

BAB III

ANALISIS DAN INTERPRETASI HASIL PENELITIAN

3.1. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Responden dalam penelitian ini adalah pembaca Harian Meteor yang ada di Kota Semarang. Pembaca yang menjadi populasi didistribusikan oleh 25 agen distributor Harian Meteor yang ada di Kota Semarang. Adapun potensi pembaca Harian Meteor dilihat dari oplah di Kota Semarang mencapai 20.449 orang dari sekitar 50.000 pembaca secara keseluruhan di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

Dari populasi pembaca berdasarkan rata-rata oplah harian di Kota Semarang ini, maka sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang pembaca Harian Meteor. Besarnya sampel ini diambil secara acak dan kebetulan dari pembaca yang didapati peneliti tengah membaca Harian Meteor. Adapun kondisi responden dan potensinya terlihat pada tabel :

Tabel. 10
Latar Belakang dan Potensi Responden Harian Meteor

No.	Keterangan	Orang	Persen
1.	2	3	4
Jenis Kelamin			
1.	Laki-laki	78	78
	Perempuan	22	22
	Jumlah	100	100
Usia			
2.	≤ 20 tahun	7	7
	21-30 tahun	15	15
	31-40 tahun	37	37
	41-50 tahun	21	21
	≥ 50 tahun	20	20
	Jumlah	100	100
Pekerjaan			
3.	Swasta (pedagang, sopir, dll)	58	58
	Pegawai negeri	9	9
	Wiraswasta	26	26
	Mahasiswa/pelajar	7	7
	Jumlah	100	100
Pendidikan Terakhir			
4.	Tidak sekolah	0	0
	SD/ sederajat	11	11
	SMP/ sederajat	21	21
	SMA/ sederajat	52	52
	Akademi (D3)	9	9
	Sarjana (S1)	7	7
	Pascasarjana (S2/S3)	0	0
	Jumlah	100	100
Penghasilan Per-bulan			
5.	Di atas Rp2 juta	12	12
	Rp1.5 juta s/d Rp2 juta	11	11
	Rp1 juta s/d Rp1.5 juta	26	26
	Rp500 ribu s/d Rp1 juta	42	42
	Kurang dari Rp 500ribu	9	9
	Jumlah	100	100
Cara Mendapatkan Harian Meteor			
6.	Membeli eceran	79	79
	Berlangganan	5	5
	Meminjam	16	16
	Jumlah	100	100

1	2	3	4
7.	Frekuensi Membaca Harian Meteor		
	Setiap hari	48	48
	Dua kali seminggu	24	24
	Tiga kali seminggu	17	17
	Seminggu sekali	9	9
	Lainnya...	2	2
	Jumlah	100	100
8.	Kedalaman Membaca Harian Meteor		
	Seluruh halaman	18	18
	Berita/Rubrik/Halaman tertentu	82	82
	Jumlah	100	100

Pada Tabel 18, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki, yaitu 78 persen dan perempuan 22 persen dari 100 orang responden. Usia responden sebagian besar antara 31-40 tahun, yaitu 37 persen, 41-50 tahun yaitu 21 persen, dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 20 persen. Sisanya masing-masing usia antara 21-30 tahun dan dibawah 20 tahun masing-masing 15 persen dan 7 persen dari 100 orang responden.

Karakteristik Pekerjaan responden sebagian besar merupakan pegawai swasta, baik pedagang, sopir, buruh dan sebagainya yakni sebesar 58 persen. Sedangkan untuk wiraswasta 26 persen, pegawai negeri 9 persen dan pelajar maupun mahasiswa hanya 7 persen dari 100 orang responden. Adapun latar belakang pendidikan untuk pendidikan tingkat SMA atau sederajat sebesar 52 responden atau 52 persen, dan tingkat pendidikan SMP atau sederajat 21 persen, SD atau sederajat 11 persen dan pendidikan tinggi, baik akademi atau sarjana masing-masing 9 persen dan 7 persen.

Distribusi penghasilan menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 42 persen berpenghasilan antara Rp. 500.000 sampai dengan Rp. 1.000.000, sebanyak 26 persen berpenghasilan Rp. 1.000.000 sampai Rp. 1.500.000 per bulan. Kemudian sebagian kecil lainnya yaitu 12 persen berpenghasilan lebih dari Rp. 2.000.000, dan sebanyak 11 persen berpenghasilan Rp 1.500.000 hingga Rp 2.000.000 per bulan. Sedangkan sisanya 9 persen dari 100 orang responden berpenghasilan dibawah Rp. 500.000 per bulan.

Faktor cara mendapatkan Harian Meteor dari 100 orang responden, 79 persen diantaranya memperolehnya dengan cara membeli secara eceran. Selanjutnya, 5 persen berlangganan dan 16 persen responden mendapatkan Harian Meteor dengan cara meminjam. Adapun frekuensi membaca yang dilakukan para responden, 48 persen biasa melakukannya setiap hari. Sedangkan 24 persen responden membaca selama dua hari sekali, 17 persen responden membaca Harian Meteor tiga hari sekali, 9 persen responden membaca Harian Meteor hanya seminggu sekali dan sisanya 2 orang atau 2 persen dari 100 orang responden memilih frekuensi lainnya yang berarti tidak menentu dalam hal frekuensi membacanya.

Begitu pula soal kedalaman membaca yang dilakukan para responden terhadap Harian Meteor, mayoritas sebanyak 82 persen responden hanya membaca sebagian atau rubrik-rubrik tertentu saja yang ada pada Harian Meteor. Sedangkan sisanya 18 persen responden

menyatakan membaca *Harian Meteor* secara utuh dari halaman awal hingga halaman akhir.

Dari karakteristik responden sebagaimana tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pembaca *Harian Meteor* terutama adalah laki-laki, berusia antara 31-40 tahun, memiliki pekerjaan sebagai pekerja swasta, dan dengan mayoritas tingkat pendidikan terakhir SMA atau sederajat. Dilihat sebagai pendorong pembaca *Harian Meteor*, pembacanya terutama berpenghasilan antara Rp. 500.000 sampai dengan Rp. 1.000.000. Disamping itu, cara pembaca *Harian Meteor* mendapatkan koran tersebut sebagai bahan bacaan sebagian besar dilakukan dengan cara membeli eceran, dengan frekuensi membaca setiap hari, dan kedalaman membaca hanya pada rubrik-rubrik tertentu yang menjadi minatnya.

3.2. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

3.2.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan tepat mengukur apa yang hendak diukur atau tidak. Validitas ini akan ditunjukkan oleh suatu indeks yang menggambarkan seberapa jauh suatu alat ukur benar-benar menunjukkan apa yang diukur. Menurut Singarimbun (1989 : 137), pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan setiap skor item pertanyaan dengan total item keseluruhan dari variabel tersebut. Adapun rumus korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment*.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program *SPSS for Windows* Versi 13. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 100 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai P value/signifikansi $< 0,05$ maka item/pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya. Adapun hasil pengolahan data tersebut dapat dibaca pada tabel di bawah ini :

Tabel. 11
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Pertanyaan	r	P value/nilai signifikansi	Status
a. Kebutuhan informasi			
- Pertanyaan 1	0,524	0,000	Valid
- Pertanyaan 2	0,786	0,000	Valid
- Pertanyaan 3	0,507	0,000	Valid
- Pertanyaan 4	0,800	0,000	Valid
- Pertanyaan 5	0,682	0,000	Valid
b. Kualitas isi media			
- Pertanyaan 6	0,608	0,000	Valid
- Pertanyaan 7	0,668	0,000	Valid
- Pertanyaan 8	0,622	0,000	Valid
- Pertanyaan 9	0,795	0,000	Valid
- Pertanyaan 10	0,683	0,000	Valid
- Pertanyaan 11	0,750	0,000	Valid
- Pertanyaan 12	0,687	0,000	Valid
- Pertanyaan 13	0,527	0,000	Valid
- Pertanyaan 14	0,530	0,000	Valid
- Pertanyaan 15	0,325	0,001	Valid
c. Loyalitas pembaca			
- Pertanyaan 16	0,542	0,000	Valid
- Pertanyaan 17	0,427	0,000	Valid
- Pertanyaan 18	0,550	0,000	Valid
- Pertanyaan 19	0,658	0,000	Valid
- Pertanyaan 20	0,668	0,000	Valid
- Pertanyaan 21	0,664	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan tabel tersebut di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel tingkat kebutuhan konsumsi informasi, kualitas isi media dan loyalitas pembaca memiliki nilai P value untuk koefisien korelasi yang kurang dari 0,05; sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pertanyaan variabel tersebut memiliki status valid.

3.2.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi alat ukur. Dari ke-21 (tiga puluh) butir pertanyaan, baik yang berkaitan dengan tingkat kebutuhan konsumsi informasi, kualitas isi media, dan loyalitas pembaca yang valid tersebut, kemudian diuji dengan uji konsistensi internal dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat diandalkan.

Menurut Santoso (2000), pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* yang terbentuk. Adapun kaidah pengambilan keputusan menurut Santoso (2000) : (1) Jika angka reliabilitas Alpha melebihi angka 0.6 maka variabel tersebut berstatus reliabel; dan (2) Jika angka reliabilitas Alpha kurang dari angka 0.6 maka variabel tersebut berstatus tidak reliabel.

Tabel. 12
Rekapitulasi Uji Reliabilitas

Nama Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Ket
Tingkat kebutuhan konsumsi informasi	0,667	Reliabel
Kualitas isi media	0,813	Reliabel
Loyalitas pembaca	0,616	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Konsistensi internal dari butir-butir pertanyaan yang berkaitan dengan aspek tingkat kebutuhan konsumsi informasi, kualitas isi media, dan loyalitas pembaca dalam penelitian ini ditunjukkan dengan koefisien *Cronbach Alpha* sebesar yang seluruhnya melebihi nilai 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel tersebut reliabel.

Pada bab ini akan diuraikan hubungan masing-masing variabel, tingkat kebutuhan konsumsi informasi dan kualitas isi media terhadap loyalitas pembaca. Pengujian dilakukan baik secara individu (parsial) maupun secara simultan (bersama-sama).

3.3. PENILAIAN SKOR SIKAP PEMBACA TERHADAP TINGKAT KEBUTUHAN KONSUMSI INFORMASI, KUALITAS ISI MEDIA DAN LOYALITAS PEMBACA

3.3.1. Tingkat Kebutuhan Konsumsi Informasi

Tingkat kebutuhan konsumsi informasi pada media massa antara satu pembaca dengan pembaca lainnya tidaklah sama. Sedangkan kebutuhan

konsumsi pembaca terhadap media terdiri dari kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan pribadi secara integratif, kebutuhan sosial secara integratif, dan kebutuhan pelepasan ketegangan, pelarian dan pengalihan. Adapun hasil jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada variabel ini adalah sebagai berikut :

a. Memberi informasi, pengetahuan, dan pemahaman bagi pembacanya

Memberi informasi, pengetahuan, dan pemahaman bagi pembacanya adalah kemampuan Harian Meteor dalam memberikan informasi, pengetahuan, dan pemahaman bagi pembacanya. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 13
Memberi Informasi, Pengetahuan, dan Pemahaman

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	11	11
Ragu-ragu	67	67
Setuju	14	14
Sangat setuju	8	8
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Harian Meteor dapat memberikan informasi, pengetahuan, dan pemahaman terhadap pembacanya. Pendapat ini didukung oleh 67 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa Harian Meteor belum dapat sepenuhnya memberikan informasi

pengetahuan, dan pemahaman terhadap pembacanya. Kondisi ini disebabkan karena Harian Meteor kebanyakan masih memuat berita-berita kriminal yang tidak mempunyai bobot pengetahuan. Selain itu, variasi-variasi pada model pemberitaan yang ditampilkan masih kurang bersifat informatif bagi pembaca Harian Meteor yang mayoritas berasal dari segmen menengah ke bawah.

b. Memberi hiburan bagi pembacanya

Salah satu penilaian yang baik mengenai surat kabar adalah kemampuannya dalam memberikan hiburan bagi para pembacanya.

Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 14
Memberi Hiburan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	74	74
Ragu-ragu	19	19
Setuju	6	6
Sangat setuju	1	1
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan tidak setuju bahwa Harian Meteor dapat memberikan hiburan bagi pembacanya. Pendapat ini didukung oleh 74 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan tidak setuju menandakan bahwa Harian Meteor belum dapat sepenuhnya memberikan informasi hiburan bagi pembacanya. Kondisi ini disebabkan karena adanya perubahan konsep dari Koran Kuning ke Koran Putih, dimana rubrik Alkisah yang dianggap

pembaca menjadi salah satu hiburan tersendiri dihilangkan. Sedangkan pembaca Harian Meteor yang mayoritas berasal dari segmen menengah ke bawah cenderung lebih menyukai cerita yang berbau seks yang dianggap cukup menghibur dan menjadi pengalaman yang menyenangkan serta dapat membangkitkan rasa emosional pembaca.

c. Merubah status pembaca

Perubahan status pembaca menjadi penggemar adalah kemampuan Harian Meteor dalam merubah status pembacanya menjadi penggemar. Hal ini merujuk pada salah satu Teori Kebutuhan Khalayak Terhadap Media Massa (halaman 28), yang salah satunya adanya kebutuhan integratif personal dalam memperkuat kredibilitas pembaca dan merubah statusnya dari pembaca biasa menjadi penggemar. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 15
Perubahan Status Pembaca

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	34	34
Ragu-ragu	55	55
Setuju	10	10
Sangat setuju	1	1
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Harian Meteor dapat merubah status pembacanya. Pendapat ini didukung oleh 55 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa Harian Meteor belum dapat merubah status

pembacanya menjadi penggemar. Kondisi ini menandakan bahwa masyarakat dalam membaca Harian Meteor hanya sesuai dengan kebutuhan mereka saja dan tidak menyebabkan mereka menjadi penggemar Harian Meteor.

d. Bahan pembicaraan saat berinteraksi

Bahan pembicaraan saat berinteraksi adalah kemampuan Harian Meteor untuk menjadi bahan pembicaraan saat pembaca berinteraksi dengan orang lain. Penilaian tentang kemampuan Harian Meteor menjadi salah satu topik pembicaraan saat berinteraksi dengan masyarakat terlihat dari hasil jawaban responden :

Tabel. 16
Bahan Pembicaraan Saat Berinteraksi

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	76	76
Ragu-ragu	14	14
Setuju	7	7
Sangat setuju	3	3
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan tidak setuju bahwa Harian Meteor dapat menjadi bahan pembicaraan pembaca untuk berinteraksi dengan orang lain. Pendapat ini didukung oleh 76 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan tidak setuju menandakan bahwa Harian Meteor kurang memiliki topik yang menarik sebagai bahan pembicaraan dalam masyarakat sehingga tidak menjadi bahan pembicaraan bagi pembaca saat berinteraksi dengan orang lain. Selain

itu, masyarakat pembaca Harian Meteor yang mayoritas berasal dari strata ekonomi sosial menengah ke bawah ini dalam berinteraksi lebih suka membahas masalah kebutuhan ekonomi. Selain itu, pembicaraan biasanya juga hanya mengarah pada isu-isu tertentu yang tengah menjadi pembicaraan secara nasional.

e. Kebutuhan pelepas ketegangan, pelarian dan pengalihan

Kebutuhan pelepas ketegangan, pelarian dan pengalihan adalah kebutuhan pembaca saat membaca Harian Meteor sebagai pelepas ketegangan, pelarian dan pengalihan. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 17
Kebutuhan Pelepas Ketegangan, Pelarian dan Pengalihan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	10	10
Ragu-ragu	40	40
Setuju	29	29
Sangat setuju	21	21
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa membaca Harian Meteor dapat menjadi kebutuhan pelepas ketegangan, pelarian dan pengalihan. Pendapat ini didukung oleh 40 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa Harian Meteor belum mampu mengurangi tingkat stress pembaca dari rasa tegang dan sebagai bentuk pelarian dan pengalihan permasalahan yang dihadapi pembaca. Hal ini disebabkan kandungan informasi yang

ada di dalam Harian Meteor masih banyak memuat berita kriminal, yang bagi sebagian orang justru membuat rasa takut dan ngeri, terlebih jika didukung dengan visualisasi yang menegangkan. Meski begitu, dari sisi positif sebagian pembaca justru dapat menilai jika pemberitaan tersebut dapat dijadikan sebagai strategi untuk lebih mawas diri.

Dari 5 pertanyaan tentang tingkat kebutuhan konsumsi informasi yang diajukan pada responden, selanjutnya dengan rumus yang sama dibuat kategorisasi sebagai berikut :

Jumlah Pertanyaan	=	5
Skor Minimal	=	5
Skor Maksimal	=	25
Jumlah Kelas	=	4
Interval Kelas	=	5,0

Rentang Kelas

Kategori	Rentang Kelas		
Sangat Rendah	5	-	9,9
Rendah	10,0	-	14,9
Tinggi	15,0	-	19,9
Sangat tinggi	20,0	-	25

Berdasarkan interval kelas di atas, maka distribusi responden untuk variabel tingkat kebutuhan konsumsi informasi adalah sebagai berikut :

Tabel. 18
Rekapitulasi Variabel
Tingkat Kebutuhan Konsumsi Informasi

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat rendah	0	0
Rendah	58	58
Tinggi	37	37
Sangat tinggi	5	5
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden memiliki kebutuhan konsumsi informasi tergolong dalam kategori rendah. Pendapat ini didukung oleh 58 persen responden penelitian. Pembaca Harian Meteor merasa dari konsep baru yang disajikan oleh Harian Meteor dari perubahan Koran Kuning ke Koran Harian Umum masih belum diimbangi dengan informasi yang menjadi kebutuhan masyarakat pembacanya yang didominasi oleh kalangan masyarakat menengah ke bawah. Apalagi, sejumlah informasi yang sebenarnya menjadi favorit pembaca saat membaca Harian Meteor sebagian besar sudah ditiadakan. Sedangkan pembaca Harian Meteor pada dasarnya lebih menyukai sajian informasi atau berita atau rubrik yang bersifat ringan dan menghibur, dikarenakan mayoritas pembaca memiliki pekerjaan di sektor informal dengan tingkat ketegangan yang cukup tinggi.

3.3.2. Kualitas Isi Media

Kualitas isi media cetak merupakan suatu yang nyata (*tangible*) dari fisik suatu produk media cetak yang melingkupinya, baik berupa penampilan,

lay out/tata letak, dan seluruh karakteristik pendukung produk yang menjadi eksistensinya. Dalam penelitian media cetak ini, kualitas isi media meliputi *headline*, warna-warna, penyajian berita, gambar-gambar atau foto, gaya penulisan, judul *headline*, subjek pemberitaan. Adapun hasil jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada variabel ini adalah sebagai berikut :

a. Penilaian terhadap *Headline*

Penilaian terhadap *headline* adalah penilaian responden terhadap *headline* yang digunakan oleh Harian Meteor, yang meliputi struktur huruf dan penulisan yang digunakan. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 19
Penilaian *Headline*

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	23	23
Ragu-ragu	45	45
Setuju	29	29
Sangat setuju	3	3
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa *headline* Harian Meteor tertata rapi dan proporsional. Pendapat ini didukung oleh 45 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa *headline* Harian Meteor masih belum tertata dengan rapi dan proporsional. Di lain sisi, meski Harian Meteor telah mengalami perubahan konsep dari Koran Kuning ke Koran

Harian Umum, namun belum terlalu memperhatikan pola penulisan *headline* dimana struktur hurufnya terkadang tidak diperhatikan dengan baik dan tidak proporsional. Padahal, penilaian pertama pembaca saat mengkonsumsi produk media cetak pada umumnya adalah pada *headline*-nya. Terkadang huruf yang dipergunakan dalam *headline* terlalu besar dan bahkan terlalu kecil, sehingga terlihat kaku dan kurang rapi, bahkan kerap dihiasi dengan warna tulisan *headline* yang kurang sesuai.

b. Penggunaan bahasa dalam headline

Penggunaan bahasa dalam *Headline* adalah kemampuan Harian Meteor dalam menggunakan bahasa yang baik dalam setiap *headline*-nya. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 20
Penggunaan Bahasa Dalam *Headline*

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	0	0
Ragu-ragu	32	32
Setuju	39	39
Sangat setuju	39	39
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Harian Meteor menggunakan bahasa yang sopan dan tidak bersifat provokasi. Pendapat ini didukung oleh 39 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan setuju menandakan bahwa bahasa yang digunakan Harian Meteor dalam *headline*-nya sudah baik, sesuai

dengan isi berita *headline* yang akan disampaikannya, dan tidak memprovokasi suatu golongan tertentu dalam masyarakat. Hal ini seiring dengan perubahan konsep yang terjadi pada Harian Meteor dalam masa perubahan dari Koran Kuning menuju Koran Harian Umum. Sedangkan sebelum ada perubahan konsep, setiap bahasa *headline* yang disajikan Harian Meteor kerap kali bersifat provokatif dengan bahasa yang hiperbolis dan terlihat heboh. Bahkan sebelumnya, *headline* yang ditampilkan tidak sesuai dengan substansi isi berita yang akan disampaikan kepada para pembacanya.

c. Tampilan warna

Tampilan warna adalah kemampuan Harian Meteor dalam memberikan pewarnaan yang baik dalam setiap edisi cetakannya, sehingga tidak menimbulkan kesan tertentu bagi pembacanya. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 21
Tampilan Warna

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	0	0
Ragu-ragu	62	62
Setuju	19	19
Sangat setuju	19	19
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Harian Meteor memiliki tampilan warna yang lembut, proporsional dan tidak mencolok. Pendapat ini didukung oleh 62 persen responden.

Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bawan Harian Meteor belum sepenuhnya mampu menyajikan warna yang lembut dan proporsional dalam setiap edisi cetakannya. Padahal, salah satu unsur yang harus dipenuhi dalam perubahan konsep dari Koran Kuning ke Koran Harian Umum adalah dengan adanya pewarnaan yang baik pada setiap halaman yang disajikan, dimana pewarnaan hanya lebih ditujukan pada foto atau gambar saja. Meski begitu, dengan kondisi perubahan ini sudah sedikit membawa perubahan pada pewarnaan Harian Meteor dalam setiap edisi cetakannya, dimana sebelumnya pewarnaan banyak terjadi pada setiap blok berita yang tertera di halaman utama, baik dengan warna hitam, merah, kuning dan sebagainya.

d. Penyajian berita

Penyajian berita adalah kemampuan Harian Meteor dalam hal tata letak penyajian setiap beritanya ke dalam masing-masing halaman media tersebut. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 22
Penyajian Berita

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	25	25
Ragu-ragu	59	59
Setuju	14	14
Sangat setuju	2	2
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Harian Meteor menyajikan berita yang rapi dan proporsional dalam setiap terbitannya. Pendapat ini didukung oleh 59 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa Harian Meteor dianggap belum mampu menyajikan berita-berita yang ditampilkan secara rapi dan proporsional dalam setiap halamannya. Pembaca masih menganggap jika setiap halaman yang disajikan, utamanya pada halaman depan masih terlalu banyak berita yang disajikan tanpa melihat tata letak yang baik, sehingga terlihat padat dan terlalu ramai. Meski begitu, dibandingkan dengan saat belum terjadi perubahan konsep dari Koran Kuning ke Koran Putih, kondisi saat ini sudah lebih baik. Jika sebelumnya dalam satu halaman bisa menyajikan hingga 15 judul berita yang dipasang terlalu padat dalam satu halaman, kini maksimal hanya 10 berita saja, sehingga mudah didapati dan dikonsumsi oleh pembaca.

e. Penyajian gambar atau foto

Gambar atau foto merupakan salah satu pendukung dari berita yang ditampilkan oleh suatu media. Gambar dan foto bahkan bisa berbicara sendiri tentang apa yang terjadi dalam gambar tersebut. Sedangkan gambar atau foto dalam setiap penyajiannya tetap harus memperhatikan kaidah tata nilai yang ada. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 23
Penyajian Gambar atau Foto

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	2	2
Ragu-ragu	74	74
Setuju	23	23
Sangat setuju	1	1
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Harian Meteor menyajikan gambar atau foto yang wajar dan tidak melebih-lebihkan. Pendapat ini didukung oleh 74 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa Harian Meteor dalam menyajikan foto kadang-kadang masih terlalu berlebihan, sehingga dinilai oleh pembaca sebagai sesuatu yang dapat menimbulkan interpretasi yang berbeda dari berita yang disampaikan. Harian Meteor bahkan masih sering menampilkan foto-foto berita yang terlalu vulgar dan seringkali membuat pembaca menjadi jijik atau takut. Padahal, jika ingin melepaskan diri dari atribut sebagai Koran Kuning, Harian Meteor seharusnya lebih memperhatikan lagi setiap gambar atau foto yang disajikannya dengan melihat etika dan tata nilai yang berlaku.

f. Gaya penulisan

Gaya penulisan adalah kemampuan Harian Meteor dalam menyuguhkan gaya penulisan yang baik kepada pembacanya. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 24
Gaya Penulisan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	38	38
Ragu-ragu	47	47
Setuju	14	14
Sangat setuju	1	1
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Harian Meteor menggunakan gaya penulisan yang bersifat umum. Pendapat ini didukung oleh 47 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa Harian Meteor kadang-kadang masih menggunakan gaya penulisan yang hiperbolis, sehingga berkesan melebih-lebihkan atau membesar-besarkan suatu peristiwa. Meski hal tersebut dimaksudkan untuk lebih menarik pembacanya, namun kini justru mulai kurang disukai oleh pembacanya. Hal ini dikarenakan dapat menimbulkan persepsi negatif pada masyarakat. Apalagi, masyarakat pembaca saat ini sudah lebih realistis dan bersifat kritis terhadap suatu masalah yang terjadi, khususnya terhadap apa yang diberitakan dalam media massa.

g. Penggunaan EYD dan kelugasan bahasa

Penggunaan EYD dan kelugasan bahasa adalah kemampuan Harian Meteor dalam menggunakan ejaan yang disempurnakan, serta kelugasan gaya bahasa dalam menyampaikan berita kepada pembacanya. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 25
Penggunaan EYD dan Kelugasan Bahasa

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	33	33
Ragu-ragu	54	54
Setuju	10	10
Sangat setuju	3	3
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Harian Meteor menggunakan bahasa yang lugas dan sesuai dengan EYD. Pendapat ini didukung oleh 54 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa terkadang masih dijumpai pemakaian bahasa daerah dalam setiap berita yang disajikannya. Hal ini dianggap tidak memenuhi kaidah bahasa jurnalistik yang baik dan terkesan asal-asalan. Padahal, hal tersebut terkadang sengaja dilakukan Harian Meteor agar merasa lebih dekat dengan pembacanya yang mayoritas berada pada segmen menengah ke bawah. Dengan bahasa-bahasa daerah tersebut, diharapkan masyarakat akan lebih mudah dalam mencerna maksud dari apa yang ingin disampaikan Harian

Meteor dalam setiap beritanya. Unsur pendekatan ini bahkan menjadi salah satu strategi Harian Meteor untuk meraih pangsa pasar pada segmen yang dibidik.

h. Judul dan isi pemberitaan

Judul dan isi pemberitaan adalah kemampuan Harian Meteor dalam menggunakan judul berita dan isi berita yang baik, tidak bersifat sensitif, kontroversial, sensasional dan provokasi, yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi pembaca. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 26
Judul dan Isi Pemberitaan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	0	0
Ragu-ragu	30	30
Setuju	22	22
Sangat setuju	48	48
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa Harian Meteor menggunakan judul berita dan isi berita yang tidak bersifat sensitif, kontroversial, sensasional dan provokasi. Pendapat ini didukung oleh 48 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju menandakan bahwa seiring dengan perubahannya dari Koran Kuning ke Koran Harian Umum, kini Harian Meteor lebih memperhatikan setiap judul dan berita yang ingin disajikannya kepada pembaca dengan baik. Langkah ini dilakukan agar

tidak menimbulkan tafsir yang berbeda oleh masyarakat pembacanya, yang dapat berdampak pada terjadinya pro dan kontra akan suatu permasalahan yang terjadi.

i. Sifat berita

Sifat berita adalah kemampuan Harian Meteor untuk menyajikan berita yang bersifat obyektif, faktual, dan aktual. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 27
Sifat Berita

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	0	0
Ragu-ragu	26	26
Setuju	28	28
Sangat setuju	46	46
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa sifat berita pada Harian Meteor bersifat objektif, faktual dan aktual. Pendapat ini didukung oleh 46 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju menandakan bahwa setiap berita yang disajikan Harian Meteor kini lebih bersifat objektif, tanpa memihak manapun. Selain itu, pemberitaannya juga sudah sesuai dengan fakta, dan topik beritanya selalu terkini. Kondisi ini menandakan bahwa masyarakat telah mempercayakan Harian Meteor dalam hal pemberitaannya yang bersifat objektif, faktual dan aktual. Hal ini mengacu pada kaidah unsur jurnalistik yang baik, dimana setiap berita

yang ditampilkan oleh media massa harus bersifat objektif, faktual dan aktual. Berikut pula yang terjadi pada Harian Meteor, khususnya pada pemberitaan kriminal selalu tersaji berita-berita yang hangat dan tidak ketinggalan dengan media yang lain.

j. Kesesuaian judul dengan isi berita

Kesesuaian judul dengan isi berita adalah kemampuan Harian Meteor dalam menyesuaikan antara judul berita dengan isi berita yang ingin disampaikannya, sehingga dapat memudahkan pembaca dalam memahami isi berita. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 28
Kesesuaian Judul Dengan Isi Berita

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	9	9
Ragu-ragu	57	57
Setuju	31	31
Sangat setuju	3	3
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa judul berita yang disampaikan oleh Harian Meteor telah sesuai dengan isi berita yang ingin disampaikannya. Pendapat ini didukung oleh 57 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa judul yang digunakan dalam setiap beritanya masih terkadang kurang sesuai dengan isi berita yang ingin disampaikan. Judul-judul berita yang disajikan pada Harian Meteor

terkadang masih ditemui tidak fokus kepada apa yang ingin disampaikan Harian Meteor kepada pembacanya. Padahal, seharusnya judul berita mengarah pada inti berita yang biasa disebut *lead*, sehingga akan memudahkan pembaca memahami isi berita atau pesan yang ingin disampaikan oleh media massa kepada pembacanya.

Dari 10 pertanyaan tentang kualitas isi media yang diajukan pada responden, selanjutnya dengan rumus yang sama dibuat kategorisasi sebagai berikut :

Jumlah Pertanyaan	=	10
Skor Minimal	=	10
Skor Maksimal	=	50
Jumlah Kelas	=	4
Interval Kelas	=	10,0

Rentang Kelas

Kategori	Rentang Kelas		
	10	-	19,9
Sangat buruk	10	-	19,9
Buruk	20,0	-	29,9
Baik	30,0	-	39,9
Sangat baik	40,0	-	50

Berdasarkan interval kelas di atas, maka distribusi responden untuk variabel kualitas isi media adalah sebagai berikut :

Tabel. 29
Rekapitulasi Variabel Kualitas Isi Media

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat buruk	0	0
Buruk	10	10
Baik	70	70
Sangat baik	20	20
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menilai kualitas isi media Harian Meteor tergolong dalam kategori baik. Pendapat ini didukung oleh 70 persen responden penelitian. Hal tersebut menunjukkan bahwa komitmen Harian Meteor untuk merubah konsep dirinya dari konsep Koran Kuning ke Koran Harian Umum sudah mulai banyak dimengerti oleh masyarakat pembacanya yang mayoritas berasal dari golongan ekonomi menengah ke bawah. Harian Meteor bahkan sudah mulai memperhatikan kaidah-kaidah yang harus diterapkan dalam prinsip koran sebagaimana umumnya. Meski aturan-aturan tersebut belum dapat terpenuhi dengan maksimal, namun dari sisi kualitas secara umum setidaknya Harian Meteor telah menunjukkan adanya perubahan yang baik dalam setiap edisi cetakannya. Pembaca Harian Meteor kini juga menilai bahwa Harian Meteor sudah jauh dari masalah sosial atau pro dan kontra di tengah masyarakat yang disebabkan oleh isi-isi berita dan rubrik yang disajikannya.

3.3.3. Loyalitas Pembaca

Loyalitas pembaca merupakan bentuk kesetiaan pembaca akan suatu produk bacaan dengan melakukan pembacaan ulang produk bacaan

tertentu secara terus menerus. Proses loyalitas sendiri terdiri dari loyalitas kognitif, afektif, konatif dan loyalitas tindakan. Adapun hasil jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada variabel ini adalah sebagai berikut :

a. Kesesuaian dengan kebutuhan

Kesesuaian dengan kebutuhan adalah kemampuan Harian Meteor dalam memposisikan dirinya sebagai bagian dari kebutuhan masyarakat atau pembaca dalam mengkonsumsi media massa. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 30
Kesesuaian Dengan Kebutuhan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	0	0
Ragu-ragu	41	41
Setuju	32	32
Sangat setuju	27	27
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Harian Meteor sesuai dengan kebutuhan pembaca. Pendapat ini didukung oleh 41 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa sebagian pembaca masih kurang merasa memiliki Harian Meteor sebagai salah satu sumber pelengkap kebutuhannya dalam hal informasi.

b. Pemanfaatan Harian Meteor

Pemanfaatan Harian Meteor adalah kemampuan Harian Meteor dalam memberikan manfaat bagi pembacanya, khususnya sebagai bahan bacaan masyarakat. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 31
Pemanfaatan Harian Meteor

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	8	8
Ragu-ragu	59	59
Setuju	22	22
Sangat setuju	11	11
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Harian Meteor dapat memberikan manfaat sebagai bahan bacaan bagi para pembacanya. Pendapat ini didukung oleh 59 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan ragu-ragu menandakan bahwa Harian Meteor belum dapat dimanfaatkan oleh pembaca sebagai bahan bacaan utama masyarakat dibandingkan harian lainnya. Hal ini dapat disebabkan karena pembaca masih menilai Harian Meteor belum bisa memberikan informasi sesuai dengan keinginan pembaca.

c. Lebih memilih Harian Meteor

Lebih memilih Harian Meteor adalah keputusan pembaca yang lebih memilih Harian Meteor dibandingkan dengan harian lainnya. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 32
Lebih Memilih Harian Meteor

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	14	14
Ragu-ragu	5	5
Setuju	57	57
Sangat setuju	24	24
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa lebih memilih Harian meteor dibandingkan dengan harian lainnya. Pendapat ini didukung oleh 57 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan lebih memilih Harian Meteor dibandingkan dengan harian lainnya, karena Harian Meteor lebih banyak memberikan sajian berita yang bersifat ringan, seperti berita-berita kriminal. Dengan demikian, para pembaca yang mayoritas berasal dari segmen masyarakat kelas menengah ke bawah dengan tingkat pendidikan yang rata-rata menengah ke bawah ini tidak perlu menguras banyak pikiran saat mengonsumsi Harian Meteor.

d. Menjadikan *Harian Meteor* sebagai bahan bacaan tetap

Menjadikan *Harian Meteor* sebagai bahan bacaan tetap dibandingkan dengan harian lainnya. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 33
Menjadikan *Harian Meteor* Sebagai Bahan Bacaan Tetap

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	26	26
Ragu-ragu	27	27
Setuju	38	38
Sangat setuju	9	9
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa *Harian Meteor* dapat dijadikan bahan bacaan tetap sehari-hari. Pendapat ini didukung oleh 38 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan setuju menandakan bahwa *Harian Meteor* dapat dijadikan bahan bacaan tetap bagi para pembacanya yang mayoritas merupakan masyarakat dari kalangan menengah ke bawah. Hal ini dikarenakan isi dari *Harian Meteor* sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat di kelas menengah ke bawah, yang lebih menyukai berita-berita kriminal, terutama di seputar Kota Semarang. Kondisi ini bahkan menjadi nilai tambah tersendiri yang dapat menarik pembaca untuk mengonsumsi *Harian Meteor*.

e. Merekomendasikan kepada orang lain

Merekomendasikan kepada orang lain adalah keinginan pembaca untuk merekomendasikan *Harian Meteor* kepada orang lain untuk turut mengkonsumsi dengan cara membaca. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 34
Merekomendasikan Kepada Orang Lain

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	0	0
Netral	18	18
Setuju	24	24
Sangat setuju	58	58
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa *Harian meteor* dapat direkomendasikan kepada orang lain. Pendapat ini didukung oleh 58 persen responden. Banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju menandakan bahwa *Harian Meteor* dapat direkomendasikan kepada orang lain terutama yang membutuhkannya. Pembaca lebih banyak merekomendasikan *Harian Meteor*, khususnya dalam hal penyajian berita-berita kriminalnya di seputar Kota Semarang. Ini dikarenakan pembaca menilai berita-berita kriminal yang tersaji dalam *Harian Meteor* bisa menjadi salah satu upaya untuk mawas diri akan peristiwa-peristiwa yang dapat terjadi sewaktu-waktu di lingkungan sekitarnya, mengingat masyarakat pembaca *Harian*

Meteor mayoritas bekerja di sektor informal yang rawan dengan gesekan-gesekan masalah dengan lingkungannya.

f. Kepuasan pembaca

Kepuasan pembaca adalah tumbuhnya rasa puas dalam diri pembaca setelah mengonsumsi Harian Meteor. Adapun hasil jawaban responden pada pertanyaan ini adalah :

Tabel. 35
Kepuasan Pembaca

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0
Tidak setuju	30	30
Ragu-ragu	25	25
Setuju	45	45
Sangat setuju	0	0
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Harian Meteor dapat menumbuhkan rasa puas pada pembacanya. Pendapat ini didukung oleh 45 persen responden. Banyaknya responden yang merasa puas menandakan bahwa segala informasi dan isi yang disampaikan oleh Harian Meteor telah berhasil memberikan kepuasan kepada para pembacanya. Apalagi, informasi dan isi ini telah sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan pembacanya dalam memenuhi kebutuhannya, sesuai dengan segmen pembacanya.

Dari 6 pertanyaan tentang loyalitas pembaca yang diajukan pada responden, selanjutnya dengan rumus yang sama dibuat kategorisasi sebagai berikut :

Jumlah Pertanyaan	=	6
Skor Minimal	=	6
Skor Maksimal	=	30
Jumlah Kelas	=	4
Interval Kelas	=	6,0

Rentang Kelas

Kategori	Rentang Kelas		
Sangat rendah	6	-	11,9
Rendah	12,0	-	17,9
Tinggi	18,0	-	23,9
Sangat tinggi	24,0	-	30

Berdasarkan interval kelas di atas, maka distribusi responden untuk variabel loyalitas pembaca adalah sebagai berikut :

Tabel. 36
Rekapitulasi Variabel Loyalitas Pembaca

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Rendah	0	0
Kurang tinggi	9	9
Tinggi	55	55
Sangat tinggi	36	36
Jumlah	100	100

Sebagian besar responden memiliki loyalitas tergolong dalam kategori tinggi. Pendapat ini didukung oleh 55 persen responden penelitian. Adanya loyalitas pada diri pembaca merupakan suatu keuntungan bagi perusahaan. Pembaca yang loyal merupakan tujuan akhir dari pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

3.4. HUBUNGAN TINGKAT KEBUTUHAN KONSUMSI INFORMASI DENGAN LOYALITAS PEMBACA

Untuk menguji hipotesis pertama, maka pengujian statistik yang dilakukan adalah dengan menggunakan uji korelasi Rank Kendall. Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan perhitungan statistik korelasi Rank Kendall (terlampir), diperoleh hasil bahwa koefisien korelasi tingkat kebutuhan konsumsi informasi (X1) dengan loyalitas pembaca (Y) sebesar **0,206** dengan nilai signifikansi sebesar **0,007**. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar **0,007** lebih kecil dari **0,05** yang berarti bahwa kedua variabel tersebut terdapat hubungan yang signifikan, hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Dengan demikian, secara statistik hipotesis yang menyatakan **“terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tingkat kebutuhan konsumsi informasi (X1) dengan loyalitas pembaca (Y)”** terbukti dan dapat diterima.

3.5. HUBUNGAN KUALITAS ISI MEDIA DENGAN LOYALITAS PEMBACA

Untuk menguji hipotesis kedua maka akan dilakukan pengujian statistik. Adapun uji statistik yang digunakan adalah Korelasi Rank Kendall. Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan perhitungan statistik korelasi Rank Kendall (terlampir), maka diperoleh hasil bahwa koefisien kualitas isi media (X2) dengan loyalitas pembaca (Y) sebesar **0,183** dengan nilai signifikansi sebesar **0,013**. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar **0,013** lebih kecil dari **0,05**; yang berarti bahwa kedua variabel tersebut terdapat hubungan yang signifikan, hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Dengan demikian, secara statistik hipotesis yang menyatakan **“terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas isi media (X2) dengan loyalitas pembaca (Y)”** terbukti dan dapat diterima.

3.6. HUBUNGAN TINGKAT KEBUTUHAN KONSUMSI INFORMASI DAN KUALITAS ISI MEDIA DENGAN LOYALITAS PEMBACA

Untuk menguji hubungan tingkat kebutuhan konsumsi informasi dan kualitas isi media secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas pembaca, digunakan uji konkordansi kendall. Korelasi antara tingkat kebutuhan konsumsi informasi (X1) dan kualitas isi media (X2) dengan loyalitas pembaca (Y) berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan perhitungan Konkordansi Rank Kendall, diperoleh hasil konkordansi

sebesar **0,978**; dengan nilai signifikansi sebesar **0,000**. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar **0,000** lebih kecil dari **0,05** yang berarti bahwa ketiga variabel tersebut terdapat hubungan yang signifikan, hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Dengan demikian, secara statistik hipotesis yang menyatakan **“terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tingkat kebutuhan konsumsi informasi (X1) dan kualitas isi media (X2) dengan loyalitas pembaca (Y)”** terbukti dan dapat diterima.

3.7. PEMBAHASAN

3.7.1. Hubungan Tingkat Kebutuhan Konsumsi Informasi Dengan Loyalitas Pembaca

Berdasarkan hasil analisis data disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kebutuhan informasi dengan loyalitas pembaca. Hal ini menandakan bahwa adanya pemenuhan kebutuhan informasi yang dapat diberikan oleh Harian Meteor mengakibatkan responden terdorong untuk membaca Harian Meteor.

Hasil penelitian ini pun diperkuat dengan teori *uses and gratifications*, yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (West, 2008: 104). Katz, dkk menjelaskan bahwa : pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media dalam hal ini pembaca Harian Meteor adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Dengan

demikian, kebutuhan pembaca Harian Meteor tidak serta merta mempunyai keterkaitan dengan perilaku membaca Harian Meteor.

Pada dasarnya, khalayak atau pembaca sendiri menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu, dimana media dianggap memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi, maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi pula. Dengan demikian, media akan dikatakan efektif jika mampu memenuhi kebutuhan khalayaknya. Untuk itulah pembaca berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Di lain sisi, kebutuhan informasi pembaca atas produk media massa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila pembaca merasa puas atas pemenuhan kebutuhannya, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membaca kembali produk yang sama. Jika pembaca merasa puas, juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

Begitu pula yang terjadi pada kasus Harian Meteor ini. Jika pembaca Harian Meteor merasa terpuaskan kebutuhannya akan informasi, maka tentunya tidak menutup kemungkinan jika pembaca tersebut juga akan melakukan kegiatan membaca kembali produk Harian Meteor ini, bahkan memberikan referensi kepada orang lain untuk ikut serta

menjadikan Harian Meteor sebagai bahan bacaan untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Perihal kepuasan pembaca ini pun sejalan dengan pemikiran dari Philip Palmgreen (Littlejohn, 2009: 426) dalam Teori Nilai Dugaan (*expectancy value theory*). Teori ini menjabarkan bahwa : Kepuasan yang Anda cari dari media ditentukan oleh sikap Anda terhadap media (keyakinan Anda tentang media tertentu apa yang dapat memuaskan Anda), dan penilaian Anda tentang material ini.

Sedangkan menurut Palmgreen (Kriyantono, 2006: 207), dalam teori nilai pengharapan, orang mengarahkan diri pada dunia (misalnya media) berdasarkan pada kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia tersebut. *Gratifications sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. *Gratification sought* adalah motif untuk mendorong seseorang mengkonsumsi media. Sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, *gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan, dan evaluasi seseorang mengenai isi media.

Dalam studi pada Harian Meteor ini, kepuasan yang dicari oleh pembaca ketika mengkonsumsi Harian Meteor utamanya untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Informasi menjadi kebutuhan pokok bagi pengguna tertentu, sehingga jika kebutuhan informasinya tidak terpenuhi

akan menjadi masalah bagi pengguna. Informasi dibutuhkan pengguna bertujuan untuk menambah pengetahuan, dan meningkatkan keterampilan yang pada akhirnya dapat merubah sikap dan perilakunya. Masyarakat membutuhkan informasi yang akurat, relevan, ekonomis, cepat, tepat, serta mudah mendapatkannya.

Sedangkan tingkat kebutuhan informasi dari masing-masing individu terhadap media massa pada dasarnya berbeda-beda. Khalayak pembaca pun akan lebih selektif dalam memilih media massa yang cocok untuk memuaskan kebutuhannya akan konsumsi informasi. Meski demikian, pada prinsipnya tingkat kebutuhan konsumsi informasi pembaca *Harian Meteor* ini secara umum dapat dilihat dari sisi informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta dari sisi hiburan (McQuail, 1987 : 72).

Permasalahan tersebut menjadi sebuah tantangan bagi penyedia informasi dalam hal ini *Harian Meteor*. Apalagi, di tengah persaingan industri media massa yang makin ketat dengan bermunculannya media-media baru, pada akhirnya harus mendorong *Harian Meteor* lebih inovatif dalam menyajikan produk yang ditawarkannya dengan segala kelebihan atau keunggulan media yang dimilikinya. Keunggulan media tersebut nantinya yang akan menjadi bahan pertimbangan dan penilaian bagi konsumen dalam memilih suatu media.

Dalam konsep pemasaran, kepuasan konsumen sangat diperlukan bagi kesuksesan bisnis. Kepuasan yang diperoleh oleh konsumen terhadap

suatu produk diharapkan akan mampu berkelanjutan dalam bentuk sikap loyal. Loyalitas konsumen, sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Menurut Griffin (2002 : 4) : *Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit.*

Jika dikaitkan dalam studi Harian Meteor, loyalitas pembaca ini dapat diartikan sebagai perilaku pembaca yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Non random disini berarti pembaca melakukan aktifitas membaca Harian Meteor secara rutin. Selain membaca Harian Meteor, pembaca yang loyal juga melakukan aktifitas promosi yang efektif, yaitu mengajak orang lain untuk mengkonsumsi produk ini melalui komunikasi dari mulut-ke-mulut (*word of mouth*).

3.7.2. Hubungan Kualitas Isi Media Dengan Loyalitas Pembaca

Berdasarkan hasil analisis data disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas isi media dengan loyalitas pembaca. Hal ini menandakan bahwa adanya kualitas isi media yang baik mengakibatkan pembaca terdorong untuk terus menerus membaca Harian Meteor.

Salah satu faktor penting yang dapat membuat pelanggan puas adalah kualitas produk yang mereka terima. Kualitas produk ini akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Jika kualitas produk tinggi, maka

loyalitas pelanggan pun akan dengan mudah diperoleh. Sedangkan untuk menghasilkan produk berkualitas, maka suatu perusahaan perlu memperhatikan kesesuaian produk dengan kebutuhan, manfaat produk, dan keunggulan produk dibandingkan dengan kompetitor.

Hal tersebut di atas sejalan dengan pemikiran Machfoedz (2010 : 62), dimana kualitas produk berarti kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, presisi, kemudahan penggunaan, dan perbaikan, serta ciri-ciri lain yang menunjukkan nilainya. Kualitas merupakan salah satu sarana *positioning* penting bagi sebuah perusahaan dalam memasarkan suatu produknya. Dalam pengembangan suatu produk, maka terlebih dahulu pemasar harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk di pasar sasaran.

Penyediaan produk yang berkualitas terbaik merupakan keharusan bagi sebuah perusahaan, termasuk pada Harian Meteor. Sedangkan untuk mengelola suatu media, diperlukan perencanaan dan pengembangan produk yang baik oleh perusahaan. Hal ini dilakukan karena perusahaan harus bersaing dengan perusahaan media cetak lainnya yang memproduksi produk-produk surat kabar sejenis. Untuk itu, perlu adanya pedoman untuk mengubah produk yang telah ada, menambah produk baru, atau mengambil tindakan yang dapat mempengaruhi kebijakan dalam penentuan produk.

Pada saat ini persaingan produk media massa khususnya media cetak juga bergerak sangat ketat. Setiap media tentunya akan menawarkan

segala kelebihan atau keunggulan media yang dimilikinya. Keunggulan media tersebutlah yang akan menjadi bahan pertimbangan dan penilaian bagi konsumen dalam memilih suatu media. Sedangkan konsumen sendiri akan lebih selektif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhannya.

Dari sudut pandang pemasaran, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh Harian Meteor, maka akan semakin tinggi kepuasan pembaca, sehingga tak menutup kemungkinan jika loyalitas pembacanya akan semakin tinggi pula. Kondisi ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Assauri (1998), dimana kualitas media sangat terkait dengan kepuasan konsumen. Dengan terdapatnya kepuasan oleh konsumen, maka semakin baiklah posisi media dalam persaingan, karena semakin diminati, dicari dan diminta oleh konsumen.

Media sendiri dapat diukur dari segi penglihatan atau persepsi pembeli terhadap mutu itu sendiri. Peranan mutu menjadi semakin penting, baik dipandang dari sudut pandang konsumen maupun sudut pandang perusahaan (produsen), dimana pengendalian mutu mulai diperhatikan dan menjadi suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam pengendalian produksi, guna mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar perusahaan. Oleh karena itu, dari sisi pandangan konsumen, kualitas media sangat terkait dengan kepuasan konsumen yang diharapkan mampu membangun loyalitas konsumen yang tinggi.

Dalam pengembangan suatu media, persoalan kualitas media akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Peran kualitas isi media menjadi sangat penting dan menentukan dalam

menciptakan keunggulan bersaing suatu perusahaan. Atas dasar kondisi itulah kemudian mendorong Harian Meteor untuk melakukan perubahan konsep dari Koran Kuning menuju Koran Harian Umum, dengan berbagai peningkatan kualitas yang dilakukannya terhadap produk Harian Meteor itu sendiri. Pengembangan kualitas isi media sendiri tidak hanya berfokus pada soal pemberitaan yang kini makin menyeluruh dan bersifat umum saja, tapi juga pada kualitas isi lainnya yang mencakup penyajian berita, penyajian foto, tata letak, *headline*, gaya penulisan, gaya bahasa, pewarnaan dan subjek pemberitaan.

Strategi perubahan konsep Harian Meteor dari Koran Kuning ke Koran Harian Umum yang lebih bersifat *soft* ini merupakan salah satu bagian dari upaya menampilkan keunggulan secara kompetitif. Melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif, serta efisien ini, diharapkan Harian Meteor dapat semakin memuaskan pembacanya dan akan terus menjadi pilihan dari banyak pelanggan, yang pada gilirannya nanti diharapkan loyal. Apalagi, tumpuan perusahaan media cetak untuk tetap mampu bertahan hidup adalah pembaca-pembaca yang loyal.