BAB I
PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Teori *uses and gratifications* milik Blumer dan Katz mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2011: 192). Model *uses and gratifications* menunjukan 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, 2007: 289-290).

Teori konsep mengukur kepuasan disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, tv, atau koran). *Gratification Sougth* adalah motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media (Kriyantono, 2014: 210).

Media *online* menjadi media yang saat ini banyak diakses oleh pengguna internet setiap tahunnya. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pertumbuhan pengguna internet dari tahun 2015 hingga tahun 2017 meningkat. Pada tahun 2015 pengguna internet berjumlah 110,2 juta, tahun 2016 berjumlah 132,7 juta, dan tahun 2017

pengguna internetnya berjumlah 143,26 juta. Pertumbutuhan pengguna internet hingga mencapai 143,26 ditahun 2017.

Data pengguna internet yang tinggi, ada data yang menyebutkan bahwa data pembaca media *online* lebih tinggi daripada media cetak. Sekitar 6 juta orang membaca berita di media *online*, sedangkan 4,5 juta orang yang membaca berita di media cetak (Adam, 2014). Mulai bergesernya kebiasaan konsumen untuk mengonsumsi media internet dan mulai meninggalkan media konvensional. Media konvensional mengantisipasi kehadiran media *online* dengan melakukan konvergensi media (Kusuma, 2016: 62).

Menurut Rusadi (2014: 174), dalam mengkonsumsi media dipengaruhi karakteristik media dan karakteristik khalayak serta peluang peluang untuk akses pada media akan mempengaruhi pola konsumsi berita. Perkembangan media yang mengarah pada penggunaan media baru, terjadi proses integrasi dengan memunculkan model bisnis baru, seperti surat kabar dikembangkan dengan *e-paper,* portal berita dan media digital.

Ada beberapa media yang memanfaat perkembangan media yang awalnya dari media konvensional ke media *online*. Menurut Romli (2014: 32), media *online* berupa situs berita bisa kita klasifikasikan menjadi lima (5) kategori, yakni (1) Situs berita berupa "edisi *online*" dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti republika *online*, kompas *cybermedia*, media-indonesia.com, dan sebagainya. (2) Situs berita berupa "edisi *online*" media penyiaran radio seperti Radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan Radio Nederland (*rnw.nl*). (3) Situs berita berupa "edisi *online*" media penyiaran televisi, seperti CNN.com, metrotvnews.com, dan liputan6.com. (4) Situs berita *online* "murni" yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti antaranews.com, detik.com, dan VIVA News. (5) Situs

"indeks berita" yang hanya memuat *link* berita dari situs berita lain, seperti Yahoo! News, Plasa.msn.com, NewsNow, dan Google *News*-layanan kompilasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media *online*.

Situs berita media *online* di Surabaya seperti surabayapagi.com, beritajatim.com, suarasurabaya.net, dan surabayatimes.com. Media *online* tersebut merupakan situs berita yang jenis beritanya *straight news.* Sedangkan ada situs berita yang jenis beritanya *feature*. Salah satunya Julajuli.com dengan berita *feature* mengenai keunikan dan khas kota Surabaya. Julajuli.com adalah situs berita *online* yang berasal dari media cetak majalah yang mempunyai media *online* dalam menyebarkan informasi berita tentang kota Surabaya.

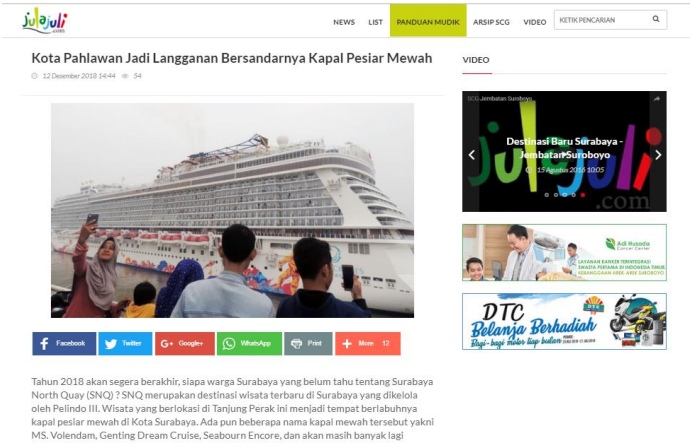
Situs berita seperti suarasurabaya.net, surabayapagi.com, beritajatim.com, dan surabayatimes.com. Kebanyakan berita yang menjadi *headline* adalah berita yang topiknya politik, kriminal, ekonomi, dan info lalu lintas. Contohnya seperti di situs berita suarasurabaya.com *headline* tentang info lalu lintas "Sempat Kecelakaan, Mobil Listrik PUI SKO ITS Tetap Lanjutkan Ekspedisi", situs berita surabayapagi.com *headline*-nya tentang politik dan hukum "Pemasok Alkes RS Batu, tak Lewat drg David". Situs berita milik surabayatimes.com dengan *headline* politik "Ketum PPP: "Sandi Sering ke Malang Karena Jokowi Terlalu Kuat". Situs beritajatim.com *headline* berita kriminal "Pria Ini Beli 12 HP di Blibli Pakai NPWP Palsu".

Media *online* Julajuli.com memiliki berita yang lebih membahas informasi tentang kota Surabaya. Berita yang disampaikan berupa informasi seperti seputar kegiatan yang diselenggarakan di Surabaya. Didukung dengan gambaran foto kegiatan yang dapat menunjukan aktivitas yang

terjadi dalam kegiatan yang diliput. Contohnya berita dalam *SUB EVENT* "Kota Pahlawan Jadi Langganan Bersandarnya Kapal Pesiar Mewah". Artikel yang bahasanya lebih *softnews* dan menggunakan jenis berita *feature.*

Gambar I.1

Salah Satu Artikel SUB EVENT



Sumber: Julajuli.com

Julajuli.com merupakan media versi *online* dari majalah Surabaya City Guide yang menjadi produk dari PT Suara Surabaya Media.

> "Dulu saat cetak majalah SCG masih sedikit dan terbatas. Pembaca majalah SCG juga tidak dapat mendapat majalah SCG. Maka Kita membuat *website* yang dimana salah satu fiturnya terdapat *soft copy* atau dalam bentuk pdf. arsip majalah SCG yang dapat diunduh. Dulu *website* awal kami bernama surabayacityguide.com,*"* (A. Zainal Alim, Pimpinan Redaksi Majalah SCG, wawancara, 20 Agustus 2018).

Bersumber pada Julajuli.com, Surabaya City Guide tidak hanya fokus pada potensi kota, melainkan juga sebagai *City Guidence and City Life Magazine*, bagi warga kota Surabaya maupun masyarakat luar Surabaya yang ingin mengetahui keunikan, keunggulan dan dokumentasi kota dalam bentuk visual yang menarik.

> "Pemberian nama "JulaJuli" juga dipikirkan secara serius oleh tim redaksi. Pada sebelumnya bernama majalahscg.com yang lebih merepresentasikan sebuah majalahnya. Untuk masuki ranah media *online* yang luas dan mengglobal, maka nama *website* dicarikan nama yang memiliki khas dan merepresentasikan tentang kota Surabaya. Pada akhirnya menemukan kata jula juli. Jula juli sangat terkenal dikesenian ludruk. Kalau mendengar kata jula juli sering digunakan saat ingin menyampaikan parikan-parikan dan ludruk merupakan kesenian yang populer di kota Surabaya." (A. Zainal Alim, Pimpinan Redaksi Majalah SCG, wawancara, 20 Agustus 2018).

Julajuli.com mengemas semua berita tentang keunikan dan kekhasan kota Surabaya dalam kanal berita dan rubrik. Julajuli.com memiliki kanal *News*, *List*, Panduan Mudik, Arsip SCG, dan Video. Kanal *News* dan *List* memiliki rubrik khas. Ada 9 rubrik khas yang dimiliki Julajuli.com, yaitu *SUB EVENT*, *SUB EATERY*, *SUB PIC*, *SUB WAY*, *SUB URBAN*, *FYI*, *SUB BGT*, *SUB EDU*, dan *SUB PARIKAN*.

Ada ciri khas yang dimiliki media *online* Julajuli.com yaitu penamaan tiap rubriknya. Pemberian nama *SUB* yang menjadi ciri khas Julajuli.com.

> "Sebenarnya singkatan Surabaya bisa diambil dari huruf SBY. Akan tetapi saat jaman waktu dulu nama *SBY* merujuk pada salah satu tokoh politik pada masanya. Maka media Kami tidak ingin berkepihakan yang mengarah kesana. Kemudian pemilihan singakatan *SUB* terinspirasi kode yang dipakai oleh maskapai penerbangan.

> Dimana *SUB* merupakan kode dari kota Surabaya. Majalah SCG juga membuat kampanye dengan *tagline* nya *SUB BGT*! yang singkatan dari Surabaya Banget. Jadi kalau ingin mengetahui tentang Surabaya, majalah SCG media yang memiliki informasi tentang Surabaya. Kata *SUB* pada akhirnya ditarik menjadi awalan rubrik yang ada di website julajuli.com. Seperti *SUB EVENT* yang berisikan tentang liputan *event* yang ada di Surabaya, *SUB EATERY*, dan lainnya." (A. Zainal Alim, Pimpinan Redaksi Majalah SCG, wawancara, 20 Agustus 2018)

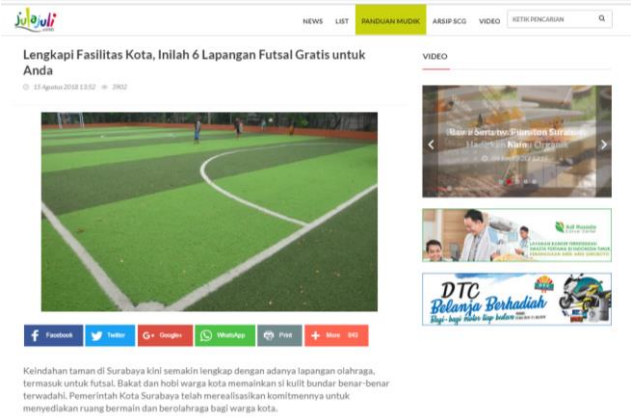
Salah satu rubrik yang sering di *update* ke Julajuli.com adalah rubrik *SUB EVENT*. Kembali di Majalah SCG yang berkonsep *free magazine*, SCG bergerak dari instasi atau mitra yang bekerja sama dengan majalah SCG. Majalah SCG memiliki landasan *positive journalism* dan sifatnya juga mempromosikan rekan mitra bisnis yang menjalin kerja sama dengan SCG. Undangan kegiatan yang diberikan lewat *marketing* maupun dari jalur lain. Kebetulan pula *event* yang diadakan kami akan meliput dan dimasukkan Julajuli ataupun menjadi materi tulisan di majalah SCG. Berikut merupakan tampilan rubrik *SUB EVENT* dalam Julajuli.com.

Selain *SUB EVENT* yang paling sering di *update*, ada rubrik *SUB BGT* yang memberikan informasi tentang beberapa hal atau tempat khas yang dimiliki oleh kota Surabaya. Julajuli.com merangkum semua kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak pemerintah kota Surabaya, beberapa hotel yang bekerjasama dengan majalah SCG, komunitas, dan pihak lainnya yang menyelenggarakan kegiatan di Surabaya.

Gambar I.2 rubrik *SUB BGT* yang memberikan informasi tentang 6 fasilitas lapangan futsal gratis di kota Surabaya. Dijelaskan dalam artikel yang diolah oleh penulis dari hasil liputan. Pada tampilan artikel dalam Julajuli.com memaparkan beberapa foto dan penjelasan didalamnya.

Gambar I.2

Tampilan Rubrik SUB BGT



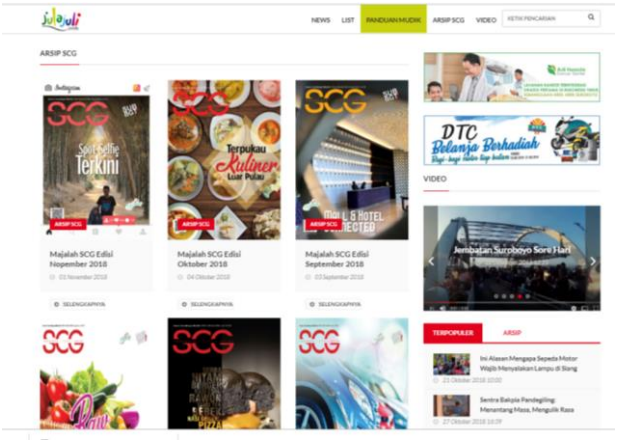
Sumber: Julajuli.com

Media *online* Julajuli.com memiliki rubrik yang diberi nama Arsip SCG. Arsip SCG ini berisi tampilan *cover* majalah Surabaya City Guide. Majalah yang sudah terbit, kemudian Julajuli.com akan mengunggah bentuk *softfile* atau PDF. Pak Alim selaku pimpinan redaksi majalah Surabaya City Guide menegaskan

> "Bahwa pembaca majalah Surabaya City Guide yang belum mendapatkan majalah. Mereka dapat mengakses julajuli.com untuk mendapatkan *e-magazine* dari Majalah Surabaya City Guide yang diakses di rubrik Arsip SCG. Dapat diunduh secara gratis majalah Surabaya City Guide." (A. Zainal Alim, Pimpinan Redaksi Majalah SCG, wawancara, 20 Agustus 2018).

Gambar I.3

Tampilan ARSIP SCG



Sumber: Julajuli.com

Selain Julajuli.com, ada media *online* yang sama dengan media *online* yang dimiliki majalah Surabaya City Guide. Majalah Citymagz mempunyai media *online* www.citymagz.net. Citymagz masuk dalam perusahaan media di Bali yaitu Mix Media yang terbentuk pada tahun 2004. Untuk media yang di Bali bernama Islandmagz, sedangkan majalah yang di Surabaya Citymagz.

Citymagz.net memiliki pilihan kanal yang didalamnya ada informasi tentang *News, Spesial Report, Cityicon, Living, Spot, Info, Quiz, Dashboard, Account, Edit, Login, Subcription,* dan *Payment.* Dalam media *online* Citymagz.net membahas ulasan tentang kota Surabaya dan Bali. Artikel info tentang *entertainment* juga diulas didalamnya.

Keduanya berasal dari media cetak majalah yang memiliki situs berita media *online*. Peneliti memilih meneliti Julajuli.com karena lebih spesifikasi untuk membahas kekhasan kota Surabaya yang tampilkan

dalam rubrik-rubriknya. Sedangkan Citymagz.net mengulas informasi dua kota besar yaitu kota Surabaya dan Bali.

Citymagz.net dalam penyampaian satu artikel beritanya hanya memuat satu foto dan isi tulisannya hanya satu paragraf saja. Berbeda dengan Julajuli.com dalam ulasan satu artikel, Julajuli.com memberikan 3 foto terbaik dan jumlah paragrafnya bisa tiga sampai empat paragraf. Menunjukan bahwa Julajuli.com lebih detail dalam menjabarkan informasi yang ingin disampaikan kepada khayalaknya.

Penelitian mengenai motif juga dilakukan oleh beberapa mahasiswa di berbagai kampus. Penulis memaparkan penelitian terdahulu yang membahas motif milik Yoshi Nathania. Penelitian milik Yoshi Nathania dilakukan pada tahun 2018 dengan judul judul Motif Remaja Surabaya dalam Mengakses Media *Online* IDNTimes.com. Dalam penelitian yang dilakukan Yoshi Nathania, meneliti motif dengan teori motif yang digunakan Papacharissi dan Rubin. Hasil penelitian dapat disimpulkan motif remaja Surabaya mengakses media *online* IDNTimes.com yaitu yang paling tinggi adalah motif *convenience* (motif kennyamanan).

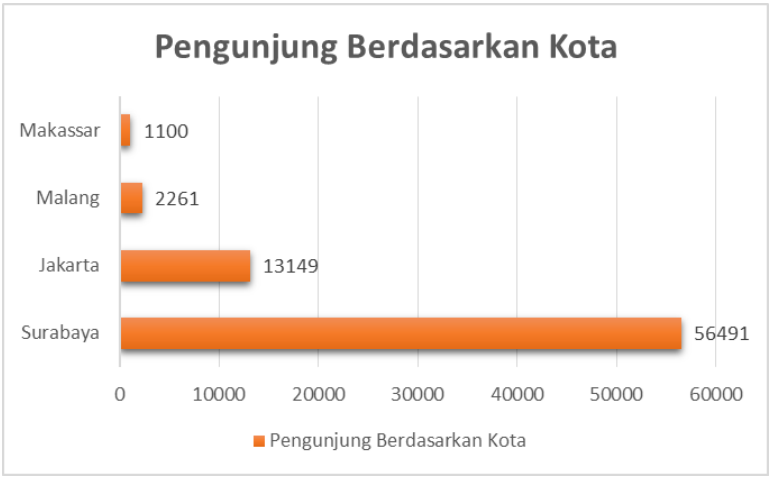
Penelitian kedua berasal dari Safirah Ishami. Penelitian yang dilakukan tahun 2014 meneliti motif yang berjudul Motif User di Surabaya Mengakses www.suarasurabaya.net. Dalam penelitian motif milik Safirah Ishami menggunakan teori motif yang dimiliki oleh Dennis McQuail. Hasil akhir penelitian tersebut adalah motif *user* di Surabaya mengakses www.suarasurabaya.net, motif informasi yang paling tinggi.

Peneliti akan menyebar penelitian ke populasi pengakses Julajuli.com. Pada gambar I.1.6 merupakan data pengunjung Julajuli.com berdasarkan data dari *Google Analytics*. Pengunjung dari Julajuli.com

paling banyak yang berlokasi di kota Surabaya. Data ini dilihat pada periode 1 Januari 2018 – 2 Juli 2018. Data pada gambar I.3 menunjukan banyak jumlah pengakses media *online* Jujajuli.com mencapai 73.001 pengakses. Peneliti ingin mengetahui sebenarnya apakah motif pengakses mengakses media *online* Julajuli.com.

Gambar I.4

Pengunjung Julajuli.com Berdasarkan Kotanya



Sumber: Julajuli.com Google *Analytics* periode Januari-Juli 2018

Peneliti tertarik untuk meneliti motif pengakses media *online* Julajuli.com, karena ada data yang menunjukan *traffic* penggunaan dalam tiap bulan terjadi ketidakstabilan pengakses. Pada gambar tersebut mulai di bulan Maret hingga April 2018 terjadi peningkatan pengakses. Kemudian grafik di bulan Mei 2018 jatuh dan sempat terjadi kenaikan jumlah pengakses di bulan Juni 2018. *Traffic* pengakses di bulan Juli 2018 kembali menurun jumlah pengakses. Peneliti ingin mengetahui apakah sebenarnya

Julajuli.com sudah memenuhi kebutuhan berita yang ada di Julajuli.com atau belum. Cukup menarik melihat ketidakstabilan grafik pengakses Julajuli.com

Gambar I.5

Data *Traffic* Pengakses Setiap Bulan

Sumber: Julajuli.com Google *Analytics* periode Januari-Juli 2018

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat akademis yaitu dapat digunakan untuk memperbanyak macam penelitian yang membahas teori *uses and gratifications*. Dikaitkan dengan fenomena media *online* dari Julajuli.com. Orang mengakses Julajuli.com ada maksud yang berbeda dalam arti motif untuk mengaksesnya beragam. Maka dari itu peneliti ingin meneliti motif pengakses media *online* Julajuli.com. Untuk motif yang digunakan untuk mengetahui motif pengakses. Peneliti menggunakan motif dari Papacharissi dan Rubin yaitu *Interpersonal Utility, Seeking Information, Passing Time, Entertaiment,* dan *Convenience.*

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang disusun, maka peneliti tertarik untuk mengajukan rumusan masalah : Apa motif mengakses media *online* Julajuli.com?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur dan mengetahui motif mengakses media *online* Julajuli.com.

I.4 Batasan Masalah

1.4.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan penulis teliti adalah motif.

1.4.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang akan peneliti teliti yaitu pengakses Julajuli.com.

1.4.3 Kajian Penelitian

Peneliti akan mengkaji media *online* Julajuli.com.

I.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini akan memperkaya kajian komunikasi untuk penelitian sejenis menggunakan objek penelitian motif . Terkhusus menambah jumlah penelitian yang menggunakan *uses and gratifications* internet.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini nantinya dapat berguna bagi data untuk PT Suara Surabaya Media, terutama pada majalah

Surabaya *City Guide*. Hasil temuan penelitian dapat dilihat apa saja motif pengakses mengunjungi Julajuli.com dan menjadi bahan evaluasi dalam memberi informasi lewat media *online*.