

## ABSTRAK

Arianto Tri Wicaksono

D2C607010

Media semakin mengintervensi dan menghegemoni kesadaran khalayak untuk ikut dalam arus utama dari realitas yang ditampilkan media. Media massa yang selalu menjadi arena pertarungan merupakan sebuah konstruksi sosial yang eksistensinya terbentuk melalui interaksi berbagai tindakan agen dan struktur. Sebagian besar masyarakat berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi. Konten harian Meteor dominan untuk umum dan tepat untuk pangsa pasar menengah ke bawah. Sebagai koran daerah juga dilengkapi dengan konten lokal seperti rubrikasi keluarga, anak muda, wanita, hiburan dan kesehatan. Ini menjadikan isi semakin lengkap dan digemari pembaca keluarga.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh minat dan intensitas membaca rubrik “meteor tengah malam” di Harian Meteor terhadap persepsi pembaca tentang Harian Meteor.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pembaca Harian Meteor. Sampel sendiri berjumlah 83 orang yang diperoleh melalui teknik penarikan sampel *probability sampling* dengan cara *random sampling*. Data penelitian diperoleh dari berbagai literatur dan kuesioner yang berisikan 18 pertanyaan yang berkaitan dengan minat dan intensitas membaca rubrik “meteor tengah malam” di Harian Meteor terhadap persepsi pembaca tentang Harian Meteor. Kemudian data yang diperoleh, dianalisa dengan menggunakan analisa tabel silang dan uji hipotesis.

Untuk pengujian hipotesis penelitian menggunakan pengujian secara parsial dan simultan. Dan ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dengan  $H_a =$  Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel minat (X1) dan variabel intensitas membaca (X2) terhadap variabel persepsi pembaca (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat dan intensitas membaca maka semakin tinggi pula persepsi pembacanya

Kata kunci : Minat, Intensitas Membaca, Persepsi Pembaca.

**ABSTRACT**  
**Arianto Tri Wicaksono**  
**D2C607010**

*Media hegemony increasingly intervened and audience awareness to participate in the mainstream of the reality of the displayed media. The mass media has always been the arena of battle is a social construction whose existence is formed through the interaction of the various actions of agents and structures. Most people subscribe to or buy a newspaper because it requires information about the various events that occurred. Meteor dominant daily content to the public and appropriate for middle to lower market share. As a local newspaper is also equipped with local content such as rubrikasi family, youth, women, entertainment and health. This makes the content more complete and popular family of readers.*

*The purpose of this study was to determine the effect of interest and intensity of reading rubric "midnight meteor Meteor" in The Daily on the reader's perception of the Daily Meteor.*

*The research method used was quantitative method. The sample used in this study are the readers of The Daily Meteor. The sample itself totaled 83 people obtained through probability sampling techniques for sampling by random sampling. The research data obtained from the literature and a questionnaire containing 18 questions related to the intensity of interest and read the rubric of "meteor midnight" in the Daily Meteor on the reader's perception of the Daily Meteor. Then the data obtained, analyzed using cross-table analysis and hypothesis testing.*

*To test the research hypotheses using partial and simultaneous testing. And this shows that the hypothesis is accepted by  $H_a =$  There is a positive and significant influence of the variables of interest (X1) and a variable intensity reading (X2) to the reader's perception variable (Y). The results of this study indicate that the higher the intensity of interest and read the higher the perception of the reader.*

*Key words: Enthusiasm, Intensity Reading, Perception reader.*

**PENGARUH MINAT DAN INTENSITAS MEMBACA RUBRIK  
“METEOR TENGAH MALAM” DI HARIAN METEOR  
TERHADAP PERSEPSI PEMBACA TENTANG HARIAN  
METEOR**



**SUMMARY SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Disusun Oleh :**

**Arianto Tri Wicaksono**

**D2C607010**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2012**

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini, Kehadiran berbagai macam surat kabar nasional dengan cara penyajian yang berbeda dan rubrik-rubrik yang berbeda menjadi hal yang sangat penting dalam surat kabar. Bermacam-macam minat serta motivasi masyarakat untuk membaca surat kabar ataupun berlangganan surat kabar. Beberapa surat kabar nasional saling berkompetisi dalam bentuk isi, rubrik, harga, dan lain-lain. Persepsi masyarakat terhadap koran berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat tersebut.

Media cetak merupakan salah satu media masa yang sangat penting dan bermanfaat bagi masyarakat. Kebutuhan manusia akan informasi sangat penting pada era globalisasi seperti sekarang ini.

Kebebasan pers saat ini sudah keblabasan, fungsi utama pers / media massa yakni memberi informasi bagi masyarakat disalahgunakan oleh media untuk menarik pembaca dengan menampilkan rubrik-rubrik yang mengarah ke pornografi dan sensualitas

Berbagai macam rubrik disajikan dalam Harian Meteor tersebut salah satunya diantaranya rubrik meteor tengah malam merupakan rubrik yang memuat tentang berita sensasional pornografi yang sedang marak dan menjadi perbincangan banyak orang. Persepsi tentang rubrik “meteor tengah malam” terkait dengan halaman ini, setidaknya ada ciri yang menonjol. Pertama, pemasangan foto perempuan dengan penekanan seksualitas tubuh. Kedua, headline berukuran besar dengan warna-warni yang mencolok, misalnya merah, biru, kuning, dan hijau. Ketiga, banyaknya item berita di halaman muka. Jika biasanya koran umum memasang 5 hingga 8 item berita, jumlah berita yang ditampilkan di halaman depan berkisar antara 10 sampai 25 item berita. Formatnya berupa berita yang sangat singkat, bahkan kerap

hanya berupa judul dan lead kemudian bersambung ke halaman dalam. Uniknya, tidak sedikit judul dicetak sedemikian besar hingga ukurannya melebihi isi berita itu sendiri.

Akhirnya, berita dan gambar erotika tersebut kadang menjadi rubrik-rubrik dan bacaan tetap di media cetak pada umumnya. Bahkan tidak jarang, media cetak tertentu menyuguhkan gambar - gambar tetap wanita dalam sajian sensual dan erotik, untuk menggaet lebih banyak keuntungan pasar.

Berdasarkan uraian di atas penelitian tertarik untuk meneliti pengaruh minat dan intensitas membaca rubrik “meteor tengah malam” di Harian Meteor terhadap persepsi pembaca tentang Harian Meteor. Alasan peneliti memilih judul di atas karena pembahasan yang digunakan dalam rubrik tersebut di surat kabar Harian Meteor lebih kearah vulgar dan tidak mendidik bagi pembaca.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh minat dan intensitas membaca rubrik “meteor tengah malam” di Harian Meteor terhadap persepsi pembaca tentang Harian Meteor.

## **1.3 Hipotesis**

Mengacu pada kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka diajukan hipotesis penelitian “tingginya minat dan intensitas membaca rubrik “meteor tengah malam” di Harian Meteor berpengaruh terhadap tingginya persepsi pembaca tentang Harian Meteor”.

## 1.4 Landasan Teori

Dalam penelitian ini peneliti selain menggunakan pengertian komunikasi massa, minat, intensitas dan persepsi juga menggunakan 3 teori yang menjadi dasar /acuan dalam pengerjaan penelitian yakni :

### Analisis kultivasi

Cultivation Analysis menjelaskan bahwa pembaca aktif atau Active Readers yang dengan aktif menggunakan media (dalam hal ini surat kabar) akan menjadi lebih sensitif pada pesan yang dibacanya dibanding pembaca pasif (passive readers) (Signerienlly and Morgan, 1990: 187). Hal ini berarti pembaca aktif lebih mudah terpengaruh pada apa yang dibacanya dibandingkan dengan pembaca pasif (dalam hal ini surat kabar). Dalam teori ini sangat jelas perbedaan pembaca aktif dengan pembaca pasif karena tingkat intensitas atau keseringan membaca surat kabar dapat mempengaruhi perilaku sosial mereka.

### Teori Pendekatan *Uses and Gratification*

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa pendekatan tentang kebutuhan individu terhadap pesan-pesan media berdasarkan asas manfaat dan kepuasan. Menurut pendekatan ini, komunikasi massa mempunyai kapasitas menawarkan sejumlah pesan yang dapat dimanfaatkan oleh komunikannya, sekaligus dapat memuaskan berbagai kebutuhannya. Intinya ialah, orang/individu dapat menggunakan pesan-pesan media yang sama untuk berbagai tujuan atau maksud tertentu yang berbeda-beda

### Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon)

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme.

Dari gambar model S-O-R yang diungkapkan oleh Effendy, 2003: 255 tersebut pertama berasal dari stimulus / rangsangan dan setelah itu akan mengarah ke organism. Organism ini dapat dalam bentuk macam-macam yakni perhatian, pengertian dan penerimaan atau organism ini dapat diartikan menjadi cara individu/ pembaca/receiver dalam mengelola pesan yang diterima. Dan selanjutnya akan mengarah ke respon, respon ini dapat berupa perubahan sikap.

### **1.5 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif

### **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan sebagai bahan penelitian ini akan diperoleh dari responden dari pembaca koran Harian Meteor di Kota Semarang. Untuk menganalisis suatu masalah dalam penelitian ini, data yang digunakan diperoleh melalui :

A. Metode Kuesioner

B. Dokumentasi

### **1.7 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembaca Harian Meteor yang berjumlah 500 orang. Sedangkan sampel menurut (Sugiyono 2005) Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sample yang diambil dari populasi itu dengan menggunakan Rumus Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Dimana :

$n$  : Jumlah sampel

$N$  : Ukuran populasi

$d$  : Presisi yang ditetapkan atau prosentasi kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan misalnya 10% atau 0,1.

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

$$n = \frac{500}{1 + 500 \times (0,1)^2}$$

$$n = 83,33 \text{ (dibulatkan 83)}$$

Pengambilan responden penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik probability sampling dengan cara random sampling yang diproporsi pada setiap pembaca Harian Meteor. Random sampling adalah pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut

### **Hasil Penelitian**

Hasil Uji Persyaratan Analisis :

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Normalitas
4. Uji Multikolinearitas
5. Uji Heterokedasitas



## **Pembahasan**

Terdapat Pengaruh Signifikan Antara Minat Terhadap Persepsi Pembaca Tentang Harian Meteor. Hasil deskripsi responden diperoleh hasil bahwa sebanyak 51 responden atau sebesar 61,4% pembaca merasa senang membaca Harian Meteor selain bahasanya yang santai tapi cukup untuk hiburan semata juga isi dari Harian Meteor memang tidak jauh dari kriminal, seks, dan supranatural.

Terdapat Pengaruh Signifikan Antara Intensitas Membaca Terhadap Persepsi Pembaca Tentang Harian Meteor. Hasil deskripsi responden diperoleh hasil bahwa sebanyak 38 responden atau sebesar 45,8% pembaca meluangkan waktunya membaca Harian Meteor selain dapat dibaca kapan saja dan bacaan yang dimuat tidak begitu banyak halamannya sehingga tidak menyita terlalu banyak waktu ketika dibaca.

Terdapat Pengaruh Signifikan Antara Minat, Intensitas Membaca Terhadap Persepsi Pembaca Tentang Harian Meteor. Hasil deskripsi responden diperoleh hasil bahwa sebanyak 57 responden atau sebesar 68,7% pembaca menunjukkan kesukaannya membaca Harian Meteor selain model pemberitaan yang memberi pengaruh buruk bagi masyarakat. Tetapi di sisi lain, segmen yang dibidik koran kuning itu tadi sudah biasa dengan hal-hal yang seperti itu. Kalau kita paham dengan logika segmen kita tidak perlu khawatir dengan masalah isi dan tulisan-tulisan yang ada di Harian Meteor walau dicampur dengan bahasa-bahasa yang sensual.

## PENUTUP

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian tentang pengaruh minat, intensitas membaca rubrik “meteor tengah malam” dan persepsi pembaca tentang Harian Meteor .dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama yang menguji adanya pengaruh variabel minat (X1) terhadap persepsi pembaca (Y) didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel minat (X1) terhadap persepsi pembaca (Y). Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima yang berarti ada pengaruh positif yang signifikan dari minat terhadap persepsi pembaca. Semakin tinggi minat membaca maka semakin positif terhadap persepsi pembaca.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua yang menguji adanya pengaruh variabel intensitas membaca (X2) terhadap persepsi pembaca (Y) di dapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel intensitas membaca (X2) terhadap persepsi pembaca (Y). Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yang berarti ada pengaruh positif yang signifikan dari intensitas membaca terhadap persepsi pembaca. Semakin tinggi intensitas membaca maka semakin positif terhadap persepsi pembaca.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama yang menguji adanya pengaruh variabel minat (X1) dan variabel intensitas membaca (X2) terhadap persepsi pembaca (Y) didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel minat (X1) dan variabel intensitas membaca (X2) terhadap persepsi pembaca (Y). Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yang berarti ada pengaruh positif yang signifikan dari minat, intensitas membaca terhadap persepsi pembaca. Maka

semakin tinggi minat dan intensitas membaca maka semakin positif terhadap persepsi pembaca.

### **Saran**

1. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap Harian Meteor positif dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat tetapi Harian Meteor lebih menghindari cara penulisan berita yang cenderung kasar dan sensual karena dapat berdampak buruk bagi pembaca
2. Dalam rubrik “ Meteor Tengah Malam”, Harian Meteor dapat mengurangi atau menghilangkan gambar dan cara penulisan berbau pornografi atau sensual. Harian Meteor dapat mengganti rubrik tersebut dengan konsultasi sex yang lebih bermanfaat dan mendidik bagi pembaca.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala. 2004. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Pratiama Media.
- Arrendodo, P. et al. 2000. *Multicultural Counseling Competencies as Tools to Address Oppression and Racism. Journal of Counseling & Development*. Vol. 77, No. 1, Winter 1999, pp. 102-107.
- Assegaf, Djafar. 1983. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badudu, Js, dan Sutan Mohamad Zain, 1996. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Bittner, John R. 1985. *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Gadjah Mada.

- Bowen, Robert K. Merton M., David Burgstahler and Lane A. Daley. 1986. *Fundamental Information Analysis*, The Accounting Review.
- Crow dan Crow. 1972. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat*. (Online). Tersedia. [http :  
www.google.com](http://www.google.com)
- Duden, 2003. *Deutsche Grammatik*. Manheim Leipzig Wein: Dudenverlag.
- Effendy, Praja dan Onong U. 1993. *Ilmu dan Teori Komunikasi*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya.
- . 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya,
- Farris. 1993. *Buku Satu: Pedomanan Penilaian Ranah Afektif*, Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gerbner, Barbara, C. dan Murdick Nikki, L.2004. *The Use of Functional Assesment of Behavior and Positive Behavior Supports*. Dari <http://proquest.umi.com/pqdweb>.
- Gujarati, Damodar. 1995. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gunarsa, J. Singgih. 1995. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: BPK. Gunung Mulia.
- Hovland, Carl I, Irving L.Janis, dan Harold H.Kelly. 2003. *Communication and Persuasion : Psychological Studies of Opinion Change New Haven*. Yale University Press.
- Hurlock, E.B. 1995. *Developmental Psychology : A Lifespan Approach*. Boston: McGraw – Hill.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Univesitas Dipongoro.
- Juel, 1988 *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kamirsa. 1997. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Kartika.
- Kolker, Robert. 1983. *Film, Form, and Culture*. Second Ed. New York: Mc Graw Hill.
- Leong, Sieweng. Dona M. Randall dan Joseph A. Devito. ( 1994 ). *Exploring The Organizational Comitment Performance Lingking in Marketing: A Study of Life Insurance Salespeople*. Journal of Busisness Research, Vol. 29. PP. 57 – 63.
- Liliweri, Alo. 1991. *Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

- Mann, Anderson, Eugene W., Claes Fornell and Donald R. Mann. 1969. *Customer Satisfaction Market Share and Profitability: Finding Form Sweden*, Journal of Marketing, Vol. 58.
- Matsumono, D. 2004. *Culture and Psychology*. California: Brooks/Cole Publishing Co. Ltd.
- McQuail, Denis. 1989. *Mass Communication Theory (4th ed)*. London: Thousands Oaks : Sage Publications.
- Meichati, S., 1972. *Motivasi Membaca*. Yogyakarta: UGM.
- Mulyono, Sri, 2000, *Peramalan Bisnis dan Ekonometrika*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. 1997. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Neiser, U. 1976. *Cognitif Psychology*. New York: Appleton.
- Notoatmodjo, Soekidjo dan L.W. Green. 1997. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Nursalam, 2003. *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, dan Instrumen Penelitian*. Jakarta: Salemba Medika.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1993. *Psikologi Komunikasi edisi revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- , 2005. *Metode Penelitian Komunikasi : Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sandjaja, dkk. 2006. *Panduan Penelitian*. Cetakan Kedua. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Sarwono dan Armando. 2003. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Bulan Bintang.
- Signeriently and Morgan, Douglas F. 1990. *The Public Interest*, dalam Terry L Cooper (ed.). *Handbook of Administrative Etbics*. New York: Marcel Dekker Inc.
- Singarimbun dan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiono. 2005. *Statistika untuk Penelitian*. Cetakan Keenam. Bandung: Alfabeta.
- Suhendar. 1992. *Bahasa Indonesia: Pengajaran dan Ujian Keterampilan Menulis*. Bandung: Pionir Jaya.
- Sumadiria, AS Haris, M.Si. 2005. *Bahasa Jurnalistik*. Bandung: Simbiossa Rekatama Media.

Tanwey Gerson Ratumanan dan Theresia Laurens, 2004. *Evaluasi Hasil Belajar Yang Relevan Dengan Kurikulum Berbasis Kompetensi*. Surabaya: Unesa University Press.

Tarigan, Henry Guntur. 1983. *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.

Wiryanto, Dr, MA. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Witherington, H.C., dkk. 1999. *Dasar – Dasar Pembinaan Kemampuan Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Jemmars.

Yuwono. 2001. *Kartografi Dasar*. Surabaya: Geomatika - Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).

[http://id.wikipedia.org/wiki/Media massa](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_massa)