

MOTIF PRIA SURABAYA DALAM MEMBACA MAJALAH MAXIM

(Studi Deskriptif tentang Motif Pria dalam Membaca

Majalah MAXIM di Wilayah Surabaya)

SKRIPSI



HERLY NUR

NPM. 0843 010 129

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2012

MOTIF PRIA SURABAYA DALAM MEMBACA MAJALAH MAXIM
(Studi Deskriptif tentang Motif Pria dalam Membaca
Majalah MAXIM di Wilayah Surabaya)

Oleh :

HERLY NUR
NPM. 0843 010 129

Telah di pertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran“ Jawa Timur
Pada Tanggal 13 Desember 2012

PEMBIMBING

Drs.Saifuddin Zuhri,M.Si
NPT. 3 700694 0035 1

TIM PENGUJI

1. Ketua

Juwito,S.Sos.M.Si
NPT.3 6704 9500 361

2. Sekertaris

Drs.Saifuddin Zuhri,M.Si
NPT. 3 700694 0035 1

3. Anggota

Z.Abidin Achmad,S.Sos.M.Si.M.Ed
NPTY. 373 039 901 701

Mengetahui
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195 0718 9830 22001

Judul Penelitian :

MOTIF PRIA SURABAYA DALAM MEMBACA MAJALAH MAXIM
(Studi Deskriptif tentang Motif Pria dalam Membaca
Majalah MAXIM di Wilayah Surabaya)

Nama Mahasiswa : Herly Nur

NPM : NPM. 0843 010 129

Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti ujian Lisan/Skripsi

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Z.Abidin Achmad,S.Sos.M.Si.M.Ed
NPTY. 373 039 901 701

Mengetahui
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195 0718 9830 22001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil `Alamiin, sujud syukur pada Allah SWT yang tiada hentinya memberikan rahmat, hidayah dan barokahnya sehingga penulis mempunyai kekuatan menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penelitian ini, penulis mendapat pengalaman yang luar biasa. Pengalaman yang mampu menjadi pelajaran yang sesuai dengan Ilmu Komunikasi yang menjadi studi kuliah penulis. Dalam pelaksanaan penelitian, penulis diberi kesempatan untuk mencari informasi seakurat dan sedetail mungkin, serta menganalisisnya untuk dijadikan penelitian.

Keberhasilan dalam penelitian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan bapak Zainal Abidin Achmad S.sos.,M.Si.M.Ed selaku pembimbing utama dan ketua Jurusan Ilmu Komunikasi bapak Juwito, S.Sos.M.si. Penulis juga mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Syafruddin Zuhfri, S.Sos, M.Si selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen pengajar program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak membantu selama menempuh kuliah

4. Orang tua yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, kasih sayang yang tak terhingga juga mendukung saya untuk menyelesaikan laporan ini baik moril maupun materiil.
5. Untuk Riski Fierna yang telah mensupport menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk Norma Rachmawati yang telah membantu dan memberi masukan dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Untuk teman-teman ilmu komunikasi UPN veteran Jawa Timur khususnya angkatan 2008 yaitu Ferza, Karsa, Agung, Tino, Fajar, Riski
8. Untuk teman-teman rumah kontrakan Bendul Merisi Selatan yang selalu mensupport.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat serta karunia-nya atas jasa jasa yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karenanya, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Surabaya, 3 Desember 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKS	vii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Majalah Sebagai Media Komunikasi Massa	9
2.2. Majalah Sebagai Media Komunikasi Massa	10
2.3. Teori Kebutuhan Terhadap Media Massa	12
2.4. Pengertian Motif	13
2.5. Teori Uses and Gratifications	15
2.6. Pembaca Majalah Sebagai Khalayak Aktif Media Massa	19
2.7. Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.1.1. Definisi Operasional	26
3.1.2. Motif	26
3.2. Populasi dan Sampel	31
3.2.1. Populasi	31
3.2.2. Sampel Dan Teknik Penarikan Sampel	32
3.3. Sumber Data	33
3.4. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	34

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1.	Sejarah Perkembangan Majalah MAXIM	36
4.1.2.	Rubrik-Rubrik Majalah MAXIM	38
4.1.3.	Gambaran Umum Masyarakat (Responden) terhadap Majalah MAXIM	40
4.2.	Analisis Dan Penyajian Data	41
4.2.1.	Karakteristik Responden	42
4.2.2.	Motif Responden dalam membaca majalah MAXIM ...	47
4.2.2.1.	Motif Kognitif	48
4.2.2.2.	Motif Identitas Personal	57
4.2.2.3.	Motif Diversi	64
4.3.	Pembahasan	68
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	70
5.2.	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN		

ABSTRAKS

Herly Nur. Motif Pria Surabaya Dalam Membaca Majalah MAXIM (Studi Deskriptif Motif Pria Dalam Membaca Majalah MAXIM)

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana motif masyarakat Surabaya membaca majalah MAXIM. Majalah MAXIM merupakan majalah pria dewasa yang 60% dari isinya adalah tentang wanita dan sex ada pula tentang kesehatan pria dan artikel – artikel yang mengulas tentang model yang mengulas tentang sex serta foto – foto dari model atau artist ternama yang memakai pakaian minim dan pose yang berani. Dari penelitian ini dapat diketahui bagaimana motif pria Surabaya dengan indikator tinggi, sedang, dan rendah terhadap Majalah MAXIM.

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 katagori motif Blumler yaitu : Motif Kognitif (kebutuhan akan informasi) Motif Diversi (hiburan), Motif Identitas Personal (Personal Identity)

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah Pria Surabaya yang pernah membaca majalah MAXIM dengan batasan usia responden adalah 21 – 45 tahun. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah teknik Eksidental sampling yaitu mengambil jawaban dari siapa saja orang yang dijumpai dan telah ditentukan klasifikasinya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga motif yaitu motif kognitif, motif identitas personal dan motif diversi responden membaca majalah MAXIM, pada motif kognitif dan difersi mempunyai prosentase yang tinggi, sedangkan pada motif identitas personal mempunyai prosentase yang sedang. Hasil ini mempunyai relevansi bahwa majalah MAXIM bertemakan lifestyle pria dewasa metropolitan dan isi dari majalah yang mencakup dari beragam informasi yang dibutuhkan oleh pria dewasa.

Kata kunci : Motif, Masyarakat, Majalah MAXIM

ABSTRACT

Herly Nur. Surabaya's Society Motives to Read MAXIM Magazine
(Descriptive Study on Surabaya's Society Motives to Read MAXIM Magazine)

Objectives of this research are to know how about Surabaya's society motives to reading MAXIM magazine. MAXIM magazine is an adult magazine that 60% of its contents are about women and sex, as well as about men healthy and articles that exploring about models who exploring about sex and photos of well-known models or artists that wear minimized cloth and fearless pose. From this research, it can be known about how Surabaya's society motives with the indicator of high, medium, and low to MAXIM Magazine.

The theory that used in this research is uses and gratifications model shows that being major problems is not on how media was changed attitudes and behaviors of society, but how media can meet individual and social needs of society. Motives classifications are used on Blumler's motives category, i.e.: Cognitive motive (needs of information), Diversion motive (pleasure), and Personal Identity motive.

Research method that used was quantitatively descriptive. The populations of this research are Surabaya's society that has been read the MAXIM magazine with age limitation of respondent are 21 to 45 years old. Sampling technique in this research is accidental sampling technique, which is taking answer of who else the people that met by researchers and had been established their classification.

The results of this research show that of the third motives that is cognitive motive, personal identity motive, and diversion motive of respondent that reading MAXIM Magazine, in cognitive motive and diversion motive are have high percentage, while in personal identity motive was have medium percentage. This results have relevance that MAXIM magazine which has theme of metropolitan adult men lifestyle and the content of magazine consist of various information that needed by adult men.

Keywords: Motive, Society, MAXIM Magazine

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu kebutuhan yang cukup penting bagi masyarakat adalah kebutuhan akan informasi. Pada umumnya masyarakat selalu mencari informasi yang dianggap 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 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 sifat media yang selalu kenyal dan dinamis, media cetak di Indonesia berkembang dengan segala isinya. Selain mengikuti periodik terbitnya setiap pagi atau petang, sebagai media harian, mingguan, atau bulanan dan sesekali menerbitkan edisi khusus. Pengaruh unsur khalayak dalam media cetak, sejatinya tertuju pada pemenuhan kebutuhan dan kepentingan publik. Media cetak melakukan kegiatan karena didorong oleh pengetahuan dan ketangkasan dalam mencapai psikologi pembaca.

Usaha media cetak untuk mempertahankan dan menjaring pembaca mengidentifikasikan 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 Majalah. Majalah sebenarnya adalah terbitan bersekala yang berisi meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan tentang topik aktual yang patut diketahui pembaca, dan menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan dan menurut pengkhususan isinya, dibedakan atas majalah berita, wanita, pria, remaja, olahraga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu, hiburan, budaya dan lain-lain.

Salah satu majalah yang terbit di Indonesia adalah majalah Maxim. Majalah Maxim adalah merk sebuah terbitan majalah khusus pria dewasa. Majalah ini terbit secara bersekala dalam jangka waktu sebulan sekali. Majalah

Maxim didistribusikan di berbagai banyak daerah baik pulau Jawa maupun di luar pulau Jawa.

Isi dari Majalah Maxim banyak yang berkaitan dengan kebutuhan lifestyle pria dewasa metropolis. Majalah ini berisi tentang fashion, wanita dan sex, movie, music, IPTEK (gadget dan teknologi terbaru), sport, event, game dan beberapa artikel yang mengulas tentang tips-tips bagi pria. Permasalahan terbesar adalah banyak sekali masyarakat yang beranggapan bahwa Majalah Maxim ini adalah majalah yang bertemakan majalah “sex” karena Majalah Maxim 60% nya adalah gambar seksi dan hot, tidak hanya itu Majalah Maxim seringkali memasang foto model-model yang seksi dan menggoda yang menjadikan wanita sebagai objeknya. Secara spesifik Majalah Maxim di bagi menjadi beberapa rubrik antara lain : wanita dan sex (yang mengulas tentang wanita dengan kata-kata vulgar, dalam rubrik ini juga ditampilkan foto-foto model dengan gaya yang seksi yang dapat membuat pembacanya menjadi berimajinasi. Tidak hanya itu rubrik ini juga memberikan tips-tips bagi pria untuk membahagiakan pasangannya). IPTEK (dalam rubrik IPTEK membahas tentang teknologi-teknologi terkini seperti digital, handphone, laptop, PC dan barang-barang baru seputar IT). Otomotif (mengulas tentang trend-trend mobil yang baru diluncurkan atau dikeluarkan di pasar Indonesia). Sport (mengulas tentang sepak bola, balapan dan sport lainnya). Fashion (dalam rubrik ini segala sesuatu yang berhubungan dengan fashion terbaru meliputi pakaian, sepatu hingga aksesoris hingga trend dalam dunia fashion) dengan adanya rubrik ini diharapkan para pembaca mengerti tentang trend fashion yang terkenal, dan akhirnya mempunyai gambaran dalam memilih fashion yang

sesuai dengan karakteristik pembacanya. Health/kesehatan (terdapat beberapa iklan yang dapat menjaga kesehatan tubuh para pria dewasa). Tidak ketinggalan, Majalah Maxim juga memberikan review yang mengulas tentang hiburan seperti movie, tempat wisata yang menantang untuk di kunjungi oleh para pria pencinta traveling, game, dan food (tempat – tempat makan yang mempunyai ciri khas baik itu dari makanan ataupun tempatnya).

Dalam hubungannya dengan penggunaan media massa termasuk majalah, tentu saja tidak lepas dari adanya suatu kebutuhan serta dorongan yang timbul dan berkembang dari dalam diri individu sehingga orang menggunakan majalah sebagai sumber informasinya. Dorongan ini yang disebut motif, tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mempertahankan eksistensinya. (Effendi, 2003:45)

Motif adalah dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam individu untuk melakukan sesuatu yang timbul karena adanya kebutuhan. Adanya kebutuhan menciptakan ketegangan yang memotivasi adanya tindakan. Banyak motif yang timbul pada masing-masing individu itu merupakan faktor bawaan atau gabungan antara faktor bawaan dan pengalaman yang disebabkan oleh banyaknya kebutuhan-kebutuhan yang dimiliki oleh individu tersebut (As'ad dalam Yanti,2003:13)

Untuk mengamati seseorang tidaklah hanya dengan mengamati tindak perbuatannya saja, tetapi juga perlu melihat atau memperhatikan hal yang melatarbelakanginya, apa saja yang mendorongnya melakukan tindak perbuatannya tersebut dan apa yang menjadi motifnya.

Dalam model Use and Gratifications dijelaskan bahwa model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah Use and Gratifications, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan (Rachmant,1999:65).

Model Use 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. Jadi, bobotnya adalah pada khalayak aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2003:289).

Secara umum beberap akebutuhan yang dapat dipenuhi oleh media massa adalah kebutuhan akan informasi (kognitif), kebutuhan akan hiburan (diversi), kebutuhan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri (identitas personal) (Racmat, 2001:66). Jadi kebutuhan untuk pembaca majalah lifestyle, sebagai jawaban adanya motif membaca majalah lifestyle.

Kenbutuhan 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 bagaimana motif yang mendasari masyarakat Surabaya dalam membaca Majalah Maxim, dimana motif merupakan dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri individu dalam melakukan sesuatu.

Peneliti memilih Majalah Maxim dikarenakan Majalah Maxim merupakan majalah pria dewasa metropolis karna isi majalah ini banyak berkaitan tentang lifestyle pria yang tinggal didaerah perkotaan. Dalam terbitannya Majalah Maxim, selain berisi artikel-artikel bagi orang dewasa juga banyak menampilkan foto-foto model yang bergaya sexy. Hal ini sesuai dengan segment pasar majalah ini yaitu kaum pria dewasa mulai usia 21 tahun sebagai pembacanya. (sumber: maxim.co.id)

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana kebutuhan masyarakat Surabaya itu sendiri sehingga memunculkan motif untuk membaca Majalah Maxim dan menghitung indikator dari ke3 motif blummer yaitu tinggi, sedang dan rendahnya dari setiap masing – masing motif. Hal ini dilihat dari segi isi majalah yang hampir 60% dari majalah Maxim adalah tentang wanita dan sex, dan dari segi harganya Rp. 39.500,00 Majalah Maxim merupakan majalah untuk kalangan kelas atas. Apakah itu kebutuhan untuk menambah pengetahuan baru, atau keinginan masyarakat untuk mendapat identitas sosial dengan lingkungan sekitar, ataupun keinginan masyarakat untuk mendapat hiburan. Namun, yang menjadi pokok permasalahan adalah apakah pesan dalam Majalah Maxim akan memungkinkan terpenuhi dengan baik sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Peneliti memilih masyarakat Surabaya dengan jenis kelamin pria dan segment usia 21 – 45 tahun sebagai objek penelitian, ini disebabkan karena pembaca dari majalah ini dikategorikan sebagai pria dewasa. Peneliti juga memilih masyarakat yang berlangganan Majalah Maxim secara menerus.

Sementara Peneliti memilih kota Surabaya sebagai cakupan penelitian, dikarenakan Surabaya ibu kota provinsi Jawa Timur dengan tipe penduduk yang majemuk dan heterogen. Selain itu masyarakat Surabaya juga memiliki ciri kosmopolitan dan dekat dengan media massa.

Berdasarkan uraian diatas pada dasarnya peneliti ingin melakukan penelitian menitikberatkan pada motif yang mendasari individu (pembaca/masyarakat) membaca Majalah Maxim.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka permasalahan dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Motif Masyarakat Surabaya Dalam Membaca Majalah Maxim?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif masyarakat Surabaya dalam membaca majalah Maxim?

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Menerapkan teori komunikasi massa mengenai motif pembaca dalam membaca majalah.
- b. Sebagai bahan acuan serta tambahan referensi perpustakaan khususnya Ilmu Komunikasi pada penelitian lainnya.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai bahan masukan bagi pihak penerbitan Majalah Maxim, khususnya mengenai motif pelanggan dan minat baca maupun penggunaan media cetak tersebut. Serta dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

3. Kegunaan Sosial

Memberikan wawasan dan cara pandang khalayak media cetak dalam memilih penggunaan media cetak khususnya majalah.