

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan kemajuan teknologi, industri dan informasi saat ini, peran jurnalistik dalam kehidupan masyarakat menjadi sangat penting dan kompleks. Produk-produk jurnalistik harus mampu menunjukkan kinerjanya yang baik sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat; khususnya dalam memberikan informasi (*to inform*), memberikan pendidikan (*to educate*), dan memberikan hiburan (*to entertain*). Produk atau media jurnalistik yang tidak mampu memiliki kinerja yang baik dalam arti memuaskan pembacanya, secara alamiah akan tersingkir.

Menurut Effendy (1993:65) media massa memiliki fungsi utama yakni menyiarkan informasi. Kehadiran media massa karena masyarakat membutuhkan informasi mengenai berbagai peristiwa, gagasan, atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain, dan sebagainya. Kedua, sebagai sarana pendidikan massa (*mass education*) dengan menyajikan berbagai pengetahuan sehingga khalayak bertambah pengetahuannya. Ketiga, fungsi menghibur. Keempat, fungsi mempengaruhi yang menyebabkan media massa memiliki peran penting dalam masyarakat.

Fungsi utama dari media massa yakni menyiarkan informasi dengan demikian media massa diharapkan dapat menjadi pencerita. Media massa dalam rangka menyiarkan informasi dapat dilakukan dengan berbagai cara dan terutama untuk media massa cetak dapat dilakukan melalui tulisan, ilustrasi, gambar, foto maupun yang lain-lain.

Dampak kemajuan teknologi ternyata dapat juga dirasakan dalam dunia jurnalistik. Dahulu media massa khususnya koran hanya menyajikan tulisan-tulisan serta gambar berupa foto-foto. Namun sekarang, seiring dengan kemajuan teknologi media memberitakan berita dan mengeksplorasinya dengan ilustrasi berupa gambar. Kemajuan tehknologi yang kian pesat juga memberikan dampak negatif terhadap koran cetak, karena dengan tehknologi yang pesat seperti saat sekarang ini banyak pula berkembang media massa online, sehingga koran yang di cetak harus berlomba-lomba memperbaiki tampilan mereka.

Salah satu contohnya adalah Koran Harian Tribun Jogja. Misalnya pada pemberitaan kecelakaan bus dan penangkapan teroris. Selain disajikan melalui tulisan diberikan ilustrasi kronologi kejadian tersebut. Bahkan pada peristiwa pemilihan gubernur DKI Jakarta juga halaman depan Tribun dibuat berbeda.

Gambar 1.1.  
Contoh Halaman Depan Koran Harian Tribun



Sumber: Halaman Depan Koran Tribun Jogja edisi 21 September 2012

Berdasarkan contoh halaman depan Koran Harian Tribun Jogja tersebut, memperlihatkan bahwa Koran Harian Tribun Jogja sangat memperhatikan unsur *layout*

sebagai salah satu penunjang untuk menginformasikan secara lebih jelas pada pembacanya. *Layout*, menurut Rustan (2009:0) merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap sebuah bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang di bawanya.

Wirya (1999:35) mengatakan bahwa *layout* atau tata letak adalah meramu semua unsur grafis, meliputi warna, bentuk, merek, ilustrasi, tipografi menjadi suatu kesatuan baru yang disusun dan ditempatkan pada halaman kemasan secara utuh dan terpadu. Tujuan utama *layout* atau tata letak adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Margareth Van Hakereen (2005, 1) dalam jurnalnya berjudul *Navigating The News Site: The Impact Of Page Design On Story Preference* mengatakan bahwa design layout sebuah surat kabar merupakan kunci terhadap tingkat keterbacaan untuk pembaca.

Pada media massa penataan *layout* yang baik sangat diperlukan untuk mengarahkan susunan teks serta gambar agar tingkat keterbacaannya tinggi oleh pembaca, *layout* juga dapat digunakan sebagai identitas suatu media massa khususnya cetak sehingga pembaca dapat mengenali media cetak tersebut melalui *design layout*-nya. Menurut Presiden WAN-IFRA Jacob Mathew "Isi tentu penting, tapi isi yang berkualitas yang tidak ditampilkan dengan menarik tentu akan membuat pembaca tak antusias membacanya, hal tersebut membuat kerja wartawan dilapangan menjadi sia-sia karena tampilan tidak menarik (<http://www.fajar.co.id/read-20120412003456-jawa-pos-sabet-best-in-design-award>). WAN-IFRA atau *World Association of Newspaper and News Publisher*, merupakan sebuah lembaga penilai media massa yang mengadakan

*awarding* terhadap media-media massa yang ada di Asia Pasifik. Salah satu *award* yang berkaitan dengan layout koran pernah diterima oleh koran di Negara Indonesia yaitu Jawa Pos.

Selain itu, *layout* juga menjadi faktor pendukung kepuasan pembacanya. Bagi pihak manajemen evaluasi terhadap kepuasan pembaca merupakan tindakan strategis yang perlu dilakukan. Hal ini disebabkan kepuasan pembaca merupakan variabel penting yang menentukan kelangsungan hubungan antara produsen-pelanggan, implikasinya mempengaruhi loyalitas pembacanya. Termasuk Koran Harian Tribun Jogja, tidak mampu memberikan kepuasan kepada pembacanya, pasti dalam waktu dekat akan segera ditinggalkan oleh pembacanya dan berdampak pada kebangkrutan perusahaan.

Dalam konteks produk jurnalistik khususnya koran, selain isinya faktor penting yang dapat mempengaruhi minat dan kepuasan pembaca adalah sisi *layout*-nya. Sebaik apapun isinya, jika *layout* tidak menarik maka sulit untuk menarik minat orang untuk membelinya, atau membacanya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa topik kepuasan pembaca terhadap *layout*, penting untuk dikaji karena *layout* juga merupakan suatu bentuk komunikasi non verbal yang digambarkan pada bidang untuk menyampaikan sebuah pesan.

Hal tersebut juga berlaku pada tata letak *layout* pada koran merupakan hal sangat penting untuk diperhatikan, karena selain mampu meningkatkan kemenarikan juga dapat digunakan untuk meningkatkan keterbacaan misalnya dengan ilustrasi-ilustrasi dari kronologi berita.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah ada perbedaan tingkat kepuasan pembaca pada layout koran Tribun berdasarkan perbedaan jenis kelamin dan usia.

## **B. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut “Apakah ada perbedaan tingkat kepuasan pembaca pada *layout* Koran Harian Tribun Jogja berdasarkan perbedaan jenis kelamin dan usia pembaca?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pembaca pada *layout* Koran Harian Tribun Jogja.
2. Untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan pembaca pada *layout* Koran Harian Tribun Jogja berdasarkan karakteristik pembaca (jenis kelamin dan usia).

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat yang sifatnya praktis maupun manfaat yang sifatnya teoritis. Adapun manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan informasi empiris kepada pihak manajemen Koran Harian Tribun Jogja, khususnya mengenai tingkat kepuasan

pembaca pada layoutnya. Informasi tersebut diharapkan dapat menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan kualitas koran tersebut.

## **2. Manfaat akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi empiris mengenai persepsi pembaca terhadap *layout* suatu media massa cetak. Selain itu juga berguna sebagai perbandingan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian sejenis.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. *Layout***

Pada dasarnya *layout* dapat diartikan sebagai tata letak elemen-elemen desain ke dalam suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya (Rustan, 2009:0). *Me-layout* adalah salah satu proses tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan *layout* adalah pekerjaannya.

Wirya (1999:35) mengatakan bahwa tata letak adalah meramu semua unsur grafis, meliputi warna, bentuk, merek, ilustrasi, tipografi menjadi suatu kesatuan baru yang disusun dan ditempatkan pada halaman kemasan secara utuh dan terpadu.

Tujuan utama *layout* atau tata letak adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Hadi (2002:4) dalam presentasinya mengemukakan bahwa tiga kriteria dasar *layout* ada 3 yakni:

1. *It works* (mencapai tujuan)

2. *It organizes* (ditata dengan baik)

3. *It attracts* (menarik)

Selain itu, Hadi (2002:3) juga menjelaskan bahwa layout tidak sama dengan desain komunikasi visual. Layout hanya mengurus tentang tata letak antara tipografi, ilustrasi dan fotografi, sedangkan desain komunikasi visual selain menyusun layout juga harus dapat memikirkan bagaimana caranya membuat suatu desain yang mampu menggerakkan sekelompok orang untuk menghadiri suatu acara, mengikuti petunjuk, memahami peta suatu lokasi atau membeli suatu produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layout juga menjadi bagian dari desain komunikasi visual.

Rustan (2009:10) memberikan penjelasan tentang bagaimana mendesai layout yang baik, ada beberapa pertanyaan yang perlu dijawab :

- a) Apa tujuan desain tersebut?
- b) Siapa *target audience*-nya?
- c) Apa pesan yang ingin disampaikan kepada *target audience*?
- d) Bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut?
- e) Di mana, di media apa dan kapan desain itu akan dilihat oleh *target audience*?

Elemen layout menurut Rustan (2009:27) dibagi menjadi tiga :

- a) Elemen teks
- b) Elemen visual
- c) *Invisible element*

Harrower (1997:14) dalam bukunya “The Newspaper Designer’s Handbook” menjabarkan beberapa hal yang dibutuhkan dalam mengevaluasi koran. Point tersebut salah satunya adalah *The Basic Fixturer*. *The Basic Fixturer* adalah hal-hal dasar dalam

koran seperti margin, kolom, tanda dan lain-lain. Bagi jurnalis, layout merupakan hal yang penting karena harus mampu menyambungkan antara headline, photo dan tulisan. Selain itu, layout juga digunakan untuk membantu menambahkan daya tarik dalam sebuah halaman.

Saat ini editor koran semakin menyadari bahwa semakin banyak keragaman media informasi baik elektronik maupun cetak dan lagi, perkembangan teknologi semakin membantu layout atau kemasan yang dibuat menjadi semakin menarik. Berangkat dari kesadaran tersebut, editor koran mulai memahami bahwa konsumen sekarang mengalami pergeseran yakni seringkali mereka menilai produk dari kemasannya terlebih dahulu, sementara desain koran sementara waktu masih dianggap ketinggalan jaman sehingga mereka berlomba-lomba untuk memperbaiki desain layoutnya.

Tips-tips agar layout koran terlihat modern, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan yakni:

a. Warna

Photo, iklan, ilustrasi dibuat berwarna agar menarik serta membantu memperjelas *content*-nya

b. Graphic

Berisi informasi berupa ilustrasi dari berita yang tidak bisa dinyatakan dalam bentuk tulisan, maka digunakan digambarkan melalui chart, diagram dan lain sebagainya.

c. Kemasan

Saat sekarang, pembaca koran telah lebih sibuk, lebih memilih serta tidak sabar. Berdasarkan hal tersebut, editor harus mengemas koran mereka supaya halamannya mudah dibaca serta ditemukan.

d. Modular layout

Penulisan-penulisan artikel diharapkan dikemas dalam bentuk segitiga terbalik yakni dari yang penting dahulu baru yang tulisan yang lainnya.

Persepsi pembaca terhadap layout koran (*newspaper*) ditentukan oleh atribut-atribut yang berkaitan dengan layout yang terdiri dari (Harrower, 1993):

a) *Headlines dan type*

Suatu artikel biasanya diawali oleh sebuah atau beberapa kata singkat yang disebut judul. Judul diberi ukuran besar untuk menarik perhatian pembaca dan membedakannya dari elemen layout lainnya.

b) *Photos*

Kekuatan terbesar dari fotografi pada media adalah kredibilitasnya atau kemampuannya untuk memberi kesan sebagai “dapat dipercaya”. Melalui foto diharapkan dapat memperkuat atau menggambarkan berita-berita yang ingin disampaikannya.

c) *Graphics dan artwork*

*Graphics* dan *artwork* di dalam koran digunakan untuk melengkapi cerita yang ditulis, sehingga *Graphics* dan *artwork* dapat bermakna serta dapat dipahami.

d) *Special page designs*

Desain halaman khusus di dalam koran digunakan untuk melihat apakah halaman khusus dan front depan bersifat aktif dan atraktif, penilaian pada elemen display dan seni, penggunaan logo dan header, kesesuaian warna yang digunakan di dalam foto, grafik, dan elemen lain, serta kemasan baik fitur maupun format korannya.

e) *Inside page*

Halaman dalam dalam koran berkaitan dengan konten atau isinya. Apakah konten tersebut sudah terorganisir, logis, dan konsisten atau belum, penggunaan layout dalam penulisan konten.

f) *The basic fixtures*

*The basic fixtures* atau perlengkapan dasar dalam layout koran terdiri dari penulisan kutipan, penggunaan margin dan spasi, penggunaan header, logo, dan tanda, pengaturan boks, dan layar dan penggunaan *byline* dan *jumpline*.

g) *Volume dan variety*

Volume dan Keanekaragaman layout koran terdiri pemuatan topik menarik dalam halaman depan, pengemasan cerita utama, penggunaan halaman kunci dan pencampuran beritanya.

h) *Ads dan self promotion*

*Periklanan dan promosi digunakan untuk mengukur layout terutama pada halaman promo depan serta halaman promo dan sajian atau desain dari promo tersebut serta kejelasan informasi dari promo yang bersangkutan.*

i) *User friendliness*

Keramahan terhadap Pengguna didalam pengukuran layout koran digunakan untuk mengetahui apakah layout dari koran tersebut telah mencakup kelengkapan indeks, mencakup informasi-informasi penting yang diperlukan pembaca, adanya kemudahan untuk berinteraksi baik dengan masyarakat maupun dengan pihak editor.

j) *Personality*

*Personality* atau kepribadian secara umum digunakan untuk mengukur apakah koran yang bersangkutan cocok dengan kepribadian pembacanya atau tidak.

## 2. Kepuasan

Kepuasan diartikan sebagai hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan barang atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Yamit, 2001:78). Kotler (2002:68) pengertian kepuasan adalah terciptanya perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dirasakan terhadap kinerja (hasil) yang dihasilkan. Dari definisi tersebut, kepuasan pembaca koran atau surat kabar diartikan sebagai hasil atau perasaan yang dirasakan setelah membaca surat kabar.

Seseorang dapat dikatakan puas setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan. Dalam *expectancy values theory*, konsep kepuasan merupakan efek dari penggunaan media atau pemenuhan dari motif yang ada setelah menggunakan media, yang disebut dengan *gratification obtained* (GO). Sedangkan motif seseorang dalam menggunakan media massa disebut dengan *gratification sought* (GS).

*Gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu dalam menggunakan media tertentu (Kriyantono, 2006:206). GS juga bisa diartikan sebagai

motif yang timbul dari sejumlah kebutuhan yang ingin dicapai individu pada obyek tertentu. Hal ini mendorong individu untuk menggunakan suatu media tertentu yang berkaitan dengan keinginan untuk mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut. Dengan kata lain, pilihan individu atas penggunaan media didasari oleh motif pemenuhan sejumlah kebutuhan.

*Gratification obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh setelah menggunakan media (Kriyantono, 2006:207). GO juga bisa diartikan sebagai sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu tersebut menggunakan media. Kepuasan ini diukur berdasarkan terpenuhinya harapan awal (GS) pada layout koran.

Seperti yang telah dilakukan oleh Palmgreen mengenai riset *uses and gratifications*, bahwa motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Tetapi dalam penelitian ini konsep kepuasan adalah kepuasan pembaca terhadap lay out berita yang terdapat dalam Koran Harian Tribun Jogja bukan motif-motifnya. Sehingga kepuasan yang akan dicari adalah kepuasan terhadap lay out Koran Harian Tribun Jogja tersebut. Namun, pada kenyataannya terkadang ditemui bahwa tingkat kepuasan tersebut akan menjadi berbeda-beda pada kelompok yang berbeda-beda pula seperti berdasarkan jenis kelamin, usia dan lain sebagainya. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini juga akan membuktikan apakah tingkat kepuasan pembaca pada layout koran Tribun Jogja tersebut juga berbeda-beda atau tidak berdasarkan jenis kelamin dan usia.

### **3. Perbedaan Jenis Kelamin**

Menurut Goldstein dkk. (Santrok, 2008:229) menyatakan bahwa secara fisik pria dan wanita memang berbeda, bahkan termasuk fisik otaknya pun berbeda. Perbedaan ini tidak berhenti pada fisik saja akan tetapi perbedaan ini ternyata juga terjadi dalam banyak hal. Sebagai contoh Santrok (2008:230) menunjukkan bahwa gender laki-laki memiliki ketrampilan visuospasial yang lebih baik dibandingkan perempuan. Perbedaan lain dalam segi komunikasi Deborah Tannen (dalam Santrok (2008:231) membedakan *rapport talk* (percakapan untuk membina relasi) bahwa perempuan lebih menikmati *rapport talk* dan percakapan yang lebih berorientasi pada relasi dibandingkan laki-laki. Laki-laki berusaha mempertahankan perhatian yang diberikan kepadanya melalui *rapport talk*, seperti menyampaikan berita, lelucon dan mengajar.

#### **4. Perbedaan Usia**

Santrock (2008:9) menjelaskan bahwa dalam proses tumbuh kembang manusia dapat disesuaikan dengan usia, selanjutnya Santrock membagi kelompok usia yang berbeda-beda misalnya kelompok dengan rentang usia kurang dari 22 tahun, 22 – 36 tahun dan lebih dari 36 tahun. Menurut Santrock (2008:18) masing-masing kelompok usia tersebut mempunyai karakteristiknya tersendiri, yaitu:

##### **a. Usia kurang dari 22 tahun**

Kelompok usia ini termasuk ke dalam kelompok remaja. Remaja adalah transisi periode perkembangan dari masa anak-anak ke dewasa awal. Pada periode transisi ini terjadi perubahan kognisi yang meningkatkan cara berpikir kritis termasuk:

1. Peningkatan kecepatan dan kapasitas memproses informasi
2. Memperluas pengetahuan dari berbagai macam wilayah
3. Meningkatkan kemampuan untuk mengkonstruksi kombinasi pengetahuan

4. Menggunakan strategi atau prosedur untuk mengaplikasikan atau mendapatkan pengetahuan seperti perencanaan, menyadari alternative-alternatif dan memonitor kognisi (Santrock, 2008: 410)
- b. Usia 22 – 36 tahun
- Kelompok usia ini termasuk ke dalam kelompok dewasa awal. Periode ini adalah waktunya untuk menetapkan kepribadian dan perekonomian yang mandiri, mengembangkan karir, dan lain sebagainya. Menurut Piaget, remaja dan dewasa awal berpikir dengan kualitas yang sama, yaitu lebih logis, abstrak dan berpikir idealistis. Tetapi, secara kuantitas, dewasa awal mempunyai cara berpikir yang lebih maju karena mempunyai pengetahuan yang lebih banyak. Dalam hal memproses informasi, dewasa awal terutama juga meningkatkan pengetahuan mereka di area-area yang khusus (Santrock, 2008: 478)
- c. Usia lebih dari 36 tahun
- Kelompok usia ini termasuk ke dalam kelompok dewasa tengah. Periode ini adalah waktunya untuk memperluas kepribadian, keterlibatan sosial dan tanggung jawab serta meraih dan mengatur kepuasan dalam berkarir. Namun, dalam hal memproses informasi, periode ini mengalami penurunan dibandingkan dengan periode dewasa awal (Hartley dalam Santrock, 2008).

## **G. Kerangka Konsep**

Kerangka Konsep merupakan abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu (Singarimbun dan Effendi, 1995:34). Berdasarkan

kerangka teori yang telah dijabarkan di atas maka dibentuk sebuah kerangka konsep yang akan mendasari penelitian ini.

### 1. *Layout*

*Layout* yang merupakan salah satu bentuk dari desain komunikasi visual pada fungsinya merupakan fungsi komunikasi yang juga mempunyai fungsi signifikansi yaitu fungsi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna. *Layout* tidak sama dengan desain komunikasi visual, karena *layout* hanya mengurus tentang tata letak antara tipografi, ilustrasi dan fotografi, sedangkan desain komunikasi visual selain menyusun *layout* juga harus dapat memikirkan bagaimana caranya membuat suatu desain yang mampu menggerakkan sekelompok orang untuk menghadiri suatu acara, mengikuti petunjuk, memahami peta suatu lokasi atau membeli suatu produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *layout* juga menjadi bagian dari desain komunikasi visual.

Persepsi pembaca terhadap *layout* koran (*newspaper*) ditentukan oleh atribut-atribut yang berkaitan dengan *layout* yang terdiri dari (Harrower, 1993):

- a) *Headlines dan type*
- b) *Photos*
- c) *Graphics dan artwork*
- d) *Special page designs*
- e) *Inside page*
- f) *The basic fixtures*
- g) *Volume dan variety*
- h) *Ads dan self promotion*

i) *User friendliness*

j) *Personality*

## 2. Kepuasan Pembaca

Kepuasan adalah terciptanya perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diharapkan terhadap kinerja (hasil) yang dihasilkan dengan demikian, kepuasan pembaca koran atau surat kabar diartikan sebagai hasil atau perasaan yang dirasakan setelah membaca surat kabar.

Konsep kepuasan dalam penelitian ini adalah kepuasan pembaca terhadap kepuasan akan fisik (*lay-out*) halaman surat kabar. Konsep kepuasan terhadap layout ini terbagai dua, yaitu *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). *Gratification Sought* adalah harapan pembaca pada layout koran. *Gratification Obtained* adalah kepuasan yang diperoleh setelah melihat layout koran setelah mengkonsumsi media tersebut. Kepuasan terhadap layout koran tersebut diukur berdasarkan selisih nilai/ kesenjangan antara GS dan GO (Kriyantono, 2006:207).

Apabila jarak kesenjangan semakin kecil maka dapat dikatakan bahwa layout koran semakin dapat memuaskan pembacanya. Sebaliknya, jika semakin besar jarak kesenjangan maka dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pembaca terhadap layout koran semakin kecil.

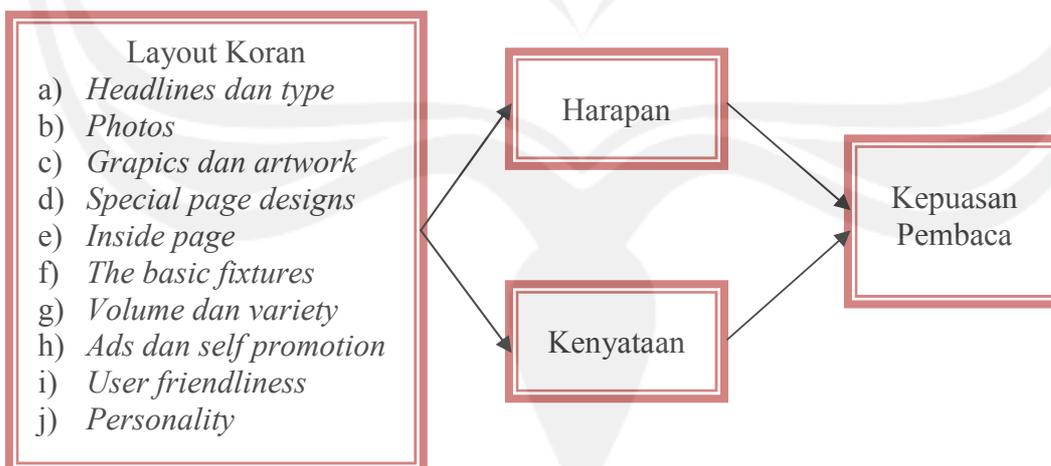
Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan adalah sebagai berikut (Kriyantono, 2006:208):

1. Jika *mean* (rata-rata) skor GS lebih besar dari *mean* skor GO (*mean* skor GS > *mean* skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh

pengguna lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan demikian dapat dikatakan media tersebut tidak memuaskan khalayaknya.

2. Jika *mean* skor GS sama dengan *mean* skor GO (GS=GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.
3. Jika *mean* skor GS lebih kecil dari *mean* skor GO (GS < GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang didapati pengguna lebih besar dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan demikian dapat dikatakan media tersebut dapat memuaskan khalayaknya. (mean GS < mean skor GO).

Jadi kepuasan pembaca terhadap layout koran adalah kondisi psikologi pembaca setelah melihat layout koran, ketika harapan pembaca akan layout koran terpenuhi saat mengkonsumsi koran tersebut. Berdasarkan uraian tentang kepuasan tersebut, maka konsep kepuasan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.2.  
Konsep Kepuasan

Konsep kepuasan dalam penelitian ini adalah kepuasan pembaca terhadap lay out berita yang terdapat dalam Koran Harian Tribun Jogja. Sehingga kepuasan yang akan dicari

adalah kepuasan terhadap lay out Koran Harian Tribun Jogja tersebut. Sesuai dengan teori yang telah disebutkan di atas, menunjukkan bahwa terkadang ditemui bahwa tingkat kepuasan tersebut akan menjadi berbeda-beda pada kelompok yang berbeda-beda pula. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini juga menggunakan jenis kelamin dan usia untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasannya.

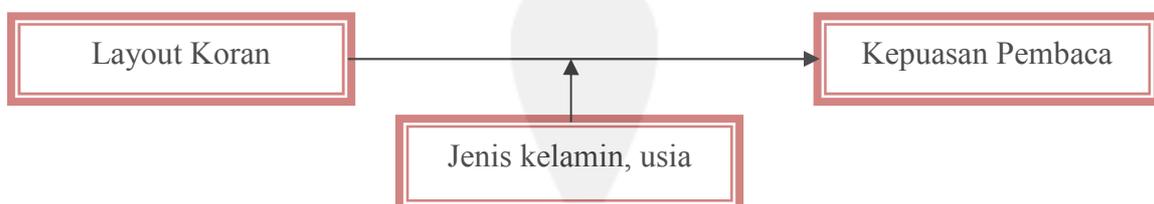
### 3. Perbedaan Jenis Kelamin

Secara fisik, jenis kelamin terbagi menjadi dua yakni jenis kelamin pria dan wanita. Secara teori perbedaan jenis kelamin tersebut dapat menyebabkan terjadinya perbedaan meskipun yang dinilai objek yang sama. Misalnya gender laki-laki memiliki ketrampilan visuospasial yang lebih baik dibandingkan perempuan.

### 4. Perbedaan Usia

Selain jenis kelamin, perbedaan usia ternyata juga mampu dijadikan sebagai faktor determinan (pembeda). Santrock (2008:9) telah membagi kelompok usia menjadi 3 kelompok yakni rentang usia < 22 tahun, 22 – 36 tahun dan lebih 36 tahun.

Berdasarkan penjelasan mengenai konsep dalam penelitian ini yang terdiri dari layout, kepuasan, perbedaan jenis kelamin dan perbedaan usia, maka kerangka konsep penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.3.  
Kerangka Konsep Penelitian

Layout atau tata letak merupakan salah satu kunci keberhasilan untuk menarik pembaca agar bersedia membaca koran tersebut. Layout yang merupakan salah satu

bentuk dari desain komunikasi visual pada fungsinya merupakan fungsi komunikasi yang juga mempunyai fungsi signifikansi yaitu fungsi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna, sehingga meskipun materi yang disajikan menarik, tetapi dengan layout yang kurang menarik maka akan mengurangi estetika serta daya tarik bagi pembaca.

Seseorang sebelum membaca koran saat melihat gambar-gambar, foto-foto dan ilustrasi yang menarik serta penataan yang baik tentunya timbul keinginan untuk melanjutkan mencari informasi yang lebih rinci melalui tulisan-tulisan yang ada. Adanya gambar-gambar, foto-foto dan ilustrasi tersebut mampu memberikan gambaran secara sederhana mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi sehingga saat pembaca tersebut melihatnya sudah memiliki gambaran ringkas mengenai peristiwa tersebut.

Berdasarkan hal di atas, maka seorang layouter koran harus memperhatikan elemen-elemen utama dalam layout seperti elemen teks dan elemen visual agar dapat dipahami dan diinterpretasikan oleh orang lain atau sekelompok orang sehingga dapat memuaskan orang atau sekelompok orang tersebut.

## **I. Definisi Operasional Variabel**

Berdasarkan kerangka penelitian di atas, definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Kepuasan pada Layout koran**

Kepuasan pembaca adalah terciptanya perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara *expectacy* (harapan) yang diinginkan terhadap kinerja (hasil) yang diperoleh. Sedangkan layout yang merupakan salah satu bentuk dari desain komunikasi visual pada fungsinya merupakan fungsi komunikasi yang juga

mempunyai fungsi signifikansi yaitu fungsi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna. Dengan demikian, kepuasan pembaca pada layout koran atau surat kabar diartikan sebagai hasil yang dirasakan setelah membaca atau melihat layout koran atau surat kabar. Kepuasan pada layout dalam penelitian diukur melalui atribut-atribut yang berkaitan dengan layout yang terdiri dari (Tim Harrower, 1993):

- a) *Headlines dan type*
- b) *Photos*
- c) *Graphics dan artwork*
- d) *Special page designs*
- e) *Inside page*
- f) *The basic fixtures*
- g) *Volume dan variety*
- h) *Ads dan self promotion*
- i) *User friendliness*
- j) *Personality*

## 2. Jenis kelamin

pengelompokkan individu yang digunakan untuk menunjukkan ada tidaknya kepemilikan terhadap satu ciri jenis kelamin tertentu. Jenis kelamin terdiri dari:

- a) Pria
- b) Wanita

## 3. Usia

Lama waktu yang telah dilalui oleh seorang individu dari lahir sampai sekarang.

Usia dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 yakni :

- a) Kurang dari 22 tahun
- b) 22 tahun sampai dengan 36 tahun
- c) Lebih dari 36 tahun.

Berdasarkan definisi dari variabel tersebut, maka secara lebih jelas mengenai definisi operasional variabelnya disampaikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1.  
Definisi Operasional Variabel

| Variabel     | Atribut                     | Indikator  | Skala  | Pengukuran |
|--------------|-----------------------------|--|--|------------|
| Layout koran | <i>Headlines dan type</i>   | Judul pada berita utama (headline), membangkitkan minat atau mengundang rasa penasaran pembaca, memberi informasi dan mengajak pembaca | Likert: Sangat setuju, Setuju, Netral, Tidak setuju, sangat tidak setuju | Ordinal    |
|              |                             | Judul pada berita kisah (feature) bersahabat dan menarik   |  |            |
|              |                             | “Intisari” (rangkuman berita) bersifat merangkum dan menjual kepada pembaca  |  |            |
|              |                             | Penggunaan judul pada berita utama dan teks berita menggunakan jenis huruf dan ukuran huruf yang efektif                               |  |            |
|              |                             | Huruf (tipografi) digunakan secara konsisten dan profesional   |  |            |
|              | <i>Photos</i>               | Foto terlihat aktif, atraktif dan menarik  |  |            |
|              |                             | Foto di crop, diukur dan di layout secara efektif  |  |            |
|              |                             | Foto yang digunakan tajam, bersih/jelas dan disusun dengan baik  |  |            |
|              |                             | Foto utama (foto yang penting) dibuat berwarna dan pewarnaannya seimbang   |  |            |
|              |                             | Foto yang ada diseluruh Koran terlihat cukup (jumlahnya) tidak kurang, atau lebih  |  |            |
|              | <i>Graphics dan artwork</i> | Berita didukung oleh gambar serta artikel pendukung (sidebar)  |  |            |
|              |                             | Artikel pendukung (sidebar) dan materi lain di desain secara baik tipografinya   |  |            |
|              |                             | Gambar, ilustrasi pada Koran   |  |            |

|  |                             |  |  |  |
|--|-----------------------------|--|--|--|
|  |                             | dikerjakan dengan baik, bersih dan cerdas  |  |  |
|  |                             | Ada karya seni yang cerdas dan provokatif pada halaman opini                             |  |  |
|  |                             | Berita didukung oleh gambar serta artikel pendukung (sidebar)                            |  |  |
|  | <i>Special page designs</i> | Halaman khusus dan halaman bagian depan, rubrik bersifat aktif dan atraktif              |  |  |
|  |                             | Elemen tampilan pada Koran diberikan perlakuan yang berani                               |  |  |
|  |                             | Logo dan header pada Koran dipoles, “eye catching” sehingga menarik perhatian pembaca    |  |  |
|  |                             | Warna digunakan secara efektif pada photo dan gambar ilustrasi                           |  |  |
|  |                             | Halaman dalam pada Koran dikemas dengan feature dan format yang bagus                    |  |  |
|  | <i>Inside page</i>          | Isi Koran ditata dengan baik, logis dan konsisten  |  |  |
|  |                             | Setiap halaman isi ditandai dengan header yang konsisten                                 |  |  |
|  |                             | Halaman bersambung diberi label dengan baik serta mudah ditemukan                        |  |  |
|  |                             | Isi Koran ditata dengan baik, logis dan konsisten  |  |  |
|  | <i>The basic fixtures</i>   | Koran sering menggunakan kutipan secara efektif  |  |  |
|  |                             | Margin dan spasi pada Koran dibuat seragam dan tepat                                     |  |  |
|  |                             | Header, logo pada Koran dibuat atraktif, konsisten dan menarik                           |  |  |
|  |                             | Garis, kotak serta kolom ditata dengan rapi agar konten terorganisir dengan efektif      |  |  |
|  |                             | Halaman bersambung dibuat dengan baik dan ditempatkan secara tepat                       |  |  |
|  | <i>Volume dan variety</i>   | Halaman utama memuat berbagai macam topik  |  |  |
|  |                             | Berita utama dilengkapi dengan berita pendamping yang singkat dan mendukung berita utama |  |  |
|  |                             | “Key Pages” memuat banyak pilihan berita   |  |  |

|               |                               |  |                   |         |
|---------------|-------------------------------|--|-------------------|---------|
|               |                               | Berita koran menyajikan topik yang beragam untuk memenuhi selera pembaca yang luas |                   |         |
|               |                               | Koran mengkombinasi berita langsung dan berita feature secara konsisten            |                   |         |
|               | <i>Ads dan self promotion</i> | Iklan di halaman depan Koran menarik bagi pembaca                                  |                   |         |
|               |                               | Koran menambahkan link untuk melengkapi materi online.                             |                   |         |
|               |                               | Iklan didesain dengan baik, rapih, tidak berantakan                                |                   |         |
|               |                               | Iklan di halaman depan Koran menarik bagi pembaca                                  |                   |         |
|               |                               | Koran menambahkan link untuk melengkapi materi online.                             |                   |         |
|               | <b>Karakter Koran</b>         | Nama koran terlihat canggih dan modern   |                   |         |
|               |                               | Karakter koran disesuaikan dengan target pembaca                                   |                   |         |
|               |                               | Koran memberikan kejutan yang keren”cool” dan menyenangkan pembaca                 |                   |         |
|               |                               | Koran melakukan perbaikan untuk berkompetisi                                       |                   |         |
| Jenis kelamin |                               | Pria   | Pria : 1          | Nominal |
|               |                               | Wanita   | Wanita : 0        |         |
| Usia          |                               | Kurang dari 22   | < 22 tahun : 1    | Nominal |
|               |                               | 22 – 36 tahun  | 22 – 36 tahun : 2 |         |
|               |                               | Lebih dari 36 tahun  | > 36 tahun: 3     |         |

## J. Hipotesis

Hipotesis adalah sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak dapat ditinggalkan, karena hipotesis merupakan instrumen kerja dari teori. Sebagai hasil deduksi dari teori atau proposisi, hipotesis lebih spesifik sifatnya sehingga lebih siap untuk diuji secara empiris (Singarimbun dan Effendi, 1995:43)

Hipotesis baik yang bersifat relasional maupun deskriptif, disebut sebagai hipotesa kerja (hk), agar hipotesis kerja dapat diuji secara statistik maka diperlukan

sesuatu untuk membandingkan hipotesa kerja. Pembandingan tersebut di dalam penelitian sosial biasanya tidak ada, maka dibuat sebuah pembandingan secara arbiter yang berbentuk sebuah hipotesa nol ( $H_0$ ) yang merupakan formulasi terbalik dari hipotesa kerja.

Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis dari penelitian ini adalah:

(HK) : Ada perbedaan terhadap tingkat kepuasan pada layout koran berdasarkan jenis kelamin dan usia

( $H_0$ ) : Tidak ada perbedaan terhadap tingkat kepuasan pada layout koran berdasarkan jenis kelamin dan usia

$H_0$  adalah hipotesis yang akan diuji, bila penelitian menyimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, maka HK diterima.

## **K. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan bersifat kuantitatif yaitu riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono 2008:55). Penelitian ini menghasilkan data kuantitatif yakni data yang diperoleh dari responden secara tertulis dari kuisioner.

### **2. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin baik hasil menghitung maupun hasil mengukur baik kualitatif maupun kuantitatif dari karakteristik mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas (Sudjana

dalam Purwanto, 2007:219). Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Tribun Jogja yang tinggal di kota Yogyakarta. Alasan pemilihan lokasi kota Yogyakarta yang terpilih dalam penelitian ini didasarkan pada data wilayah edar koran Tribun Jogja 2012 kota Yogyakarta memiliki pesentase tertinggi yakni 60,4% dari total 68.000 eksemplar (Tribun Jogja, 2012) atau sebanyak 41.072. Secara lebih jelas peta wilayah edar tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 1.4.  
Wilayah Edar Koran Harian Tribun Jogja Tahun 2012



Sumber : Koran Tribun Jogja (2013)

Berdasarkan populasi jumlah edar sebanyak 41.072 di kota Yogyakarta tersebut, maka peneliti mengecilkan populasi tersebut menjadi populasi

terjangkau yakni hanya menggunakan data pelanggan Tribun Jogja yang tinggal di kota Yogyakarta dari dari agen koran Lendi. Data seluruh pelanggan Tribun Jogja yang tinggal di kota Yogyakarta berdasarkan informasi dari agen koran Lendi sebanyak 816 pelanggan. Pemilihan agen Koran Lendi dikarenakan agen koran Lendi memiliki jumlah pelanggan tertinggi Koran Harian Tribu Jogja Sampel penelitian adalah sebagian dari jumlah anggota populasi tersebut, sementara sampel adalah suatu bagian yang dipilih dengan cara tertentu untuk mewakili keseluruhan kelompok populasi (Soenarto dalam Purwanto, 2007:220). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *quota sampling*. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembaca yang berusia lebih dari 17 tahun. Adapun alasan usia 17 tahun dalam penelitian ini adalah pada pertimbangan pertanggungjawaban pada jawaban yang nantinya akan diberikan, karena usia 17 menurut pemerintah Indonesia sudah tergolong dewasa.

Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya maka penelitian ini akan menggunakan Rumus Slovin. Rumusnya adalah (Kriyantono, 2008:162):

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

$e$  = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10%. (Umar, 2002: 134).

Jumlah populasi adalah 816 (agen Lendi), berdasarkan jumlah populasi di atas, maka taraf kesalahan yang ditolerir sebesar 10%. Sehingga jumlah sampel yang akan digunakan adalah :

$$n = \frac{816}{1 + 816(0,1)^2}$$

$N = 89,08$  dibulatkan menjadi 90 responden.

Berdasarkan jumlah sampel di atas, maka untuk mengambil data per kecamatan dapat dibuat persentase pembagian per kecamatan. Berdasarkan data dari agen Lendi Kecamatan yang menjadi wilayah kerja kerja agen Lendi terdiri dari 14 kecamatan, adapun data jumlah pelanggan per kecamatan adalah sebagai berikut:

- a. Kecamatan Mantrijeron = 68 pelanggan
- b. Kecamatan Wirobrajan = 73 pelanggan
- c. Kecamatan Jetis = 49 pelanggan
- d. Kecamatan Tegalrejo = 54 pelanggan
- e. Kecamatan Kotagede = 34 pelanggan
- f. Kecamatan Kraton = 66 pelanggan
- g. Kecamatan Mergangsan = 112 pelanggan
- h. Kecamatan Gondomanan = 44 pelanggan
- i. Kecamatan Danurejan = 43 pelanggan
- j. Kecamatan Ngampilan = 58 pelanggan
- k. Kecamatan Gedongtengen = 60 pelanggan

- l. Kecamatan Umbulharjo = 96 pelanggan
- m. Kecamatan Pakualaman = 37 pelanggan
- n. Kecamatan Gondokusuman = 22 pelanggan

Berdasarkan data per kecamatan tersebut, selanjutnya pembagian responden per kecamatan dilakukan sesuai dengan persentase pelanggan dengan total pelanggan adalah sebagai berikut:

- a. Kecamatan Mantrijeron =  $68/816 \times 90 = 8$  responden
- b. Kecamatan Wirobrajan =  $73/816 \times 90 = 8$  responden
- c. Kecamatan Jetis =  $49/816 \times 90 = 5$  responden
- d. Kecamatan Tegalrejo =  $54/816 \times 90 = 6$  responden
- e. Kecamatan Kotagede =  $34/816 \times 90 = 4$  responden
- f. Kecamatan Kraton =  $66/816 \times 90 = 7$  responden
- g. Kecamatan Mergangsan =  $112/816 \times 90 = 12$  responden
- h. Kecamatan Gondomanan =  $44/816 \times 90 = 5$  responden
- i. Kecamatan Danurejan =  $43/816 \times 90 = 5$  responden
- j. Kecamatan Ngampilan =  $58/816 \times 90 = 6$  responden
- k. Kecamatan Gedongtengen =  $60/816 \times 90 = 7$  responden
- l. Kecamatan Umbulharjo =  $96/816 \times 90 = 11$  responden
- m. Kecamatan Pakualaman =  $37/816 \times 90 = 4$  responden
- n. Kecamatan Gondokusuman =  $22/816 \times 90 = 2$  responden

Pembagian kuesioner dalam penelitian ini, peneliti meminta bantuan dari 8 sales yang mengambil koran dari Agen Lendi.

### 3. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan untuk analisis pengujian hipotesis penelitian ini seluruhnya merupakan data primer. Data primer diartikan sebagai data yang

diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui menanyai responden, mengamati peristiwa, atau melalui pembagian daftar pertanyaan (Sekaran, 2003:122). Jadi dalam penelitian ini sebagai sumber data adalah responden; data tersebut berupa jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan melalui pembagian kuesioner.

#### **4. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan atau mengambil data primer adalah kuesioner tertutup. Skala pengukuran dalam penelitian ini terdiri dari dua pengukuran. Pengukuran yang pertama tentang layout koran yang diadaptasi *newspaper design report card* dari Tim Harower (1993) dan pengukuran yang kedua tentang kepuasan pembaca terutama dari aspek layoutnya.

Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dalam penelitian ini secara teknis dilakukan secara langsung oleh peneliti. Namun, mengingat luasnya serta tingkat kesusahan yang tinggi pada waktu melakukan proses pencarian data maka peneliti meminta bantuan para agency yang tersebar di wilayah edar Yogyakarta terutama melalui kurir atau orang-orang yang mengantarkan langsung ke para pembaca ke rumah-rumah.

#### **5. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Sebelum digunakan terlebih dahulu kuesioner dikenai uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan metode *corrected item-total correlation*; sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan metode Alpha-Cronbach.

### a. Uji validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2007). Uji validitas dapat dilakukan dengan metode korelasi product moment antara skor item dengan skor total. Rumus yang digunakan dalam uji validitas adalah rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y) / n}{\sqrt{[(\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2 / n)][(\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2 / n)]}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  : Koefisien validitas
- X : Skor item pertanyaan
- Y : Skor total pertanyaan
- n : Jumlah sampel

Kriteria yang digunakan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu item pertanyaan adalah: jika nilai  $r_{xy} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan yang diuji validitasnya tersebut dinyatakan valid. Nilai  $r_{tabel}$  diperoleh datai Tabel r *Product Moment*.

### b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2007). Uji reliabilitas dilakukan metode Alpha-Cronbach; jika suatu kuesioner memiliki nilai Alpha-Cronbach  $> 0,60$  maka kuesioner tersebut reliabel (Ghozali, 2007). Rumus Alpha Cronbach adalah sebagai berikut;

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = realibilitas instrumen

$k$  = banyak belahan tes/kuesioner

$s_j^2$  = varian belahan  $j$

$\Sigma s_x^2$  = varian skor tes/kuesioner

Kriteria untuk menentukan reliabel tidaknya suatu kuesioner dilakukan dengan mengacu pada pedoman yang disarankan oleh Hair et al. (2006:124), yaitu: jika suatu kuesioner memiliki  $\alpha > 0,60$  maka dikatakan kuesioner tersebut reliabel.

## 6. Metode Analisis Data

Maleong dalam Kriyantono mendefinisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Kriyantono, 2008;165).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku atau objek tertentu lainnya (Kriyantono 2008 : 165) dan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi dua tahap yaitu deskriptif melalui penghitungan nilai rata-rata atau mean dan distribusi frekuensi. Tahap kedua yakni uji beda dengan menggunakan rumus *independent sample t-test* dan *one way anova*.

Tahapan yang pertama adalah deskriptif yang bersumber dari perhitungan nilai rata-rata (mean). Perhitungan nilai rata-rata dilakukan dari indikator-indikator pada masing-masing dimensi atau variabel. Nilai rata-rata ini dimaksudkan untuk menggambarkan variabel atau dimensi penelitian. Hal ini dilakukan karena dimensi atau variabel dalam penelitian ini merupakan sebuah konstruk yang laten (*unobserved*) sehingga hanya bisa diukur melalui indikator-indikator yang ada.

Adapun rumus nilai rata-rata (mean) adalah sebagai berikut (Santoso, 2001:233):

$$M = \frac{\sum fX}{N}$$

Langkah selanjutnya adalah distribusi frekuensi. Setelah data didapat melalui proses pengkodean, peneliti perlu meringkas data, agar apa yang direpresentasikan dapat dipahami, diinterpretasikan secara lebih baik, atau dihubungkan dengan keperluan pemakai keputusan (Krippendorff, 1993:167). Salah satu teknik yang digunakan untuk menganalisis data sehingga data dapat dipahami dengan lebih mudah adalah tabel distribusi frekuensi, kegunaan dari distribusi frekuensi adalah membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi dari data penelitian (Kriyantono, 2008:235). Data disusun kedalam tabel atau grafik untuk mempermudah dan mempercepat penelitian. Peneliti kemudian melakukan prosentase terhadap catatan frekuensi tersebut. Selanjutnya tiap sub kategori akan dirangking untuk melakukan analisis dan akan

diuraikan secara deskriptif untuk mengetahui kecenderungan dari variabel penelitian.

Tahap kedua dalam penelitian ini terbagi dalam dua bagian yakni bagian perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan jenis kelamin (*independent sample t-test*) dan perbedaan pada kelompok usia (*one way anova*). Pengujian perbedaan antara kelompok pembaca dengan jenis kelamin pria dengan kelompok pembaca wanita karena pembedanya hanya 2 kelompok maka digunakan uji *Independent sample t-test*. Adapun rumus *Independent sample t-test* adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \times \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

Keterangan:

t = Nilai hitung

$\overline{X}_1$  = rata-rata jawaban pembaca

$\overline{X}_2$  = rata-rata jawaban

S<sub>1</sub> = Variansi populasi pembaca pria

S<sub>2</sub> = Variansi populasi pembaca wanita

n<sub>1</sub> = jumlah pembaca pria

n<sub>2</sub> = jumlah pembaca wanita

n<sub>2</sub> Taraf signifikansi  $\alpha : 0,05$

Menentukan Hipotesis

Ho :  $\eta_1 = \eta_2$

Tidak terdapat perbedaan kepuasan pada layout koran antara kelompok pembaca pria dan wanita.

$$H_a : \eta_1 \neq \eta_2$$

Terdapat perbedaan kepuasan pada layout koran antara kelompok pembaca pria dan wanita.

Menentukan daerah penerimaan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  diterima bila probabilitas  $(p) > 0,05$

$H_a$  diterima bila probabilitas  $(p) \leq 0,05$

Analisis *Oneway Anova* digunakan untuk mengukur ada tidaknya perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan kelompok usia, uji one way anova ini digunakan karena pembedanya yang lebih dari 2 kelompok. Adapun langkah-langkah pengujian Analisis *Oneway Anova* adalah sebagai berikut:

a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$$H_0 : \eta_1 = \eta_2 = \eta_n$$

Tidak terdapat perbedaan kepuasan pada layout koran antara kelompok usai yang berbeda-beda.

$$H_a : \eta_1 \neq \eta_2 \neq \eta_n$$

Terdapat perbedaan kepuasan pada layout koran antara kelompok usai yang berbeda-beda.

b. Penerimaan  $H_0$  dan  $H_a$ :

Daerah terima jika probabilitas  $(p) > 0,05$

Daerah terima jika probabilitas  $(p) \leq 0,05$