

MOTIF MASYARAKAT PEMBACA TABLOID POSMO
(Studi Deskriptif Motif Masyarakat Surabaya Membaca Tabloid Posmo)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana
pada FISIP UPN : “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

M. Imam Muklas
NPM : 0643010395

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGDI ILMU KOMUNIKASI
JAWA TIMUR
2011**

MOTIF MASYARAKAT PEMBACA TABLOID POSMO

(Studi Deskriptif Motif Masyarakat Surabaya Membaca Tabloid Posmo)

Nama : M. Imam Muklas
NPM : 0643010395
Progdi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi
Menyetujui,**

Pembimbing Utama

Ir. H. Didiek Tranggono, MSi
NIP. 195812251990011001

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

Dra. Ec.Hj. Suparwati, MSi
NIP. 1955 0718 19830 22 001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, sang pemberi nafas hidup pada seluruh makhluk. Hanya kepadaNya-lah syukur dipanjatkan atas selesainya skripsi ini. Sejujurnya penulis akui bahwa pendapat sulit ada benarnya, tetapi faktor kesulitan itu lebih banyak datang dari diri karena itu, kebanggaan penulis bukanlah pada selesainya skripsi ini melainkan kemenangan dicapai tidak lepas dari bantuan berbagai pihak selama proses penyelesaian skripsi ini.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Bapak Ir. H. Didiék Tranggono, MSi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan perhatian untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan masukan yang berarti kepada penulis selama masa penyusunan skripsi ini. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang turut mendukung tersusunnya skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. DR. Ir. Teguh Soedarto, MP Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Ec.Hj. Suparwati, MSi Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Juwito, S.Sos, MSi Ketua Progdi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Seluruh Dosen Progdi Ilmu Komunikasi dan Staf Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu beserta keluarga yang selalu berdoa untuk kesuksesan Penulis dalam meraih cita-cita.
6. Terakhir namun sangat berarti bagi penulis, ucapan terima kasih kepada teman angkatan 2005 Progdi Ilmu Komunikasi.

Sungguh penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna dan penuh keterbatasan. Dengan harapan bahwa skripsi ini akan berguna bagi rekan-rekan di Progdi Ilmu Komunikasi, maka saran serta kritik yang membangun sangatlah dibutuhkan untuk memperbaiki kekurangan yang ada.

Surabaya, Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	Iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Sifat Berita.....	8
2.1.2 Nilai Berita.....	9
2.1.3 Teori Kebutuhan Terhadap Media Massa.....	10
2.1.4. Pengertian Motif.....	13
2.1.5. Model Uses and Gratifications.....	15
2.1.6. Isi Tabloit Posmo	18
2.1.7. Pembaca Tabloit Sebagai Khalayak Aktif media Massa ...	21
2.2. Kerangka Berpikir.....	23

BAB III.	METODE PENELITIAN.....	26
3.1	Defenisi Operasional.....	26
3.1.1.	Motif.....	26
3.2	Populasi, Sampel, dan Metode Penarikan Sampel.....	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2.	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.	Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
4.1.1	Tabloit Posmo	37
4.2	Penyajian Data dan Analisis Data	41
4.2.1	Identitas Responden	41
4.2.2	Motif Responden Pembaca Tabloit Posmo	47
4.2.2.1	Motif kognitif	47
4.2.2.2	Motif diversifikasi	55
4.2.2.3	Motif Identitas Personal	60
4.2.3	Motif responden keseluruhan dalam membaca tabloid Posmo	66
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	69
	DAFTAR PUSTAKA	70
	LAMPIRAN	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar .1 Model Uses And Gratifications.....	17
Gambar .2 Kerangka Berpikir.....	22



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.	Kelompok Usia Responden.....	33
Tabel 2.	Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 3.	Pendidikan Responden.....	36
Tabel 4.	Pernah membaca tabloid POSMO.....	37
Tabel 5.	Frekuensi membaca tabloid Posmo dalam satu bulan.....	38
Tabel 6.	Memperoleh informasi mengenai fenomena, peristiwa maupun kejadian di lihat dari sudut pandang mistik maupun klenik.....	39
Tabel 7.	Mengetahui siapa dan bagaimana fenomena atau peristiwa kejadian di lihat dari sudut pandang mistik maupun klenik.....	40
Tabel 8.	Mengetahui segala informasi keperluan untuk cari jodoh, cari <i>penglarisan</i> , agar naik kelas, agar disegani orang, ingin cepat punya anak, sembuh dari penyakit, banyak rejeki, naik jabatan, bahkan sampai hal yang negatif dan merusak seperti <i>santet, tenung, gendam</i>	41
Tabel 9.	Mempercayai segala informasi fenomena atau peristiwa kejadian di lihat dari sudut pandang mistik maupun klenik.....	42
Tabel 10.	Skor motif kognitif responden.....	50
Tabel 11.	Membaca tabloid Posmo hanya sebagai hiburan saja.....	52
Tabel 12.	Membaca tabloid Posmo hanya sekedar mengisi waktu luang	53
Tabel 13.	Membaca tabloid Posmo saya dapat melepaskan diri dari kejenuhan dalam melakukan aktivitas sehari-hari.....	54
Tabel 14.	Membaca tabloid Posmo saya dapat pencerahan dalam menyelesaikan masalah-masalah pribadi saya.....	55
Tabel 15.	Skor motif diversifikasi responden.....	56
Tabel 16.	Membaca tabloid Posmo karena pengalaman yang saya alami merupakan bagian dari peristiwa maupun kejadian mistik maupun klenik.....	57
Tabel 17.	Membaca tabloid Posmo karena ingin membuktikan peristiwa maupun kejadian mistik maupun klenik tersebut benar-benar ada.....	58
Tabel 18.	Membaca tabloid Posmo, karena ingin memperoleh pemahaman yang sama seperti masyarakat lainnya tentang peristiwa maupun kejadian di lihat dari sudut pandang mistik maupun klenik.....	59
Tabel 19.	Membaca tabloid Posmo, karena sering mengirimkan ulasan atau pertanyaan dalam rubrik-rubrik kontak batin dalam tabloid Posmo.....	61
Tabel 20.	Tabel total skor motif Identitas responden	62
Tabel 21.	Tabel keseluruhan motif dalam membaca tabloid Posmo.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner	71
Lampiran 2	Tabel Tabulasi	74



ABSTRAKSI

M. IMAM MUKLAS. Motif Masyarakat Pembaca Tabloid POSMO (Studi Deskriptif Motif Masyarakat Surabaya Membaca Tabloid Posmo)

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana motif masyarakat Surabaya pembaca tabloid Posmo. Tabloid posmo merupakan tabloid khusus yang membahas berbagai hal mengenai klenik. Tabloid posmo mengupas berbagai hal, fenomena, peristiwa maupun kejadian di liat dari sudut pandang mistik maupun klenik. Tabloid posmo berisikan kolom kontak batin, *off print*, majelis gaib posmo, laput, sufi, pakuwon, alternatif, lapsus, horoskop, bali, muhibah, serat, pasugihan, kejawen, pakeliran, meditasi, pasundan dan iklan. Dari penelitian ini dapat diketahui bagaimana motif masyarakat Surabaya dengan indikator tinggi, sedang dan rendah terhadap tabloid Posmo.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *model uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. pengklasifikasian motif digunakan kategori motif Blumler yaitu :Motif *Cognitif* (kebutuhan akan informasi) Motif *Diversi* (hiburan), Motif *Identitas Personal* (Personal Identity)

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang pernah membaca tabloid Posmo dengan batasan usia responden adalah 30 tahun sampai 70 tahun Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Orang yang menjadi sampel dalam penelitian diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif kognitif responden membaca tabloid Posmo mempunyai prosentase cukup tinggi diantara motif yang lainnya. Hasil ini mempunyai relevansi dengan karakter budaya dari masyarakat Surabaya yang masih ingin mengetahui tentang mistik dan klenik

Kata kunci : Motif, Masyarakat, Tabloid Posmo

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Salah satu kebutuhan yang cukup penting bagi masyarakat adalah kebutuhan akan informasi. Pada umumnya masyarakat selalu mencari informasi yang dianggapnya perlu untuk mereka ketahui. Masyarakat dapat mengikuti peristiwa-peristiwa yang terjadi disekitarnya maupun ditempat lain melalui informasi yang diperolehnya. Melalui informasi masyarakat dapat memperluas pandangan dan wawasan, serta dapat meningkatkan kedudukan dan peranannya dalam strata sosial di masyarakat. Peristiwa-peristiwa atau informasi yang terjadi disekitarnya tersebut dapat diketahui melalui media massa seperti media cetak. Kehidupan media cetak juga ditentukan oleh kondisi dimana media cetak tersebut muncul, yakni adanya sistem politik, sistem kekuasaan, serta kultur kekuasaan. Dari sisi lain sesuai dengan sifat media yang selalu kenyal dan dinamis, media cetak di Indonesia berkembang dengan segala sisinya. Selain mengikuti waktu periodik terbitnya setiap pagi atau petang, sebagai media harian, mingguan atau bulanan dan sesekali menerbitkan edisi khusus. Pengaruh unsur khalayak dalam media cetak juga sangat penting. Segala upaya penerbitan media cetak, sejatinya tertuju pada pemenuhan kebutuhan dan kepentingan publik. Media cetak melakukan kegiatan karena didorong oleh pengetahuan dan ketangkasan dalam mencapai

psikologi pembaca. Psikologi disini tertuju pada dorongan hati, selera, kepuasan, mimpi, popularitas, kehidupan modern, kesulitan hidup.

Usaha media cetak untuk mempertahankan dan menjaring pembaca mengindikasikan adanya khalayak yang beragam, khalayak pembaca biasanya teralokasi ke spesifikasi kelompok publik tertentu. Khalayak media cetak mempunyai banyak keragaman jenis dan karakteristik, karena media cetak kini sudah demikian penting bagi hidup bermasyarakat. Maka kerap yang dimaksud khalayak media adalah menyangkut suatu populasi yang luas, namun kini khalayak massa itu berpilah kedalam penggolongan khalayak tertentu (*a specialized audience*). Hal ini mengakibatkan perlunya membedakan antara khalayak dari sebuah media massa dengan khalayak berita dari sebuah media khusus sifat penerbitannya. (Santana,2005:211)

Media massa cetak memiliki keunggulan dalam hal informasi yang disajikan, salah satunya bentuk tulisan yang dapat mudah dipahami karena dapat dibaca berulang-ulang sehingga berita atau pesan yang disampaikan dapat dimengerti, selain informasi yang dikemas dalam bentuk tulisan juga sangat mudah didokumentasikan. Dalam hal ini media massa cetak yang diambil oleh peneliti adalah media cetak yang berbentuk tabloid. Tabloid sebenarnya adalah istilah suatu format surat kabar yang lebih kecil dengan ukuran 597 mm × 375 mm dari ukuran standar koran harian. Istilah ini biasanya dikaitkan dengan penerbitan surat kabar reguler non harian (bisa

mingguan, dwimingguan) yang terfokus pada hal-hal yang lebih “tidak serius”, terutama masalah selebritas, olah raga, kriminal maupun masalah budaya.

Salah satu tabloid yang terbit di Indonesia adalah tabloid Posmo, dengan slogan “membuka mata batin”. Tabloid posmo diterbitkan oleh PT. Ubede Media Ahiwarta Surabaya, dengan Surat ijin (SIUPP) no; 1142/SK/Menpen/SIUPP/199 tanggal 31 Maret 1999. Tabloid posmo merupakan tabloid khusus yang membahas berbagai hal mengenai klenik. Tabloid posmo didistribusikan di pulau jawa maupun di luar pulau jawa. Tabloid posmo mengupas berbagai hal, fenomena, peristiwa maupun kejadian di liat dari sudut pandang mistik maupun klenik. Tabloid posmo berisikan kolom kontak batin, *off print*, majelis gaib posmo, laput, sufi, pakuwon, alternatif, lapsus, horoskop, bali, muhibah, serat, pasugihan, kejawen, pakeliran, meditasi, pasundan dan iklan. (Posmo,2010:edisi 609)

Relevansi isi tabloid posmo dengan masyarakat secara umum bahwa posmo (*post modernisme*) didefinisikan sebagai suatu pemikiran/filosofi yang menisbikan segala kebenaran, tidak ada kebenaran mutlak. Semua relatif, tergantung siapa yang mengintrepretasikan kebenaran. Konsekuensi posmo yang merelatifkan kebenaran adalah bentuk-bentuk spiritualisme yang bersifat *panteistik*. Masyarakat Indonesia adalah salah satu negara yang mempercayai klenik. Di semua tempat selalu ada orang maupun benda atau makhluk apapun itu yang jadi tujuan orang-orang untuk meminta sesuatu. Mulai dari paranormal, buku-buku primbon, tempat-tempat yang dikeramatkan, benda-

benda bertuah. Klenik yang bisa diartikan mempercayai suatu kekuatan di luar kuasa manusia yang diwujudkan dalam bentuk benda-benda atau hapalan-hapalan, termasuk juga di dalamnya *santet*, *susuk*, *jimat-jimat*. Klenik adalah bagian dari syirik yang sifatnya bisa samar, maupun terang. Masyarakat Indonesia telah begitu terbiasa dengan perilaku ini, mulai dari rakyat kecil sampai pejabat, pengusaha dan politikus juga melakukannya. Mulai dari keperluan untuk cari jodoh, cari *penglarisan*, agar naik kelas, agar disegani orang, ingin cepat punya anak, sembuh dari penyakit, banyak rejeki, naik jabatan, bahkan sampai hal yang negatif dan merusak seperti *santet*, *tenung*, *gendam*. Seolah masyarakat tidak bisa hidup bila tidak melakukan klenik. Klenik pada dasarnya tidak bisa dinalar dengan logika. Klenik bekerja berdasarkan salah satu atau gabungan dari sugesti, adanya pihak ketiga dan faktor nasib. (<http://www.henriwiratsongko.co.cc/2009/01/perilaku-klenik-politikus.html>)

Dalam terbitannya, tabloid posmo lebih mengembangkan cerita *human interest*. Khalayak pembaca diajak mengenali persoalan dengan ringan, mengalir dan tidak rumit. Tiap soal menjelaskan melalui peristiwa. Peristiwa demi peristiwa yang menjalin kisah yang membingkai tema besar kemanusiaan. *Human interest* berarti berbagai hal yang terkait dengan ketertarikan dan minat orang-seorang. Kisah-kisah *human interest* bisa menyangkut tentang *people* dan *things*, orang-orang dan pikirannya. Pengisahan tentang orang-seorang lebih diminati khalayak daripada kisah-

kisah tentang pikiran orang. Terlebih kisah tentang orang-seorang itu lebih disukai yang bersifat tidak biasa dibanding yang lazim terjadi. Akan tetapi, ketidakbiasaan orang itu bukan hal yang utama. Pada hakikatnya bukan *people* atau orang-seorang yang diburu, tapi ketidakbiasaan peristiwa itu penting, segala sesuatu yang menyangkut orang ialah sesuatu yang hidup titik berat terletak pada peristiwa-peristiwa hidup. Ketidakbiasaan peristiwa merupakan penarik cerita berikutnya. Kisah-kisah *feature* tidak muncul dari tempat yang bersifat formal. Cerita bersifat *human interest* tidak terjadi di tempat yang sudah solid kejadiannya. Kisah *human interest* tidak terdeteksi pola dan rincian kejadiannya. (Santana, 2005:35-37)

Dalam hubungannya dengan penggunaan media massa termasuk di dalamnya tabloid posmo, tentu saja tidak terlepas dari adanya kebutuhan serta dorongan yang timbul dan berkembang dalam diri individu sehingga seseorang menggunakan tabloid posmo sebagai sumber informasinya. Dorongan inilah yang sering disebut motif, tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mempertahankan eksistensinya. (Effendi, 1984 : 45). Kebutuhan yang terkait dengan munculnya motif seseorang dalam membaca media massa cetak dibagi menjadi 3, yaitu kebutuhan kognitif (kebutuhan akan informasi), kebutuhan diversifikasi (kebutuhan akan hiburan) dan kebutuhan identitas personal (kebutuhan untuk memperkuat/menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan situasi khalayak sendiri).

Adanya kebutuhan untuk membaca tabloid posmo, sebagai jawaban dari adanya motif membaca. Kebutuhan inilah yang mendorong individu untuk bersikap dan bahkan berperilaku. Namun kebutuhan pada setiap individu tidaklah sama, kebutuhan yang tidak sama ini sesuai dengan keingintahuan individu tersebut yang tumbuh sejalan dengan tingkat perkembangannya. Dengan adanya kebutuhan tersebut, maka peneliti akan tahu apa yang mendasari pembaca dalam membaca tabloid posmo, dimana motif merupakan dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri individu dalam melakukan sesuatu.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana motif masyarakat tentang tabloid posmo tersebut. Beberapa hal yang menjadi latar belakang penelitian salah satunya bahwa tabloid posmo telah sampai pada tahun ke 11 dalam terbitannya dan telah mencapai edisi 609 maka dapat diasumsikan bahwa tabloid posmo banyak di konsumsi masyarakat sebagai media informasi yang menarik. Jaringan distribusi yang tersebar diseluruh pelosok nusantara menjadikan tabloid posmo mempunyai distribusi meliputi pulau jawa dan luar pulau jawa. Masyarakat dalam penelitian ini adalah masyarakat surabaya yang membaca tabloid posmo selama 3 bulan berturut-turut hal ini agar diperoleh informasi dan data yang diharapkan oleh peneliti.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana motif masyarakat Surabaya membaca Tabloid Posmo”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif masyarakat Surabaya dalam membaca tabloid Posmo.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan teoritis yaitu :
 - a. Menerapkan teori komunikasi massa mengenai motif pembaca dalam membaca tabloid.
 - b. Sebagai bahan acuan serta menambah referensi perpustakaan khususnya ilmu komunikasi kepada peneliti yang lain.

2. Kegunaan praktis yaitu penelitian ini diharapkan memberikan masukan tentang minat pembaca terhadap tabloid dimana pembaca selalu mencari informasi apapun yang sedang terjadi di masyarakat.