

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia akan informasi dewasa ini menjadi sebuah kebutuhan yang tidak dapat dikesampingkan. Hal tersebut mendorong manusia untuk mencari informasi dari berbagai sumber, agar manusia dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan kepentingannya serta memperluas cakrawala pengetahuannya. Salah satu sumber informasi yang dipakai oleh manusia adalah media massa. Hal tersebut dibuktikan dengan dijadikannya media sebagai sumber dominan, bukan saja bagi individu untuk melihat realitas kehidupan tetapi dipakai pula oleh masyarakat dan kelompok secara kolektif, media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan (Mc Quail, 1996: 3).

Seperti yang diibaratkan oleh Djafar Asssegaf bahwa manusia modern tidak lagi dapat hidup tanpa mendapat suguhan pers, yang memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi (1991:1). Dimana media mampu menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, media dipakai sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dari dunia luar.

Banyak sekali sumber media yang digunakan untuk mendapatkan informasi terkini, Media cetak adalah salah satu media yang dianggap paling besar

pengaruhnya dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh manusia. Seiring dengan meningkatnya kemajuan teknologi di bidang komunikasi massa (khususnya di bidang media cetak) mendorong terjadinya berbagai kemajuan di bidang pers seperti percetakan yang mampu menghasilkan ratusan, ribuan, bahkan jutaan eksemplar surat kabar, majalah ataupun tabloid dalam waktu yang relatif cepat tersaji dengan baik. (Uchjana, 2003 : 83).

Peran media massa merupakan penghubung komunikasi massa untuk menjangkau khalayak banyak, dimana pesan yang disampaikan oleh media massa itu bersifat umum. Media massa berperan dalam menambah pengetahuan, mengubah perilaku maupun mengubah pendapat dengan suatu maksud tertentu yang ingin dicapai. Tidak hanya itu saja khalayak selalu mempunyai rasa ingin tahu tentang kejadian yang ada disekitarnya, tapi mereka tidak bisa memenuhi itu tanpa bantuan pihak lain. Dalam hal ini dibutuhkan suatu pranata atau lembaga yang dapat mencari informasi dan dapat memenuhi kebutuhan khalayak, lembaga yang dimaksud adalah pers (Effendy, 1989 : 21).

Komunikasi massa diarahkan kepada khalayak yang relatif luas dan heterogen serta anggotanya anonim, hal ini sesuai dengan istilah *mass audience* (khalayak massa). Tiga karakteristik inilah ukuran luas, heterogenitas dan anonimitas yang dianggap dapat membedakan komunikasi massa dengan bentuk-bentuk komunikasi yang lain yang cenderung terbatas, terarah dan personal. Tetapi juga tidak menutup kemungkinan, berdasarkan pandangan yang lebih lanjut, komunikasi massa tidak bisa dipandang hanya dari ketiga karakteristiknya diatas

dikarenakan khalayak memiliki banyak aspek sosiologis lain dari kumpulan manusia yang disebut *massa*.

Pada zaman modern seperti sekarang ini, jurnalistik tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi, tetapi juga mendidik, menghibur, dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu.” (Effendy, 2003:93) .Media massa sebagai lembaga penyedia informasi berlomba-lomba untuk dapat menyediakan informasi yang terhangat, terlengkap, terakurat dan tercepat. Singkatnya menyajikan yang terbaik untuk kebutuhan informasi khalayak. Namun tidak semua berita yang diterbitkan, yang dinilai baik oleh wartawan atau redaktur sudah baik juga menurut khalayak. Media informasi yang mampu menyampaikan berita sesuai harapan khalayak, berita yang berkualitas meliputi beberapa unsur-unsur, diantaranya aktual, faktual, adanya nilai penting, dan menarik. Surat kabar yang memenuhi ke empat unsur tersebutlah yang dengan sendirinya akan bertahan dan penjualan oplah pembacanya pun semakin luas.

Khalayak dalam perspektif komunikasi massa, suatu khalayak yang sangat aktif mencari apa saja yang mereka inginkan, khalayak bukan lagi tubuh pasif yang menerima apa saja informasi yang diberikan, melainkan khalayak sesungguhnya aktif menyaring informasi sesuai kebutuhan melalui proses yang disebut terpaan selektif dan persepsi selektif. Khalayak mengkaji pesan media massa dengan membicarakannya kepada orang lain atau membandingkannya dengan isi media lain (Charles R. Wright, 1989: 4).

Khalayak sebagai tujuan akhir dari proses komunikasi menjadi perhatian banyak ahli komunikasi, mengingat peranan aktifnya dalam menentukan media apa yang akan diperhatikan dan persepsi apa yang akan diberikan terhadap informasi, apakah itu persepsi positif ataupun negatif. .Dalam komunikasi massa merupakan kelompok yang beraneka ragam, kebanyakan penerima pesan dalam komunikasi massa juga tidak dikenal oleh sumber pesan. Oleh sebab itu menyebabkan persepsi khalayak terhadap suatu informasi pada surat kabar berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dari khalayak tersebut.

Dalam surat kabar terdapat berbagai macam informasi yang dapat dikonsumsi oleh khalayak. Salah satunya adalah informasi olahraga sudah lebih mudah dipublikasikan oleh berbagai media massa sehingga masyarakat selalu mendapatkan perkembangan informasi berita-berita olahraga terkini.

Pada dewasa ini berita olahraga menjadi sangat populer dan penting bagi masyarakat. Salah satunya yaitu olahraga sepak bola yang merupakan olahraga paling populer di dunia saat ini. Sepak bola di gemari baik tua maupun muda ,pria maupun wanita, kaya ataupun miskin semua menggilai olahraga sepak bola. Berbagai media massa baik cetak maupun elektronik menyajikan berita-berita sepak bola teraktual dan terpercaya agar informasi atau isu-isu sepak bola yang berkembang saat ini bisa di konsumsi oleh khalayak secara menarik. Oleh sebab itu didalam surat kabar Tribun Lampung terdapat sebuah rubrik khusus yang menyajikan informasi-informasi olahraga sepakbola yaitu rubrik "*Superball*".

Banyaknya media massa saat ini yang menyediakan informasi mengenai sepakbola membuat khalayak tidak susah lagi mencari atau mengakses informasi

untuk menambah pengetahuannya dalam bidang sepak bola. Namun tidak semua media massa tersebut menyediakannya secara eksklusif. Media massa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan sesuai dengan motif yang ada pada khalayak tentu akan digemari. Namun jika media tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi khalayaknya, dengan sendirinya media itu akan ditinggalkan khalayaknya. Sehingga dapat dikatakan bahwa khalayak sesungguhnya aktif dalam menggunakan media untuk meningkatkan pengetahuan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita dan persepsi juga merupakan suatu proses kognitif psikologis dalam diri manusia yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan yang digunakan untuk memaknai objek (Mulyana, 2001: 167).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, sebuah media massa yaitu surat kabar memiliki keterkaitan dengan persepsi seseorang, kelompok orang atau masyarakat. Karena persepsi khalayak dalam memaknai suatu informasi berita yang disampaikan oleh suatu surat kabar tertentu bisa membentuk citra tersendiri pada surat kabar tersebut apakah dianggap mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan khalayak, dan citra yang ditimbulkan tersebut dapat dijadikan sebagai evaluasi atau tolak ukur keberhasilan suatu surat kabar dalam menyampaikan informasi yang lengkap dan menarik.

Rubrik merupakan sistem penempatan suatu bahasan yang bersifat khusus, seperti bahasan mengenai politik, ekonomi, olahraga dan bahasan lainnya yang ditunjang dengan analisis maupun foto yang menunjang bahasan dalam halaman surat kabar, tabloid, atau , majalah. (Prakoso,1995:46-47). Rubrik “*Superball*” bertujuan untuk memudahkan khalayak dalam mencari berita olahraga sepak bola yang ada pada surat kabar. Dengan demikian pembaca surat kabar dapat menemukan langsung berita sepak bola dalam rubrik “*Superball*”.

Alasan rubrik “*Superball*” dalam surat kabar layak dijadikan objek penelitian, karena olahraga merupakan bidang yang paling banyak diakses oleh khalayak disamping bidang politik, ekonomi dan hiburan. Hampir di setiap media massa pada saat ini selalu menuliskan berita atau informasi mengenai olahraga di dalam setiap terbitannya. Bagi sebagian besar orang informasi olahraga yang paling banyak diminati dan diakses adalah informasi mengenai sepak bola. Tidak bisa dipungkiri, saat ini sepak bola merupakan olah raga yang paling populer di dunia. Bahkan tidak jarang berita mengenai sepak bola bisa mengalahkan berita mengenai politik atau ekonomi yang sedang hangat-hangatnya.

Penulis memilih meneliti rubrik “*Superball*” yang ada dalam Surat Kabar Harian Tribun Lampung karena surat kabar ini mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat karena harganya yang ekonomis dibandingkan surat kabar sejenis lainnya. Selain itu rubrik olahraga yang ada pada surat kabar Tribun Lampung berbeda dari rubrik olahraga yang ada pada surat kabar harian lokal lainnya, informasi yang disampaikan lebih lengkap dan menarik. Tidak seperti kebanyakan rubrik olahraga pada surat kabar lainnya yang semua cabang olahraga bisa

ditemukan pada satu halaman, ini menjadikan ulasan mengenai salah satu olahraga seperti sepakbola menjadi kurang lengkap dan menarik, hanya memaparkan hasil atau skor pertandingan karena keterbatasan ruang namun tidak membahas mengenai sisi lain dari sepakbola itu sendiri seperti, informasi mengenai pemain kunci, atau hal-hal kecil namun membuat pembaca tertarik. Selain itu juga meski merupakan surat kabar yang keberadaannya tergolong baru, namun eksistensi surat kabar Tribun Lampung sudah dapat dikatakan baik. Tribun Lampung yang terbit pertama kali sejak 8 Juni 2009 di Provinsi Lampung, Meski tergolong baru sudah mampu bersaing dengan koran-koran lokal terdahulu, seperti Lampung Post dan Radar Lampung.

Dari hasil pra-survey rubrik "*Superball*" dalam surat kabar harian Tribun Lampung hadir setiap hari. Lembaran rubrik "*Superball*" Tribun Lampung ini memiliki satu halaman yang berisi tentang informasi khusus tentang perkembangan dunia sepak bola dan berada pada halaman 17 surat kabar Tribun Lampung. Rubrik "*Superball*" menginformasikan jadwal pertandingan, statistik, berbagai kejadian dan hasil pertandingan, analisis kesiapan tim-tim yang akan bertanding termasuk didalamnya prakiraan pemain serta rekor "*head to head*" kedua tim yang akan bertanding.

Dari beberapa pembaca, peneliti memilih Unit Kegiatan Mahasiswa Sepakbola Universitas Lampung sebagai sumber informasi dalam penelitian ini. Alasan dipilihnya Unit Kegiatan Mahasiswa Sepakbola Universitas Lampung karena merupakan tim internal kampus yang berlatih sepakbola secara rutin, yang beranggotakan mahasiswa dengan latar belakang individu yang berbeda-beda

seperti, perbedaan suku, usia, agama dan latar belakang pendidikan. Hal-hal tersebut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi khalayak terhadap suatu media massa. Selain itu peneliti menganggap bahwa khalayak mempunyai pengetahuan lebih mengenai sepakbola dan mampu memberikan informasi yang lebih dibandingkan dengan khalayak lain.

Terkait hal tersebut di atas, dalam penyajiannya muncul persoalan mendasar yaitu dalam penyajian sebuah berita olahraga yang berkualitas dan menarik dari sberbagai aspek untuk dituangkan kedalam media surat kabar, tidak hanya memperhatikan isi pesan atau informasi mengenai berita olahraga saja yang penting, melainkan gambar atau foto-foto eksklusif yang cukup besar disertai biodata lengkap sang pemain menjadi salah satu daya tarik sebuah rubrik , kemudian layout dengan porsi yang luas , bahkan warna yang menarik pada rubrik tersebut perlu diperhatikan. Hal itu menjadi daya tarik tersendiri, termasuk untuk yang kurang menyukai sepak bola sekalipun. Karena sesuai dengan fungsi media massa sebagai media informasi bagi kepentingan publik, maka penting bagi masyarakat untuk menikmati dan bagi insan pers untuk dapat menyajikan sebuah berita yang memuat kaidah jurnalistik yang baik agar dapat mendukung kualiatas sebuah berita.

Berkaitan dengan uraian di atas, hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk memfokuskan penelitian pada “Persepsi Pembaca Surat Kabar Harian Tribun Terhadap Rubrik Olahraga Sebagai Sarana Informasi (Studi Pada Unit Kegiatan Mahasiswa Sepakbola Universitas Lampung Terhadap Rubrik *Superball* SKH Tribun Lampung).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, pada usul penelitian ini penulis merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu “Bagaimanakah Persepsi Pembaca Surat Kabar Harian Tribun Lampung Terhadap Rubrik *Superball* Sebagai Sarana Informasi Pada Unit Kegiatan Mahasiswa Sepakbola Universitas Lampung”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Pembaca Surat Kabar Harian Tribun Lampung Terhadap Rubrik *Superball* Sebagai Sarana Informasi Pada Unit Kegiatan Mahasiswa Sepakbola Universitas Lampung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penulisan ini yaitu :

- a. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi mengenai media massa cetak yang berupa surat kabar harian lokal, dalam hal ini surat kabar Tribun Lampung dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan persepsi
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, pengetahuan, gambaran dan informasi bagi masyarakat mahasiswa dan juga sebagai masukan yang positif dan bahan evaluasi untuk Rubrik *Superball* pada SKH Tribun Lampung.