

## **Bab III**

### **ANALISIS DESKRIPTIF**

Analisis deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk memaparkan gambaran responden penelitian ini terkait dengan variabel – variabel penelitian. Hasil penelitian di bagian analisis deksriptif ini akan dijelaskan menggunakan diagram – diagram yang berisi presentase jawaban dari responden terhadap setiap pertanyaan kuesioner yang diberikan. Responden penelitian berjumlah 94 orang responden laki – laki dan perempuan.

#### **3.1 Profil Responden**

Pada bagian profil responden, penulis akan mengulas mengenai responden yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner yang disebar oleh peneliti. Ulasan ini dimulai dari nama – nama komunitas yang terlibat, jumlah partisipan dari masing – masing komunitas, usia, pekerjaan, hingga jawaban dari masing – masing pertanyaan. Jawaban masing – masing pertanyaan akan dikelompokkan ke dalam masing – masing indikator per variabel.

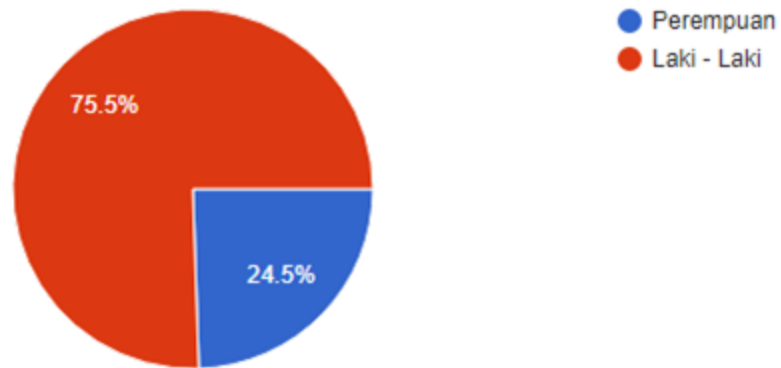
Penulis telah menyebarkan kuesioner kepada komunitas – komunitas yang tergabung dalam Suara Merdeka. Penulis menyebarkan dengan dua cara, yakni dengan

cara melalui *google doc* dan mendatangi satu per satu tempat di mana komunitas biasa berkumpul. Dari kuesioner yang tersebar, sebanyak 100 responden telah berpartisipasi, tetapi 6 dari 100 kuesioner dinyatakan rusak karena tidak memenuhi pertanyaan yang semua.

No	Nama Komunitas	Jumlah
1	Komunitas Harapan	5
2	Sahabat Tenggara	6
3	Canon Gel Airsoftgun	1
4	Lowrider	3
5	Smg_mf87	2
6	Semarang Toys Photograph	9
7	Bank Sampah Lestari	3
8	LAAS	4
9	Pagi Berbagi	4
10	Satoe Atap	4
11	Fly to Sky	4
12	Semarangker	21
13	Maxxio	2
14	Komunitas Pecinta Kopi	1
15	Jalan Pelan	5
16	NOISE	5
17	Smallframe	5
18	SUCKS	1
19	Converse Head Indonesia Semarang	9
Jumlah		94

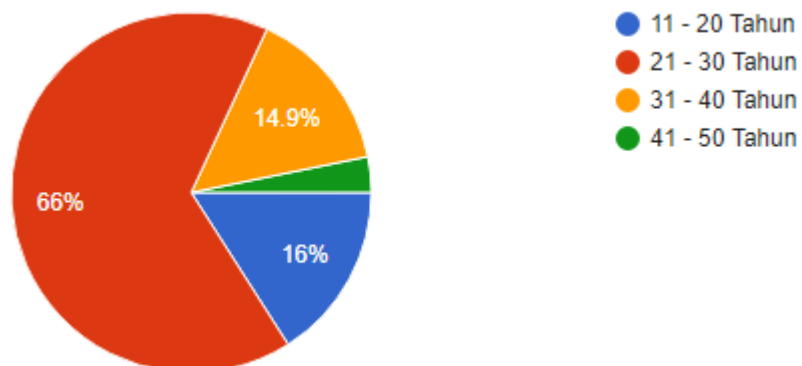
Tabel 3.1 Daftar Komunitas yang Mengisi Kuesioner

### 3.1.1 Karakteristik Responden



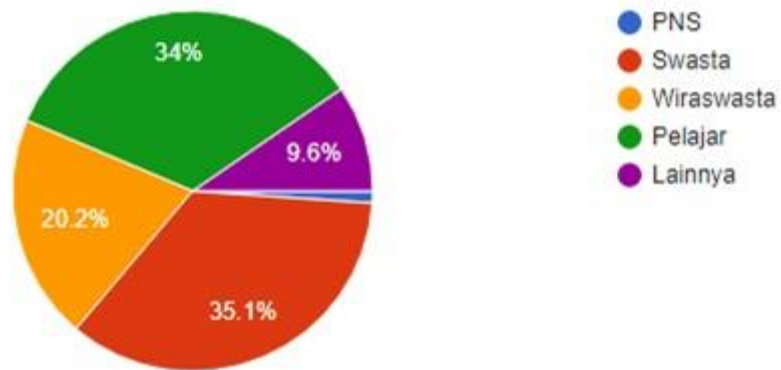
Gambar 3.1 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Berdasarkan data di atas, dapat kita ketahui persebaran jumlah responden berdasarkan jenis kelamin. Di sini diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah 94 orang. Dari ke 94 responden itu sebanyak 71 adalah responden laki – laki dan sebanyak 23 adalah responden perempuan. Jika diprosentasekan, maka jumlah responden laki-laki adalah sebanyak 75.5% dan jumlah responden perempuan adalah sebanyak 24.5%.



Gambar 3.2 Sumber Data Primer (diolah 2018).

Berdasarkan data di atas dapat kita ketahui persebaran responden berdasarkan usia. Dalam penelitian ini diketahui bahwa usia responden penelitian ini rentang usia mulai dari 11 – 50 tahun. Adapun jumlah responden ini di dominasi oleh responden dengan rentang usia 21 – 30 tahun 62 orang atau sebanyak 66%. Sementara itu untuk responden dengan rentang usia 11 – 20 tahun sebanyak 15 orang atau sebanyak 16%. Kemudian diikuti oleh responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 14 orang atau 14.9%. sisanya adalah responden dengan rentang usia 41 – 50 tahun sebanyak 3 orang atau 3.2%.



Gambar 3.3 Sumber Data Primer (diolah 2018)

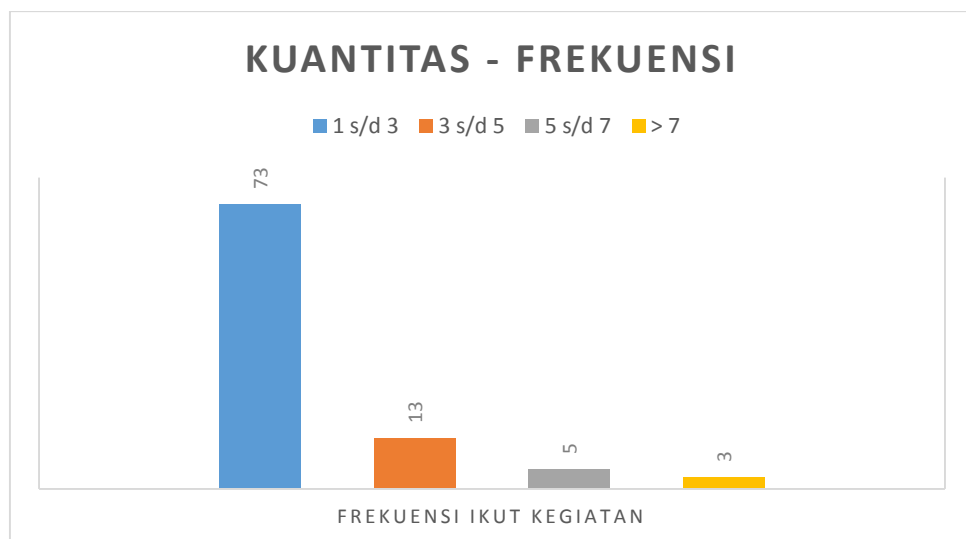
Melihat data di atas, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini memiliki pekerjaan yang beragam. Mulai dari pelajar, PNS, karyawan swasta, hingga wiraswasta. Adapun responden yang bekerja sebagai karyawan swasta mendominasi jumlah responden, yakni sebanyak 33 orang atau sebanyak 35.1%. kemudian disusul dengan pelajar dengan jumlah prosentasi 34% atau sebanyak 32 orang. Sementara itu untuk jumlah responden sebagai wiraswasta sebanyak 20.2% atau sebanyak 19 orang. Disusul dengan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 1 orang atau 1.1%. Selain itu responden sebanyak 9 orang atau sebanyak 9.6% menjawab lainnya.

## 3.2 Persebaran Jawaban Responden

### 3.2.1 Variabel Intensitas Kegiatan

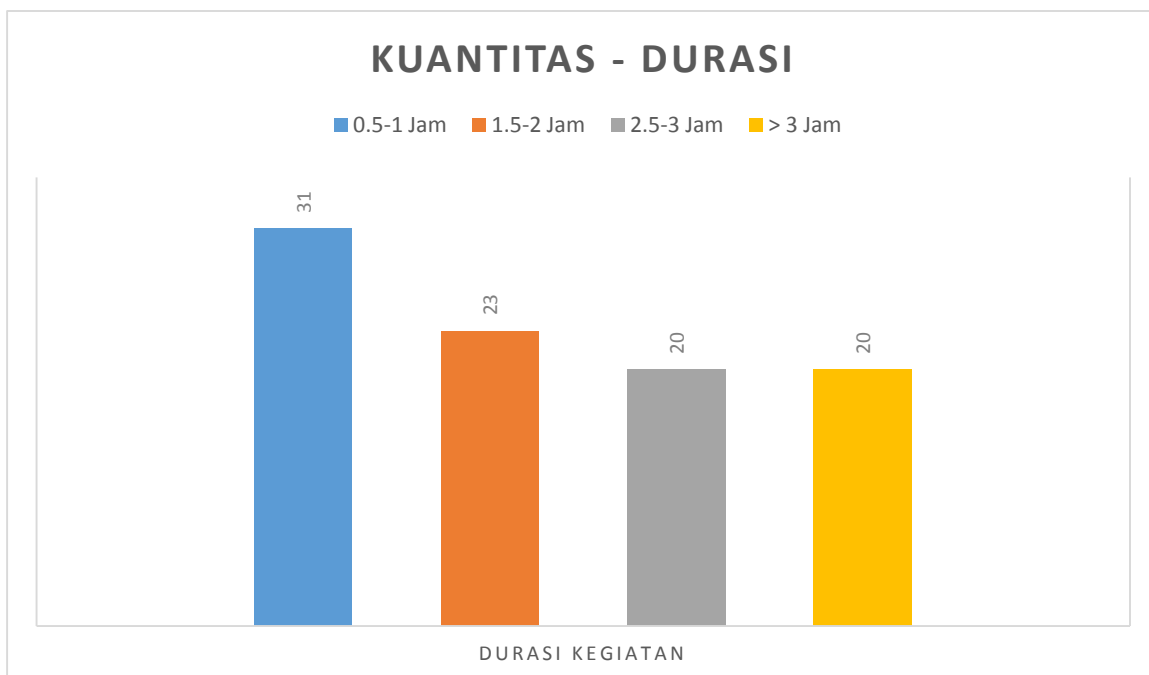
#### a. Dimensi Kuantitas

Di bawah ini adalah gambaran / deskripsi dari variabel intensitas kegiatan. Dalam variabel intensitas kegiatan, terdapat dua dimensi yang berbeda, yakni dimensi Kuantitas dan Dimensi Kualitas. Dalam dimensi kuantitas terdapat pula dua indikator, yakni indikator Frekuensi dan Durasi. Frekuensi di sini dimaksud adalah mengenai seberapa sering komunitas – komunitas tersebut mengikuti kegiatan dengan Suara Merdeka. Sementara durasi yakni terkait dengan seberapa lama kegiatan tersebut berlangsung. Sementara itu untuk dimensi Kualitas, juga terdapat dua indikator yakni indikator mengenai manfaat yang didapat dari kegiatan tersebut dan kesan yang dirasakan oleh anggota komunitas setelah mengikuti kegiatan tersebut.



Gambar 3.4 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Melihat dari grafik yang tersedia di atas, dapat dilihat bahwa responden penelitian ini paling banyak mengikuti kegiatan dengan Suara Merdeka baru 1 – 3 kali. Responden yang mengikuti kegiatan baru maksimal 3 kali ini sebanyak 73 orang atau sekitar 77,7% dari jumlah keseluruhan responden. Sementara itu berturut – turut semakin jarang responden yang mengikuti kegiatan dengan Suara Merdeka. Untuk komunitas yang mengikuti kegiatan dengan Suara Merdeka sebanyak 3 – 5 kali sebanyak 13 orang atau sebanyak 13,8% dari total 94 populasi. Kemudian disusul hanya ada 5 responden yang mengikuti kegiatan maksimal 7 kali atau sebesar 5,3%. Sementara itu hanya terdapat 3 orang atau 3,2% yang mengikuti kegiatan dengan Suara Merdeka sebanyak lebih dari 7 kali.



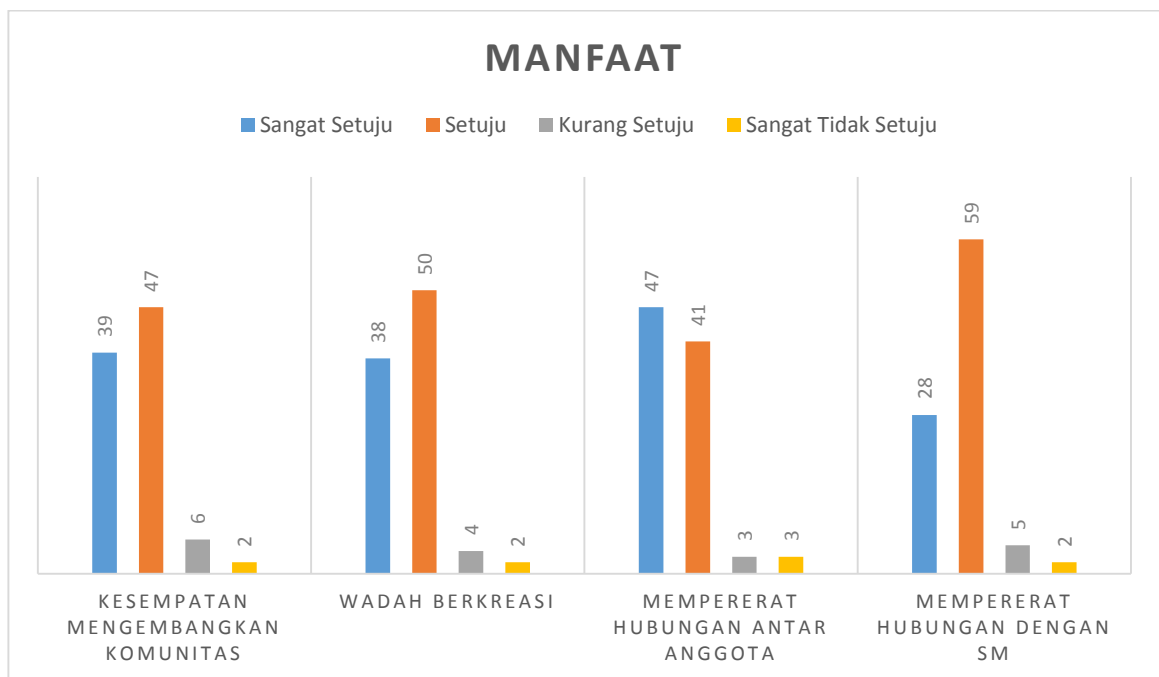
Gambar 3.5 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Selain frekuensi kegiatan / tingkat keseringan responden dalam mengikuti kegiatan dengan Suara Merdeka, perlu dilihat juga seberapa lama kegiatan yang dilakukan tersebut berlangsung. Sehingga secara kuantitas, dapat dilihat pula bahwa apakah ada waktu yang cukup lama ketika Suara Merdeka dan komunitas untuk berinteraksi. Dari grafik di atas, dapat dilihat bahwa memang durasi kegiatan yang dilaksanakan oleh Suara Merdeka dengan komunitas masih berlangsung sedikit. Mayoritas responden menilai bahwa durasi yang tersedia hanya sekitar 0.5 – 1 jam saja. Responden yang menjawab ini sebanyak 31 orang atau sebesar 33%. Sementara itu jumlah responden yang mengikuti kegiatan dengan durasi sekitar 1.5 – 2 jam berjumlah 23 orang atau sebesar 24.5%. Disusul dengan jumlah responden yang mengikuti kegiatan dengan durasi 2.5 – 3 jam dan > 3 jam yakni sebanyak 20 orang atau sebesar 21.3%.



b. Dimensi Kualitas

Gambar di bawah merupakan tabel yang menunjukkan gambar diagram dari dimensi kualitas. Dimensi kualitas dari variabel Intensitas Kegiatan ini memiliki dua indikator, yaitu indikator manfaat dan indikator kesan mendalam. Gambar 3.6 merupakan diagram yang menunjukkan indikator manfaat. Sedangkan gambar 3.7 merupakan diagram yang menunjukkan indikator kesan mendalam.



Gambar 3. 6 Sumber Data Primer (diolah 2018)

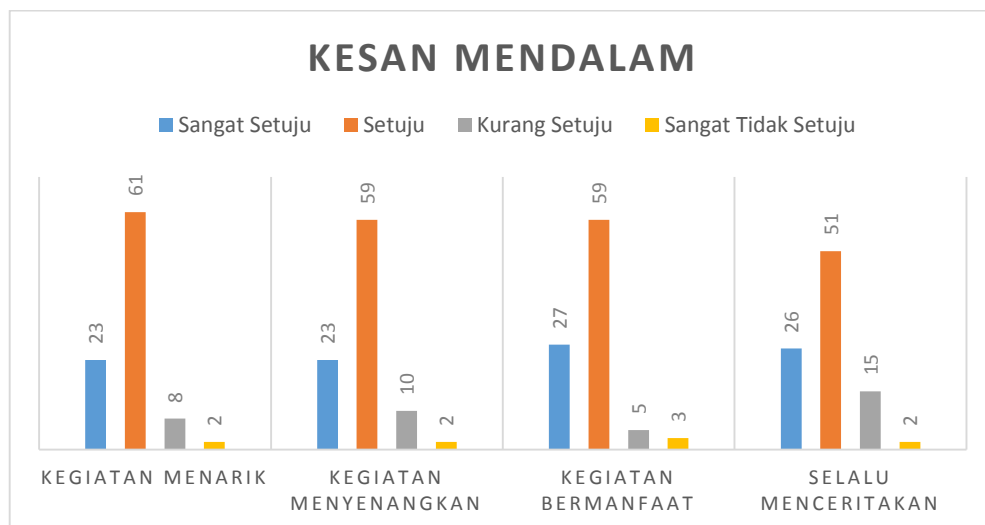
Dalam dimensi kualitas ini, kualitas yang dimaksud adalah kualitas yang dimiliki dalam sebuah kegiatan. Terkait apakah kegiatan tersebut bermanfaat bagi

komunitas atau tidak. Terdapat 4 hal yang ditanyakan dalam dimensi kualitas dengan indicator manfaat. Pertama, ingin diketahui apakah kegiatan yang dilaksanakan oleh Suara Merdeka dengan komunitas dapat mengembangkan potensi / hobi yang dimiliki komunitas atau tidak. Pertanyaan ini kemudian dijawab oleh sebanyak 39 responden atau sebesar 41,5% dengan menyatakan sangat setuju. Kemudian sebanyak 47 atau sebesar 50% responden menjawab setuju bahwa kegiatan ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan potensi komunitas. Sementara 6 responden 6,4% menjawab kurang setuju. Kemudian 2,1% atau hanya 2 orang responden menjawab sangat tidak setuju bahwa kegiatan yang diselenggarakan Suara Merdeka dapat memberikan kesempatan untuk mengembangkan komunitas.

Untuk pertanyaan apakah kegiatan yang dilakukan oleh Suara Merdeka dapat menjadi wadah bagi komunitas untuk berkreasi. Sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Untuk jawaban sangat setuju terdapat 38 responden yang menjawab atau sebesar 40,4%. Sementara itu 50 orang atau 53,2% menjawab sangat setuju. Hanya sedikit responden yang menjawab kurang atau sangat tidak setuju. Masing – masing, yakni kurang setuju dijawab oleh 4 orang (4,4%) dan sangat tidak setuju dijawab hanya 2 orang (2,1%).

Dalam pertanyaan selanjutnya yakni mengenai apakah kegiatan ini dapat mempererat hubungan antar anggota komunitas sebagian besar menjawab setuju. Sebanyak 47 orang (50%) menjawab sangat setuju, 41 orang (43,6%) menjawab setuju dan kurang setuju dan sangat tidak setuju masing – masing dijawab oleh 3 orang 3,2%.

Kemudian untuk pertanyaan apakah kegiatan ini dapat mempererat hubungan antara komunitas dengan Suara Merdeka sebanyak 28 atau sebesar 29,8% orang menjawab sangat setuju. Kemudian sebanyak 59 orang atau sebesar 62,8% menjawab setuju, 5 orang atau sebesar 5,3% menjawab kurang setuju, dan 2 orang atau sebesar 2,1% menjawab sangat tidak setuju.



Gambar 3.7 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa kegiatan yang dilakukan oleh Suara Merdeka menarik. Sebab dari 94 responden, sebanyak 23 responden menjawab sangat setuju bahwa kegiatan yang diselenggarakan Suara Merdeka menarik. Sementara sebanyak 61 orang responden menjawab setuju bahwa kegiatan yang diselenggarakan menarik. Sisanya, yakni sebanyak 8 orang responden menjawab kurang setuju dan hanya 2 orang saja yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pertanyaan selanjutnya, apakah kegiatan yang diselenggarakan Suara Merdeka menarik atau tidak sebagian besar masih menjawab setuju. Sebanyak 23 orang responden menjawab sangat setuju, kemudian sebanyak 59 orang responden menjawab setuju. Sisanya sebanyak 10 orang responden menjawab kurang setuju dan sisanya 2 orang saja yang menjawab sangat tidak setuju.

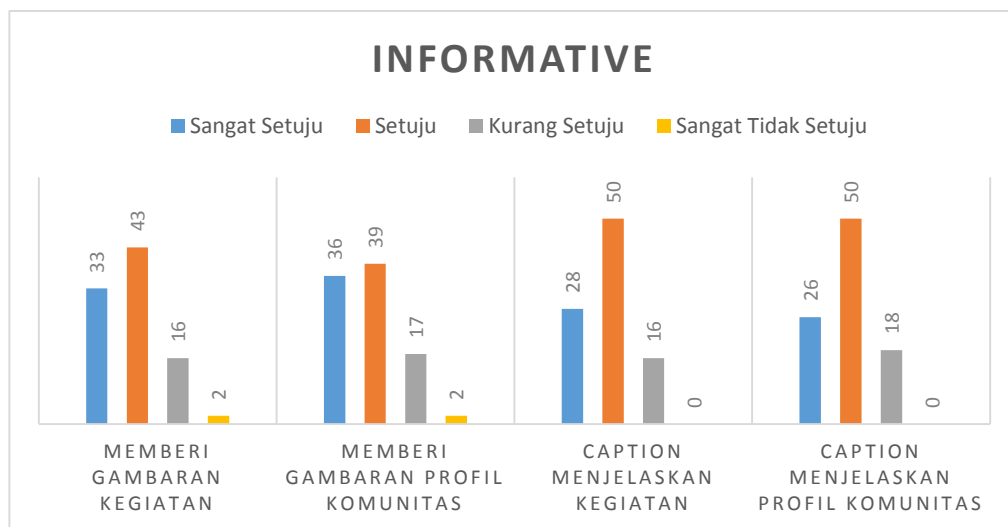
Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah kegiatan yang diselenggarakan Suara Merdeka bermanfaat atau tidak sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju. Sebanyak 59 orang menjawab sangat tidak setuju, dan sisanya 5 orang dan 3 orang menjawab kurang setuju dan sangat tidak setuju.

Pertanyaan terakhir pada indikator kesan mendalam, yaitu apakah setiap orang akan menceritakan kepada orang lain setelah mengikuti kegiatan yang diselenggarakan Suara Merdeka. Sebanyak 26 orang responden menjawab mereka sangat setuju untuk menceritakan kepada orang lain setelah mengikuti kegiatan dengan Suara Merdeka. Sebanyak 51 orang responden menjawab setuju bahwa mereka akan menceritakan hal itu kepada orang lain. Sementara sisanya yakni sebanyak 15 dan dua menjawab kurang setuju dan sangat tidak setuju.

### 3.2.2 Variabel Kualitas Akun Instagram

Di bawah ini adalah gambaran / deskripsi dari variabel kualitas akun instagram. Dalam variabel kualitas akun instagram, terdapat dimensi – dimensi yang berbeda, yakni dimensi “bermakna” dan dimensi “menarik.” Dalam dimensi “bermakna” terdapat pula dua indikator, yakni indikator “Informatif” dan “Membangun.” “Informatif” di sini dimaksud adalah mengenai apakah konten instagram Suara Merdeka memberikan informasi yang dibutuhkan bagi komunitas. Sementara “membangun” yakni terkait dengan apakah konten – konten yang ada di instagram Suara Merdeka dapat membangun komunitas.

#### a. Dimensi Bermakna



Gambar 3.8 Sumber Data Primer (diolah 2018).

Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden merasa bahwa akun instagram Suara Merdeka informatif. Sebab dari 94 responden, sebanyak

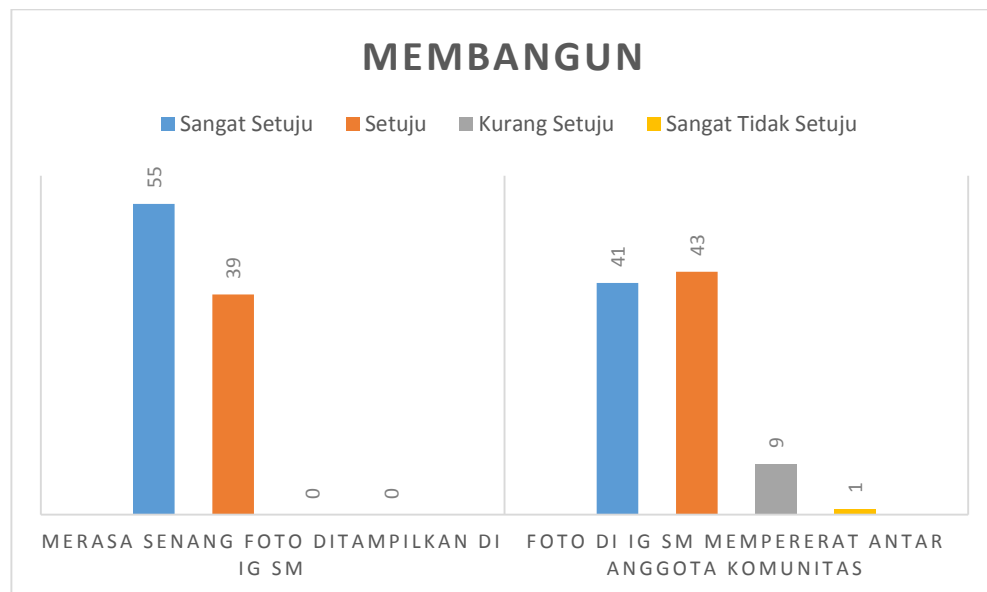
33 responden menjawab sangat setuju bahwa kualitas instagram Suara Merdeka dalam hal memberikan informasi tepat memberikan gambaran kegiatan. Sementara sebanyak 43 orang responden menjawab setuju bahwa akun instagram Suara Merdeka mampu memberikan gambaran kegiatan. Sisanya, yakni sebanyak 16 orang responden menjawab kurang setuju dan hanya 2 orang saja yang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan selanjutnya adalah apakah akun Instagram Suara Merdeka mampu memberikan gambaran profil komunitas. Sebanyak 36 orang responden menjawab sangat setuju, kemudian sebanyak 39 orang responden menjawab setuju. Sisanya sebanyak 17 orang responden menjawab kurang setuju dan 2 orang responden yang menjawab sangat tidak setuju jika foto – foto di instagram Suara Merdeka dapat memberikan gambaran mengenai profil komunitas.

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah “caption” yang ditulis di instagram Suara Merdeka memberikan informasi mengenai kegiatan sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju. Sebanyak 50 orang responden menjawab setuju, dan sisanya 16 orang menjawab kurang setuju. Sementara itu tidak ada seorangpun menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan terakhir pada indikator kesan mendalam, yaitu apakah caption yang ditulis di instagram Suara Merdeka memberikan informasi mengenai profil komunitas. Sebanyak 26 orang responden menjawab mereka sangat setuju bahwa “caption” yang ditulis di instagram Suara Merdeka memberikan gambaran mengenai profil komunitas. Sebanyak 50 orang responden menjawab setuju bahwa “caption” yang ditulis oleh

Suara Merdeka menceritakan profil komunitas. Sementara sisanya yakni sebanyak 18 orang responden menjawab kurang setuju dan tidak ada yang menjawab kurang setuju dan sangat tidak setuju.



Gambar 3.9 Sumber Data Primer (diolah 2018).

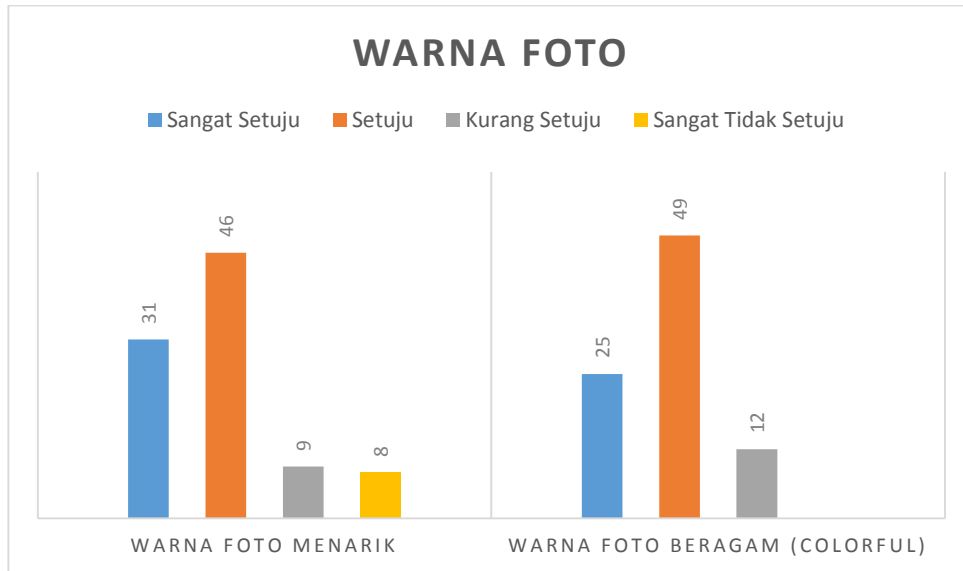
Diagram di atas ini merupakan dimensi bermakna dengan indikator apakah instagram @Suara\_Merdeka membangun atau tidak. Pertanyaan pertama yaitu apakah responden merasa senang karena foto mereka ditampilkan di Instagram Suara Merdeka. Sebanyak 55 responden menjawab sangat setuju dan sebanyak 39 responden menjawab setuju. Sementara itu tidak ada satu orang pun menjawab kurang setuju dan sangat tidak setuju.

Pertanyaan kedua mengenai apakah Foto – foto yang diunggah di akun instagram @Suara\_Merdeka dapat mempererat hubungan antara anggota komunitas. Dari hasil kuesioner yang disebar, sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju. Kemudian sebanyak 43 responden menyatakan setuju bahwa foto – foto yang ditampilkan dapat mempererat hubungan antara anggota komunitas. Sisanya, yakni sebanyak 9 responden menjawab kurang setuju dan 1 orang saja yang menjawab sangat tidak setuju.

b. Dimensi Menarik

Dalam dimensi ini, yakni dimensi menarik terdapat dua indikator. Kedua indikator dari dimensi menarik ini adalah berbicara mengenai “warna foto” dan “sudut pengambilan foto / *design* konten instagram.” Indikator “warna foto” adalah indikator yang berbicara mengenai apakah foto yang ditambihkan memiliki warna – warna yang menarik untuk dilihat. Sementara untuk indikator *design* adalah untuk mengetahui apakah *design* yang ada bagus / apakah sudut pengambilan fotonya menarik. Sehingga *follower* tergugah untuk mengikuti akun instagram Suara Merdeka tersebut.

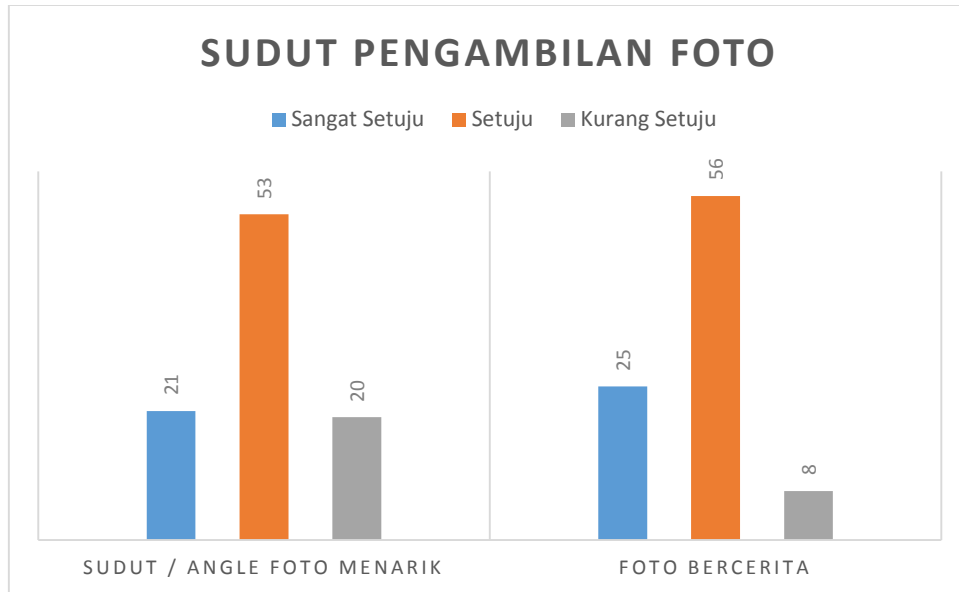




Gambar 3.10 Sumber Data Primer (diolah 2018).

Diagram di atas menunjukkan hasil dari 2 pertanyaan, yakni mengenai warna foto apakah menarik dan apakah warna foto beragam (*colorful*). Pada pertanyaan pertama, yakni warna foto yang diunggah oleh Suara Merdeka di akun instagramnya menunjukkan bahwa sebanyak 31 responden menyatakan sangat setuju. Sebanyak 46 orang responden menyatakan setuju, sebanyak 9 orang menyatakan kurang setuju. Sementara sisanya yakni sebanyak 8 orang responden menjawab sangat tidak setuju.

Pada pertanyaan kedua, yakni apakah warna pada foto yang diunggah beragam, sebanyak 25 orang responden menjawab sangat setuju. Kemudian 49 orang responden menyatakan setuju dan 12 orang responden menyatakan kurang setuju. Tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.



Gambar 3.11 Sumber Data Primer (diolah 2018).

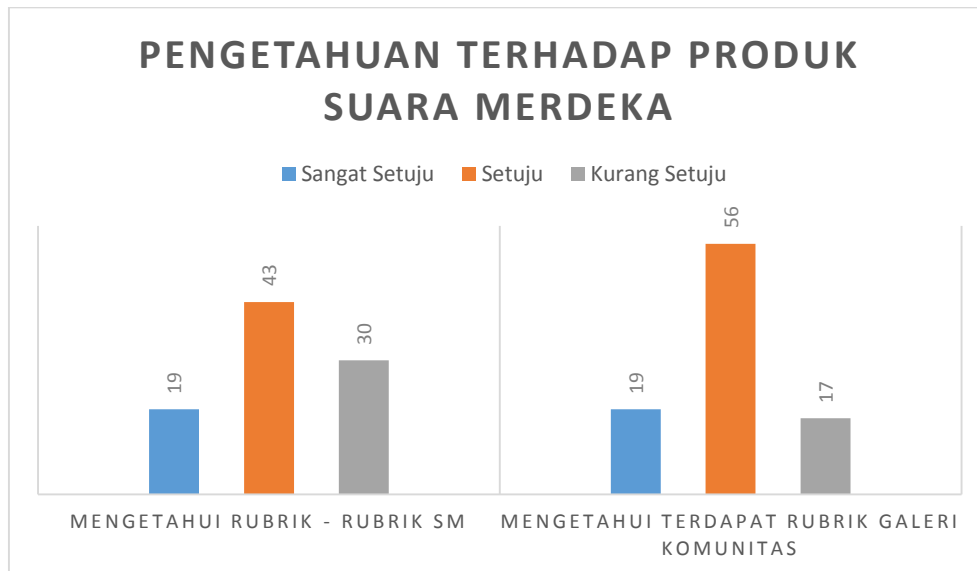
Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa menurut 21 orang responden sangat setuju bahwa sudut pengambilan foto / *angle* foto menarik. Sebanyak 53 orang responden juga menyatakan setuju bahwa sudut pengambilan fotonya menarik. Sementara itu 20 orang responden menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Sementara pada pertanyaan apakah foto yang diunggah oleh Suara Merdeka di instagramnya bercerita, sebanyak 25 orang menyatakan sangat setuju. Kemudian sebanyak 56 responden menyatakan setuju, dan sisanya 8 responden menyatakan kurang setuju. Tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju.

### 3.2.3 Variabel Customer Engagement

#### a. Dimensi Kognitif

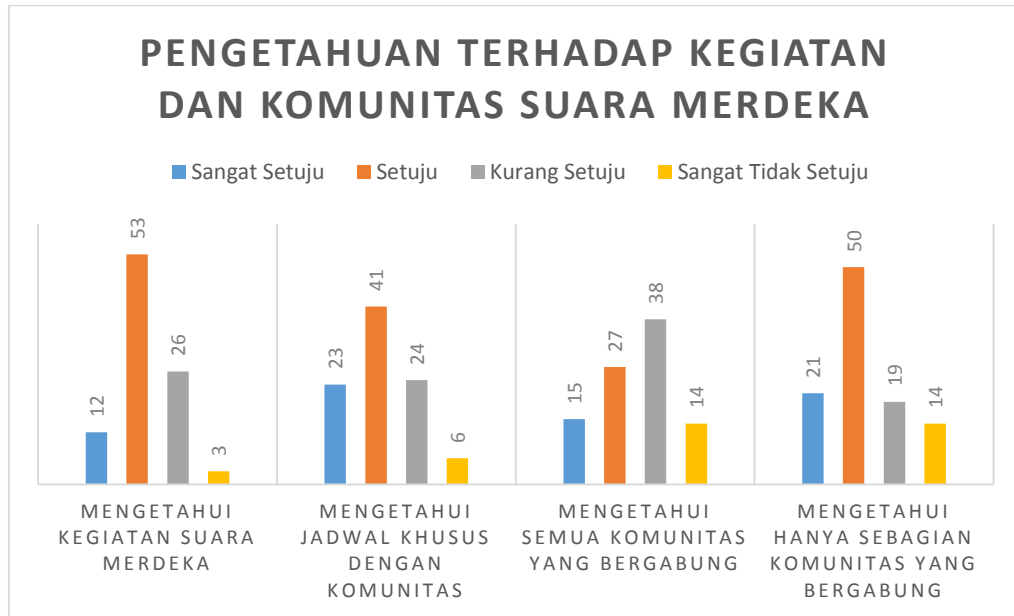
Gambar – gambar di bawah ini merupakan gambar diagram dari variabel *Customer Engagement*. Dalam variabel ini terdapat dua dimensi, yakni dimensi “kognitif” dan dimensi “emosi.” Masing – masing dimensi juga memiliki indikator masing – masing. Seperti dalam dimensi kognitif, indikatornya adalah “pengentahuan anggota komunitas akan Suara Merdeka” dan “pengetahuan komunitas dengan komuntas yang lain.” Gambar 3.12 dan 3.13 merupakan gambar dari *Customer Engagement* dengan dimensi kognitif.



Gambar 3.12 Sumber Data Primer (diolah 2018).

Diagram di atas mengenai indikator pengetahuan responden terhadap produk / rubrik – rubrik yang terdapat di Suara Merdeka. Data di atas menunjukkan bahwa sebanyak 19 orang responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka mengetahui rubrik – rubrik apa saja yang terdapat di dalam Suara Medeka. Sebanyak 43 orang responden menyatakan mereka setuju bahwa mereka mengetahui rubrik – rubrik di Suara Merdeka. Sisanya yakni sebanyak 30 orang responden menyatakan kurang setuju. Sementara itu tidak ada seorang responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Kemudian pada pertanyaan kedua, yakni mengenai apakah responden mengetahui bahwa adanya rubric “Galeri Komunitas,” sebanyak 19 orang responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 56 orang responden menyatakan setuju, dan 17 orang responden menyatakan kurang setuju. Tidak ada seorang responden yang menyatakan sangat tidak setuju.



Gambar 3.13 Sumber Data Primer (diolah 2018)

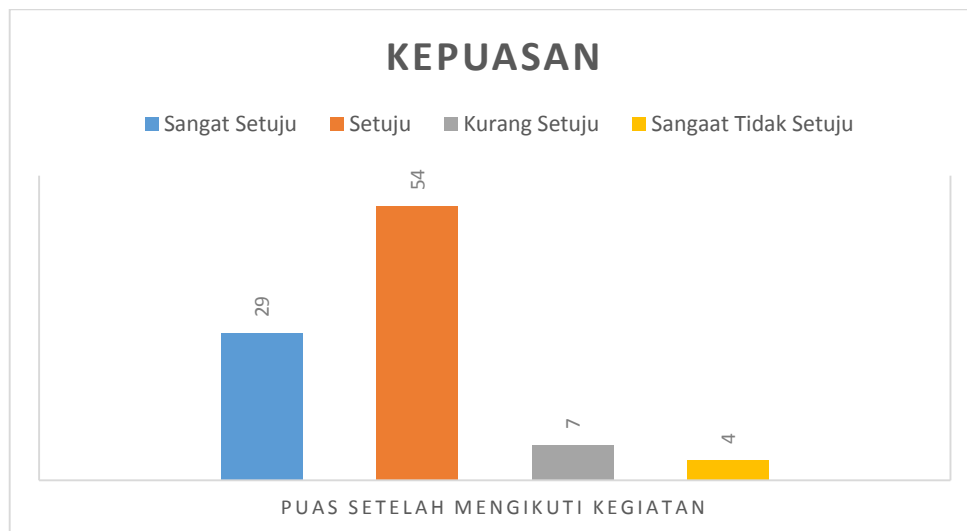
Diagram di atas menunjukkan apakah responden mengetahui kegiatan apa saja yang diselenggarakan Suara Merdeka, dan apakah mereka mengetahui komunitas – komunitas apa saja yang tergabung dalam Suara Merdeka. Pada pertanyaan pertama, apakah responden mengetahui kegiatan – kegiatan Suara Merdeka bersama komunitas, sebanyak 12 orang responden menjawab sangat setuju. Kemudian sebanyak 53 orang responden menjawab setuju bahwa mereka mengetahui kegiatan Suara Merdeka. Kemudian 26 orang responden menjawab kurang setuju dan hanya 3 orang saja yang menjawab sangat tidak setuju.

Pada pertanyaan kedua, apakah responden / anggota komunitas – komunitas mengetahui jadwal khusus yang dimiliki oleh Suara Merdeka dengan komunitas sebanyak 23 orang responden menjawab sangat setuju. Kemudian sebanyak 41 orang

anak menjawab setuju, 24 orang menjawab kurang setuju. Sisanya sebanyak 6 orang responden menjawab sangat tidak setuju.

Dua pertanyaan terakhir ini mengenai kognitif responden terhadap komunitas lainnya. Pertanyaan ketiga ini adalah apakah responden mengetahui semua komunitas yang ada, ternyata hanya sekitar 15 orang responden yang menyatakan bahwa mereka sangat setuju. 27 orang menyatakan setuju, dan 38 orang menyatakan kurang setuju. Sisanya sebanyak 14 orang menyatakan sangat tidak setuju apabila mereka mengenal semua komunitas yang ada.

Terakhir adalah mengenai mereka hanya mengenal sebagian komunitas, sebanyak 21 orang komunitas menyatakan sangat setuju. Sebanyak 50 orang responden menyatakan bahwa mereka setuju hanya mengenal beberapa komunitas saja. Sisanya sebanyak 19 dan 14 orang menyatakan kurang setuju dan sangat tidak setuju.



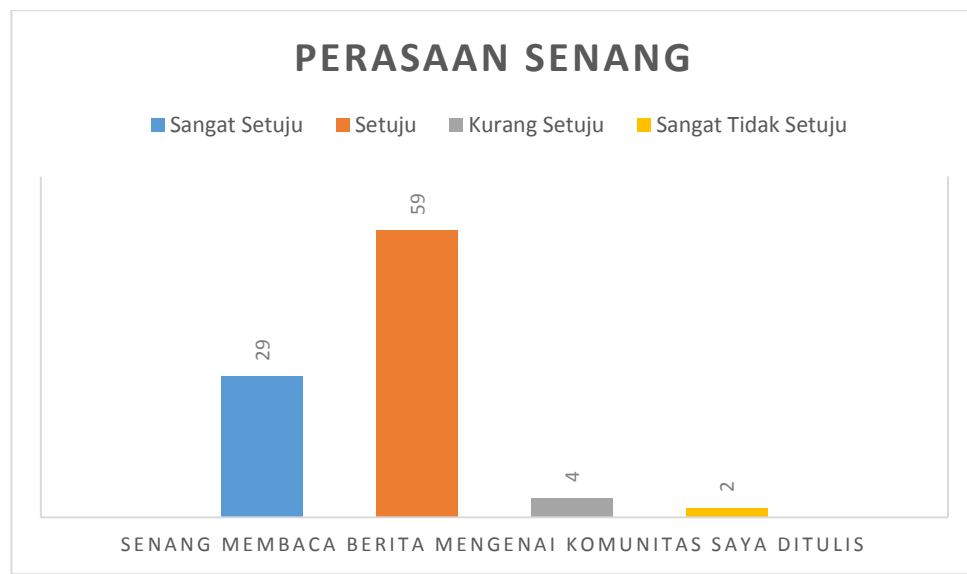
Gambar 3.14 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Diagram di atas menunjukkan jawaban dari responden terhadap kegiatan yang telah mereka laksanakan dengan Suara Merdeka. Dari jawaban di atas, dapat dilihat kecenderungan jawaban responden menjawab puas. Adapun rincian dari jawaban tersebut adalah seperti ini, yakni diagram mengenai indikator kepuasan dapat dilihat bahwa terdapat 29 orang yang menyatakan sangat puas terhadap kegiatan yang dilaksanakan dengan Suara Merdeka. Sebanyak 54 orang menyatakan bahwa mereka setuju / puas setelah mereka mengikuti kegiatan yang telah mereka ikuti dengan Suara Merdeka. Sementara itu sisanya yakni sebanyak 7 orang menyatakan kurang puas / kurang setuju dan 4 orang lainnya menyatakan sangat tidak puas / sangat tidak setuju.

#### **3.2.4 Variabel Minat Baca**

Diagram di bawah ini adalah diagram yang menggambarkan persebaran jawaban responden terkait dengan variabel minat untuk membaca Suara Merdeka. Dalam variabel minat baca ini terdapat dua dimensi, yakni dimensi emosi dan dimensi usaha. Dimensi emosi sendiri menggambarkan suasana hati yang dirasakan oleh responden ketika membaca Suara Merdeka. Sementara dimensi usaha adalah seberapa kuat responden dalam usahanya untuk mencari dan membaca Suara Merdeka.

a. Dimensi Emosi

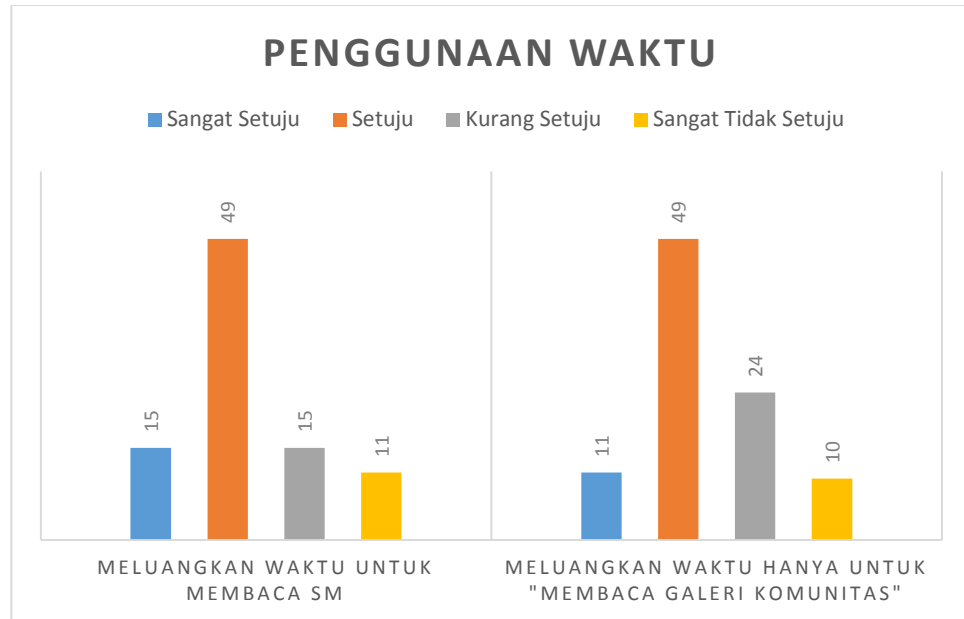


Gambar 3.15 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Diagram di atas, yakni mengenai indikator “perasaan senang” ketika membaca komunitas mereka ditulis di surat kabar Suara Merdeka. Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa, terdapat 29 orang responden menjawab sangat setuju bahwa mereka memiliki perasaan senang ketika mengetahui dan membaca komunitas mereka diulas di Suara Merdeka. Sebanyak 59 orang responden menjawab setuju mereka senang ketika komunitas mereka ditulis di surat kabar. Sementara sebanyak 4 orang responden menjawab kurang setuju, dan sisanya yakni hanya 2 orang menjawab sangat tidak setuju bahwa komunitas mereka ditulis di koran Suara Merdeka.



## Usaha – Penggunaan Waktu



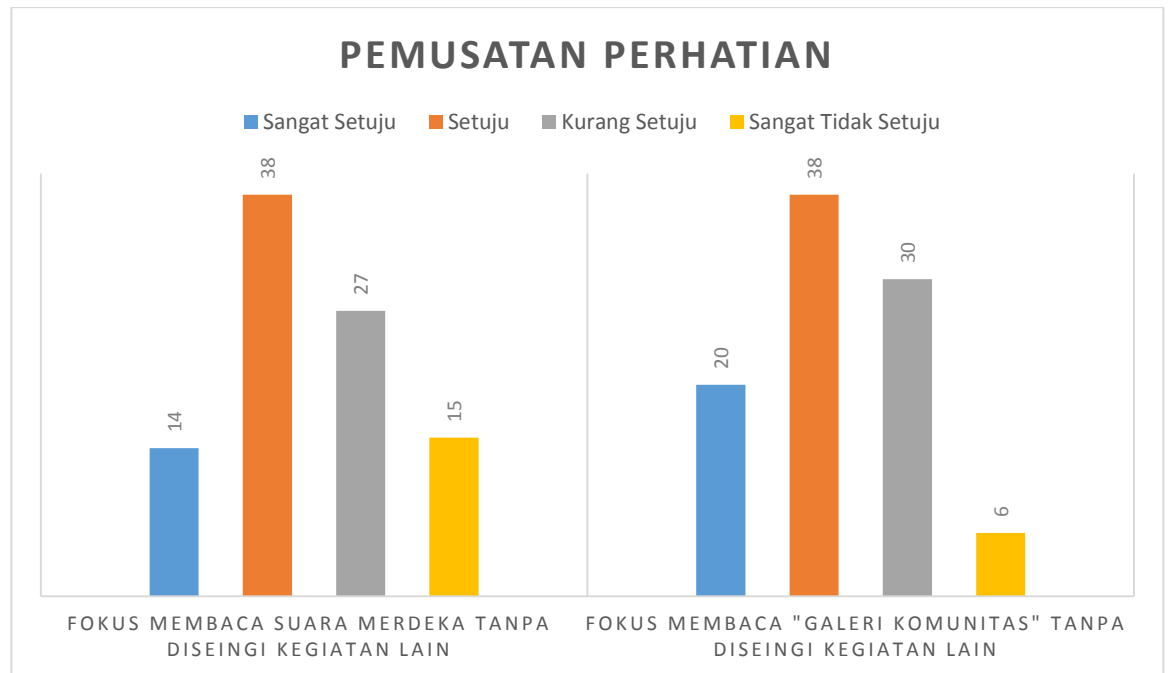
Gambar 3.16 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Diagram di atas adalah diagram yang membahas dari indikator penggunaan waktu. Terdapat dua pertanyaan dalam indikator ini, yakni apakah selalu meluangkan waktu untuk membaca Suara Merdeka. Selain itu juga apakah responden hanya meluangkan waktu untuk membaca “Galeri Komunitas.” Untuk pertanyaan pertama sebanyak 15 orang responden menjawab sangat setuju. Sebanyak 49 orang responden menjawab setuju. Kemudian sebanyak 15 orang menjawab kurang setuju, dan sisanya yakni sebanyak 11 orang menjawab sangat tidak setuju.

Sedangkan untuk pertanyaan kedua apakah hanya meluangkan waktu untuk membaca rubric “Galeri Komunitas”, sebanyak 11 orang responden menjawab sangat setuju. Sebanyak 49 orang responden menjawab setuju atas pertanyaan tersebut.

Kemudian sebanyak 24 responden menjawab kurang setuju, dan sisanya yakni 10 orang responden menjawab sangat tidak setuju.

#### Usaha – Pemusatan Perhatian



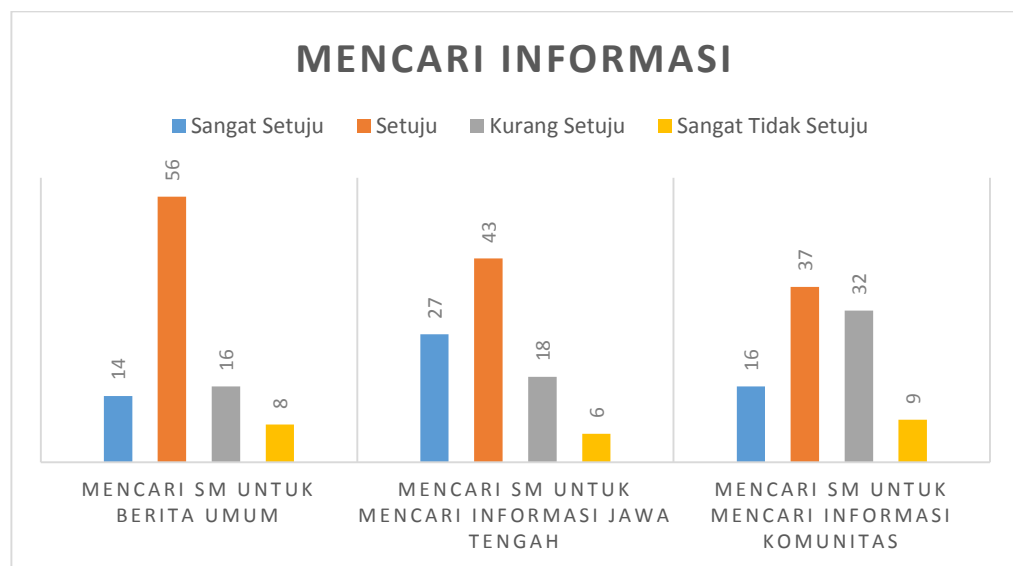
Gambar 3.17 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Diagram di atas merupakan diagram dari indikator pemusatan perhatian. Terdapat dua pertanyaan yang ada di dalam indikator, pertanyaan pertama yakni mengenai focus responen ketika membacca Suara Merdeka. Sedangkan pertanyaan kedua yakni mengenai focus responden ketika membaca rubric “Galeri Komunitas.” Untuk pertanyaan pertama, sebanyak 14 orang responden menjawab bahwa mereka sangat setuju untuk focus dengan Suara Merdeka tanpa diselingi kegiatan lain. Sebanyak 38 orang responden menyatakan setuju, kemudian 27 orang responden

menjawab setuju. Sisanya, yakni sebanyak 15 orang responden menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan kedua, sebanyak 20 orang responden menjawab sangat setuju jika mereka membaca “galeri komunitas” tanpa diselingi kegiatan lain. Kemudian sebanyak 38 orang menjawab mereka setuju untuk fokus saat membaca “galeri komunitas.” Sebanyak 30 orang menjawab kurang setuju, dan sisanya yakni hanya 6 oran responden menjawab sangat tidak setuju apabila mereka focus membaca “Galeri Komunitas” tanpa diselingi dengan melakukan kegiatan – kegiatan yang lain.

#### Motivasi – Mencari Informasi



Gambar 3.18 Sumber Data Primer (diolah 2018)

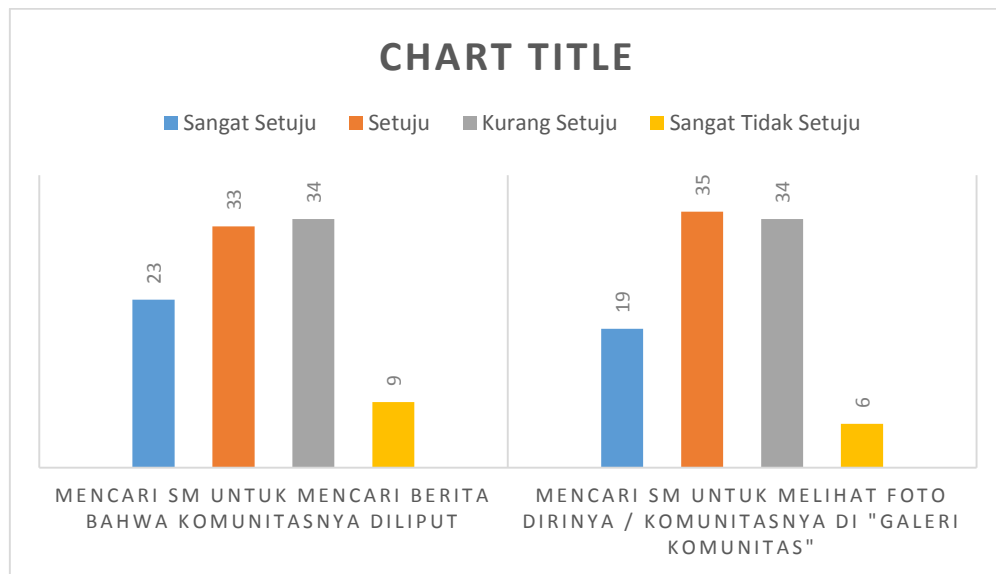
Dari diagram di atas, yakni diagram dari indikator mencari informasi, terdapat 3 pertanyaan. Pertanyaan pertama mengenai apakah responden mencari Suara Merdeka untuk mencari berita – berita umum seperti politik, social, dan ekonomi / berita nasional dan internasional. Pertanyaan kedua mengenai apakah responden mencari Suara Merdeka untuk mencari informasi berita seputar Jawa Tengah saja. Ketiga, yakni mengenai apakah Suara Merdeka untuk mencari informasi hanya mengenai komunitas saja.

Dari pertanyaan pertama, terdapat 14 orang responden menjawab sangat setuju. Sebanyak 56 orang responden menjawab pertanyaan tersebut dengan setuju. Kemudian sebanyak 16 orang responden menjawab kurang setuju untuk mencari berita umum di Suara Merdeka. Sisanya 8 orang menjawab sangat tidak setuju.

Sementara itu untuk pertanyaan kedua, yakni mencari Suara Merdeka untuk mencari informasi seputar Jawa Tengah, sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju. Sebanyak 43 orang menjawab setuju mencari Suara Merdeka untuk mencari informasi seputar Jawa Tengah. Sementara itu sebanyak 6 orang responden menjawab sangat tidak setuju.

Untuk pertanyaan ketiga, sebanyak 16 orang sangat setuju mencari Suara Merdeka untuk mencari informasi seputar komunitas. Kemudian sebanyak 37 orang responden menjawab setuju. 32 orang responden menjawab kurang setuju dan 9 orang responden menjawab sangat tidak setuju apabila mencari Suara Merdeka untuk mencari berita seputar komunitas.

## Motivasi – Narsisme



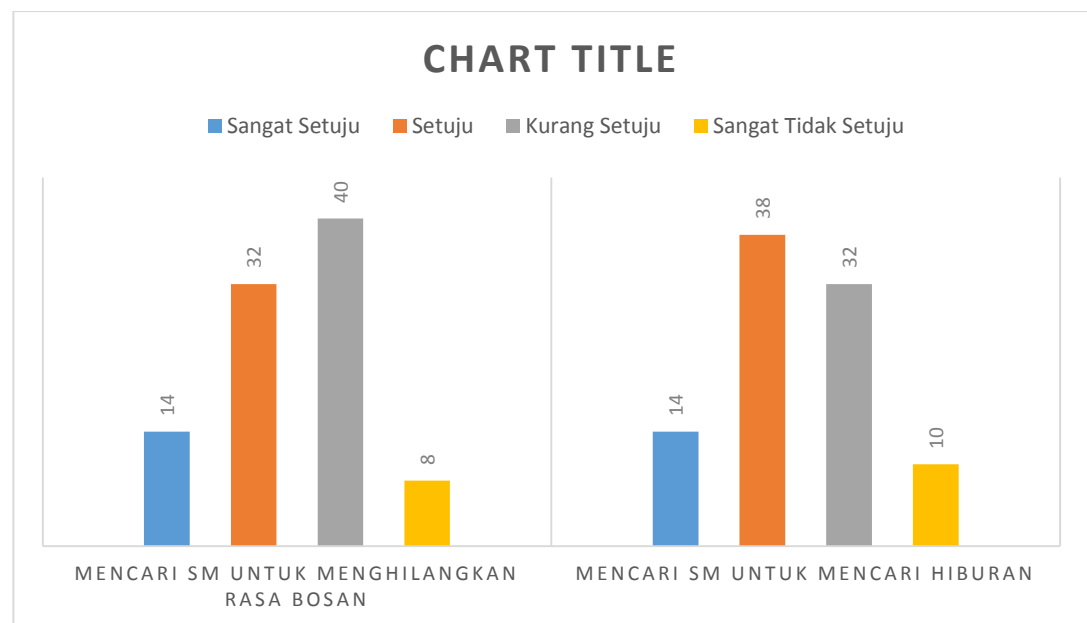
Gambar 3.19 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Diagram di atas adalah diagram yang menggambarkan hasil jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan mengenai indikator narsisme. Terdapat dua pertanyaan dalam diagram ini, pertama adalah mengenai responden mencari Suara Merdeka untuk mencari bahwa komunitasnya diliput Suara Merdeka. Pertanyaan ini dijawab oleh 23 orang responden menjawab sangat setuju. Kemudian sebanyak 33 orang menjawab

setuju bahwa mereka mencari Suara Merdeka untuk mencari tahu bahwa komunitasnya diliput Suara Merdeka. Sebanyak 34 orang menjawab kurang setuju, dan sebanyak 9 orang menjawab sangat tidak setuju.

Pertanyaan kedua, yaitu mengenai responden mencari Suara Merdeka untuk melihat foto dirinya / komunitasnya terdapat di Suara Merdeka. Dari sini ditemukan jawaban bahwa terdapat 19 orang responden menjawab sangat setuju. Kemudian sebanyak 35 orang menjawab setuju bahwa mereka mencari Suara Merdeka untuk melihat foto dirinya / komunitasnya. Sementara itu 34 orang responden menjawab kurang setuju, dan 6 orang responden menjawab bahwa mereka sangat tidak setuju.

#### Motivasi – Mencari Hiburan



### Gambar 3.20 Sumber Data Primer (diolah 2018)

Dari diagram di atas, dapat dilihat bagaimana jawaban anggota – anggota dari masing – masing komunitas ketika ditanya apa tujuan mereka membaca Suara Merdeka. Terdapat dua jenis pertanyaan, yang pertama mencari Suara Merdeka untuk menghilangkan rasa bosan dan yang kedua mencari Suara Merdeka untuk mencari hiburan.

Pada pertanyaan pertama, sebanyak 14 orang responden menjawab mereka sangat setuju jika mereka mencari Suara Merdeka untuk menghilangkan rasa bosan. Kemudian sebanyak 32 orang responden menyatakan sikap setuju ketika mereka mencari Suara Merdeka untuk menghilangkan rasa bosan. Namun, sebanyak 40 orang responden menyatakan kurang setuju dan 8 orang responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada pertanyaan kedua, apakah mereka mencari Suara Merdeka untuk mencari hiburan, maka sebanyak 14 orang responden menjawab sangat setuju. Disusul dengan 38 orang responden menjawab setuju bahwa mereka mencari Suara Merdeka untuk mencari hiburan. Kemudian sebanyak 32 orang responden menjawab kurang setuju dan 10 orang responden menjawab sangat tidak setuju.

### **3.3 Kecenderungan hubungan Antarvariabel Menggunakan Uji Tabulasi Silang**

#### **3.3.1 Hubungan Intensitas Kegiatan Suara Merdeka (X1) dengan Minat**

#### **Membaca (Y) Anggota Komunitas**

Tabel – tabel di bawah ini didapat dari perhitungan yang diambil dari empat pilihan jawaban dalam setiap pertanyaan. Masing – masing variabel memiliki sejumlah pertanyaan yang masing – masing berbeda jumlahnya. Untuk Variabel Intensitas Kegiatan Komunitas (X1), terdapat 10 pertanyaan dengan masing – masing pertanyaan memiliki empat pilihan jawaban. Dengan pilihan terendah sebanyak 31 dan terendah sebanyak 10. Dari rentang 10 sampai 31 kemudian dibagi menjadi 3, dari rendah 10 – 17, sedang 18 – 24, tinggi 25 – 31. Demikian juga dengan Variabel Kualitas Akun Instagram (X2) yang memiliki 10 pertanyaan.

Kemudian untuk Variabel *Customer Engageent* (Z) memiliki 7 pertanyaan. Dari hasil jawaban yang ada, angka terendah menunjukkan angka 7 dan tertinggi adalah 28. Dari rentang angka tersebut kemudian dibagi 3 dengan hasil rendah 7 – 14, sedang 15 – 21, dan tinggi 22 – 28.

Sementara itu untuk variabel Minat Membaca Suara Merdeka (Y), terdapat 12 pertanyaan. Hasil jawaban yang diberikan oleh responden menunjukkan angka terendah sebanyak 12 dan tertinggi sebanyak 48. Rentang jarak dari 12 – 48 ini juga



dibagi tiga. Dari hasil pembagian ini kemudian didapat hasil rendah dengan rentang 12 – 24, sedang 25 – 36, dan nilai tinggi dari 37 – 48.

**Tabel 3.2**

**Tabulasi Silang Intensitas Kegiatan Komunitas dengan Minat Membaca  
Suara Merdeka**

Intensitas Kegiatan Komunitas (X1)	Minat Membaca Suara Merdeka (Y)			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	15	18	1	34
	44.10%	52.90%	2.90%	100%
Sedang	6	44	1	51
	11.80%	86.30%	2.00%	100%
Tinggi	1	4	4	9
	11.10%	44.40%	44.40%	100%
Total				94
				100%

Sumber: data diolah 2018

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas dapat diketahui bahwa responden yang menjawab intensitas mengikuti kegiatan dengan Suara Merdeka rendah dan minat baca sedang sebanyak 18 orang (52,9%). Kemudian responden yang menjawab intensitas kegiatan sedang dan minat baca sedang adalah sebanyak 44 orang (86,3%). Sedangkan untuk responden yang menjawab intensitas kegiatan tinggi dan minat baca tinggi sebanyak 4 orang (44,4%). Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan positif dari intensitas

kegiatan dengan minat baca anggota komunitas terhadap Suara Merdeka. Artinya hubungan antara kualitas akun instagram dan minat membaca Suara Merdeka rendah.

### 3.3.2 Hubungan Kualitas Akun Instagram @Suara\_Merdeka (X2) dan Minat Membaca (Y)

**Tabel 3.3**

**Tabulasi Silang Kualitas Akun Instagram @Suara\_Merdeka dengan Minat Membaca Suara Merdeka**

Kualitas Akun Instagram @Suara_Merdeka (X2)	Minat Membaca Suara Merdeka (Y)			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	19 54.3% %	12 34.3% %	4 11.4% %	35 100%
Sedang	3 7.5%	36 90.0%	1 2.5%	40 100%
Tinggi	0 11.10%	18 44.40%	1 44.40%	19 100%
Total				94 100%

Sumber: data diolah 2018

Berdasarkan table 3.3 di atas dapat dilihat bahwa responden yang menjawab kualitas akun instagram rendah dan minat membaca Suara Merdeka renda adalah seabnyak 19 orang (54,3%). Kemudian untuk responden yang menjawab kualitas akun instagram sedang dan minat membaca Suara Merdeka sedang sebanyak 36 orang

(90%). Sedangkan pada hubungan kualitas akun instagram tinggi dan minat baca ternyata sedang, yakni sebanyak 18 orang (94,7%).

### 3.3.3 Hubungan *Customer Engagement* (Me) dan Minat Membaca (Y)

Tabel 3.4

#### Tabulasi Silang *Customer Engagement* dengan Minat Membaca Suara Merdeka

Customer Engagement (Z)	Minat Membaca Suara Merdeka (Y)			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	18	5	1	24
	75.00%	20.80%	4.20%	100%
Sedang	3	57	1	61
	4.90%	93.40%	1.60%	100%
Tinggi	1	4	4	9
	11.10%	44.40%	44.40%	100%
Total				94
				100%

Sumber: data diolah 2018

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa ketika kategori *Customer Engagement* rendah minat membaca Suara Merdeka juga rendah, yakni sebanyak 18 orang (75%). Kemudian ketika *Customer Engagement* sedang, minat membaca Suara Merdeka pun juga sedang yakni sebanyak 57 orang (93,4%). Terakhir ketika *Customer Engagement* tinggi, minat membaca Suara Merdeka pun juga tetap sedang dan juga tinggi, yaitu masing – masing sebanyak 4 orang dengan presentase 44,4%.

### 3.3.4 Hubungan Intensitas Kegiatan (X1) dan *Customer Engagement* (Me)

**Tabel 3.5**

**Tabulasi Silang Intensitas Kegiatan dengan *Customer Engagement***

Intensitas Kegiatan Komunitas (X1)	<i>Customer Engagement</i> (Z)			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	13	17	4	34
	38.20%	50.00%	11.80%	100%
Sedang	10	40	1	51
	19.60%	78.40%	2.00%	100%
Tinggi	1	4	4	9
	11.10%	44.40%	44.40%	100%
Total				94
				100%

Sumber: Data diolah 2018

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa ketika intensitas kegiatan rendah, *Customer Engagement* dari komunitas sedang dengan jumlah orang sebanyak 17 orang (50%). Kemudian, ketika intensitas kegiatan sedang, *Customer Engagement* juga tetap sedang dengan jumlah orang 40 (78,4). Sementara itu ketika intensitas tinggi, maka *Customer Engagement* juga tinggi sebanyak 4 orang (44,4%).

### 3.3.5 Hubungan Kualitas Akun Instagram @Suara\_Merdeka dan *Customer Engagement*.

### 3.3.5 Hubungan Kualitas Akun Instagram (X2) dan *Customer Engagement* (Me)

Tabel 3.6

Tabulasi Silang Kualitas Akun Instagram @Suara\_Merdeka dengan *Customer Engagement*

Intensitas Kegiatan Komunitas (X1)	<i>Customer Engagement</i> (Z)			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	20	12	3	35
	57.10%	34.30%	8.60%	100%
Sedang	1	33	6	40
	2.5%	82.50%	15.00%	100%
Tinggi	3	16	0	19
	11.10%	44.40%	44.40%	100%
Total				94
				100%

Sumber: data diolah tahun 2018

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa kualitas akun instagram @Suara\_Merdeka dan *Customer Engagement* rendah yaitu terapat 20 orang (57,1%). Kemudian kualitas akun instagram dan *Customer Engagement* terdapat 33 orang (82,5%). Juga ketika kualitas akun instagram tinggi *Customer Engagement* sedang, yaitu 16 orang (84,2%).