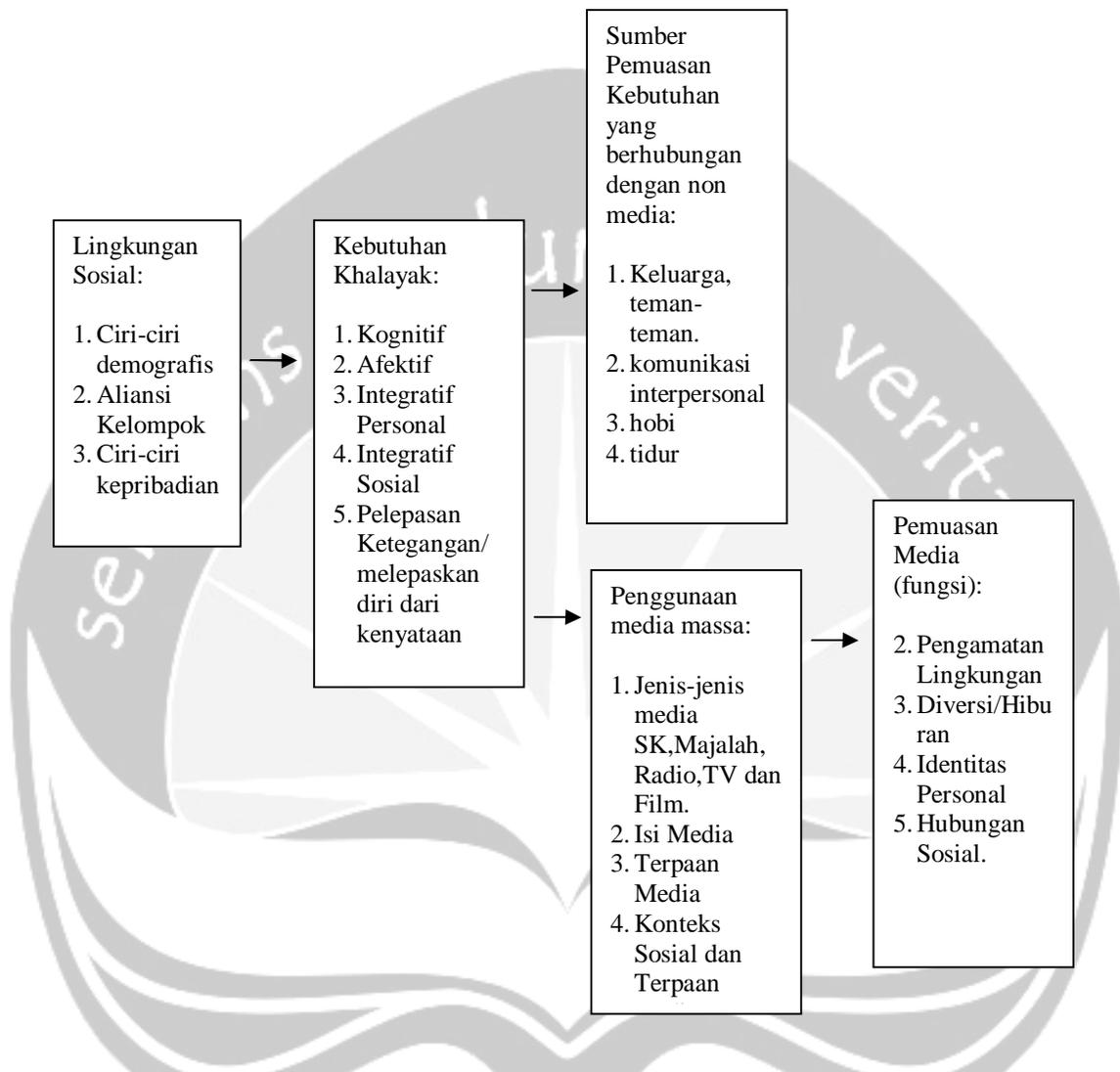
<sup>8</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta , 1994, halaman. 72

- masyarakat, dan dunia, serta mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
2. Identitas Pribadi  
Salah satu kepuasan audiens dalam memanfaatkan media yaitu ketika menemukan nilai-nilai yang dapat menunjang pembentukan pribadi, sikap, perilaku, dapat membantun mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media), dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
  3. Integrasi dan interaksi sosial  
Integrasi dan interaksi sosial merupakan salah satu hal yang dapat memenuhi kepuasan audiens dalam memanfaatkan media yaitu dengan memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki serta menemukan bahan percakapan dan interaksi social untuk memperoleh teman, membantu menjalankan peran social dan memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi teman dan masyarakat.
  4. Hiburan  
Audiens akan merasa puas dalam menggunakan media ketika menemukan nilai-nilai hiburan yang dapat melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan, membantu untuk bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, menyalurkan emosi, dan membangkitkan gairah.

Teori *Uses and Gratification* beroperasi dalam beberapa cara seperti yang terlihat dalam gambar berikut ini :



**Gambar 1**  
**Model Uses and Gratification<sup>9</sup>**



Pada gambar di atas, model *Uses and Gratification* diawali dengan lingkungan sosial yang meliputi ciri-ciri demografis, aliansi kelompok (keanggotaan) dan ciri-ciri kepribadian yang dimiliki oleh audien itu sendiri. Pada Tahap selanjutnya tentang kebutuhan khalayak yang meliputi kebutuhan kognitif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan integratif sosial dan kebutuhan untuk melepaskan diri dari ketegangan. Tahap yang ketiga audien mencari sumber pemuas kebutuhannya dimana terdapat dua pilihan

<sup>9</sup> Nurudin, *Komunikasi Massa*, CESPUR, Malang, 2004, hlm. 183.

disana. Pada pilihan pertama, audien akan menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan pada pilihan kedua audien memenuhi kebutuhannya bukan dari media massa melainkan sumber-sumber pemenuh kebutuhan lainnya.<sup>10</sup>

Dalam penelitian faktor-faktor kebutuhan yang memotivasi audien dalam menggunakan media massa surat kabar, hanya menggunakan tiga tahap operasional dari empat tahap operasional yang ada didalam gambar, yaitu dalam tahap pertama tentang lingkungan sosial yang meliputi karakteristik individu, kedua tentang kebutuhan individu atau motif individu dan pada tahap ketiga tentang penggunaan sumber media yang digunakan oleh audiens.

#### **E.1.1. Karakteristik Individu**

Dalam gambar model *Uses and Gratification* di atas pada tahap pertama terdapat tabel karakteristik yang ada dalam diri individu. Menurut Jalaluddin Rakhmat karakteristik individu atau data demografis terdiri dari data usia, jenis kelamin dan faktor-faktor psikologis serta variabel lingkungan seperti organisasi yang menaunginya (berkaitan dengan ideologi, karakter anggota, dan aturan-aturan di dalamnya), sistem sosial dan struktur sosial. Maka dalam menjelaskan karakteristik individu didalam penelitian ini akan menggunakan data seperti jenis kelamin(laki-laki, perempuan) dan usia seseorang yang menyebabkan munculnya kebutuhan dalam diri seseorang.<sup>11</sup>

#### **E.1.2. Kebutuhan Individu**

---

<sup>10</sup> *Ibid*,

<sup>11</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004, hlm. 66.

Audiens menggunakan media massa berdasarkan tingkat kebutuhannya, mereka secara aktif melakukan proses tersebut untuk mendapatkan kepuasan. Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, kebutuhan-kebutuhan tersebut muncul dari dalam diri mereka sehingga menimbulkan dorongan/ motivasi untuk melakukan tindakan/perbuatan yang bertujuan agar kebutuhannya itu terpenuhi. Katz, Gurevitch, dan Haas memandang media massa sebagai suatu alat yang digunakan oleh individu-individu untuk berhubungan (atau memutuskan hubungan) dengan yang lain yaitu Severin & Tankard, kemudian menggolongkannya ke dalam lima kategori:<sup>12</sup>

### 1) **Kebutuhan Kognitif**

Kebutuhan ini mencakup kebutuhan untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman. Kebutuhan ini muncul pada diri seseorang berdasarkan hasrat atau keinginan untuk memahami dan mengetahui lingkungannya. Dalam usaha untuk mendapatkan keinginannya itu, maka seseorang akan berusaha untuk mencari sumber-sumber jawaban dalam rangka memenuhi pemahaman tentang lingkungan disekitarnya.

Seseorang disuatu daerah atau wilayah tertentu memiliki kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang terjadi dilingkungan sekitarnya. Graeme Burton menjelaskan mengenai kebutuhan informasi bagi seseorang, yaitu untuk memelihara dan memperkuat gambaran mengenai gambaran geografis dan sosial sekitarnya, misalnya melalui progam berita atau drama<sup>13</sup>.

Sebagai contoh pemberitaan mengenai Kasus Korupsi yang dilakukan oleh Bupati Cilacap yang sekarang ini sedang menjalani proses hukum di Semarang, maka

---

<sup>12</sup> Werner J. Severin / James W. Tankard, Jr., *Teori Komunikasi* (Edisi 5), Prenada Media Grop, Jakarta, 2008, hlm. 357.

<sup>13</sup> Graeme Burton, *Membincangkan Televisi: Sebuah Pengantar Kepada Kajian Televisi*, Jalasutra, Yogyakarta, 2007, hlm. 157.

masyarakat Cilacap akan terus berusaha untuk mengikuti perkembangan dari kasus tersebut setiap harinya, karena masyarakat kota Cilacap sendiri merasakan bahwa peristiwa yang sedang terjadi ini sangat dekat dengan kehidupan dilingkungan mereka sehari-harinya.

Seseorang membutuhkan informasi untuk menambah wawasan dan pengetahuan akan lingkungan disekitarnya bahkan dalam lingkup dunia yang lebih besar. Dimana bila kebutuhan seseorang akan pengetahuan dapat terpenuhi maka akan memberikan kesenangan dalam dirinya.

## **2) Kebutuhan Afektif**

Kebutuhan ini meliputi kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan emosional, memperoleh pengalaman menyenangkan dan perasaan atau estesis. Seseorang mencari sebuah kesenangan dan hiburan dengan menggunakan media sebagai bentuk perwujudan motivasi yang ada didalam dirinya agar kepenuhan untuk memperoleh kesenangan dan hiburan itu dapat terpenuhi<sup>14</sup>.

Dalam kebutuhan ini seseorang membutuhkan suatu hiburan yang mampu menyenangkan perasaan hati dan pikirannya. Ketika menggunakan suatu media maka akan muncul suatu harapan akan memperoleh kesenangan bagi dirinya. Dalam media cetak, seperti surat kabar, kebutuhan ini biasanya diperoleh ketika membaca kolom berita feature, sebagai contoh misalnya informasi mengenai daerah wisata di Indonesia.

## **3) Kebutuhan Integratif Personal**

Kebutuhan integratif personal berkaitan dengan rasa untuk memperkuat kredibilitas, rasa percaya diri, status sosial, jabatan dan stabilitas pada diri seorang

---

<sup>14</sup> *Ibid*, hlm 357

individu. Kebutuhan tersebut muncul karena adanya hasrat dari dalam diri seseorang yang tujuannya untuk meningkatkan rasa atau bentuk penghargaan terhadap diri sendiri.

Kebutuhan penghargaan terhadap diri sendiri yang dimaksud adalah harga diri yang ada dalam diri seseorang. Harga diri memiliki peranan yang penting dalam proses untuk membuat orang merasa lebih percaya diri ketika berkomunikasi dengan orang lain. Seorang individu menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri<sup>15</sup>. Disinilah peran media untuk memenuhi kebutuhan audien dalam memberikan informasi dimana audien yang menggunakannya dapat meningkatkan atau menaikkan harga diri, dan rasa percaya diri dalam proses adaptasi dengan orang-orang lain disekitar lingkungannya.

Sebagai contoh seseorang membaca koran setiap harinya agar dapat mengetahui peristiwa-peristiwa terkini dan ini merupakan suatu bentuk pemenuhan kebutuhan mereka untuk menunjukkan harga diri kepada lingkungannya agar tidak dianggap buta informasi.

#### **4) Kebutuhan Integratif Sosial**

Kebutuhan ini berkaitan dengan erat dengan hubungan dalam keluarga, teman dan sebagainya dimana pada dasarnya setiap orang memiliki sebuah keinginan untuk dapat diterima ketika masuk kedalam suatu kelompok baik itu dalam lingkup kelompok besar atau kecil<sup>16</sup>.

Sebagai contoh dalam suatu kelompok yang memiliki minat yang sama dibidang politik dikaitkan dengan peristiwa politik Pemilu Pemilihan Presiden setiap harinya kegiatan dan pembicaran yang diangkat dalam kelompok tersebut adalah mengenai

---

<sup>15</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004, hlm. 66.

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm. 67

program-program masing-masing Calon Presiden ataupun bentuk kampanye-kampanye yang dilakukan. Ketika ada seseorang anggota baru yang ingin bergabung dalam kelompok tersebut maka ia akan berusaha untuk mencari tahu informasi-informasi yang berkaitan dengan berita-berita seputar Pemilu Presiden dengan membaca koran agar dapat menyesuaikan diri dengan kebiasaan kelompok tersebut sehingga keberadaannya bisa diterima.

#### **5) Kebutuhan Pelepas Ketegangan**

Kebutuhan dalam diri seseorang yang berkaitan dengan kebutuhan digunakan sebagai sarana pelarian, melepas ketegangan dan pengalihan. Sarana pelarian yang dilakukan oleh seseorang lebih dimaksudkan kepada seseorang menggunakan media untuk dapat melepaskan diri dari masalah atau stress yang mungkin baru atau sedang dihadapinya.

Setiap orang memiliki kemungkinan besar untuk mengalami ketegangan, misalnya terjadi pada tingkat pekerja-pekerja ketika dalam pekerjaan mereka mengalami beberapa tekanan sehingga membuat mereka mengalami suatu ketegangan, dimana untuk melepas semua ketegangan itu diperlukan suatu sumber atau sarana untuk dapat melepaskan diri dari tekanan atau beban. Salah satu cara untuk melepas ketegangan itu adalah dengan menggunakan media massa. Misalnya ketika jam istirahat siang, seseorang pekerja menyempatkan diri untuk membaca koran sambil menikmati kopi agar lebih rileks sejenak dari semua kepenatan dalam pekerjaan. Penelitian yang dilakukan Barelson juga menunjukkan untuk waktu sejenak, koran adalah sarana wisata yang murah untuk

melupakan kejenuhan, rasa frustrasi, rasa tertekan dan rasa kebosanan dalam kehidupan sehari-hari<sup>17</sup>.

Dari kelima kebutuhan-kebutuhan tersebutlah yang akan mempengaruhi dan memotivasi seseorang untuk mencari sarana media mana yang dirasa dapat memenuhi kebutuhannya ketika mereka harus segera menemukan sumber jawaban yang dirasa mampu untuk memenuhi kepuasannya.

### **E.1.3. Penggunaan Sumber-sumber Non Media**

Dalam memenuhi kebutuhannya, khalayak bisa mendapatkan sumber-sumber kebutuhan itu dari berbagai macam sumber-sumber yang ada, diantaranya dari sumber pemenuhan non media ( keluarga, hubungan interpersonal dll). Teori kategori sosial berpandangan bahwa masyarakat menyebabkan terbentuknya kategori sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, suku dan agama. Variabel karakteristik demografik individu itu diasumsikan turut menentukan selektivitas seseorang terhadap isi medium. Orang-orang yang berada dalam kelompok sosial yang sama cenderung menanggapi atau memilih pesan yang sama dan akhirnya mempengaruhinya dalam mengambil keputusan. Komunikasi melalui saluran non media merupakan kegiatan komunikasi yang dijalankan secara personal (tatap muka)<sup>18</sup>.

Teori hubungan sosial mengasumsikan bahwa arus informasi berjalan dua tahap. Pertama informasi berkembang melalui media massa kepada individu-individunya secara langsung dan kedua informasi tersebut berkembang melalui saluran komunikasi antar pribadi dalam kelompoknya, seperti keluarga, teman dekat dan anggota kelompok lainnya.

---

<sup>17</sup> William L Rivers dan Jensen Jay W, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Kencana, Jakarta, 2005, hlm. 314.

<sup>18</sup> [openpdf.com/ebook/teori-kepuasan-penggunaan-media-pdf.html](http://openpdf.com/ebook/teori-kepuasan-penggunaan-media-pdf.html), diakses pada tanggal 20 Maret 2009.

#### **E.1.4. Penggunaan Sumber-sumber Media**

Adanya kebutuhan terhadap sesuatu yang diharapkan akan memotivasi audiens dalam menggunakan sumber yang dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam penjelasan dari teori *Uses and Gratification* ini, *audiens* dihadapkan kepada dua pilihan yaitu menggunakan sumber media massa atau sumber non media. Di dalam penelitian ini melihat audiens dalam membaca koran, maka tahap yang akan digunakan adalah tahap penggunaan sumber media massa yang meliputi<sup>19</sup>:

1) Jenis Media Massa yang digunakan: Surat Kabar, radio, televisi, dan film. Dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya, media massa menjadi pilihan bagi audiens yang dirasa mampu untuk menjawab dan memenuhi kebutuhan tersebut. Media yang biasanya digunakan oleh *audiens* adalah surat kabar/koran, radio, televisi dan sekarang yang sedang berkembang adalah internet.

Salah satu diantara media-media tersebut adalah media cetak dengan produk surat kabar/koran. Surat kabar setiap harinya menyajikan informasi-informasi terbaru seputar peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi dan memberikan pembahasan yang lebih mendalam dibandingkan dengan media lainnya. Dan bagi masyarakat Cilacap, koran lokal seperti Radar Banyumas merupakan pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi-informasi seputaran kota Cilacap disamping menggunakan media massa lainnya.

2) Isi Media : kolom berita langsung, berita ringan, berita feature dan sebagainya. Audiens dihadapkan pada pilihan-pilihan untuk menggunakan media-media yang sudah ada, baik di media cetak ataupun media elektronik yang meliputi berita-berita hiburan dan informasi. Berbagai jenis isi media yang sudah itu diharapkan dapat mampu memenuhi

---

<sup>19</sup> *Ibid*, halm. 59

kebutuhan masyarakat akan informasi. Pada nantinya audiens akan memilih salah satu dari pilihan-pilihan media yang ada dimana pilihannya itu mereka rasa dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan informasi-informasi yang mereka butuhkan.

3) Atribut Media seperti pemilihan atau penggunaan jenis media massa, seperti media cetak dengan media massa penyiaran. Dalam menggunakan media massa, seseorang dapat secara bersamaan. Misalnya dalam waktu yang bersamaan, seseorang menggunakan dua media massa seperti saat sedang membaca koran sambil menonton televisi.

4) Jenis keadaan terbuka menjelaskan bagaimana keadaan ketika seseorang sedang menggunakan media massa saat sedang dalam keadaan sendiri dan ketika bersama dengan orang lain, atau ketika seseorang tersebut sedang berada didalam rumah maupun diluar rumah.

Seseorang akan memilih menggunakan media yang sesuai dengan kebutuhan dalam hidupnya, baik itu menggunakan media cetak ataupun media penyiaran. Semakin banyaknya kebutuhan dalam diri seseorang untuk menggunakan media massa maka akan semakin lama pula orang itu menggunakan media massa tersebut. Media massa memiliki banyak pilihan untuk dapat digunakan oleh audiens. Pada penelitian ini ingin mengetahui penggunaan Koran Radar Banyumas sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat kota Cilacap, dengan tidak menutup kemungkinan mereka juga menggunakan media massa lain sebagai sumber informasi mereka.

## **E.2. Motivasi**

Motivasi dapat diartikan seperti faktor pendorong yang berasal dari dalam diri manusia dan bisa mempengaruhi tindak tanduk seseorang dalam mengambil keputusan

dan melakukannya. Motivasi muncul atas dasar keinginan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dalam meraih sesuatu yang memang dirasakan perlu untuk dilakukan atau tidak<sup>20</sup>.

Motivasi merupakan dorongan yang terkait dengan adanya suatu tujuan. Maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu penggerak atau dorongan-dorongan yang terdapat dalam diri manusia sehingga mendorong manusia untuk mengarahkan dan mengorganisasikan tingkah lakunya untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukannya. Motif tidak bisa diamati yang dan yang bisa diamati adalah perilakunya. Dari bentuk-bentuk perilaku dapat disimpulkan adanya kebutuhan dan motif. Tiga motivasi khalayak dalam menggunakan media massa, yaitu<sup>21</sup>:

1. Orientasi Kognitif (kebutuhan mencari informasi dan *surveillance*)
2. Orientasi diversifikasi (kebutuhan untuk mencari hiburan dan pelepasan ketegangan/tekanan)
3. Orientasi identitas personal (motif untuk memperkuat /menonjolkan sesuatu yang penting dalam relatif kehidupannya atau situasi khalayak itu sendiri).

Khalayak yang didasari oleh motivasi kognitif akan mencari informasi yang beragam dari media massa agar keinginannya terpenuhi. Jadi, kaitannya dengan penelitian ini, pegawai Pemda Kabupaten Cilacap tertarik untuk membaca Radar Banyumas karena terdorong oleh keinginannya untuk mendapatkan informasi tentang segala sesuatu informasi yang terbaru dan terakurat mengenai berita-berita di seputar kabupaten Cilacap.

---

<sup>20</sup> Handoko, Martin, *Motivasi Daya Penggerak Tingkah Laku*, Kanisius, Yogyakarta, 1992, hlm. 158.

<sup>21</sup> Jalaluddin Rachmat, *op.cit*, hlm. 66

Sedangkan khalayak yang didasari oleh motivasi diversifikasi bersifat pasif dalam partisipasinya, karena hanya bertumpu pada perasaan senang atau tidak senang. Sehingga dengan motivasi diversifikasi, khalayak tertarik untuk sekedar hanya ingin tahu tentang informasi-informasi yang sedang terjadi yang juga sebagai pengisi waktu luang saja.

Dalam motivasi identitas personal, seseorang menggunakan media massa karena didorong oleh keinginan untuk mengaktualisasikan dirinya melalui media massa. Maksudnya adalah bahwa media massa dianggap sebagai sarana untuk pengakuan atau perwujudan dari situasi dirinya. Dalam orientasi ini, khalayak memilih media massa berdasarkan statusnya dan karakternya.

#### **F. Kerangka Konsep**

Motivasi audiens dalam membaca surat kabar berbeda-beda satu dengan lainnya, ada empat kemungkinan mengapa mereka menggunakan media tersebut, antara lain ingin mendapatkan informasi, ingin mencari hiburan, ada juga yang ingin melepas ketegangan dan ada yang memilih untuk membaca surat kabar karena ingin diterima dalam suatu kelompok tertentu.

Dalam penelitian ini, audiens yang merupakan bagian dari kesatuan masyarakat luas yang juga membaca surat kabar adalah masyarakat yang tinggal di daerah Kabupaten Cilacap tanpa membedakan ciri umur, jenis kelamin dan status sosialnya. Dan yang mewakilkan audiens dalam penelitian ini adalah pegawai Pemda Kabupaten Cilacap, dipilihnya pegawai Pemda sebagai objek penelitian karena mereka termasuk dalam target audiens Radar Banyumas yang pada umumnya mencari informasi-informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi disekitar kabupaten Cilacap.

Dalam penelitian ini akan melihat karakteristik individu yang menyebabkan seseorang memiliki kebutuhan-kebutuhan didalam dirinya. Karakteristik individu yang akan dijelaskan di sini, yaitu:

1. Karakteristik individu jenis kelamin dari Pegawai Pemda Kabupaten Cilacap akan dapat diketahui apakah jenis kelamin menyebabkan adanya kebutuhan-kebutuhan didalam dirinya.
2. Karakteristik individu usia dari Pegawai Pemda Kabupaten Cilacap akan dapat diketahui apakah usia menyebabkan adanya kebutuhan-kebutuhan dalam dirinya.

Berdasarkan lima pendekatan tentang kebutuhan yang memotivasi audiens menggunakan media, maka dalam penelitian ini lima pendekatan yang akan dijelaskan yaitu:

1. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi, di mana dari jawaban yang dipilih oleh Pegawai Pemda Kabupaten Cilacap nantinya menyatakan setuju bahwa dengan membaca Surat Kabar Radar Banyumas mereka akan dapat memperoleh informasi seputar kota Cilacap.
2. Kebutuhan untuk memperoleh hiburan; dari jawaban yang dipilih oleh Pegawai Pemda Kabupaten Cilacap nantinya menyatakan setuju bahwa dengan membaca Surat Kabar Radar Banyumas mereka akan terhibur.
3. Dari jawaban yang nantinya diperoleh akan diketahui apakah benar Pegawai Pemda Kabupaten Cilacap membaca Surat Kabar Radar Banyumas karena tidak ingin ketinggalan informasi.
4. Untuk mengetahui apakah pegawai Pemda Kabupaten Cilacap membaca Surat Kabar Radar Banyumas agar mereka dapat beradaptasi dengan orang lain atau sesama

pegawai Pemda Kabupaten Cilacap yang juga membaca surat kabar Radar Banyumas dan membicarakannya saat sedang sama-sama berkumpul.

5. Dapat mengetahui pendapat dari pegawai Pemda Kabupaten Cilacap bahwa apakah dengan membaca Surat Kabar Radar Banyumas mereka dapat melepaskan diri dari ketegangan yang mereka alami.

Tahap penggunaan media didalam penelitian ini terdapat dua jenis yaitu menggunakan surat kabar Radar Banyumas dan menggunakan media massa lainnya (televisi, radio, koran) untuk memperoleh informasi-informasi mengenai kota Cilacap. Penggunaan media akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Mengetahui penggunaan media massa, dapat diketahui dengan tingkat perhatian membaca, yaitu melalui frekuensi dan durasi membaca Surat Kabar Radar Banyumas dalam mengakses informasi-informasi seputar kota Cilacap.
2. Mengetahui penggunaan media massa, dapat diketahui dengan tingkat perhatian, yaitu melalui frekuensi dan durasi ketika menggunakan media lainnya (televisi, radio, koran) selain dari surat kabar Radar Banyumas untuk mendapatkan informasi seputar kota Cilacap

Dengan adanya konsep, maka akan mempermudah proses penelitian karena sudah disederhanakan kedalam kategori-kategori yang lebih umum. Konsep sendiri adalah istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak: kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial.<sup>22</sup> Selanjutnya dibutuhkan juga konstruk untuk membatasi konsep. Konstruk adalah konsep yang dapat

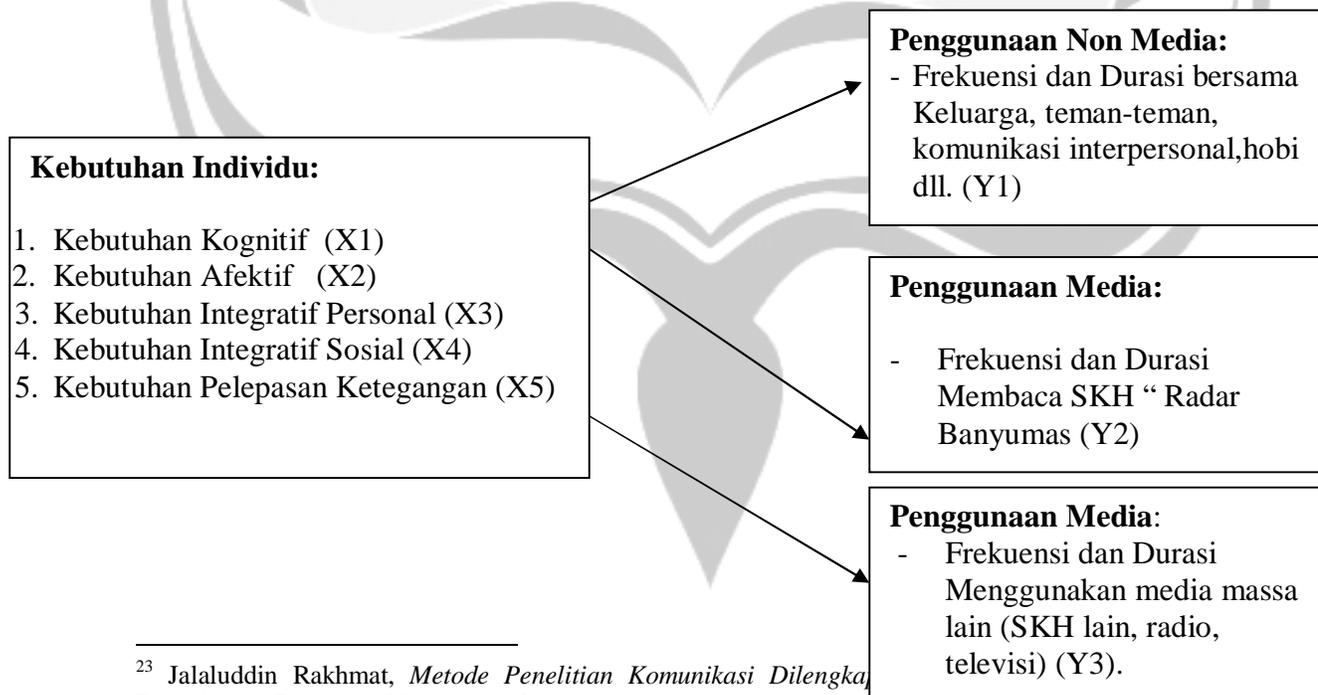
---

<sup>22</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, PT Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta, 1989, hlm. 39.

diamati dan diukur<sup>23</sup>. Konsep dari jenis-jenis kebutuhan tersebut akan mendorong audiens untuk membaca surat kabar Radar Banyumas atau menggunakan media massa lain, yang diukur dengan pengukuran-pengukuran tertentu.

Dari konsep dan konstruk kemudian diturunkan lagi kedalam variabel. Variabel adalah sesuatu yang memiliki variasi nilai<sup>24</sup>. Karena penelitian ini melihat bahwa faktor kebutuhan menyebabkan seseorang menggunakan media massa diman terdapat sebab akibat, maka termasuk dalam jenis variabel bebas atau independen dan variabel bebas atau dependen. Variabel yang diduga sebagai penyebab disebut variabel bebas dan variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya disebut variabel tak bebas<sup>25</sup>.

**Gambar 2**  
**Hubungan Antara Dua Variabel**



<sup>23</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi* Rosdakarya, Bandung, 2004, hlm. 69.

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm. 42.

<sup>25</sup> *Ibid*, hlm. 12.

Variabel Pengaruh

Variabel Tergantung

### **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah teori, proposisi yang belum terbukti, diterima secara tentatif untuk menjelaskan fakta-fakta atau menyediakan dasar untuk melakukan investigasi dan menyatakan argumen. Berdasarkan kerangka teori pada operasionalisasi *Uses and Gratification*, maka penelitian ini terdapat hipotesis kerja (Hk) yaitu:<sup>26</sup>

1. Terdapat hubungan antara faktor-faktor kebutuhan dengan membaca surat kabar Radar Banyumas.
2. Terdapat hubungan antara faktor-faktor kebutuhan menggunakan saluran komunikasi non media dalam membaca surat kabar Radar Banyumas.
3. Terdapat hubungan antara faktor-faktor kebutuhan dengan menggunakan media masaa lain selain surat kabar Radar Banyumas.
4. Terdapat faktor kebutuhan terbesar yang memotivasi audiens dalam membaca surat kabar Radar Banyumas.

Dari hipotesis kerja (Hk) di atas maka hipotesis nol (Ho) adalah:

1. Tidak terdapat hubungan antara faktor-faktor kebutuhan dengan membaca surat kabar Radar Banyumas.
2. Tidak terdapat hubungan antara faktor-faktor kebutuhan menggunakan saluran komunikasi non media dalam membaca surat kabar Radar Banyumas.

---

<sup>26</sup> Rachmat Krisyantoro, *Teknis Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertasing, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Kencana, Jakarta, 2006, hlm. 28.

3. Tidak terdapat hubungan antara faktor-faktor kebutuhan dengan menggunakan media masaa lain selain surat kabar Radar Banyumas.
4. Tidak terdapat faktor kebutuhan terbesar yang memotivasi audiens dalam membaca surat kabar Radar Banyumas.

## H. Definisi Operasional

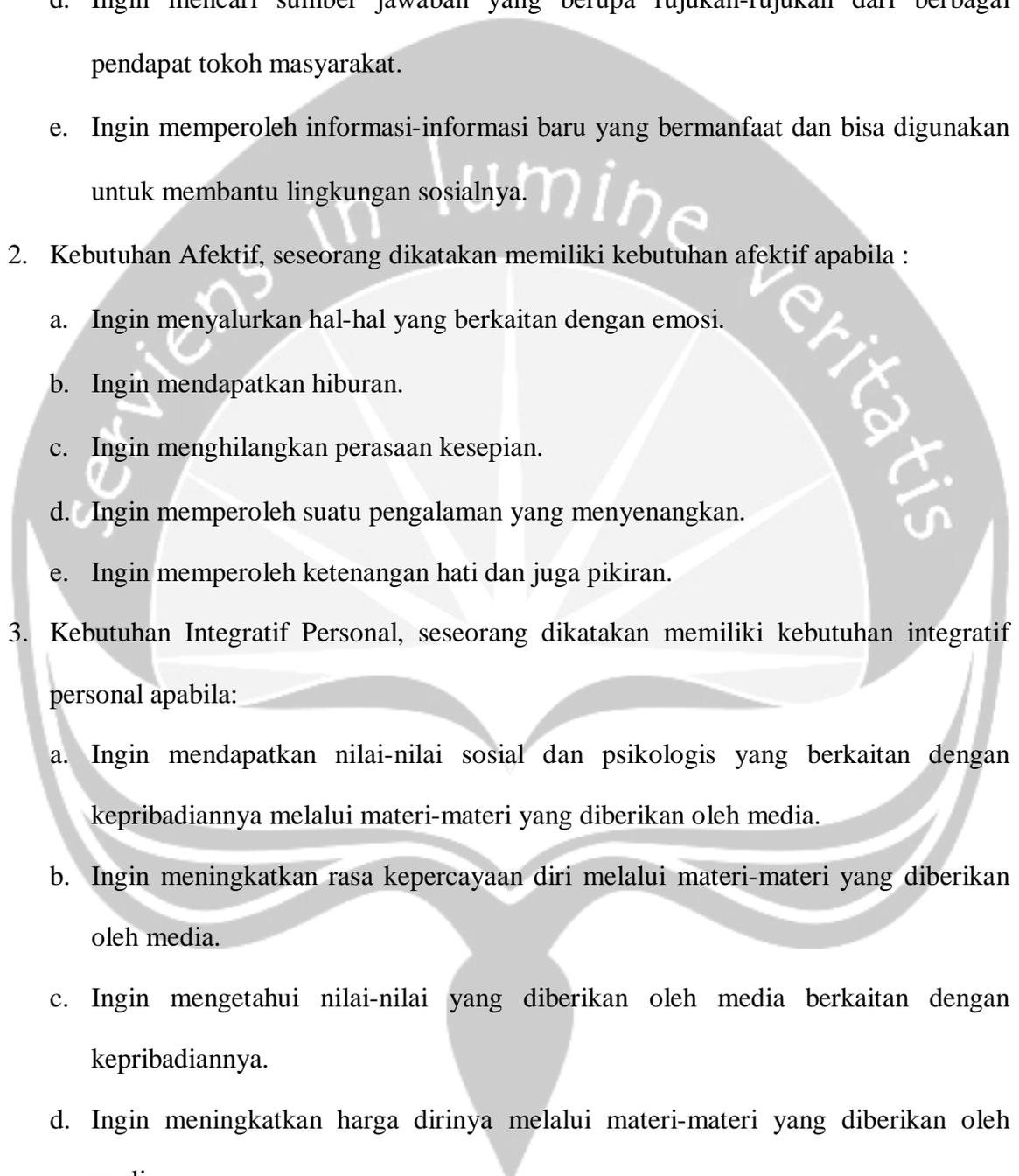
Definisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur<sup>27</sup>. Dalam definisi operasional tersebut dijelaskan cara tertentu yang digunakan peneliti dalam mengoperasionalkan *construct* sehingga memungkinkan dilakukan pengukuran. Dalam definisi operasional berikut ini akan dijabarkan konsep-konsep indikator beserta dengan skala pengukuran dalam kuesioner, skor, dan jawaban. Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah skala likert 5 point. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat subyek penelitian menyatakan setuju atau tidak setuju dengan suatu pernyataan. Adapun penyekoran untuk alternatif jawaban adalah: Sangat setuju skor 5, setuju skor 4, netral skor 3, tidak setuju skor 2, dan sangat tidak setuju skor 1.<sup>28</sup>

1. Kebutuhan Kognitif, seseorang dikatakan memiliki kebutuhan kognitif apabila:
  - a. Ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sosial di sekitar kabupaten Cilacap.
  - b. Ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sosial di luar kabupaten Cilacap.

---

<sup>27</sup> Indriantoro N dan Supomo B, *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akutansi dan Manajemen*, BPFE UGM, Yogyakarta, 2002, hlm. 67.

<sup>28</sup> Sekaran, *Business Research Methods: A Skill Building Approach*. 4th e.: John Wisley & Sons , Inc, New York, 2003, hlm. 124.

- 
- c. Ingin mencari suatu petunjuk yang merupakan sumber rujukan menyangkut berbagai masalah.
  - d. Ingin mencari sumber jawaban yang berupa rujukan-rujukan dari berbagai pendapat tokoh masyarakat.
  - e. Ingin memperoleh informasi-informasi baru yang bermanfaat dan bisa digunakan untuk membantu lingkungan sosialnya.
2. Kebutuhan Afektif, seseorang dikatakan memiliki kebutuhan afektif apabila :
    - a. Ingin menyalurkan hal-hal yang berkaitan dengan emosi.
    - b. Ingin mendapatkan hiburan.
    - c. Ingin menghilangkan perasaan kesepian.
    - d. Ingin memperoleh suatu pengalaman yang menyenangkan.
    - e. Ingin memperoleh ketenangan hati dan juga pikiran.
  3. Kebutuhan Integratif Personal, seseorang dikatakan memiliki kebutuhan integratif personal apabila:
    - a. Ingin mendapatkan nilai-nilai sosial dan psikologis yang berkaitan dengan kepribadiannya melalui materi-materi yang diberikan oleh media.
    - b. Ingin meningkatkan rasa kepercayaan diri melalui materi-materi yang diberikan oleh media.
    - c. Ingin mengetahui nilai-nilai yang diberikan oleh media berkaitan dengan kepribadiannya.
    - d. Ingin meningkatkan harga dirinya melalui materi-materi yang diberikan oleh media.
    - e. Ingin lebih bisa menghargai dirinya sendiri melalui materi-materi yang diberikan oleh media.

4. Kebutuhan Integratif Sosial, seseorang dikatakan memiliki kebutuhan integratif sosial apabila :
  - a. Memiliki keinginan untuk dapat diterima oleh orang lain dan lingkungan tempat tinggalnya.
  - b. Memiliki keinginan untuk bisa bersosialisai secara lebih dekat dengan orang lain.
  - c. Ingin mendapatkan topik-topik untuk bisa melakukan interaksi sosial dengan orang lain disekitar lingkungannya.
  - d. Ingin dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya.
  - e. Ingin bisa menjalankan fungsi perannya sebagai seorang pegawai Pemda.
5. Kebutuhan Pelepas Ketegangan, seseorang dikatakan memiliki kebutuhan integratif sosial apabila :
  - a. Ingin melepaskan diri dari tekanan hidup.
  - b. Ingin sejenak melepaskan diri dan bersantai dari rutinitas pekerjaan (*refreshing*).
  - c. Ingin mengisi waktu luang.
  - d. Ingin menghilangkan rasa penat atau bosan akibat kejenuhan.
  - e. Ingin melupakan permasalahan yang sedang terjadi.

Dari faktor-faktor kebutuhan tersebut seseorang akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya tersebut dengan membaca surat kabar atau menggunakan media massa lain. Berdasarkan kerangka konsep penggunaan media cetak (Surat Kabar Harian) diukur dari:

1. Seseorang mencari informasi tentang Kabupaten Cilacap dan sekitarnya dengan membaca SKH Radar Banyumas, dikatakan dengan:
  - a. Frekuensi membaca SKH Radar Banyumas dalam satu bulan.
  - b. Durasi membaca SKH Radar Banyumas dalam satu kali membacanya.

2. Seseorang mencari informasi tentang Kabupaten Cilacap dengan melalui saluran komunikasi non media (keluarga/teman, komunikasi interpersonal, hobi, tidur), dikatakan dengan:
  - a. Frekuensi menghabiskan waktu bersama keluarga atau teman dalam satu minggu.
  - b. Frekuensi melakukan komunikasi interpersonal dengan lingkungan sekitarnya dalam satu minggu.
  - c. Frekuensi membicarakan hobi yang berkaitan dengan berita-berita dengan orang lain dalam satu minggu.
3. Seseorang mencari informasi tentang Kabupaten Cilacap dengan menggunakan media massa lain (koran, televisi, radio), dikatakan dengan:
  - a. Frekuensi membaca koran dalam satu minggu.
  - b. Frekuensi menonton televisi dalam satu minggu.
  - c. Frekuensi mendengarkan radio dalam satu minggu.
  - d. Durasi membaca koran dalam satu kali mengaksesnya.
  - e. Durasi menonton televisi dalam satu kali mengaksesnya.
  - f. Durasi mendengarkan radio dalam satu kali mengaksesnya.

## **I. Metodologi Penelitian**

### **I.1. Metode Penelitian dan Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode survai. Penelitian Survai adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok<sup>29</sup>. Dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif sehingga analisis data yang digunakan dari hasil

---

<sup>29</sup> Masri Singarumbun dan Sofian Effendi, *op.cit*, hlm. 91.

penelitian ini bersifat numerikal. Selain itu, penelitian ini bersifat eksplanatif karena mencari tahu hubungan antar variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel, yakni satu variabel terikat/dependen dan tiga variabel bebas/independen.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah frekuensi dan durasi bersama keluarga, teman-teman, komunikasi interpersonal, hobi dan sebagainya (Y1) ; frekuensi dan durasi membaca SKH Radar Bayumas (Y2) ; frekuensi dan durasi menggunakan media massa lain (SKH lain, radio, televisi (Y3). Sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah kebutuhan kognitif (X1), kebutuhan afektif (X2), kebutuhan integratif personal (X4), kebutuhan integratif sosial (X4), kebutuhan pelepasan ketegangan (X5).

## **I.2. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang menjadi tempat penelitian adalah Kantor Pemda Kabupaten Cilacap. Pertimbangan memilih lokasi penelitian di sana adalah karena Pemda Kabupaten Cilacap adalah salah satu lembaga yang bertanggungjawab memberikan pelayanan kepada masyarakat kabupaten Cilacap, sehingga Pemda memiliki tanggung jawab moral untuk mengetahui dan mengakses informasi-informasi yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat Kabupaten Cilacap dan untuk mengetahui peristiwa-peristiwa apa saja yang sedang terjadi di sekitar wilayah Kabupaten Cilacap. Di mana dengan mengetahui informasi-informasi tersebut Pemda Kabupaten Cilacap dapat membantu melayani dan membantu kemajuan masyarakat sekitar Kabupaten Cilacap, oleh karena itu mereka membaca surat kabar atau koran Radar Banyumas.

## **I.3. Populasi dan Sampel Penelitian**

### 1.3.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai test atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian<sup>30</sup>. Sedangkan Sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik sampel nonprobabilitas, dengan metode *purposive sampling*, di mana sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah Pegawai Pemda Kabupaten Cilacap. Pertimbangan yang digunakan dalam menentukan populasi dan sampel dalam penelitian ini dikarenakan mereka pernah atau masih membaca SKH Radar Banyumas. Berdasarkan data yang diperoleh didalam kantor kabupaten Cilacap terdapat 12 unit satuan kerja yang terbagi kedalam berbagai dinas. Sedangkan total jumlah pegawai yang berada dikantor Kabupaten Cilacap adalah sebanyak 400 orang (Data Pemda Cilacap, 2009).

### 1.3.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan teknik *simple random sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara acak<sup>31</sup>. Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 400 orang. Dari populasi tersebut diambil sampel penelitian

---

<sup>30</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, UGM Press, Yogyakarta, 2005, hlm. 147.

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung, 2006.

dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus sebagai berikut<sup>32</sup>

:

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)}$$

Keterangan :

n = besar sampel

N = besar populasi

d<sup>2</sup> = tingkat kepercayaan yang diinginkan (0,10)

$$\begin{aligned} &= \frac{400}{1 + 400(0,01)} \\ &= \frac{400}{1 + 4} \end{aligned}$$

Dari perhitungan dengan menggunakan rumus tersebut didapatkan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Pada awalnya peneliti berencana menggunakan metode proporsional sampling (yaitu metode pengambilan sampel pada suatu kelompok dengan secara proporsional), namun berdasarkan penjelasan dari Humas Pemda bahwa terdapat beberapa instansi yang sedang tidak bisa diganggu dengan penelitian maka peneliti memutuskan untuk menyerahkan kepada humas mengenai pembagian kuesioner tersebut sehingga peneliti mengambil sampel dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang

<sup>32</sup> Notoatmodjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2002.

yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Teknik ini biasanya dilakukan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh. Keuntungan dari pada teknik ini adalah terletak pada ketepatan peneliti memilih sumber data sesuai dengan variabel yang diteliti.<sup>33</sup>

#### **I.4. Jenis Pengumpulan Data**

Sumber data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari responden, yakni dari hasil pengisian kuesioner atau diperoleh melalui kuesioner. Sedangkan data kuesioner adalah data mengenai obyek atau responden yang telah tersedia dari sumber kedua atau sumber sekunder.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data primer didapatkan dari kuesioner yang telah diisi oleh pegawai Pemda Kantor Kabupaten Cilacap, selain itu digunakan teknik pengumpulan data dengan metode wawancara kepada beberapa responden. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data sekunder yang diperoleh didapatkan dari data-data yang menunjang untuk penelitian ini, misalnya berupa data jumlah pegawai Pemda Kabupaten Cilacap, profil kota Cilacap, profil Radar Banyumas.

#### **I.5. Teknik Penentuan Skor**

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner ini berisi daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data diperoleh dengan menyebarkan angket kepada sejumlah responden. Kuesioner yang digunakan nantinya menggunakan skala interval dengan metode likert, karena skala likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Alternatif pertanyaannya misalkan, dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang,

---

<sup>33</sup> Suharsimi Arikunto, 2006, *Evaluasi Program Pendidikan*, Bumi Aksara, Jakarta, hlm.87.

atau baik sampai tidak baik. Responden diminta untuk mengisi pernyataan dalam skala ordinal.

## **1.6. Uji Coba Instrumen**

### **1.6.1. Uji Validitas**

Validitas adalah tingkat kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrument tersebut. Validasi suatu kuisioner dinyatakan dengan tingkat kemampuan butir-butir pertanyaan dengan tujuan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan telah mengungkapkan faktor yang ingin diselidiki sesuai dengan kondisi populasinya.

Penentuan pengukuran valid atau gugur menggunakan standar koefisien validitas sebesar 0,30, karena item soal yang koefisien validitasnya minimal 0,30 dianggap memiliki daya beda yang memuaskan<sup>34</sup>. Item soal dinyatakan valid apabila koefisien validitasnya positif dan lebih besar atau sama dengan 0,30. Item soal yang memiliki koefisien validitas lebih kecil dari 0,30 atau bertanda negatif dinyatakan gugur. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas berkaitan dengan keajegan suatu alat ukur, yaitu sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Kepercayaan, keterandalan, kestabilan, konsistensi, adalah nama-nama lain dari reliabilitas yang pada pokoknya mengacu pada stabilitas skor, kemantapan pembacaan, atau kekonstanan hasil pengukuran<sup>35</sup>.

Untuk menghindari adanya kesalahan perhitungan maka penulis menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 12.00 dalam pengujian validitas.

---

<sup>34</sup> Azwar, S., 2005. *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi 3, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hlm. 31.

<sup>35</sup> *Ibid*,

## 1.6.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah menunjukkan pada tingkat keterandalan sesuatu, artinya dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan pada pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh  $>0,60$ <sup>36</sup>.

## 1.7. Analisis Data

### 1.7.1. Analisis Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan variabel independent dengan variabel dependent. Analisis korelasi menggunakan uji *Pearson Product Moment*.

### 1.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda adalah analisa yang menghubungkan lebih dari dua variabel yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari perubahan suatu variabel terhadap variabel lainnya<sup>37</sup>. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan bentuk persamaan umum sebagai berikut

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

---

<sup>36</sup> Sutrisno Hadi, 1991, *Analisa Butir Untuk Instrumen, Angket, Test, Dan Skala Nilai Dengan Basica*, Yogyakarta: Andi Offset, hlm. 57.

<sup>37</sup> Soehardi Sigit, *Pengantar Metode Penelitian Sosial-Budaya-Manajemen*, Cetakan Pertama, Kabupaten Sleman : BPFU UST, 1999.

Keterangan:

Y = Motivasi Membaca

X<sub>1</sub> = Kebutuhan kognitif

X<sub>2</sub> = Kebutuhan afektif

X<sub>3</sub> = Kebutuhan integratif personal

X<sub>4</sub> = Kebutuhan integratif sosial

X<sub>5</sub> = Kebutuhan pelepasan ketegangan

a = Konstanta

b<sub>i</sub> = Koefisien Regresi

### 1.7.3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisa regresi linier sederhana adalah analisa yang menghubungkan dua variabel yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari perubahan satu variabel terhadap variabel lainnya<sup>38</sup>. Analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini menggunakan bentuk persamaan umum sebagai berikut :

$$Y_2 = a + bX$$

Keterangan :

Y<sub>2</sub> = Motivasi Membaca

X = Faktor yang mempengaruhi

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

### 1.7.4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan uji t. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap

---

<sup>38</sup> *Ibid*,

variabel dependen secara individual. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas t hitung dengan taraf signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Ketentuan kriteria pengujian yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas t hitung (Sig.)  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_k$  ditolak. Ini berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas t hitung (Sig.)  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_k$  diterima. Ini berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

