

MOTIF PEMBACA DETEKSI PADA HARIAN JAWA POS

**(Studi Deskriptif Motif Remaja Kota Surabaya Membaca Rubrik DetEksi
pada Harian Jawa Pos)**

SKRIPSI

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



Oleh :

RINARHAYU NOVITASARI

0543010427

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

2010

MOTIF PEMBACA DETEKSI PADA HARIAN JAWA POS

(Studi Deskriptif Motif Remaja Kota Surabaya Membaca Rubrik DetEksi pada Harian Jawa Pos)

Disusun oleh :

RINARHAYU NOVITASARI

NPM 0543010427

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si.

Drs. Kusnarto, M.Si.

NIP 19581225 199001 1001

NIP 19580801 198402 1001

Mengetahui,

DEKAN FISIP

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si.

NIP 19550718 198302 2001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirrabil 'alamin. Saya panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian dengan judul **“MOTIF PEMBACA DETEKSI PADA HARIAN JAWA POS”**.

Dalam menyusun skripsi penelitian ini, penulis tidak lepas dari bimbingan dan bantuan serta motivasi dari semua pihak yang terlibat. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu keberhasilan dalam menyusun skripsi penelitian ini, baik secara moral maupun material. Di antaranya :

1. Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Juwito, S.Sos., M.Si., Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si., Dosen Pembimbing Utama. Terima kasih untuk seluruh bimbingan dan bantuan yang diberikan.
4. Drs. Kusnarto, M.Si., Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing Pendamping. Terima kasih untuk seluruh bimbingan dan bantuan yang diberikan.
5. H. Sunar Hariadi, S.H. dan Hj. Rahayu Murtiasih, kedua orang tua yang senantiasa mendidik dan membimbing dengan penuh kasih. Terima kasih untuk dukungan dan doanya.
6. Adi Satriya Wicaksana dan Astri Dyah Widyaningrum, kedua adik yang bandel. Makasih ya spiritnya.

7. Soulmate 2k5 'til now. Rosyida, Christa, Novi, Vega, Vika, Nunky, Endah, Olive, Angela, Juned, Rama, Rinto, Septa, Dwi, Sultan, Halim, Didit, dkk. Makasih untuk semangat dan bantuannya. Miss you all always. SEMANGAT..!!!
8. Mega Septa Twirandang, salah satu sumber motivasi bagi penulis. Terima kasih untuk semuanya.
9. Nur Aini dan Anton Syuhada. Makasih banyak ya spiritnya???
10. Mas Yondang, Mas Yahya, Mbak Devi, dan semua kru DetEksi. Makasih banyak sudah mau direpotkan.

Penulis berharap semoga skripsi penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi di mata yang akan datang. Penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini jauh dari sempurna, maka dibutuhkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat dijadikan pembelajaran bagi penulis.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Juni 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Kegunaan Penelitian	13
1.4.1. Kegunaan Teoritis	13
1.4.2. Kegunaan Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Surat Kabar (Koran) Sebagai Media Komunikasi Massa ...	14
2.1.2. Remaja	19

2.1.3. Teori <i>Uses and Gratifications</i>	27
2.1.4. Teori Kebutuhan	31
2.1.5. Pengertian dan Pemahaman Motif	33
2.1.6. Pembaca Sebagai Khalayak Aktif Media Massa	36
2.1.7. Rubrik DetEksi pada Harian Jawa Pos	39
2.1.8. Kerangka Berpikir	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1. Definisi Operasional	43
3.2. Pengukuran Variabel	46
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	49
3.3.1. Populasi	49
3.3.2. Sampel	49
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel	50
3.4. Teknik Pengumpulan Data	51
3.5. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1. Sejarah Surat Kabar di Jawa Timur	52
4.1.2. Gambaran Umum Jawa Pos	55
4.1.3. Rubrik DetEksi	57
4.2. Penyajian Data dan Analisa	60
4.2.1. Identitas Responden	60
4.2.2. Motif Remaja Membaca Rubrik DetEksi pada Harian Jawa Pos	62
4.2.2.1. Motif Informasi	63

4.2.2.2. Motif Identitas Personal	76
4.2.2.3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	86
4.2.2.4. Motif Hiburan	93
4.2.3. Kategorisasi pada Masing-masing Motif	101
4.2.4. Kategorisasi Motif Secara Umum	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 2 : Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 3 : Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	62
Tabel 4 : Motif Informasi Responden Ingin Mengetahui Topik dan Hasil Polling yang Dibahas	63
Tabel 5 : Motif Informasi Responden Ingin Mengetahui Tips dan Trik yang Menarik (Kolom Tak Tik Tang).....	65
Tabel 6 : Motif Informasi Responden Ingin Mencari Pendapat dan Hal-hal yang Berkaitan dengan Gaya Hidup Remaja Metropolis	66
Tabel 7 : Motif Informasi Responden Ingin Mengetahui Perkembangan Tentang Dunia Pergaulan Remaja Metropolis yang Dibahas di Rubrik DetEksi	67
Tabel 8 : Motif Informasi Responden Ingin Mengetahui Perkembangan Tentang Kehidupan Sosial Remaja Metropolis yang Dibahas di Rubrik DetEksi	69
Tabel 9 : Motif Informasi Responden Ingin Mengetahui Komentar Pakar dari Topik yang Dimuat (Kolom Bla Bla Bla)	70
Tabel 10 : Motif Informasi Responden Ingin Mengetahui Pengalaman Seseorang Sehubungan dengan Topik yang Dimuat (Kolom <i>Share</i>).....	72
Tabel 11 : Motif Informasi Responden Ingin Mengetahui Tema Interaktif Pembaca yang Dimuat	73
Tabel 12 : Motif Informasi Responden Ingin Mengetahui Model DetEksi yang Ditampilkan	75
Tabel 13 : Motif Identitas Personal Responden Ingin Meningkatkan Pemahaman Diri Sebagai Remaja	77
Tabel 14 : Motif Identitas Personal Responden Ingin Menumbuhkan Rasa Percaya Diri	78
Tabel 15 : Motif Identitas Personal Responden Ingin Mengidentifikasi Diri dengan Remaja Lain	80
Tabel 16 : Motif Identitas Personal Responden Ingin Mendapatkan Motivasi dan Teladan	81

Tabel 17	: Motif Identitas Personal Responden Ingin Menemukan Figur Untuk Dicontoh	83
Tabel 18	: Motif Identitas Personal Responden Ingin Mendapatkan manfaat dari Membaca DetEksi	85
Tabel 19	: Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Berempati Kepada Orang Lain atau Lingkungan Sosial	87
Tabel 20	: Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Mendiskusikan Tentang Topik yang Dimuat di DetEksi dengan Saudara, Teman, dan Tetangga	89
Tabel 21	: Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Menjadikan Semua Artikel yang Ada pada Rubrik DetEksi Sebagai Bahan Percakapan dan Berinteraksi dengan Saudara, Teman, dan Tetangga	90
Tabel 22	: Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden Ingin Sekedar Mengikuti Saudara, Teman, dan Tetangga yang Membaca Rubrik DetEksi	92
Tabel 23	: Motif Hiburan Responden Ingin Mengisi Waktu Luang	93
Tabel 24	: Motif Hiburan Responden Ingin Bersantai Sambil Membaca Rubrik DetEksi	95
Tabel 25	: Motif Hiburan Responden Ingin Melihat Gambar Model DetEksi yang Cantik dan Cakep	96
Tabel 26	: Motif Hiburan Responden Ingin Melepas Kejenuhan dari Rutinitas yang Ada (Sekolah, Kuliah)	98
Tabel 27	: Motif Hiburan Responden Ingin Menghilangkan Stres dari Segala Permasalahan yang Sedang Dihadapi	99
Tabel 28	: Motif Informasi Responden dalam Membaca Rubrik DetEksi pada Harian Jawa Pos	101
Tabel 29	: Motif Identitas Personal Responden dalam Membaca Rubrik DetEksi pada Harian Jawa Pos	103
Tabel 30	: Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Responden dalam Membaca Rubrik DetEksi pada Harian Jawa Pos	104
Tabel 31	: Motif Hiburan Responden dalam Membaca Rubrik DetEksi pada Harian Jawa Pos	105
Tabel 32	: Kategorisasi Motif Secara Umum	107

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1. : Model <i>Uses and Gratifications</i>	31
Gambar 2.2. : Bagan Kerangka Berpikir	42

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner	112
Lampiran 2 : Tabel Identitas Responden	117
Lampiran 3 : Tabel Motif Informasi	120
Lampiran 4 : Tabel Motif Identitas Personal	123
Lampiran 5 : Tabel Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	126
Lampiran 6 : Tabel Motif Hiburan	129
Lampiran 7 : Tabel Data Kategori Jawaban dari Responden	132
Lampiran 8 : Contoh Halaman DetEksi	136

ABSTRAKSI

Rinarhayu Novitasari, Motif Pembaca DetEksi pada Harian Jawa Pos (Studi Deskriptif Motif Remaja Kota Surabaya Membaca Rubrik DetEksi pada Harian Jawa Pos)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif pembaca, khususnya remaja kota Surabaya dalam membaca rubrik DetEksi pada harian Jawa Pos.

Landasan teori yang digunakan pada penelitian ini adalah surat kabar (koran) sebagai media komunikasi massa, teori remaja, dan teori *Uses and Gratifications*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 446.646 orang, yang terdiri dari jenis kelamin laki-laki 214.731 orang dan perempuan 231.915 orang. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sejumlah responden. Untuk analisis data menggunakan tabulasi data yang dimasukkan pada table frekuensi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa motif remaja Surabaya dalam membaca rubrik DetEksi pada harian Jawa Pos berada pada kategori tinggi. Yang berarti bahwa remaja Surabaya memiliki motivasi yang tinggi untuk mendapatkan informasi, pendidikan, dan juga hiburan. Dengan demikian, di masa mendatang hendaknya pihak redaksi rubrik DetEksi dapat mempertahankan berita yang disajikan beserta tampilannya (*layout*) agar kebutuhan remaja Surabaya akan informasi, pendidikan, dan hiburan dapat semakin terpenuhi.

Kata kunci : Motif, Remaja Kota Surabaya, dan Rubrik DetEksi pada Harian Jawa Pos

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia hidup tidak lepas dari kegiatan komunikasi. Komunikasi adalah dasar dari kehidupan manusia yang dibutuhkan dalam rangka bersosialisasi dengan sesamanya. Sebagai kebutuhan essensial dan seiring dengan kemajuan zaman dan berkembangnya pengetahuan manusia, kegiatan komunikasi akan terus berlangsung dalam kehidupan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain. Masyarakat dalam kehidupannya selalu membutuhkan informasi untuk memenuhi segala kebutuhan yang semakin beragam, maka proses komunikasi yang dilakukan manusia membutuhkan media komunikasi yang mampu mendukung tercapainya proses tersebut.

Komunikasi massa adalah suatu proses di mana organisasi-organisasi media memproduksi dan menyalurkan pesan-pesan ke publik, dan proses yang luas di mana pesan dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh khalayak. Media massa merupakan organisasi yang menyalurkan produk-produk atau pesan-pesan budaya yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya masyarakat. Media memberikan informasi secara terus-menerus kepada khalayak luas yang heterogen. Sistem-sistem media adalah bagian dari konteks politik, ekonomi, dan kekuatan institusional lain yang lebih besar. (Winarso, 2005 : 54)

Pengertian komunikasi massa terutama dipengaruhi oleh kemampuan media massa untuk membuat produksi massal dan untuk menjangkau khalayak dalam jumlah besar. Keberadaan komunikasi massa di sekitar kita tidak dapat dihindari. Setiap hari, disengaja atau tidak, kita selalu menghadapi berbagai bentuk komunikasi massa. Pentingnya peranan media, yaitu media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan

oleh efisiennya dalam mencapai komunikasi. Manusia membutuhkan media massa untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi dan mengonsumsi berita-berita yang disajikan oleh media massa tersebut. Media massa menyajikan berbagai realitas kehidupan dalam bentuk informasi kepada masyarakat. Munculnya kesadaran tentang arti dan nilai dari informasi membuat masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari informasi yang disajikan oleh media massa. (Sobur, 2004 : 162)

Kehadiran media massa merupakan gejala awal yang menandai kehidupan masyarakat modern sekarang ini. Hal ini dapat dilihat melalui meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap berbagai bentuk media massa, dan munculnya media baru yang menawarkan banyak pilihan pada khalayaknya yang pada akhirnya akan menimbulkan ketergantungan masyarakat pada media massa tersebut.

Informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang.

Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia yang esensial untuk mencapai tujuan. Melalui informasi manusia dapat mengetahui peristiwa yang terjadi di sekitarnya, memperluas cakrawala pengetahuannya, sekaligus memahami kedudukan serta perannya dalam masyarakat. Didorong oleh rasa ingin tahu pada diri manusia terhadap sesuatu maka kebutuhan akan informasi semakin meningkat, semakin banyak, mendetail, dan variatif. Banyak alternatif media massa yang digunakan untuk memperoleh informasi, baik media cetak maupun media elektronik. Beraneka ragam media yang bermunculan memungkinkan lebih adanya keleluasaan untuk memilih mana yang paling cocok untuk dijadikan media penyampaian informasi. Pada akhirnya akan berpengaruh terhadap pertumbuhan produksi jurnalistik di Indonesia, baik ditinjau dari substansi isi maupun medianya.

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang tradisional sampai yang modern, misalnya kentongan, bedug, pagelaran kesenian, surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, radio, televisi, dan *online*, yang pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media *tulisan* atau *cetakan*, *visual*, *aural*, dan *audio-visual*. Untuk mencapai sasaran komunikasi dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. (Effendy, 2003 : 37)

Di antara beberapa jenis media tersebut, media cetak seperti surat kabar memiliki ciri khas dibandingkan dengan media massa lainnya. Yang penting bukan hanya sifatnya yang merupakan media cetak, tetapi khalayak yang diterpanya bersifat aktif, tidak pasif seperti kalau mereka diterpa media radio, televisi, dan film. (Effendy, 2000 : 313)

Perkembangan media massa jenis media cetak dan elektronik mendorong produksi jurnalistik bervariasi. Dalam jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak, atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan. (Sumadiria, 2005 : 5)

Pesan melalui media cetak diungkapkan dengan huruf-huruf mati, yang baru menimbulkan makna apabila khalayak berperan secara aktif. Karena itu berita, tajuk rencana, artikel, dan lain-lain, pada media cetak harus disusun sedemikian rupa, sehingga mudah dicerna oleh khalayak. Kelebihan media cetak lainnya, ialah bahwa media ini dapat dikaji ulang, didokumentasikan, dan dihimpun untuk kepentingan pengetahuan serta dapat dijadikan bukti autentik yang bernilai tinggi. (Effendy, 2000 : 313 – 314)

Surat kabar merupakan salah satu jenis media cetak yang dinilai lebih *up to date* dalam menyajikan berita-berita yang akan disampaikan kepada khalayak. Beberapa kelebihan dari surat kabar di antaranya yaitu dapat disimpan lebih lama atau dapat diulang dan jelas, berbeda dengan media elektronik yang hanya dapat menginformasikan sepiantas dan membutuhkan perhatian dari komunikan untuk dapat memahami isi dan pesan.

Surat kabar berbeda dengan media elektronik dalam hal kecepatan penyampaian informasi ke masyarakat. Informasi dari media elektronik, seperti radio dan televisi lebih bisa menyampaikan informasi dalam waktu beberapa menit setelah informasi tersebut ditemukan, sedangkan surat kabar harus menunggu beberapa jam untuk kemudian disampaikan kepada masyarakat. Namun, surat kabar memiliki metode sendiri untuk menarik perhatian masyarakat dengan versi cerita yang lebih mendalam. Surat kabar berani untuk tampil berbeda. Berita eksklusif dari surat kabar lah yang sulit dikalahkan oleh media elektronik.

Surat kabar tidak hanya saja sebagai pencarian informasi yang utama dalam fungsinya, tetapi bisa juga mempunyai suatu karakteristik yang menarik yang perlu diperhatikan untuk memberikan analisis yang sangat kritis yang akan menumbuhkan motivasi, mendorong serta dapat mengembangkan pola pikir bagi masyarakat untuk semakin kritis dan selektif dalam menyikapi berita-berita yang ada di dalam media, khususnya surat kabar. Namun, tidak setiap informasi mengandung dan memiliki nilai berita. Setiap informasi yang tidak memiliki nilai berita, menurut pandangan jurnalistik tidak layak untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan media massa. Hanya informasi yang memiliki nilai berita atau memberi banyak manfaat kepada publik yang patut mendapat perhatian media. (Sumadiria, 2005 : 86)

Untuk membuat informasi menjadi lebih bermakna biasanya sebuah media cetak melakukan penonjolan-penonjolan terhadap suatu berita. Dalam pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi para wartawan yang terlibat dalam proses produksi sebuah berita. (Sobur, 2001 : 163)

Koran Jawa Pos merupakan salah satu surat kabar bertaraf nasional yang terbit setiap hari. Harian Jawa Pos selalu menampilkan halaman-halaman yang tidak dimiliki oleh para pesaing. Guna bersaing dengan surat kabar lain sebagai kompetitornya dan untuk tetap bertahan, Jawa Pos membuat inovasi-inovasi baru, yang salah satunya yaitu dengan memperluas segmentasinya pada kalangan remaja. Pada tahun 2000, Jawa Pos menjadi koran pertama yang menyediakan halaman khusus untuk anak muda. Bernama DetEksi, halaman ini terbit tiga halaman setiap hari, dikerjakan sepenuhnya oleh anak muda. Mulai penulis, fotografer, sampai redaktur. Begitu mudanya, rata-rata personel DetEksi berusia sekitar 20 tahunan. Hal ini merupakan fenomena baru di Surabaya, meskipun DetEksi sendiri bukan halaman baru di Jawa Pos. (<http://www.jawapos.co.id/profile/index.php>)

DetEksi hadir untuk “membunuh” kemelut malas baca koran yang melanda anak muda. Dengan menganut teknik jurnalisme presisi, DetEksi menyuguhkan berita dengan melibatkan anak muda secara langsung. Mengapa anak muda? Karena mereka lah yang paling mengenal dunia anak muda. Sedangkan jurnalisme presisi atau *precision journalism* sendiri adalah salah satu metode pemberitaan dengan memanfaatkan riset sosial kuantitatif. Perpaduan kedua unsur itulah yang coba ditawarkan oleh DetEksi.

DetEksi berhubungan erat dengan remaja. Remaja membutuhkan banyak sekali informasi, pendidikan, dan juga hiburan dalam kehidupan sehari-hari. Dan DetEksi menawarkan apa yang dibutuhkan oleh remaja.

Remaja dengan segala permasalahannya menjadi objek utama pada penelitian ini. Masa remaja merupakan suatu masa di mana individu berjuang untuk tumbuh dan menjadi “sesuatu”, menggali serta memahami arti dan makna dari segala sesuatu yang ada (Sulaeman, 1995 : 2). Pada fase remaja banyak terjadi perubahan dalam diri seseorang, di mana terjadi proses pencarian identitas. Dalam proses ini remaja bersifat aktif dan mempunyai rasa keingintahuan yang besar serta mempunyai kecenderungan untuk meniru hal-hal yang dianggapnya dapat menjadi identitas diri mereka, misalnya meniru dandanan idola mereka (Haditono, 2001 : 262). Pada masa tersebut status remaja menimbulkan dilema yang menyebabkan krisis identitas. Sehingga pada masa pencarian identitas ini remaja membutuhkan informasi dan bimbingan dalam pencapaian identitas, serta wadah untuk mengekspresikan diri mereka. Selain itu, usia remaja adalah usia di mana mereka menempuh pendidikan tingkat pertama, menengah, dan tinggi, yaitu SMP, SMA/SMK, dan perguruan tinggi. Di mana jenjang pendidikan juga mencoba untuk membentuk nilai-nilai yang sesuai dengan nilai-nilai dewasa, dan juga menekankan perkembangan keterampilan intelektual dan konsep yang penting bagi kecakapan sosial.

Karena aktivitas tersebut, saat ini mereka membutuhkan banyak sekali informasi, pendidikan, sosialisasi serta hiburan. Dan media massa menjadi salah satu sumber informasi, pendidikan, sosialisasi, juga sebagai media pengekspresian diri bagi para remaja. Sumber-sumber tersebut termuat dalam halaman DetEksi pada harian Jawa Pos untuk memenuhi kebutuhan para pembacanya dengan memberikan halaman khusus yang membahas mengenai remaja dengan segala permasalahannya, misalnya permasalahan antara orang tua dengan anak, guru dengan murid, remaja dengan sesamanya, dan remaja dengan diri pribadinya.

DetEksi merupakan halaman yang sarat akan informasi dan hiburan serta unsur pendidikan di dalamnya. Sehingga DetEksi selain menghibur juga dapat menambah

pengetahuan dan wawasan bagi pembacanya. Halaman DetEksi memuat informasi-informasi dan peristiwa-peristiwa terbaru dalam dunia remaja serta permasalahan yang terjadi di keseharian remaja metropolis.

Reaksi publik terhadap DetEksi awalnya terperanjat, kemudian terpukau, lalu muncul kekaguman terhadap DetEksi dan orang-orang di baliknya. Kini tujuannya jelas, menyambung hati antara orang tua dan anak, pengajar dan siswa, serta remaja dan sesamanya. Terbukti dari *survey* yang dilakukan DetEksi pada 18 Februari 2001, bahwa tercatat sebanyak 93,1 persen responden DetEksi yang terdiri dari mahasiswa perguruan tinggi dan siswa-siswi SMU/SMK Surabaya membaca DetEksi. Dan 38,7 persen di antaranya mengaku membaca ulasan hasil *polling* saat pertama kali menyentuh halaman DetEksi. Memang belum cukup besar karena usia DetEksi saat itu masih satu tahun. (Sumber : DetEksi Jawa Pos)

Berdasarkan hasil *polling* DetEksi pada 11 Februari 2010 tercatat jumlah pembaca DetEksi sebanyak 713 orang dengan usia 11–19 tahun. Terdiri dari jenis kelamin laki-laki sebanyak 327 orang dan perempuan sebanyak 386 orang. (Sumber : DetEksi Jawa Pos)

Rubrik DetEksi menarik untuk dijadikan sebagai bacaan sehari-hari remaja metropolis, dan dapat menjadi bahan percakapan sehari-hari. Dalam rubrik DetEksi tersebut terdapat beberapa kolom yang bercerita mengenai dunia pergaulan dan gaya hidup remaja metropolis dalam kehidupan sehari-hari, mulai kehidupan sosial hingga psikologis mereka. Kolom-kolom tersebut antara lain kolom naskah utama yang terdiri dari dua sampai tiga naskah yang berisi ulasan hasil *polling* dan pendapat responDet. Selanjutnya kolom “Bla Bla Bla” yang berisi komentar dari para pakar dalam bidangnya yang menyangkut tentang tema yang sedang dibicarakan. Kolom “Tak Tik Tang” berisi tentang tips dan trik seputar topik yang bersangkutan. Kolom “Profil” yang berisi usia,

jenis kelamin, jumlah, dan pendidikan responDet. Ada juga kolom “Share” yang merupakan *box* berisikan pengalaman seseorang sehubungan dengan topik yang dimuat. Kolom “Si Det” dan “Cartoon Corner”, berupa karikatur yang lucu dan menggelitik. Juga kolom “Interaktif Pembaca”, berada pada halaman paling bawah rubrik DetEksi yang berisi ide-ide seru pembaca, tentunya tak lepas dari tema, dan dikirim melalui *e-mail*. Dan bagi tiga pengirim beruntung yang mengirimkan ide paling *gokil* tapi tidak membuat korban *bete* akan mendapatkan hadiah berupa uang masing-masing Rp 100.000,-.

Untuk mendekatkan diri dengan pembaca muda, dengan bendera DetEksi, Jawa Pos juga melakukan banyak kegiatan untuk anak muda. Mulai konser, kompetisi majalah dinding, basket, dan lain sebagainya. *Event-event* DetEksi ini sekarang telah berkembang menjadi *event-event* anak muda terbesar dan terheboh di Indonesia. (<http://www.jawapos.co.id/profile/index.php>)

Penelitian ini penulis ingin mengetahui apa motif pembaca, khususnya remaja kota Surabaya dalam membaca rubrik DetEksi pada harian Jawa Pos.

Dalam diri individu ada sesuatu yang menentukan perilaku, yang bekerja dengan cara tertentu untuk mempengaruhi perilaku tersebut. Penentu perilaku ini disebut dengan motif. Motif merupakan ciri dari kebutuhan. Kebutuhan menimbulkan motif bagi masyarakat. Motif berupa dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri manusia untuk melakukan sesuatu. Motif merupakan sesuatu yang menimbulkan perilaku pada organisme. Motif tidak selalu dapat diamati dari perilaku, atau dapat dikatakan bahwa perilaku yang nampak tidak selalu menggambarkan motifnya. Motif tidak selalu seperti yang nampak, bahkan kadang-kadang motif berlainan dengan perilaku yang nampak. Oleh karena itu, baru dapat memahami mengapa seseorang melakukan sesuatu kalau kita memahami motif yang mendasarinya.

Perilaku yang nampak sama belum menjamin dilatarbelakangi oleh motif yang sama. Sebaliknya motif yang sama belum tentu menghasilkan perilaku yang sama.

Dari berbagai kebutuhan tersebut muncul teori yang mengasumsikan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. (Effendy, 2003 : 290)

Pada dasarnya setiap manusia memiliki kebutuhan dasar. Maslow (1954) mengemukakan ada lima kebutuhan dasar (*basic needs*) secara hierarki, yaitu *cognitive needs* (berkaitan dengan penambahan informasi), *affective needs* (berkaitan dengan penguatan pengalaman yang estetis menyenangkan dan emosional), *personal integrative needs* (berkaitan dengan penguatan kredibilitas pribadi), *social integrative needs* (berkaitan dengan kontak dengan orang lain), dan *escapist needs* (berkaitan dengan pelepasan ketegangan). (Effendy, 2003 : 294)

Menurut Mc. Quail ada empat kategori motif pengkonsumsian media secara umum, yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. Dari berbagai kebutuhan tersebut muncul teori *Uses and Gratifications*, mengasumsikan konsep “*use*” (penggunaan) merupakan bagian sangat penting atau pokok dari pemikiran ini karena pengetahuan mengenai penggunaan media yang menyebabkannya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. (Bungin, 2006 : 285)

Berkaitan dengan motif akan mendorong seseorang atau orang banyak untuk berbuat sesuatu yang berkaitan dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan, dan kekurangan orang berbeda satu sama lainnya dari waktu ke waktu serta dari tempat ke tempat. Karena motifnya, orang akan berbeda intensitasnya.

Demikian pula motif seseorang terhadap pengaruh yang dihadapinya. Semakin sesuai pengaruh itu dengan motif seseorang, makin besar pula kemungkinan diterimanya pengaruh itu oleh orang tersebut. (Kustandi, 2005 : 108)

1.2. Perumusan Masalah

Dari seluruh uraian latar belakang masalah tersebut di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu : Bagaimanakah motif remaja kota Surabaya membaca rubrik DetEksi pada harian Jawa Pos?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif remaja di Surabaya dalam membaca rubrik DetEksi pada harian Jawa Pos.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan memberikan informasi serta sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya tentang teori *Uses and Gratifications* yang membahas tentang penggunaan dan pemenuhan kebutuhan *audience* akan media. Dan juga memperkaya kajian analisa deskriptif tentang motif kepada peneliti yang lain.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Untuk memberikan masukan dan pertimbangan pada pihak redaksi khususnya rubrik DetEksi untuk lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas akan

informasi, referensi diri, interaksi sosial, dan hiburan bagi *audience*, khususnya remaja agar mereka dapat lebih produktif dan menjadi pembaca yang aktif.