**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan media masa saat ini merupakan kebutuhan, dalam mendukung berbagai aktifitas masyarakat urban. Dalam era global saat ini teknologi yang berkembang, kian memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi secara cepat dan mengikuti perkembangan. Media massa, seperti halnya pesan lisan dan isyarat sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi manusia. Pada hakikatnya media adalah perpanjangan lidah dan tangan yang berjasa meningkatkan kapasitas manusia untuk mengembangkan struktur sosialnya (Rivers, 2004: 27).

Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat saat ini, dimanfaatkan oleh berbagai media massa dalam perannya menyampaikan informasi, edukasi, opini, dan ilmu pengetahuan kepada para pembacanya. Dalam mencukupi kebutuhan khalayak tersebut, media massa umumnya selalu aktif dalam memproduksi informasi yang cepat, hangat dan orisinil. Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori yakni media massa cetak dan media massa elektronik (Ardianto 2004:98). Media massa pun diyakini memiliki kekuatan yang maha dasyat dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa dengan mudah dapat mengarahkan masyarakat membentuk opini akan suatu peristiwa yang selanjutnya akan terjadi. Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi kehidupan di masa kini dan dimasa mendatang (Nurudin, 2009: 255).

 Faktor terebut menjadi salah satu pemacu dari berkembangnya berbagai lembaga penyedia informasi (baca:media massa). Selain berkembang secara kuantitas, media massa pun berkembang secara kualitas. Dalam artian, saat ini hampir setiap media massa fokus pada publik tertentu yang memiliki kebutuhan tertentu. Sehingga bisa dikatakan, telah terjadi pengkhususan segmentasi media massa demi menggapai khalayak tertentu yang menjadi sasaran media massa tersebut.

Media massa merupakan bentuk komunikasi yang menjangkau masyarakat secara luas sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Dengan demikian, agar pesan informasi yang disampaikan dapat diterima, maka media massa perlu “meracik” fenomena-fenomena yang telah “ditangkap” dari realitas yang ada dengan sedemikian rupa sehingga pesan yang akan disampaikan kepada publik sasarannya dianggap sebagai suatu hal yang penting.

Fenomena yang berbeda ditangkap oleh berbagai media yang berbeda pula kepentingannya, sesuai dengan *target audience* yang diinginkan. Hal-hal yang menjadi bahan pertimbangan suatu media dalam memilih berbagai fenomena untuk ditangkap kemudian “diracik” demi masyarakat *target audience* tertentu salah satunya adalah ditentukan oleh posisi di mana media itu berbeda. Salah satu contohnya adalah koran *Pikiran Rakyat* yang merupakan salah satu perusahaan yang memiliki cakupan wilayah oprasional hanya disekitar Jawa Barat, Hal ini terjadi karena koran *Pikiran Rakyat* yang menyasar rakyat Jawa Barat sebagai *target audience*-nya ingin lebih mendekatkan diri dan tentu saja pada akhirnya ingin meningkatkan target penjualan/oplah mereka.

Tentu saja dengan mengandalkan faktor kedekatan geografis saja tidaklah cukup bagi suatu media untuk bersaing dengan media-media lain dalam lingkup wilayah yang sama. Sehingga untuk mampu mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat diperlukan kejelian media massa untuk menangkap fenomena yang khusus terjadi diranah hidup masyarakat Jawa Barat. Bahkan jika perlu hingga tingkat komunitas-komunitas yang memiliki basis massa yang besar dan tersebar di seluruh Jawa Barat.

 Faktor inilah yang jeli dilihat oleh koran *Pikiran Rakyat* sebagai salah satu perintis media massa cetak di Jawa Barat. Demi lebih mendekatakan diri dengan masyarakat Jawa Barat dan bertahan dalam persaingan antarmedia massa cetak yang semakin sengit, koran *Pikiran Rakyat* berusaha meraih komunitas-komunitas tertentu yang memiliki basis massa yang kuat di Jawa Barat.

Salah satu komunitas yang memiliki basis massa yang kuat di Jawa Barat dan kemudian dijadikan *target audience* oleh koran *Pikiran Rakyat* adalah para penggemar tim sepak bola Persib yakni Bobotoh. Tim sepak bola yang telah berdiri sejak tahun 1933 ini merupakan tim sepak bola yang sangat dibanggakan oleh masyarakat Jawa Barat. Oleh karena itu, tidak heran jika penggemar fanatiknya yang disebut Bobotoh berjumlah puluhan ribu orang hanya di Jawa Barat saja, belum tersebar di seluruh nusantara.

Pertumbuhan komunitas Bobotoh di Jawa Barat khususnya Bandung mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini merupakan sebuah realita yang dihasilkan dari perkembangan sosial masyarakat yang semakin heterogen. Menurut pandangan Soerjono Soekanto, dalam kehidupan masyarakat dalam pengertian komunitas terdapat ikatan solidaritas antar individu, yang biasanya ditentukan oleh kesamaan - kesamaan yang mencakup kesamaan dalam hal perasaan, adat istiadat, norma - norma sosial, dan cara - cara hidup bersama pada umumnya yang dinamakan *cummunity sentiment* (perasaan komunitas).

Adapun unsur – unsur perasaan komunitas yakni “seperasaan” artinya unsur seperasaan akibat seseorang berusaha untuk mengidentifikasikan dirinya dengan sebanyak mungkin orang dalam kelompok tersebut, sehingga kesemuanya dapat menyebutkan dirinya sebagai “kelompok kami”, “perasaan kami” dan sebagainya. Kemudian “sepenanggungan” artinya setiap induvidu sadar akan peranannya dalam kelompok dan keadaan masyarakat sendiri memungkinkan peranannya dalam kelompok yang dijalankan, sehingga dia mempunyai kedudukan yang pasti dalam darah dagingnya sendiri serta “saling memerlukan” artinya induvidu yang tergabung dalam masyarakat setempat, merasa dirinya tergantung pada “komuniti ”- nya yang meliputi kebutuahan fisik maupun kebutuhan - kebutuhan psikologis. (Soekanto, 2003 : 150,151).

 Fakta inilah yang menjadi pertimbangan koran *Pikiran Rakyat* untuk selalu konsisten mengagendakan pemberitaan mengenai Persib dalam setiap edisi korannya. Walaupun koran *Pikiran Rakyat* tidak memiliki rubrik khusus mengenai Persib, tetapi dalam setiap edisinya setidaknya terdapat dua halaman “Olah Raga” yang memberitakan khusus mengenai Persib.

 Ketiadaan rubrik khusus mengenai Persib pada koran *Pikiran Rakyat* dibandingkan dengan beberapa media massa kompetitornya, menurut penulis, bukanlah suatu kesalahan, tetapi merupakan suatu tindakan cerdas dari para pengelola *Pikiran Rakyat*. Karena dengan tidak membentuk suatu rubrik khusus mengenai Persib, maka koran *Pikiran Rakyat* bebas memposisikan berita mengenai Persib, pun tata letaknya juga dapat disesuaikan dengan nilai berita mengenai Persib pada saat itu. Bisa bertambah menjadi beberapa halaman, berubah menjadi sebuah laporan khusus atau *in-depth reportig*, atau juga menjadi *headline* hari itu.

Bedasarkan fakta-fakta tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui mengenai hubungan antara *Pikiran Rakyat* sebagai media besar di Jawa Barat yang selalu memberikan porsi berita khusus mengenai tim sepak bola Persib yang memiliki penggemar fanatik dan berjumlah besar di Jawa Barat dengan persepsi dan aksi salah satu komunitas penggemar klub Persib yakni Bobotoh atau lebih dikenal dengan sebutan Viking terhadap koran *Pikiran Rakyat*.

Hubungan tersebut menjadi penting di mata penulis dikarenakan penulis melihat surat kabar sebagai suatu korporat yang mencari profit akan berusaha untuk menjaga atau meningkatkan margin keuntungan yang diadapatnya. Sudah menjadi rahasia umum, margin keuntungan suatu perusahaan media massa berbanding lurus dengan volume khalayaknya. Apabila *audince share* (andil khalayak) sedikit saja berkurang dan beralih ke perusahaan saingan, maka margin keuntungan yang didapat perusahaan tersebut pun akan berubah.

Berdasarkan fakta tersebut, tindakan yang paling aman untuk dilakukan perusahaan media massa adalah dengan menampilkan dunia sedapat mungkin seperti yang diharapkan oleh kebanyakan khalayak. Dalam hal ini, berita mengenai Persib merupakan hal yang diharapkan oleh kebanyakan khalayak di Jawa Barat. Dan koran *Pikiran Rakyat* sebagai salah satu media massa besar di Jawa Barat berusaha menjaga *status quo* tersebut dengan terus menampilkan berita mengenai Persib pada surat kabarnya. Dengan demikian, *audeince share* dapat terus dijaga atau bahkan ditingkatkan, karena Persib merupakan salah satu tim sepak bola di Indonesia yang memilki basis massa penudukung yang kuat (baca:Viking).

Upaya yang dilakuakan koran *Pikiran Rakyat* tersebut merupakan suatu bentuk “agenda” yang di-“setting” oleh media massa tersebut sebagai suatu korporat untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan di tengah persaingan antarmedia massa yang semakin keras pada saat ini.

Penulis melihat secara kasatmata telah muncul perubahaan persepsi dan aksi komunitas Bobotoh terhadap koran *Pikiran Rakyat* berkat usaha “pengagendaan berita Persib” yang dilakukan oleh koran tersebut. Para komunitas Bobotoh akan cenderung memilih *Pikiran Rakyat* sebagai referensi utamanya dalam memenuhi kebutuhan akan informasi mengenai Persib dikarenakan kekonsistenan koran tersebut dalam memberitakan mengenai Persib, selain itu daya tarik dan ketelitian isi berita menjadi faktor lainnya yang menyebabkan komunitas Bobotoh menjadikan *Pikiran Rakyat* sumber referensi utamanya.

Setelah terbentuk persepsi seperti yang telah diutrakan diatas. Para anggota komunitas Bobotoh akan berusaha mengakses *Pikiran Rakyat* baik itu bentuk *hard copy* dengan membeli koran cetak maupun *soft copy* dengan membaca di situsweb koran *Pikiran Rakyat.* Semua itu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi mengenai tim sepak bola kesayangannya mereka yaitu Persib.

Keselurahan tindakan komunitas Bobotoh tersebut merupakan suatu hasil dari pembentukan persepsi positif dari para Bobotoh terhadap koran *Pikiran Rakyat*. Persepsi tersebut bisa berupa pemikiran para anggota atau komunitas Bobotoh yang menganggap koran *Pikiran Rakyat* sebagai media yang mampu menyajikan informasi mengenai Persib secara terperinci, lengkap dan aktual. Sehingga mereka lebih memilih *Pikiran Rakyat* untuk memenuhi “kebutuhan” mereka tersebut, ketimbang media-media lain yang bisa dikatakan meniru kebijakan *Pikiran Rakyat* dalam hal pemberitaan Persib, walau tentu saja dengan format yang berbeda.

* 1. **Identifikasi dan Pernyataan Masalah**

Penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti sehingga memudahkan pengerjaan penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Hubungan Rubrik Persib Dengan Perilaku Komunitas Bobotoh Di Pikiran Rakyat?”**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang akan diteliti, penting kiranya mengetahui komponen-komponen apa saja yang ingin diidentifikasi. Keselurahan komponen tersebut terangkum dalam tiga pertanyaan yang diajukan penulis sebagai identifikasi masalah, antara lain :

1. Bagaimana hubungan antara panjang pemberitaan mengenai Persib pada

koran *Pikiran Rakyat* dengan pengetahuan, penilaian, sikap, dan tindakan atau praktik komunitas Bobotoh terhadap koran tersebut.

1. Bagaimana hubungan antara penonjolan pemberitaan mengenai Persib

pada koran *Pikiran Rakyat* dengan pengetahuan, sikap dan tidakan atau praktik komunitas Bobotoh terhadap koran tersebut.

1. Bagaimana hubungan antara konflik berita mengenai Persib pada koran

*Pikiran Rakyat* dengan pengetahuan, sikap dan tindakan atau praktik komunitas Bobotoh terhadap koran tersebut.

**1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1.3.1 Tujuan Penelitian**

Melalui penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Perilaku Komunitas Bobotoh Terkait Rubrik Persib Terhadap Koran Pikiran Rakyat”, penulis memiliki tujuan peneliatan. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini terjabarkan sebagai berikut:

1. Mengetahui hubungan antara panjang pemberitaan mengenai Persib pada

koran *Pikiran Rakyat* dengan pengetahuan, sikap dan tindakan atau praktik komunitas Bobotoh terhadap koran tersebut.

1. Mengetahui hubungan antara penonjolan pemberitaan mengenai Persib

pada koran *Pikiran Rakyat* dengan pengetahuan, sikap dan tindakan atau praktik komunitas Bobotoh terhadap koran tersebut.

1. Mengetahui hubungan antara konflik berita mengenai Persib pada koran

*Pikiran Rakyat* dengan pengetahuan, sikap dan tindakan atau praktik komunitas Bobotoh terhadap koran tersebut.

**1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya serta pengembangan Ilmu Hubungan Masyarakat pada khususnya, serta pengembangan program pemilihan rubrik sebagai salah satu bentuk strategi *public relations* pada perusahaan media massa dalam meningkatkan jumlah konsumen baru, maupun kepercayaan pelanggan lama. Selain itu juga menambah literatur bagi pihak-pihak yang memiliki minat pada masalah penelitian yang sama.

Serta diharapkan dapat memberikan masukan berupa data mengenai hubungan antara agenda yang dilakukan media massa terhadap perilaku komunitas tertentu bagi semua pihak yang sedang atau akan melaksanakan kajian penelitian di bidang Ilmu Komunikasi khususnya di bidang Ilmu Hubungan Masyrakat. Serta dapat memberikan masukan bagi HU *Pikiran Rakyat* mengenai hubungan antara pembuatan rubrik mengenai Persib yang mereka jalankan dengan prilaku anggota komunitas Bobotoh di Bandung terhadap koran tersebut.

Apakah pemilihan rubrik mengenai Persib tersebut ada hubungannya dengan prilaku komunitas Bobotoh terhadap media massa cetak (koran) atau tidak, sehingga media cetak (koran) tidak hanya dituntut untuk dapat menjaga kualitas produk dan meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat secara umum, tetapi juga membuat agar citra baik perusahaan dapat meningkatkan dan tetap terjaga khususnya di mata anggota komunitas Bobotoh.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Untuk memberikan dasar teoritis dalam penelitian dan memperjelas dasar teori tersebut sehingga dapat diukur, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dituangkan dalam tiga bagian yaitu kerangka teoritis, kerangka konseptual dan kerangka operasional.

**1.4.1 Kerangka Teoritis**

Surat kabar atau koran merupakan salah satu ragam dari ruang lingkup jurnalisme cetak. Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca (Effendy, 2005: 241).

Sehingga media massa yang digunakan dalam penelitian ini adalah koran *Pikiran Rakyat* untuk mendapatkan suatu kepuasan atas kebutuhan informasi aktifitas masyarakat. Sehingga secara langsung atau tidak langsung, dengan terpenuhinya kebutuhan akan informasi maka dapat mempengaruhi sikap, prilaku, bahkan dapat meningkatkan pengatuhan khalayak.

 Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Agenda Setting. Wilcox, Ault dan Agee dalam buku mereka yang bejudul *Public Relations, Strategy and Tactic* menyatakan bahwa penelitian-penelitan komunikasi tidak sepakat manyatukan teori yang menjelaskan pengaruh dari media massa, tetapi beberapa penemuan-penemuan saat ini sacara umum diterima.

Menurut Lazarsfeld dan Katz seperti yang dikutip Wicox, Ault dan Agge (1995:262) menyatakan bahwa pengaruh media massa dibatasi oleh agenda setting. Media berbicara kepada publik, melalui cerita dan berita yang telah diseleksi, apa yang dipikirkan tentang sesuatu tetapi bukan apa yang terpikirkan.

Asumsi dasar teori Agenda Setting adalah *to tell what to think about* yang artinya membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Model Agenda Setting menggambarkan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada sauatu permasalahan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada masalah tersebut. Kesimpulannya bahwa apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting pula oleh khalayak, dan apa yang dilupakan media akan luput dari perhatian khalayak (Rahmat:2005:228).

Efek komunikasi di antaranya adalah perubahan perilaku. Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebaginya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003).

Gambaran logika yang mendasari Model Penelitian Agenda Setting:

**Variabel Efek Lanjutan**

-Persepsi

-Aksi

**Variabel Antara**

-Sifat stimulus

-Sifat khlayak

**Variabel Media Massa**

-Panjang

-Penonjolan

-Konflik

**Variabel Efek**

-Pengenalan

-Salience

-Prioritas

***Gambar 1.1 Model Agenda Setting (Rakhmat 2001:68)***

Pengukuran Agenda Setting dapat dilakukan dengan membandingkan dua pengukuran. Pertama peniliti menganalisis isi berita secara kuantitatif atau peneliti menentukan batas waktu tertentu, mengkoding berbagai isi media dan menyusun isi itu berdasarkan panjang (waktu dan ruang), penonjolan (ukuran *headline,* lokasi dalam surat kabar, frekuensi pemunculan, posisi dalam surat kabar), dan konflik (cara penyajian bahan). Efek terdiri dari efek langsung dan efek lanjutan. Efek langsung berkaitan dengan isu apakah itu ada dalam agenda khalayak atau tidak (pengenalan), dari semua isu mana yang dianggap paling penting oleh khalayak (*salience*) bagaimana isu itu di-*ranking* oleh responden (prioritas), sedangkan efek lanjutannya berupa persepsi dan aksi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu atau tindakan) (Rakhmat 2005:69).

Mengukur efek dan mengetahui efek lanjutan dari pemberitaan tersebut yang berupa perilaku khalayak/pembaca akan diukur melalui pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan tindakan atau praktik (*practice*). Efek langsung yang terdapat dalam model Agenda Setting tidak diukur dalam penelitian ini, karena pemberitaan mengenai Persib dibuat untuk mendekatkan media massa dengan publiknya dengan menumbuhkan sikap positif pembaca terhadap media tersebut. Upaya menumbuhkan sikap positif ini telah dilakukan “PR” lebih dari 10 tahun dengan terus menerbitkan pemberitaan mengenai Persib pada kolom dan porsi khusus selama kurun waktu tersebut.

Menururt KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), rubrik adalah karangan yang bertopik tertentu dalam surat kabar, majalah, dan sebainya. Misalnya dalam suatu majalah remaja terdapat rubrik puisi, cerita pendek, rubrik kesehatan, rubrik zodiak, rubrik iptek ataupun rubrik musik.

Onong Uchjana Effendy mengutarakan mengenai rubrik dalam kamus komunikasi, bahwa Rubrik berasal dari bahasa Belanda yaitu Rubriek, yang artinya ruangan pada halaman surat kabar, majalah atau media cetak lainnya mengenai sautu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat, misalnya rubrik wanita, rubrik olahraga, rubrik pendapat pembaca (Effendi, 2003:316).

**1.4.2 Kerangka Konseptual**

Penelitian membagi masalah menjadi dua konsep utama yang dihubungkan dalam satu mekanisme kerja, konsep-konsepnya adalah:

1. Rubrik mengenai Persib pada “PR”

Apa yang disajikan media, pada dasarnya adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan, yaitu faktor individual, rutinitas media, organisasi, ekstra media, dan ideologi (Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese: 1996). Mengacu pada pernyataan tersebut dan memperhatikan relevansinya dengan penelitian, maka variabel X (rubrik mengenai Persib pada koran “PR”) akan dioprasikan dalam tiga (3) aspek yaitu panjang pemberitaan (X1) yang terdiri dari waktu dan ruang; penonjolan (X2) yang terdiri dari ukuran *headline*, lokasi dalam surat kabar, frekuensi pemunculan, posisi dalam surat kabar, dan konflik (X3) yang cara penyajian berita.

1. Perilaku komunitas Bobotoh terhadap koran “PR”

Skinner memaparkan definisi perilaku merupakan hasil hubungan antara rangsangan (stimulus) dan tanggapan (respons). Ia membedakan adanya dua bentuk tanggapan, yakni *Respondent* *response* atau *reflexive response*, ialah tanggapan yang ditimbulkan oleh rangsangan-rangsangan tertentu. Rangsangan yang semacam ini disebut *eliciting stimuli* karena menimbulkan tanggapan yang relatif tetap.

*Operant response* atau *instrumental response* adalah tanggapan yang timbul karena dan berkembangnya sebagai akibat oleh rangsangan tertentu, yang disebut *reinforcing stimuli* atau *reinforcer*. Rangsangan tersebut dapat memperkuat respons yang telah dilakukan oleh organisme. Oleh sebab itu, rangsangan yang demikian itu mengikuti atau memperkuat sesuatu perilaku tertentu yang telah dilakukan. Respons yang dihasilkan berdasarkan teori ini adalah adanya suatu perubahan perilaku, sebagai pedoman untuk mengoperasionalisasikan variabel Y yang berupa perilaku komunitas Bobotoh terhadap koran “PR”, penulis mengacu pada komponen perilaku yang dikemukakan oleh Benjamin Bloom, yaitu:

1. Pengetahuan (*knowledge)***,** pengetahuan adalah hasil penginderaan

manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap obyek melalui indera yang dimilikinya.

1. Sikap (*attitude)*, merupakan respons tertutup seseorang terhadap

stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi yang bersangkutan.

1. Tindakan atau praktik (*practice),* merujuk pada perilaku yang

diekspresikan dalam bentuk tindakan, yang merupakan bentuk nyata dari pengetahuan dan sikap yang telah dimiliki.

**1.4.3 Kerangka Operasional**

Mc. Comb dan D.L Shaw dalam rakhmat mengatakan bahwa Efek media massa diukur dengan membandingkan dua pengukuran pertama peniliti mengukur agenda media dengan analisis isi yang kuantitatif, atau penelti menentukan batas waktu, meng-*coding* berbagai isi media, dan menyusun (me-*ranking*) isi atau berdsarkan panjang (waktu dan ruang), penonjolan (ukuran *headlines*, lokasi dalam surat kabar, frekuensi pemunculan, posisi dalam surat kabar), dan konflik (cara penyajian bahan) (Rakhmat, 1984:69). Komponen panjang dalam penelitian ini berupa intensitas penerbitan yang terdiri dari durasi dan frekuensi, komponen penonjolan berupa isi materi acara yang terbagi atas kelengkapan, kemudahan, dan kejelasan isi pesan, sedangkan komponen konflik berupa cara penyajian acara yang terbagi atas penampilan visual, relevansi dan familiarity materi berita (Moriarty, 1987:41).

Pengukuran untuk variabel X yang berupa rubrik mengenai Persib akan diukur dengan tiga komponen, panjang pemberitaan pada setiap edisinya, penonjolan atau isi materi yang disampaikan pada setiap edisinya, konflik atau cara penyajiannya atau daya tarik berita yang ditampilkan pada koran tersebut. Pengukuran variabel Y yang berupa perilaku komunitas terhadap produk. Struktur perilaku terdiri atas tiga komponen yang saling menunjang yaitu pengetahuan, sikap, dan tindakan yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Aspek pengetahuan, terdiri atas penginderaan manusia, atau hasil tahu

 komunitas Bobotoh di Kota Bandung terhadap rubrik Persib pada koran *Pikiran Rakyat.*

1. Aspek sikap, terdiri atas respons tertutup komunitas Bobotoh di Kota

Bandung, yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi yang bersangkutan terhadap rubrik Persib pada koran *Pikiran Rakyat.*

1. Aspek tindakan, merujuk pada perilaku yang diekspresikan dalam bentuk

tindakan anggota komunitas Bobotoh di Kota Bandung terhadap rubrik Persib pada koran *Pikiran Rakyat*. Tindakan ini merupakan bentuk nyata dari pengetahuan dan sikap yang telah dimiliki.

**Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pemikiran**

**“Bagaimana Hubungan Rubrik Persib Dengan Perilaku Komunitas Bobotoh Di Koran Pikiran Raktyat”**

**Teori Agenda Setting**

Adalah teori yang menggambarkan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu permasalahan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada masalah tersebut.

Variabel Efek Lanjutan

Variabel Efek

Variabel Antara

Variabel Media Massa

Agenda Masyarakat

Agenda Media Massa

1. Pengetahuan
2. Sikap
3. Tindakan atau Praktik
4. Panjang
5. Penonjolan
6. Konflik

Variabel X

Pemberitaan mengenai Persib pada koran “PR”

1. Panjang

* Waktu pemuatan berita mengenai Persib.
* Ruang, seberapa banyak porsi berita mengenai Persib

2. Penonjolan

* Ukuran *headline* berita
* Lokasi dalam surat kabar
* Frekuensi pemunculan
* Posisi berita dalam surat kabar

3. Konflik

* Cara Penyajian Bahan

Sumber: Rakhmat, 2005:229

Variabel Y

Prilaku Komunitas Bobotoh terhadap koran “PR”

1. Pengetahuan
* Pemahaman tentang berita mengenai Persib pada koran “PR”
* Pengetahuan tentang produk “PR”
1. Sikap
* Ketertarikan terhadap rubrik, perusahaan, dan produk
1. Tindakan atau Praktik
* Ketersedian untuk menjadi pelanggan “PR”
* Kesediaan untuk mengajak orang lain menggunakan “PR”

Sumber: Albarracin, 2005: 74-78

(Sumber: Becker, McComb dan Meleod, D George, Winter, dalam Rakhmat, 1995:69 dimodifikasi oleh Penulis)

**1.4.4 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 2002:64). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penilitian, di mana rumasan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relavan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2009:64).

**1.4.5 Hipotesis Umum**

Jika rubrik mengenai pemberitaan Persib pada “PR” menarik, maka sikap komunitas Bobotoh terhadap “PR” akan meningkat.

**1.4.6 Subhipotesis**

1. Jika panjang pemberitaan mengenai Persib pada “PR” berintensitas tinggi, maka pengetahuan, sikap, dan tindakan, atau praktik komunitas Bobotoh terhadap koran “PR” akan terus meningkat.
2. Jika penonjolan berita mengenai Persib pada “PR” sangat jelas terlihat, maka pengetahuan, sikap, dan tindakan atau praktik komunitas Bobotoh untuk menggunakan “PR” akan meningkat.
3. Jika konflik dalam pemberitaan mengenai Persib pada “PR” memiliki daya tarik tinggi, maka pengetahuan, sikap, dan tindakan atau praktik konsumen khususnya komunitas Bobotoh terhadap “PR” akan meningkat.