

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut McQuail (2011, 174), media dan pilihan konten secara umum rasional dan diarahkan kepada tujuan dan kepuasan spesifik tertentu (karenanya khalayak bersifat aktif dan pembentukan khalayak dapat dijelaskan secara logis) serta anggota khalayak sadar akan kebutuhan terkait media yang muncul dalam kondisi pribadi (individual) dan sosial dan dapat menyuarakan ini dalam kaitannya dengan motivasi. Jadi, audiens menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, audiens akan aktif menggunakan media berdasarkan motivasinya dan jika motivasinya terpenuhi maka kebutuhannya juga terpenuhi.

Terkait motivasi, Menurut Kreitner dan Kinicki (2014) motivasi adalah kumpulan proses psikologis yang menyebabkan pergerakan, arahan, dan kegigihan dari sikap sukarela yang mengarah pada tujuan yang diinginkan. Melalui adanya motivasi, seorang terdorong untuk melakukan hal yang mereka inginkan agar keinginannya tercapai. Sementara kepuasan, dalam McQuail (2011: 158) istilah ‘perangkat kepuasan’ (*gratification set*) dipilih untuk merujuk pada banyak kemungkinan bagi khalayak untuk membentuk dan membentuk ulang berdasarkan kesukaan, kebutuhan, atau pilihan yang terkait media. Walaupun khalayak sebagai ‘publik’ sering kali memiliki serangkaian kebutuhan dan kepentingan media yang luas, dan mendapatkan kesatuannya dari karakteristik sosial bersama, ‘perangkat kepuasan’ diidentifikasi oleh kebutuhan tertentu atau jenis kebutuhan (yang meskipun demikian, di dapatkan dari pengalaman sosial).

Berdasarkan asumsi yang dijelaskan oleh McQuail (2011: 177) menjelaskan bahwa hal yang pokok dari sebagian besar teori mengenai motivasi personal untuk penggunaan media adalah gagasan bahwa media menawarkan imbalan yang diharapkan (maka diprediksikan) oleh anggota khalayak potensial berdasarkan pengalaman di masa lalu yang relevan. Dalam pembahasan ini, dibedakan pula

antara pengharapan (kepuasan yang dicari) dan kepuasan (kepuasan yang didapatkan) serta mengidentifikasi kenaikan seiring waktu dari perilaku penggunaan media. Jika motivasi yang diinginkan tercapai dengan baik maka munculah rasa kepuasan dalam diri seseorang. Kepuasan adalah bentuk dari akibat yang terjadi setelah motivasi menjadi sebabnya. Kepuasan merupakan tahap di mana seseorang dapat memahami jika sesuatu yang diharapkannya telah didapatkan melalui media yang mereka pilih dan pakai.

Konsep mengukur kepuasan dalam teori nilai harapan yang dijelaskan oleh McQuail (2011: 178) disebut dengan *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)*. GS merupakan kepuasan yang ingin dicari atau yang diinginkan, sehingga memiliki motif yang mendorong untuk menggunakan media. Sedangkan GO merupakan kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah menggunakan media. Dapat disimpulkan *Gratification Obtained (GO)* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai isi media tersebut.

Pada penelitian kali ini, penulis ingin menguji teori *Uses and Gratification* model Nilai Harapan serta dua variabel *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* pada sebuah buku. Karena, dilihat dari penelitian soal buku belum ada yang melihat tentang motivasi dan kepuasan pembaca. Sementara penelitian-penelitian terdahulu soal *Uses and Gratification*, khususnya pakai model Nilai-harapan belum ada yang melihat pada khalayak pembaca buku.

Buku masih bertahan di tengah media baru dan pembajakan, juga budaya membaca masyarakat Indonesia yang masih rendah. Walaupun jumlah penduduk Indonesia besar, peminat buku sangat sedikit di Indonesia. Rata-rata buku hanya dicetak 3.000 eksemplar untuk setiap judulnya. Menurut data, rata-rata orang Indonesia hanya membeli 2 judul buku setiap tahun. Ikapi menyatakan, Indonesia memiliki 1.300 penerbit, namun hanya separuhnya yang aktif. Penerbit disebut aktif, jika minimal mampu memproduksi 10 judul buku setiap tahunnya (Nurhadi Suahyo, “Buku di Indonesia, Masihkah Dibaca?”, 16 Maret 2018 dalam voaindonesia.com, diakses 8 November 2018 pukul 15.18).

Dalam penelitian literasi yang bertajuk *'World's Most Literate Nations'*, *Central Connecticut State University* (CCSU) merilis peringkat literasi negara-negara dunia pada Maret 2016. Pemingkatan perilaku literasi ini dibuat berdasar lima indikator kesehatan literasi negara, yakni perpustakaan, surat kabar, pendidikan, dan ketersediaan komputer. Indonesia berada di urutan 60 dari 61 negara yang disurvei. Indonesia masih unggul dari satu negara, yakni Botswana yang berada di kerak peringkat literasi ini. Nomor satu ada Finlandia, disusul Norwegia, Islandia, Denmark, Swedia, Swiss, AS, dan Jerman (Danu Damarjati, “Benarkah Minat Baca Orang Indonesia Serendah Ini?”, 5 Januari 2019 dalam detik.com, diakses pada 16 November 2019 pukul 16.03).



HOW NATIONS RANKED					
Country	Rank	Country	Rank	Country	Rank
Finland	1	Malta	21	Romania	41
Norway	2	South Korea	22	Portugal	42
Iceland	3	Czech Republic	23	Brazil	43
Denmark	4	Ireland	24	Croatia	44
Sweden	5	Italy	25	Qatar	45
Switzerland	6	Austria	26	Costa Rica	46
United States	7	Russia	27	Argentina	47
Germany	8	Slovenia	28	Mauritius	48
Latvia	9	Hungary	29	Serbia	49
Netherlands	10	Slovak Republic	30	Turkey	50
Canada	11	Lithuania	31	Georgia	51
France	12	Japan	32	Tunisia	52
Luxembourg	13	Cyprus	33	Malaysia	53
Estonia	14	Bulgaria	34	Albania	54

Gambar 1.1 Penelitian CSSU 1

New Zealand	15	Spain	35	Panama	55
Australia	16	Singapore	36	South Africa	56
United Kingdom	17	Chile	37	Colombia	57
Belgium	18	Mexico	38	Morocco	58
Israel	19	China	39	Thailand	59
Poland	20	Greece	40	Indonesia	60
				Botswana	61

Gambar 1.2 Penelitian CSSU 2

Pembaca buku memiliki motivasi ketika membaca buku. Motivasi ini akan menentukan rasa puas setelah membaca buku tersebut. Vivian (2008: 40) buku merupakan bagian dari komunikasi massa yang dapat menyalurkan sebuah nilai-nilai sosial kepada para pembacanya. Hal itu berpengaruh juga terhadap motivasi pembaca. Semakin tinggi nilai sosial yang terdapat dalam sebuah buku, maka semakin besar pula motivasi pembaca terhadap buku tersebut. Karena, hal itu bisa saja memenuhi kebutuhan yang diinginkan seorang pembaca buku. Maka dari itu, seorang pembaca buku bisa saja menjadi antusias dan sangat menginginkan buku tersebut agar mereka tercapai sebuah kepuasan diri, yaitu terpenuhinya kebutuhan mereka dari sebuah buku yang akan mereka baca.

Berdasarkan penelusuran penulis, belum ada penelitian yang meneliti mengenai motivasi dan kepuasan pembaca buku. Penulis menemukan dua penelitian mengenai buku. Penelitian pertama dilakukan oleh Herson Kadir dan Patrian Pakaya pada tahun 2017 dengan judul “Respons Emosional Pembaca Terhadap Novel Surga Yang Dirindukan 2 Karya Asma Nadia”. Bidang kajian penelitian ini, yakni sastra. Untuk itu, konsep dan teori dalam penelitian ini terkait dengan bidang sastra. Konsep yang diteliti dalam penelitian ini adalah respon emosional pembaca, sedangkan teori yang digunakan adalah teori resepsi sastra. Hasil penelitiannya yaitu bahwa terdapat respon emosional yang berbeda disetiap kategori laki-laki dan juga perempuan.

Penelitian kedua dilakukan oleh Sri Hartini dan Yudha Riski Prasiska yang berjudul “Pengaruh Biblioterapi Dengan Buku Cerita Bergambar Terhadap Tingkat Kecemasan Pada Anak Prasekolah Saat Pemasangan Infus di Rumah Sakit Telogorejo Semarang”. Bidang kajian dalam penelitian ini adalah buku cerita bergambar anak. Untuk itu, konsep dan teori dalam penelitian ini terkait dengan kesehatan. Hasilnya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara biblioterapi terhadap penurunan kecemasan pada anak saat pemasangan infus.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya merupakan penelitian dalam bidang sastra dan juga bidang kesehatan, sedangkan penelitian ini terkait kajian ilmu komunikasi mengenai motivasi dan kepuasan pembaca. Peneliti memosisikan buku sebagai media massa dan pembaca sebagai audiens dan bukan sebagai pembaca karya sastra ataupun pasien rumah sakit. Peneliti memosisikan pembaca aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, memiliki motivasi agar mendapatkan kepuasan dari membaca buku.

Penelitian ini juga memfokuskan pada buku yang dipromosikan melalui media baru, yakni media sosial Instagram. Penulis Marchella FP meluncurkan buku perdananya berjudul “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” (NKCTHI) pada tahun 2018. Buku ini laris sebanyak 50 ribu eksemplar dalam sebulan dan sekarang sudah sampai pada cetakan ke-12.

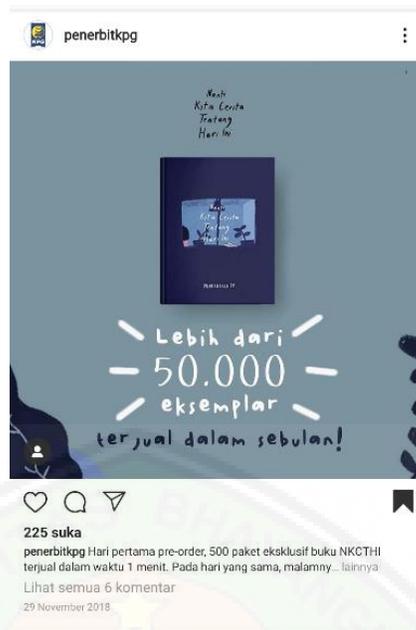
Buku ini berisi tentang kumpulan pengalaman banyak orang. NKCTHI bermula dari akun instagram @nkcthi yang Marchella ciptakan untuk ‘mendengar’ keluh kesah dan curhatan para *netizen*. Dengan membuka topik dan sesi berdiskusi di Instagram, NKCTHI mencoba menemani para netizen sebagai pendengar yang baik tanpa menyalahkan mereka atas permasalahan yang menimpa mereka. Berbedanya buku ini dengan buku yang lain adalah buku ini tidak berisi banyak tulisan. Isinya hanya berupa gambar dan kutipan tulisan yang singkat, padat, dan jelas.

Satu bulan pertama menjadi admin, Marchella mengaku mampu menyelami perasaan para pengikut akun @nkcthi dengan memahami permasalahan mereka. Marchella menuangkan pengalamannya mendengarkan permasalahan ini dalam tokoh dalam bukunya, yakni Awan. Awan seorang perempuan berusia 27 tahun

yang takut lupa rasanya menjadi muda. Awan pun mengirim surat ke masa depan. Pesan tersebut ia dapat dari banyak hal yang telah Awan hadapi. Ia pun mencoba menyederhanakannya menjadi pelajaran yang akan berguna bagi anaknya kelak (Suci Rezeki Aulia, “Best Seller, Marchella FP Blak-Blakan Tentang Kisah Dibalik “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini”, 14 November 2018 dalam tribunnews.com, diakses pada 13 November 2019 pukul 16.30).

Penulis Marchella FP menggunakan media sosial instagram dalam mempromosikan bukunya. Seperti yang sudah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, isi dalam sosial media instagram @nkcthi selalu mewakili apa yang dirasakan oleh pengikutnya. Respon antusias pengikutnya pun muncul setelah para pengikut tahu bahwa cerita dari akun media sosial instagram @nkcthi akan dijadikan buku. Salah satu keunikan lainnya yang membuat pembaca tertarik untuk membeli adalah, buku ini berbentuk kotak tidak terlalu besar. Ringan dibawa serta isinya tidak terlalu berat untuk dibaca. Pembaca juga bisa mendapatkan *sticker* yang bisa ditempel pada buku atau di tempat lainnya.

Melalui akun media sosial instagram @penerbitkpg, yaitu penerbit yang menerbitkan buku NKCTHI, memberi tahu bahwa dalam sebulan buku NKCTHI sudah habis sebanyak 50 ribu eksemplar. Dalam release pertama kalinya di beberapa toko buku bahkan langsung habis dalam satu hari itu juga. Terbukti dalam setiap postingan @nkcthi di toko buku selalu habis terjual dalam sehari, seperti yang terlihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1.3 Postingan Penerbit KPG

Marchella FP juga menyiapkan sebuah *playlist* lagu dalam Spotify untuk diperdengarkan bersamaan dengan bacaan buku Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini. Beberapa pembaca bukunya banyak yang membaca buku NKCTHI sambil mendengarkan *playlist* lagu yang sudah dibuat Marchella FP di Spotify. Mereka menuangkan responnya melalui postingan *snapgram* di media sosial instagram mereka dan postingan mereka pun di *re-posting* oleh akun @nkcthi. Unikny lagi, Marchella FP membuat *merchandise* untuk karakter yang ada di dalam bukunya, yaitu ada Ego, Emo dan Ekso.

Untuk mengetahui “Hubungan Motivasi Membaca Buku “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” Terhadap Tingkat Kepuasan Pembaca” ini, peneliti akan melakukan survey pada *followers*/pengikut media sosial @nkcthi yang membaca buku tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dapat dirumuskan menjadi seberapa besar hubungan motivasi membaca buku Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini terhadap tingkat kepuasan pembaca?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan seberapa besar hubungan motivasi membaca buku Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini terhadap tingkat kepuasan pembaca.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan keilmuan tentang besarnya hubungan motivasi membaca buku terhadap tingkat kepuasan pembaca.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Bagi lembaga pendidikan perkuliahan, diharapkan bisa menjadi contoh dan pedoman yang baik dalam menyusun sebuah penelitian.

Bagi para pembaca, diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa membuat pembaca mengerti pentingnya memilih sebuah buku yang bermanfaat dan juga memberikan pengetahuan yang luas bukan hanya sekedar hiburan semata.