

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan-perubahan teknologi yang semakin hari semakin berkembang, apalagi dalam kegiatan menyampaikan serta menerima informasi yang memudahkan keberlangsungan hidup di tengah masyarakat. Sejak awal abad ke-21, informasi sudah mulai menyebar dalam jumlah besar dan juga waktu yang cepat dengan dukungan *platform* media informasi yang berkembang. Contohnya dapat dilihat dari mudahnya mengakses atau mendapatkan informasi berita melalui internet (Slamet JP, 2021). Harold Laswell komunikasi merupakan sebuah proses untuk menjelaskan siapa, mengatakan apa, menggunakan saluran apa, dan kepada siapa (Lasswell, 1948). Sehingga jika sebuah informasi dimasukkan ke dalam pengertian komunikasi tersebut, informasi termasuk dalam apa yang dikatakan oleh komunikator. Informasi akan dibawa oleh saluran yang digunakan menuju ke siapa, saluran ini disebut dengan media. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) pengertian dari media itu sendiri merupakan sebuah sarana komunikasi misalnya seperti koran, majalah, televisi, radio, gadget dan lain- lain. Untuk menjangkau masyarakat luas dalam penyebaran informasi terdapat media massa yang berperan sebagai perantara hal tersebut. Pengertian dari media massa itu sendiri merupakan suatu sarana yang difungsikan sebagai penyampaian informasi atau pesan dari seorang sumber kepada penerima atau khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi (Cangara, 2018).

Terdapat media massa yang dapat digunakan saat ini yaitu salah satunya media massa digital dan non digital sebagai media informasi yang banyak digunakan oleh masyarakat. Di Indonesia pada saat ini banyak pembaca media digital ketimbang media cetak. Dari pernyataan tersebut juga terdapat survei yang menunjukkan jika jumlah dari pembaca media secara online mencapai hingga 6 juta orang, sedangkan media cetak hanya sebanyak 4,5 juta orang, data yang diambil sekitar tahun 2014-2017. Dari

data tersebut terlihat bahwa dari eksistensi media cetak sangatlah rendah daripada media massa digital. Akan tetapi masih ada yang mempertahankan keberadaan media cetak dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat (Reily, 2017). Saat ini media cetak terutama majalah yang masih diterbitkan atau diadakan yaitu Elle Indonesia, Gatra, Forum Keadilan, Tempo, Media Perkebunan, Media Asuransi, National Geographic Indonesia, Marketeers dan masih banyak lagi. Dari data di atas menunjukkan masih banyak media cetak khususnya majalah (Nusantari, 2021).

Ada beberapa jenis media massa cetak untuk menyampaikan informasi, yaitu koran, majalah dan tabloid. Dalam penelitian ini peneliti fokus terhadap media massa cetak yaitu majalah. Majalah diartikan sebagai alat pandangan, yaitu terdapat tulisan pandangan atau pendapat seseorang mengenai suatu hal yang berhubungan dengan sebuah permasalahan yang memiliki hubungan dengan masyarakat. Majalah juga merupakan suatu alat komunikasi berupa sebuah pengumuman yang dikeluarkan dengan waktu yang tertib (Emery dkk, 1967). Adapun data pembaca media cetak pada tahun 2019 sampai dengan 2020 berdasarkan Global Web Index sekitar 54,7% pada 2019 dan mengalami penurunan pada 2020 menjadi 49%, (Supriatin dan Babys, 2022). Pada tahun 2022 serikat Penerbit Surat Kabar (SPS) dan LP3ES melakukan survey masa depan media cetak yang menghasilkan data pembaca surat kabar harian 91%, tabloid 13,6%, majalah bulanan 9% dan majalah mingguan 7,3%. Dari data tersebut kebutuhan membaca media cetak secara garis besar karena dorongan membutuhkan informasi. Secara khusus majalah dan tabloid bahkan memperoleh dorongan masing-masing dari pembaca yang memang gemar membaca, (Rantedoda, 2022).

Redaksi memiliki tugas yaitu melakukan penyusunan suatu berita yang dimuat dalam media massa dengan memiliki suatu otoritas untuk mewujudkan misi dan juga dengan unsur-unsur media merupakan salah satu aktivitas komunikasi dengan metode komunikasi maupun unsur-unsur

yang lain yang disukai oleh pembaca. Adanya kebebasan pers yang terjadi mulai dari era reformasi Indonesia banyak jenis dari media massa salah satunya media cetak merupakan produk yang positif sebagai alat komunikasi (Effendi, 2011).

Majalah memiliki beberapa jenis dilihat dari isi majalah yaitu terdapat majalah berita, keagamaan, mode, remaja wanita, anak-anak, kebudayaan, dan lain-lain (Riadi, 2019). Majalah yang memiliki isi atau informasi memuat sebuah pesan kebudayaan khususnya budaya yang berada di Yogyakarta adalah Majalah Mata Budaya. Majalah Mata Budaya merupakan majalah yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan Yogyakarta yang isi dari majalah tersebut seputar dengan aktivitas atau kegiatan kebudayaan yang ada di daerah Istimewa Yogyakarta. Majalah Mata memiliki keunggulan dalam proses pembuatan salah satunya pengadaan *workshop* sebelum pengeluaran edisi terbaru guna untuk melatih para penulis-penulis baru, mengenai keredaksian hingga materi yang menunjang tema di setiap edisinya (budaya.jogjapro, 2022).

Alasan peneliti mengambil judul "*Strategi Komunikasi Redaksi Majalah Mata Budaya sebagai Media Informasi Budaya dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat*", karena peneliti tertarik dengan keragaman budaya khususnya yang berada di Yogyakarta. Dalam redaksi Majalah Mata Budaya menjadi komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi kebudayaan Yogyakarta kepada masyarakat luas, sesuai dengan tujuan pembuatan Majalah Mata Budaya sebagai arsip serta penyampaian makna atau nilai aktivitas kebudayaan di Yogyakarta. Informasi yang tidak hanya sampai di pelaku budayawan atau kesenian akan tetapi dapat tersebar secara luas ke masyarakat umum bahkan di dunia pendidikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

Bagaimana strategi komunikasi redaksi Majalah Mata Budaya sebagai media informasi budaya dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi redaksi Majalah Mata Budaya sebagai media informasi budaya dalam meningkatkan minat baca masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat teoritis

Sebagai kontribusi ilmu pengetahuan dalam pengembangan strategi komunikasi massa, terutama mengenai strategi komunikasi di dalam redaksi Majalah Mata Budaya, baik secara praktek maupun teori bagi pembaca majalah dan masyarakat umum.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dilakukan sebagai tugas skripsi dalam memperoleh Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan terhadap redaksi Majalah Mata Budaya dalam menghadapi permasalahan dari pihak luar, sehingga redaksi Majalah Mata Budaya tetap bertahan dan dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat.

1.5 Sistematika Bab

Tujuan dari penulisan sistematika bab ini agar mempermudah pemahaman dan penelaahan dalam penelitian. Dalam penelitian ini memiliki 5 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan materi secara garis besar tentang usulan penelitian yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan uraian teori-teori sebagai dasar pembahasan secara terperinci, yang memuat penjelasan strategi komunikasi, redaksi, media massa, majalah, informasi budaya, dan minat baca

Kemudian pemaparan berita terdahulu sebagai pembanding dan penguat hasil temuan dari penelitian, selain itu penelitian terdahulu akan digunakan sebagai tolak ukur meneliti dan menganalisis penelitian yang tengah dilakukan.

Kerangka pemikiran akan membantu peneliti dalam menghubungkan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, metode pengumpulan data, subjek dan objek, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berikan analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai strategi komunikasi redaksi di majalah Mata Budaya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran bagi objek yang terlibat dalam penelitian ini.

