BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Profile Majalah Kabare

Bagian ini memberikan penjelasan mengenai obyek dan subyek penelitian sehingga sasaran penelitian menjadi jelas. Di awal bab ini, peneliti akan memaparkan profil majalah untuk mempertajam pemahaman tentang obyek penelitian. Keseluruhan informasi mengenai majalah Kabare bersumber dari Marketing Kit yang diterbitkan oleh divisi marketing Kabare tahun 2008 dan buku *company profile* yang dimiliki oleh majalah Kabare Marketing Kit mencukupi kebutuhan data untuk menjelaskan profil Kabare. Karena itu, sumber di atas menjadi sumber data peneliti yang utama untuk memperoleh profil majalah Kabare.

Majalah Kabare adalah majalah gaya hidup budaya komunitas yang mengangkat nilai-nilai tradisi. Ciri khas yang ditampilkannya ialah keselarasan modernisasi dan citra rasa tradisional. Keduanya dipadu untuk memunculkan harapan supaya terjadi keselarasan hidup. Karena itu, majalah ini mengajak pembaca untuk menghargai nilai luhur para pendahulu sekaligus bersedia untuk terus menyesuaikan diri dengan zaman. Majalah Kabare terbit pertama kali pada 7 Juni 2002.

Berawal dari keinginan tersebut, beberapa orang yang juga mempunyai ketertarikan pada potensi majalah sebagai media komunikasi dinamika Yogyakarta menerbitkan majalah Kabare Jogja. Para pendirinya antara lain drg.

Eddy Purjanto, KRMT Indro 'Kimpling' Suseno, Danang Wibowo, Ronny Sugiantoro, dan Aryo Pambudi. Mereka lalu membuat perencanaan dan majalah ini hadir dengan 104 halaman serta nuansa penuh warna.

Menurut data yang terdapat dalam buku *company profile*, disebutkan bahwa peluncuran edisi pertama majalah saat itu dilakukan di Pagelaran Kraton Yogyakarta. Kehadirannya pun mendapatkan restu dari berbagai pihak seperti Sri Sultan Hamengkubuwono X, Prof. Dr. Koesnadi Hardjasoemantri, SH, Hermawan Kartajaya, Idham Samawi, dan sejumlah praktisi pers. Berikutnya, Kabare Jogja senantiasa hadir setiap awal bulannya. Seiring berjalannya waktu, Kabare terus berdinamika dan mencari bentuk. Sekian perubahan kebijakan, struktur serta pembenahan manajemen sumber daya manusia dilakukan. Februari 2003 misalnya, ada perubahan struktur pemegang jabatan di posisi pemimpin redaksi dan anggota divisi desain grafis. Pada Maret di tahun yang sama, majalah tidak lagi diterbitkan oleh PT. Ekspresi Indah Sinar Tama namun oleh PT. Kabare Jogja Media Pariwara. Lantas pada Maret 2005, majalah ini merubah namanya menjadi Kabare. Pengurangan diksi "Jogja" tidak dimaksudkan untuk mengurangi kadar atau nilai lokalitasnya. Selain dirasa lebih singkat, perubahan nama justru mampu membuat Kabare melebarkan sayapnya di luar Yogyakarta.

Di sisi lain, secara konten ia menghadirkan tokoh-tokoh sukses di luar Yogyakarta yang diharapkan mampu memberikan inspirasi bagi pembaca. Para tokoh ini tentunya para alumni Yogyakarta yang memiliki ikatan emosional dengan *kota gudeg*. Salah satu keunikan Kabare adalah sebagai pembawa citra Yogyakarta. Peran tersebut tentunya menghadapkan Kabare pada sekian tantangan

untuk mampu menampilkan citra positif Yogyakarta. Citra tersebut bisa saja terlihat dari dinamika kehidupan kotanya, potensi-potensi yang dimiliki Yogya sampai kisah figur para alumninya. Terlebih lagi kita mengetahui Yogyakarta merupakan kota tujuan dari beragam latar belakang orang (ragam suku, agama, dan ras) untuk menempuh pendidikan, pekerjaan maupun menjadikannya sebagai lokasi tempat tinggal atau hunian.

Masih menurut data dari buku *company profile* majalah Kabare yang diperoleh peneliti disebutkan bahwa untuk memperkokoh laju organisasi maka dibuatlah visi dan misi sebagai rel bagi ketetapan majalah Kabare. Visi majalah Kabare adalah mempererat tali silaturahmi antarkomunitas Yogyakarta dan juga para alumnusnya. Sedangkan misi yang diemban adalah memberikan informasi tentang gaya hidup komunitas atau alumnus Yogyakarta serta memberikan informasi tentang kegiatan budaya, ekonomi, dan bisnis yang berkaitan dengan komunitas ataupun alumnus Yogyakarta.

Sesuai dengan buku *company profile* majalah Kabare yang diperoleh peneliti bahwa di usianya yang kedelapan, Kabare sudah dua kali berganti wajah atau slogan. Di awal berdiri, Kabare mengusung slogan “Dinamika Jogja”. Tampilan majalah terlihat maskulin. Isi rubriknya pun lebih bervariasi dari mulai pendidikan, dinamika kampus, gaya hidup, sampai budaya. Semua tentang Jogja ditampilkan di dalamnya. Lambat laun, Kabare mulai memfokuskan diri pada tema gaya hidup. Dengan mengangkat slogan “Mengerti Jogja untuk Semua” diharapkan Kabare mampu menjadi majalah gaya hidup yang patut dibanggakan

oleh para alumnus dan masyarakat dan dan menjadi citra gaya hidup mereka. Sampai akhirnya kini ia mengangkat slogan “Citra Gaya Budaya”.

Perubahan wajah juga disertai dengan perbaikan manajemen serta kualitas konten majalah. Peningkatan kualitas konten majalah memberikan nilai tambah bagi Kabare untuk bersaing di era persaingan bisnis media yang ketat. Kini Kabare hadir dengan rubrikasi menarik yang dapat dinikmati pembaca sekaligus dapat memberikan spirit inovasi dalam berkarya di berbagai bidang. Lewat penamaan rubrik seperti regol, pagelaran, kondhang, pepanggihan, klangenan dan lain-lain, akan terasa kentalnya budaya Jawa. Terbit setiap bulan dan beredar tidak hanya di kota Yogyakarta namun juga di kota-kota besar seluruh Indonesia. Keunikan majalah Kabare lainnya adalah senantiasa menggugah getaran-getaran romantisme masa lampau yang sangat berarti dalam proses perjalanan karier para alumni Jogja dan para pembaca lainnya.

Disebutkan dalam buku *company profile* tersebut bahwa Pembaca Kabare adalah masyarakat Jogja, para alumni Jogja, dan para tokoh yang memiliki keterkaitan emosional sangat kuat dengan Yogyakarta misalnya, pernah kuliah, pernah tinggal, pernah bertugas, pernah berkunjung, pernah berwisata, pernah *nyekar*, pernah belanja-belanja, bahkan yang sekedar menengok putra-putrinya yang studi di Yogyakarta atau orang yang orang tuanya atau bahkan leluhurnya pernah tinggal di Yogyakarta.

B. Spesifikasi Majalah Kabare

Disebutkan dalam Marketing Kit majalah Kabare (2008), spesifikasi majalah Kabare telah terbagi menjadi tiga bagian, yaitu: spesifikasi, jenis cetakan, dan profil pembaca. Adapun pembagian spesifikasi majalah Kabare sebagai berikut :

1. Spesifikasi

Edisi perdana : Juni 2002

Jumlah Halaman isi : 100 halaman

Warna : *Full Colour* (FC)

2. Jenis Cetakan

Cover : Art Carton 210 gram laminating *glossy*

Isi : Matt Paper 100 gram

Ukuran : 23.5 cm x 31.5 cm

Tanggal terbit : tanggal 1 setiap bulan

3. Profil Pembaca

Jenis Kelamin : Wanita dan pria

Status perkawinan : umumnya menikah

Usia : 30-50 tahun

Pendidikan : S1-S3

Profesi : PNS, eksekutif swasta, profesional, akademisi, entrepreneur.

Tempat tinggal : kota-kabupaten

Di luar segmen utama, kalangan umum pun disasar. Kalangan umum di sini misalnya adalah para pegawai atau mereka yang memiliki kecintaan akan kota Yogyakarta sehingga memiliki ketertarikan terhadap majalah Kabare, yang berisikan tentang kota Yogyakarta dengan lebih detil, dan dilihat dari beragam sisi. Baik itu sisi sosial, seni, dan juga budaya. Tak heran bila majalah Kabare dapat ditemui di berbagai tempat yang dapat diakses oleh banyak kalangan. Misalnya perpustakaan umum, lobi hotel, restoran, cafe, kantor, bahkan perpustakaan pribadi maupun universitas.

Masih menurut buku *company profile*, mereka yang membaca Kabare memiliki profil pembaca atau karakteristik sebagai manusia yang memiliki:

1. Daya kreasi, inovasi, dan etos kerja yang tinggi,
2. Mobilitas tinggi serta berwawasan luas,
3. Target kemajuan dan perkembangan yang pesat pada tingkat dinamik pekerjaan dan kehidupan sosial.
4. Pengalaman indah serta adanya kedekatan emosional dengan Yogyakarta

C. Rubrikasi Majalah Kabare

Ada beberapa rubrik yang dimiliki oleh majalah Kabare. Berikut ini uraian serta penjelasannya. Data ini diperoleh oleh peneliti dari Marketing Kit Majalah Kabare (2008) yang diminta oleh peneliti dari divisi marketing. Adapun beberapa rubrik yang dimiliki majalah Kabare adalah sebagai berikut :

a. Regol

Jogja dan sekitarnya selalu ada cerita dan peristiwa yang unik dan khas, bagian dari dinamika kehidupan masyarakat terkini. Sebagai tujuan belajar, bisnis, wisata belanja, wisata kuliner, wisata konvensi, seminar, workshop, nyadran, menengok anak dan sanak saudara serta para sahabat. Menumbuhkan suasana seperti wedhangan, nyego kucing, cangkruk, thethek, ngudarasa, thethenguk menjadi hal yang istimewa. Dinamika kehidupan menyiratkan atmosfer politik, akademik, budaya, spritual, perekonomian, perdagangan, pariwisata, kemanusiaan, kebangsaan, dan lain lain senantiasa menjadi pilihan liputan untuk disajikan kepada para pembaca setia.

b. Kondhang

Terdapat tokoh terkenal di lingkup nasional maupun internasional yang alumni Jogja atau memiliki garis hubungan dengan Jogja. Buah pikiran, perjalanan karier, ajaran-ajaran kehidupan, motto hidup, suka duka, dan cerita-cerita di balik kesuksesan seseorang adalah penyemangat besar bagi siapa pun yang mendengar dan membaca kisahnya.

c. Pepanggihan

Menampilkan feature tokoh dengan prestasi tertentu yang ada keterkaitan sebagai alumni Jogja. Para tokoh tersebut memiliki penghayatan dan menjalani ajaran budaya Jawa dalam kehidupan sehari-harinya.

d. Gebyar

Jogja adalah inspirasi besar untuk dunia fashion. Perkembangan dunia mode di Jogja yang ditampilkan melalui karya besar para desainer terbaik Jogja dipadukan dengan latar belakang suasana alam dan heritage Jogja yang eksotik.

e. Klangeran

Jogja terkenal dengan wisata kulinernya. Sajian jajanan makanan dan minuman yang sangat khas karena kuliner di Jogja dan sekitarnya menjual atmosfer unik bernuansa tradisi budaya yang meliputi jenis makanannya. Cara penyajiannya, cara pelayannya dan tempat penjualannya.

f. Pawitan

Menampilkan liputan tentang sebuah upaya perintisan usaha yang memiliki prospek bisnis besar. Usaha Kecil Menengah dan jenis usaha yang khas, unik, dan menunjukkan suatu terobosan inovatif, diharapkan akan menjadi suatu spirit dan pemacu bagi para pembaca. Menampilkan gelora industri kreatif yang sangat potensial.

g. Simpenan

Tentang berbagai sosok kalangan masyarakat yang masih menyempatkan dirinya untuk berburu suatu koleksi barang tertentu, sebagai suatu kepuasan batin yang tak dapat dinilai atau dibandingkan dengan nominal uang. Dan sekaligus suatu upaya kecil dalam pelesarian budaya.

h. Canthing

Tentang berbagai peristiwa yang terjadi di Jogja, sekitarnya dan di mana pun. Mengandung nuansa keterkaitan para pelakunya dan atau peristiwanya dengan nuansa dinamika Jogja dan sekitarnya secara langsung maupun tak langsung.

i. Tradisi

Suasana dan ajaran tradisi yang kental di seluruh penjuru Jogja dan sekitarnya, tak akan pernah habis untuk kita ulas dan ungkap. Roh budaya tradisi yang tak lekang oleh zaman sehingga akan tetap eksis tak tertinggal oleh waktu.

j. Pendopo

Menampilkan esai foto berbagai kegiatan atau kejadian unik dan menarik baik yang menyangkut seni, tradisi dan budaya serta kehidupan masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya maupun di luar Jogja.

k. Paguyuban

Liputan berbagai peristiwa dengan tampilan foto tokoh sebagai sajian utama, menunjukkan tentang kekerabatan yang khas.

D. Sirkulasi Majalah Kabare

Data mengenai sirkulasi majalah Kabare ini peneliti peroleh melalui marketing kit majalah Kabare bahwa Kabare terbit setiap bulan sebanyak 12.000 eksemplar dengan wilayah edaran di kota-kota besar Indonesia. Distribusi terbesar di kota Yogyakarta (60,99%), kemudian menyusul kota lain seperti: Klaten dan sekitarnya (0,68%), Solo dan sekitarnya (2,4%), Magelang dan sekitarnya (2,18%), Purwokerto dan sekitarnya (2,38%) , Cilacap dan sekitarnya (2,56%), Semarang dan sekitarnya (0,26%), Jabodetabek dan sekitarnya (25,23%), Surabaya, Malang dan Bali (0,77%), Bandung (0,38%), Kalimantan (0,88%), Lampung, Palembang, Padang, Riau dan Medan (0,35%), Makasar, Manado, Papua (0,3%) serta pasar luar negeri seperti Malaysia, Singapura, Brunei, Australia, dan Jepang (0,64%).

Tempat bacaan dan Outlet

Coffe Bean: Plaza Senayan, Plaza Indonesia, Senayan City, Pondok Indah Mall 2, Metro Pondok Indah Mall, Mall Taman Anggrek, Cilandak Town Square, Mall Kelapa Gading 3, Plaza Kemang 88, Supermall Lippo Karawaci, Tebet Indraya Plaza, Sudirman Plaza, Mid Plaza, Wisma Mulia, Gedung Trans TV, Wisma GKBI, Summarecon, Mall Serpong, RS Royal Taruma, Bandung Supermal, Tunjungan Mall Surabaya, Galaxy Mall Surabaya, Kuta Square Bali, Discovery Mall Bali.

Taurus Gemilang: Sunda Kelapa Lounge, Mandiri Lounge, Syailendra Lounge, Lembayung Lounge, Taurus Gemilang Surabaya, Taurus Gemilang Bali, Jw Lounge, El John Executive Lounge.

Garuda Executive Lounge: Semarang, Jakarta, Bali, Batam, Yogyakarta, Balikpapan, Solo, Medan, Makassar, Manado, Timika.

Bank: BCA Prioritas Sudirman dan Katamso Jogja, BTN Prioritas Sudirman Jogja, BII Sudirman Jogja, Mandiri Prioritas Sudirman Jogja, CINB Niaga Prioritas Jalan Kaliurang Jogja.

Otlet Jakarta: Gunung Agung Kwitang 6, Gunung Agung Kwitang 38, Gunung Agung Atrium, Gunung Agung Lokasari, Gunung Agung Sunter, Gunung Agung Kelapa Gading, Gunung Agung Citraland, Gunung Agung Trisakti, Gunung Agung Tam, Gunung Agung Blok M, Gunung Agung Senayan City, Gunung Agung Pondok Indah, Gunung Agung BSD< Gunung Agung Arion, Gunung Agung Bekasi, Gunung Agung Pondok Gede, Gunung Agung Margo City, Gunung Agung Tamini Square, Gunung Agung Galaxy, Gunung Agung Delta

Plaza, Gunung Agung Tunjungan Plaza, Borneo-Borneo cilengsi, Cikokol WTC Serpong Cikokol, Gading Murni Surabaya, Menry Agency Surabaya, Hermes Media Tamini Square, Leksika Lenteng Agung, Maju Terus Cikokol, Mansyur Agency RSUD Pasar Kebo, Mila Florist & Gift Shop Pondok Indah, Minar Agency Tamini Square, Pasaraya Blok, Puspa Media Cilangkap, Villa Nusa Indah Pekayon, Tisera Depok, Pustaka Media Pamulang Square, Leksika Rawa Mangung Rawamangun.

Outlet Yogyakarta: K-Circle, Agen Quint, Agen Cakrawala, Agen Hidup, Diah Agency, Agen Lamhaba, Endah Agency, Veda Nanda, Arkan Media, Social Agency, RM. Bakmi Tomang, RM. Mataram Indah, RM. Pari-Pari, RM. Pondok Cabe, RM. Pring Sewu, RM. Sagan Resto, RM. Sederhana, RM. Numani, RM. Bale Bengong, RM. Grafikka, RM. Ambar Ketawang, Bakso Telkom, Soto Sawah, Soto Sholeh, RM Royal Garden, RM. SGPC, RM. Cokro, RM Ikan Bakar Cianjur, Cowmad, RM. Kelapa Gading Resto, RM. Moro Lejar, RM. Timbul Roso, RM. Pakem Sari, RM. Pak Parto, RM. Pondok Galih, Jadah Mbah Carik, RM. Gabah Resto, RM. Boyong Kalegan, RM. Segi Penyetan, RM. Adem Ayam, Gudeg Bu Amad, RM. Soto Cak Nur, RM. Kangen Desa, RM. Pelem Golek, RM. Selera Kuring, TB Sari Ilmu 2, TB Toga Mas I, TB Toga Mas 2, TB Gramedia, Jogja Gallery, Mall Malioboro, Mirota Batik, Vinolia Baby and Kids, Koperasi Avia, Sogan Village, Salon Larasati, Omah Djogja, BCA Sudirman Jogja.

E. Deskripsi Narasumber

Narasumber pada penelitian ini berdasarkan pada semua wartawan yang bekerja di majalah Kabare sebanyak empat orang, yaitu Frederikus Alosius Heru

Purnomo (31 tahun), Mei Ratri 26 tahun, Singgih Wahyu Nugraha (26 tahun) dan Della Yuanita (28 tahun). Keempat wartawan tersebut merupakan satu tim redaksi yang bekerja di majalah Kabare, mulai dari proses liputan di lapangan hingga pembuatan tulisan berupa artikel yang terdapat di majalah Kabare.

1. Heru Purnomo (31 tahun)

Berawal dari keterlibatan mengikuti Unit Kegiatan Manusia (UKM) majalah fakultas saat duduk di bangku kuliah di Universitas Sanata Dharma. Meskipun saat kuliah mengambil jurusan sastra inggris, tak membuat Heru berhenti untuk mencintai dunia jurnalistik. Hal itu lah yang membuat Heru menginginkan untuk melanjutkan hobi menulisnya di jenjang yang lebih tinggi. Bermula dari tawaran ajakan teman, tahun 2005 lalu Heru Purnomo bersedia bekerja di majalah Kabare sebagai sekretaris. Dengan harapan apabila bekerja di sebuah media nantinya Heru bisa melanjutkan kegemarannya di dunia jurnalistik. Apabila melihat dari latar belakang pekerjaannya, saat ini selain bekerja menjadi wartawan Heru Purnomo juga merupakan redaktur pelaksana majalah Kabare.

Sebagai redaktur pelaksana, Heru mempunyai tanggung jawab yang lebih besar dibandingkan dengan ketiga teman lainnya. Diantaranya seperti memimpin rapat redaksi bulanan dan mengedit ulang hasil tulisan dari keseluruhan tulisan wartawan majalah Kabare. Bukanlah jalan yang mudah hingga Heru bisa menjabat sebagai redaktur pelaksana. Dibutuhkan proses yang panjang serta pembelajaran yang tekun hingga bisa di tahap ini.

2. Mei Ratri (26 tahun)

Gadis kelahiran tahun 1986 ini berlatar belakang pendidikan terakhir di bidang sastra inggris di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Mei Ratri merupakan wartawan junior karena ia baru bekerja selama tiga bulan di majalah Kabare. Mei Ratri memang bercita-cita menjadi wartawan sejak kecil. Berawal dari kecintaannya terhadap mata pelajaran bahasa Indonesia saat duduk di bangku sekolah telah membuat Mei ingin belajar lebih banyak lagi mengenai dunia jurnalistik. Hal ini bisa terlihat bahwa sebelum bergabung di majalah Kabare, Mei Ratri sempat mengikuti audisi presenter di stasiun Jogja TV.

Adanya keinginan dan motivasi diri sendiri untuk bekerja di sebuah media telah membuat Mei tidak patah semangat untuk mencoba melamar pekerjaan hingga ke Jakarta. Namun nasib berkata lain, Mei lebih memilih bekerja di Yogyakarta hingga saat majalah Kabare membuka lowongan pekerjaan Mei mencoba memasukkan lamaran pekerjaannya. Meskipun Mei Ratri baru tiga bulan bergabung di majalah Kabare, hal tersebut tidak membuat Mei untuk berhenti belajar dan mengejar ketinggalannya dengan ketiga teman wartawan lainnya. Kesibukan lain yang biasa Mei lakukan sehari-hari selain bekerja di majalah Kabare, Mei juga mempunyai hobi menari Bali. Sehingga saat Mei tidak sibuk dengan pekerjaannya, Mei dapat menyalurkan hobi lainnya ini yaitu menari Bali yang tergabung dalam komunitas tari Bali di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

3. Singgih Wahyu (26 tahun)

Pendidikan terakhir Singgih Wahyu adalah jurusan ilmu komunikasi, jurnalistik di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta. Singgih wahyu mengenal dunia jurnalistik saat berada di bangku kuliah, hal itu lah yang membuat Singgih menjadi gemar menulis dan ingin melanjutkan bakatnya di jenjang yang lebih tinggi. Kegemaran membaca novel, cerpen, maupun sastra merupakan alasan pertama yang mendorong Singgih untuk bekerja di majalah dibanding surat kabar. Selain itu, dengan alasan bahasa yang lebih santai, tidak terkesan formal di sebuah majalah juga yang membuat Singgih lebih memilih bekerja di majalah. Meskipun sempat terlintas ingin bekerja di tempat lain, namun Singgih mengurungkan niatnya dengan alasan Singgih melihat bahwa hingga saat ini belum ada majalah yang menyerupai majalah Kabare dengan segmen budaya yang masih kental.

Setelah lulus kuliah tahun 2009 lalu, begitu Singgih melihat ada lowongan pekerjaan di Kabare, Singgih tanpa ragu-ragu langsung mencoba untuk mendaftarkan diri. Bekerja di majalah Kabare merupakan pengalaman kali pertama sejak tahun 2009 hingga sekarang. Alasan yang membuat Singgih memutuskan bekerja di Kabare karena Singgih menyukai berbagai tradisi budaya, seperti *jathilan*, *ketoprak*, *merti desa*, dan sebagainya. Alasan lain mengapa Singgih bertahan bekerja di Kabare karena melihat bahwa kota Yogyakarta sebagai kota budaya tentunya membuat Singgih semakin termotivasi untuk bekerja di Kabare.

4. Della Yuanita (28 tahun)

Della Yuanita sebelumnya sempat bekerja di Hugos Cafe Yogyakarta sebagai penulis *newsletter*. Kemudian timbul keinginan untuk menjadi wartawan yang sesungguhnya lah yang membuat Della Yuanita memilih bekerja sebagai wartawan di majalah Kabare. Misalnya saja melakukan liputan di lapangan dan dapat berjumpa dengan narasumber dari berbagai kalangan. Meskipun sudah berumah tangga, hal itu tidak membuat Della untuk berhenti bekerja begitu saja. Baginya dengan mendapatkan penghasilan sendiri justru lebih menyenangkan dibanding sekedar menggantungkan hidupnya pada suami. Della bergabung di majalah Kabare pada tahun 2009, saat itu Della bersama Singgih Wahyu mencoba melamar pekerjaan di majalah Kabare.

Beruntungnya hanya mereka berdua yang berhasil lolos dan diterima bekerja di majalah Kabare ini hingga sekarang. Selama bekerja di majalah Kabare pun, Della sempat mendapat tawaran pekerjaan di media lain namun Della menolaknya dengan alasan bahwa lingkungan pekerjaan di majalah Kabare yang nyaman dan kekeluargaan. Selain ingin menjadi wartawan yang sesungguhnya, gemar berwisata kuliner lah yang membuat Della enggan untuk pindah pekerjaan di tempat lain. Bagi Della majalah Kabare sudah merupakan tempat yang cocok sebagai lapangan pekerjaan yang ingin ia jalani hingga ke depannya.