

## **Tanggapan Pembaca Terhadap Rubrik Klik di Harian Kompas** Relation Of Le Minerale Advertisement And Brand Awareness

<sup>1</sup>Ahmad Maulana Ibnu Malik, <sup>2</sup>Ferry Darmawan

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>ahmed.maulanaa@gmail.com, <sup>2</sup>ferry@unisba.ac.id*

**Abstract.** Knowledge can come from anywhere, as long as we look for such information and we have the intention to be sure, there is definitely no way. There are several ways to gain knowledge that is read, see, and hear. One of these mass media, mass media form is divided into: (1) newspapers, (2) magazines, (3) radio, (4) television, (5), film. This form of mass media is a derivative of the Komunikassi mass. Mass communication is a kind of social forces that can drive social process toward a destination that has been applied first. The study entitled "Tanggapan Pembaca Terhadap Rubrik Klik di Harian Kompas". In the Community Educational Window Artist (his specialty) is located on the campus of the Islamic University of Bandung (Unisba), in accordance with the principal problems in the lift, i.e. "how community members Take a response against the Rubric Click on daily Compass as a means of insight photography?". The purpose of this research is to determine how community members Take a response against the Rubric Click on daily Compass as a means of insight photography. The methods used in this research is descriptive method which aims to describe and explain the phenomenon is examined without using any hypothesis. While data to support this research was obtained through interviews, documentation, observation and the study of librarianship. Community response to Take against the rubric Click on daily Compass as a means of insight which is the purpose of telling (informative), the purpose of affect and convincing (argumentative persuasive), and the purpose of entertaining audiences (rekreatif), has become a benchmark and a motivation for the members of the community and outside the community, because aspects of the lesson about something not only can get on academic lessons, we can find it outside of formal instruction as long as we want to try and effort in studying the matter.

**Keywords:** Mass Communication, A Means Of Insight Photography, Community

**Abstrak.** Pengetahuan bisa datang dari mana saja, asalkan kita mencari informasi tersebut dan kita memiliki niat yang pasti, disitu pasti ada jalan. Ada beberapa cara untuk mendapatkan pengetahuan yaitu membaca, melihat, dan mendengar. Salah satunya media massa, bentuk media massa terbagi : (1) surat kabar, (2) majalah, (3) radio, (4) televisi, (5), film. Bentuk media massa ini adalah turunan dari Komunikassi Massa. Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah diterapkan terlebih dahulu. Penelitian ini berjudul "Tanggapan Pembaca Terhadap Rubrik Klik di Harian Kompas". Di komunitas Jendela Edukasi Pemotret (Jepret) berlokasi di Kampus Universitas Islam Bandung (Unisba), sesuai dengan pokok permasalahan yang di angkat, yaitu "Bagaimana Tanggapan Anggota Komunitas Jepret Terhadap Rubrik Klik di Harian Kompas Sebagai Sarana Wawasan Fotografi?". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Tanggapan Anggota Komunitas Jepret Terhadap Rubrik Klik di Harian Kompas Sebagai Sarana Wawasan Fotografi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang diteliti tanpa menggunakan hipotesis. Sedangkan data untuk menunjang penelitian ini diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, observasi dan studi kepustakaan. Tanggapan komunitas Jepret terhadap rubrik Klik di harian Kompas sebagai sarana wawasan diantaranya adalah tujuan memberitahu (*informatif*), tujuan memengaruhi dan meyakinkan (*persuasive argumentatif*), dan tujuan menghibur khalayak (*rekreatif*), telah menjadi patokan dan sebuah motivasi bagi anggota komunitas maupun luar komunitas, karena aspek pelajaran mengenai sesuatu hal tidak hanya bisa didapatkan di akademik pelajaran, kita dapat menemukannya diluar pengajaran formal asalkan kita mau mencoba dan usaha dalam menekuni hal tersebut.

**Kata Kunci:** Komunikasi Massa, Sarana Wawasan Fotografi, Komunitas

### **A. Pendahuluan**

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. (Cangara, 2002). Media massa memiliki

beberapa jenis yaitu Media Cetak : majalah, koran, surat kabar dll., Media Elektronik : radio, TV, film, atau video dll., dan Media Siber : media sosial, website, portal berita, blog, dll. Tentunya setiap jenis media massa ini memiliki sifat khasnya dan penggunaan juga diperuntukan bagaimana keperluan yang diinginkan. Menurut Onong Uchyana Effendy dalam buku “Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi (2000 : 55) menyebutkan bahwa fungsi komunikasi massa adalah Menginformasikan, Mendidik, Menghibur, Mempengaruhi.

Media massa memiliki bentuk yaitu Surat Kabar, Majalah, Radio Siaran, Televisi, dan Film. Surat kabar koran di Indonesia sangat beragam hampir di seluruh provinsi ada, salah satu surat kabar yang masih bertahan dari dulu yaitu Kompas. Kompas pertama kali terbit pada 28 Juni 1965 dengan nama Bentara Rakyat. Kompas adalah salah satu media cetak terbesar yang cakupan isi dari surat kabar ini melayani informasi terbaru setiap saat. Pada tahun 2009 bulan Februari harian Kompas mempunyai rubrik fotografi, nama rubrik tersebut yaitu Klik. Klik Klinik Fotografi ini terbitnya setiap hari Selasa dan kurator yang memegang rubrik ini yaitu fotografer senior kawakan di harian Kompas yaitu Arbain Rambey. Kamera adalah alat penunjang bagi siapapun yang ingin terjun di dunia fotografi, banyak juga merek dan jenisnya begitu juga harga dari kamera tersebut variatif. Faktor yang mendukung khalayak dapat mempunyai sebuah kamera yaitu dengan terjangkaunya harga dengan jenisnya, dan khalayak berbondong-bondong untuk membelinya. Bilamana kita lihat saat ini fotografi bisa kita anggap sebagai *lifestyle* (gaya hidup).

Unisba memiliki unit kegiatan mahasiswa di bidang fotografi yaitu Jepret. Kapanjangan dari Jepret yaitu Jendela Edukasi Pemotret berdiri pada bulan Agustus tahun 2000. Pada awal dibentuknya komunitas Jepret ini hanya beranggotakan mahasiswa Fikom saja, setelah berjalan hampir ditahun ke-enam barulah ada perekrutan anggota selain mahasiswa Fikom. Ternyata antusias fakultas selain Fikom banyak dan membutuhkan wawasan tambahan dalam bidang fotografi. Dengan antusias anggota komunitas Jepret yang jurusan non-Fikom akankah dengan adanya rubrik Klik ini memiliki pengaruh mengenai wawasan fotografinya, secara kuliah non-Fikom tidak pernah mendapat ilmu atau teori fotografi di perkuliahannya.

Berdasarkan diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian “Bagaimana Tanggapan Anggota Komunitas Jepret Unisba Terhadap Rubrik Klik di Harian Kompas Sebagai Sarana Wawasan Fotografi”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui tanggapan anggota komunitas Jepret Unisba terhadap tujuan memberitahu (*informatif*) rubrik klik di harian Kompas yang dibuat oleh Arbain Rambey.
2. Untuk mengetahui tanggapan anggota komunitas Jepret Unisba terhadap tujuan memengaruhi dan meyakinkan (*persuasif argumentatif*) rubrik klik di harian Kompas yang dibuat oleh Arbain Rambey.
3. Untuk mengetahui tanggapan anggota komunitas Jepret Unisba terhadap tujuan menghibur khalayak pembaca (*rekreatif*) rubrik klik di harian Kompas yang dibuat oleh Arbain Rambey.

## **B. Landasan Teori**

Komunikasi massa menurut (Effendy, 1998:50-61) adalah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop. Pengaruh media massa terasa lebih kuat pada masyarakat modern. Karena pada dasarnya, masyarakat modern lebih banyak memperoleh

informasi tentang dunia melalui media massa. Sedangkan pada saat yang sama, mereka sukar untuk mengecek kebenaran yang disajikan oleh media tersebut.

Model agenda setting menekankan kepada efek pada sikap dan pendapat kepada efek kesadaran dan pengetahuan, topik yang lebih banyak mendapat perhatian dari media massa akan menjadi lebih akrab bagi pembacanya. Dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Ardianto 2007:77) mengatakan bahwa : Efek dari *agenda Setting model* terdiri atas *efek langsung* dan *efek lanjutan (subsequent effect)*. Efek langsung berkaitan dengan isu : apakah isu itu ada atau tidak ada dalam agenda khalayak; dari semua isu, mana yang dianggap paling penting menurut khalayak; sedangkan efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan seperti memilih kontestan pemilu atau aksi protes.

Media cetak adalah salah satu media massa yang telah berabad-abad digunakan oleh manusia jauh sebelumnya ditemukannya radio dan televisi. Media cetak yang kini banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah majalah dan surat kabar, yang sesuai dengan kebutuhan mereka baik sebagai seorang profesional maupun sebagai masyarakat umum.

Dalam sebuah Surat Kabar harian terdiri dari berbagai tulisan, apakah berupa artikel, berita, kolom, tajuk, dan lain-lain yang dikemas kedalam suatu rubrik. Pengertian rubrik asal kata dari bahasa Belanda, *rubriek*, bahasa Perancis-nya, *rubriek* dan bahasa Latin-nya *rubrica*. Menurut Komarudin (1974:74) dalam bukunya Kamus Istilah Skripsi dan Tesis menyatakan bahwa rubrik adalah “kepala karangan, bab, atau pasal pada surat kabar atau majalah yang sering diartikan sebagai ruangan, misalnya rubrik tinjauan luar negeri, rubrik ekonomi, rubrik kewanita-an.” Menurut Effendy (2000:316) yang dimaksud dengan rubrik adalah “ruangan pada ruangan surat kabar/majalah atau media lain mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat.”

Rubrik isinya bermacam-macam, biasanya menganalisa suatu masalah yang berhubungan dengan politik, ekonomi, sosial, budaya termasuk kehidupan manusia, karena rubrik adalah menyangkut isi dari surat kabar, majalah, dan media cetak lainnya. Berdasarkan perbidangan dalam penerbitan berkala sebagai media komunikasi, yakni aspek informatif, edukatif, dan rekreatif, maka isi dari suatu penerbitan meliputi hal-hal atau peristiwa-peristiwa sebagai berikut :

1. Rubrik Informasi:
  - a) Perihal keluarga (pertunangan, perkawinan, kelahiran, kematian)
  - b) Kesejahteraan (koperasi, fasilitas dari organisasi, kredit rumah)
  - c) Pengumuman pimpinan organisasi
  - d) Peraturan
  - e) Surat Keputusan
  - f) Pergantian pemimpin
  - g) Kepindahan pegawai
  - h) Pertemuan (rapat kerja, penataran, konferensi, dan lain-lain).
2. Rubrik Edukasi:
  - a) Tajuk Rencana
  - b) Artikel (pengetahuan, keterampilan, keagamaan, dan lain-lain)
  - c) Kutipan pendapat tokoh (keahlian, kemasyarakatan, keagamaan)
3. Rubrik Rekreasi:
  - a) Cerita pendek
  - b) Anekdote
  - c) Pojok atau sentilan Kisah minat insani (human interest).

Dalam surat kabar, tabloid, majalah, jurnal atau buletin. Kedudukan artikel sangat strategis. Artikel merupakan salah satu dari tiga kelompok menu utama pers yaitu berita (*news*), atikel (*article*) dan iklan (*advertising*). Jadi pada dasarnya reputasi sebuah surat kabar atau majalah bukan karena hanya sajian berita – beritanya yang aktual, tetapi juga ditunjang dengan kehadiran artikel – artikel yang ditulis oleh para pakar dari latar belakang disiplin ilmu, profesi, dan keahlian yang sangat beragam.

Menurut Sumadiria (2004:1) Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontroversial dengan tujuan untuk memberitahu (*informatif*), memengaruhi dan meyakinkan (*persuasif argumentatif*), atau menghibur khalayak pembaca (*rekreatif*).

Di bawah ini adalah pemaparan tujuan artikel yang diambil dari fungsi media massa:

1. Memberitahu (*informatif*).  
Khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar, majalah, tabloid dan lain-lain karena memerlukan informasi mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, dan lain sebagainya. (Effendy, 1984 : 193-194)
2. Mempengaruhi dan meyakinkan (*persuasif argumentative*).  
“Media massa memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi dari surat kabar dan majalah secara implisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel” (Effendy, 1984 : 193-194)
3. Menghibur khalayak pembaca (*rekreatif*).  
Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat oleh surat kabar dan majalah untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel yang berbobot. Isi surat kabar dan majalah yang bersifat hiburan bisa berbentuk; cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, karikatur, teka-teki silang (kuis), pojok, tidak jarang juga berita yang mengandung minat insani (human interest) dan kadang-kadang tajuk rencana. Meskipun pemuatan isi mengandung hiburan itu semata-mata melemaskan ketegangan pikiran setelah para pembaca ‘dihidangi’ berita dan artikel yang berat. (Effendy, 1984 : 193-194)

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Tanggapan Pembaca Terhadap Rubrik Klik di Harian Kompas

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data wawancara. Responden dari penelitian ini merupakan anggota komunitas Jendela Edukasi Pemotret (Jepret) yang kuliahnya bukan dari Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom). Penulis mengambil tiga responden yang ketiga anggota ini adalah angkatan 13 komunitas Jepret, yaitu:

1. Aditya Yuda mahasiswa Universitas Islam Bandung (Unisba) Fakultas Teknik Industri.
2. Adam Raidi mahasiswa Universitas Islam Bandung (Unisba) Fakultas Ekonomi Manajemen.
3. Sifa Fauzia mahasiswa Universitas Islam Bandung (Unisba) Fakultas Ekonomi Akuntansi.

Penulis melakukan wawancara kepada ketiga responden di atas berdasarkan daftar pertanyaan yang dibuat dan disusun atas dasar variabel yang diteliti. Penulis memilih ketiga narasumber di atas untuk dijadikan responden berdasarkan beberapa kriteria, yaitu:

1. Mengetahui tujuan memberitahu (*informatif*).

2. Mengetahui tujuan memengaruhi dan meyakinkan (*persuasif argumentatif*).
3. Mengetahui tujuan menghibur khalayak pembaca (*rekreatif*).

Rubrik klik merupakan rubrik yang di prakarsai oleh fotografer senior yaitu Arbain Rambey, yang pertama kali rilis bulan Februari 2009. Penulis melihat tujuan pembuatan rubrik klik ini dalam rangka berbagi pengalaman yang ditulis oleh kurator rubrik klik tersebut. Bilamana ditinjau dari tulisannya, rubrik ini mendeskripsikan pengalamannya dengan gaya penulisan yang mudah dicerna. Secara tidak langsung gaya penulisan tersebut mampu menarik minat pembaca dari kalangan penggiat fotografi maupun pembaca umum.

Sesuai para pembacanya rubrik Klik Kompas ini memberikan dampak positif bagi para pembacanya. Seperti halnya salah satu komunitas yang ada di kampus Unisba, menganggap bahwa rubrik ini memberikan motivasi untuk pemula fotografer, juga sebagai sarana edukasi. Hal tersebut berangkat dari munculnya komunitas Jepret sebagai Jendela Edukasi Pemotret.

Dalam data penelitian terdiri dari satu sub-variabel, yaitu sub-variabel tanggapan pembaca terhadap artikel dalam rubrik Klik surat kabar harian Kompas. Sub-variabel tanggapan pembaca terhadap artikel dalam rubrik Klik di surat kabar harian Kompas terdiri dari tiga indikator. Indikator pertama adalah tujuan memberitahu (*informatif*) yang terbagi menjadi 4 alat ukur yaitu kalimat yang aktual, Kalimat yang akurat, kalimat yang relevan dan kalimat yang berimbang. Indikator kedua adalah tujuan memengaruhi dan meyakinkan (*persuasif argumentatif*), terdiri dari tiga alat ukur yaitu kalimat yang mengarah memperkuat sikap, kalimat yang mengarah perubahan sikap, dan kalimat yang mengarah ke motivasi. Indikator ketiga adalah tujuan menghibur khalayak (*rekreatif*). Pada indikator ini terdiri dari dua alat ukur yaitu kalimat yang dapat menyenangkan perasaan dan kalimat yang mengandung humor.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan memberitahu (*informatif*) dengan sistem wawancara penulis melihat ketiga informan terlihat terpaan yang ditimbulkan rubrik Klik sangatlah besar bagi aspek pengetahuan yang tidak mempunyai *basic* tentang fotografi. Rubrik Klik bila dilihat dalam segi kalimat aktual, akurat, relevan, dan berimbang, semua responden yang penulis lihat menjadikan rubrik sebagai wawasan ilmu fotografi.
2. Tujuan Memengaruhi & Meyakinkan (*persuasif argumentatif*) penulis melihat dari segi wawancara bahwa semua responden mengiyakan bahwa yakin terhadap rubrik Klik sebagai sarana wawasan yang tepat untuk yang istilahnya awam mengenai ilmu fotografi. Dalam segi memengaruhi semua responden terpengaruh dengan gaya yang ada didalam rubrik Klik ini dan menjadikan sebuah acuan pengetahuan yang penting.
3. Tujuan Menghibur Khalayak Pembaca (*rekreatif*) penulis melihat dari aspek ini terbagi dua menjadi: (1) Kalimat yang membuat perasaan senang, bila diulas kembali dalam wawancara melihat bahwa rubrik Klik ini kalimat yang ditampilkan dalam setiap minggunya membuat para responden yang membaca membuat perasaan senang. (2) Kalimat yang mengandung kata candaan/humor, penulis mendapatkan jawaban bahwa semua responden sekaligus pembaca ini menganggap bahwa dalam rubrik ini tidak mengandung sebuah kata candaan/humor, tulisannya cukup serius namun gampang dicerna pembaca.

## E. Saran

### Saran Teoritis

Untuk selanjutnya, Komunikasi Massa sangat luas dalam segi teori dan turunannya, diharapkan penelitian ini dapat sebagai acuan untuk menjelajah lebih dalam lagi dalam Komunikasi Massa di selanjutnya penelitian. Masih banyak sekali kajian ilmu dan bukunya, disitulah dapat terbukanya sebuah masalah penelitian dan mengangkat sebuah masalah untuk diteliti dengan Komunikasi Massa sebagai acuannya. Penulis merasa banyak yang masih kekurangan dalam penelitian ini, untuk kedepannya lebih diperdalam lagi dan semoga ini bisa menjadi sebuah patokan untuk penelitian selanjutnya.

### Saran Praktis

Rubrik Klik ternyata menjadi sebuah acuan bagi pada komunitas penggiat fotografi, diharapkan kedepannya banyak lagi rubrik mengenai fotografi disebuah surat kabar. Karena dengan kemajuan sekarang banyak sekali orang yang berminat mempelajari fotografi untuk menjadi hobi, atau menjadi pekerjaan.

Semoga rubrik Klik ini juga bisa terbit tidak hanya seminggu sekali, minimalnya dalam satu minggu bisa terbit dua kali, agar pembaca tidak menunggu telalu lama. Penulis berharap Rubrik ini bisa hadir kembali dalam bentuk siaran televisi yang sekarang sudah tidak ada lagi acaranya.

### Daftar Pustaka

- Effendi, Onong Uchjana 2003. *“Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi”*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin dan Subandy, Idi. 2016. *“Metode Penelitian Komunikasi, Edisi Revisi Kedua”*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2007. *“Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi”*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Djuroto, Totok dan Suprijadi, Bambang, 2002. *Menulis Artikel Dan Karya Ilmiah*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sumadiria, Drs. AS Haris, 2004. *Menulis Artikel Dan Tajuk Rencana*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.