

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dunia jurnalistik semakin berkembang, beriringan dengan perkembangan media di era globalisasi ini. Pada awal ditemukannya mesin cetak, media cetak menjadi satu-satunya media yang dikonsumsi oleh masyarakat. Namun, setelah semakin berkembangnya teknologi, media cetak harus bersaing dengan media elektronik bahkan dengan multimedia yang sedang marak di kalangan masyarakat, internet. Media-media tersebut termasuk dalam media massa.

Bidang jurnalistik di masa sekarang mempunyai cakupan yang sangat luas, juga dengan media yang semakin berkembang. Banyak hal yang bisa ditawarkan oleh media. Dari informasi yang paling aktual, sampai pada cakupan informasi yang bisa dibaca sambil lalu. Informasi yang diberikan pun mengikuti perkembangan jaman terlebih media yang digunakan dan diakses oleh masyarakat mulai banyak memberikan pengetahuan tentang apa saja. Perkembangan media informasi ini berawal dari media cetak, media elektronik, sampai multimedia yang sekarang sedang gencar-gencarnya digunakan dan diakses oleh masyarakat sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dari dunia luar.

Kini, arus informasi sudah dibawa dengan media yang sangat cepat penyampaiannya kepada khalayak atau publik. Multimedia yang ditawarkan banyak perusahaan yang bergerak di bidang perkembangan informasi semakin mudah diakses oleh masyarakat.

Media massa, menurut McQuail (1987:3), merupakan sumber kekuatan. Sumber kekuatan ini mencakup alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat dimanfaatkan sebagai kekuatan atau sumber daya lainnya.

Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma. (McQuail, 1987:3)

Media massa, menurut Djuroto (2000:6), sebagai lembaga kemasyarakatan bisa mempengaruhi masyarakat karena bertindak sebagai komunikator massa. Agar dipercaya oleh masyarakat, media massa berusaha menyampaikan informasi dengan sesuatu yang baru. Tetapi masyarakat sebagai konsumen, sangat selektif dalam memilih informasi. Jika penyajian media massa tidak sesuai dengan keinginannya, maka ia tidak akan mengonsumsi media tersebut.

Menurut Baran (2009:15), seseorang menimbang tingkat imbalan (*gratification*) yang mereka harapkan dari sebuah media atau pesan yang akan mempengaruhi besarnya usaha yang harus mereka buat untuk mendapatkan imbalan tersebut. Sehingga penggunaan media massa bergantung kepada tujuan masyarakat kepada media yang dikonsumsi. Salah satu bentuk media massa adalah media cetak.

Adanya media cetak diawali dengan penemuan mesin cetak oleh Johannes Guttenberg pada tahun 1455. Sejak itu, muncul media yang memanfaatkan mesin cetak untuk memperbanyak bahan publikasi. Sebagai media yang paling tua, media cetak masih saja banyak yang memanfaatkan. Tema yang diangkat pun beragam. Salah satu bentuk dari media cetak adalah majalah.

Majalah adalah kumpulan berita, artikel, cerita, iklan, dan sebagainya, yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran kuarto atau folio, dijilid dalam bentuk buku. Majalah biasanya terbit teratur, seminggu sekali, dua minggu sekali, atau satu bulan sekali (Djuroto, 2000:11).

Majalah, sebagai salah satu bentuk media cetak juga berperan dalam pembentukan dan pengembangan budaya dalam masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh McQuail (1987:8), pengembangan budaya juga dalam arti pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma yang ada dalam masyarakat. Media yang dikonsumsi masyarakat juga bisa mempengaruhi perilaku dalam menggunakan dan memanfaatkan media tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Sesuai dengan penjelasan McQuail (1987:8), majalah yang juga sebagai salah satu bentuk media massa juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Penggunaan majalah bagi konsumen atau pembacanya akan membuat pola-pola tersendiri dan berbeda satu dengan yang lainnya. Misalnya, seorang pembaca yang menggunakan informasi yang didapat dari majalah *fashion* yang dibacanya untuk dijadikan sebagai pedoman dan tolok ukur dalam berpakaian.

Majalah Utusan adalah majalah dengan segmentasi pembaca yang terbatas, yaitu umat Kristiani. Majalah ini adalah salah satu majalah rohani yang terbit di Keuskupan Agung Semarang. Sebagai majalah dengan segmentasi pembaca yang terbatas, Majalah Utusan mempunyai banyak pelanggan dari kalangan Kristiani. Majalah Utusan sendiri merupakan majalah kerasulan doa yang bertujuan untuk menjadi pewarta di antara kaum awam. Meskipun menjadi majalah keuskupan, pelanggan Majalah Utusan ini tersebar di seluruh Indonesia.

Dengan segmentasi tertentu dan terbatas, Majalah Utusan masih dapat berkembang mengikuti perkembangan zaman. Rubrikasi dan tampilan dari majalah ini dikembangkan agar pembaca tidak merasa bosan dalam membaca isi atau artikel dari Majalah Utusan. Pelanggan Majalah Utusan tentunya juga mempunyai tujuan yang berbeda satu dengan yang lainnya untuk membaca atau mengonsumsi Majalah Utusan. Tujuan ini dilatarbelakangi oleh motivasi yang berbeda untuk membaca majalah bulanan tersebut.

Peneliti menemukan penelitian dengan topik yang hampir sama, yaitu penelitian dari Erlin Setyaningsih dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan judul “Motivasi Penyiar Berita Bekerja di Radio Gapura Klewer 97,3 FM Surakarta. Penelitian tersebut adalah sebuah penelitian dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Erlin Setyaningsih meneliti latar belakang penyiar radio bekerja di Gapura Klewer 97,3 FM Surakarta (Setyaningsih, 2011:10). Persamaan penelitian Erlin Setyaningsih dengan penelitian ini adalah metode

penelitian dan teknik pengumpulan datanya, yaitu dengan metode deskriptif kualitatif dan melakukan wawancara sebagai teknik pengumpulan datanya.

Selain itu, peneliti juga menemukan penelitian sejenis dengan judul “Motivasi Mendengarkan Radio Internet (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Indonesia yang Studi di Luar Negeri yang Mendengarkan www.radioppidunia.org dalam Program Acara Keliling Indonesia)”. Penelitian tersebut dilakukan oleh Silvia Winda Dwiastuti dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2010. Sama dengan penelitian milik Erlin Setyaningsih, penelitian yang dilakukan oleh Silvia Winda Dwiastuti ini juga menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melakukan wawancara dalam pengumpulan data. Begitu juga dengan penelitian ini, menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara.

Penelitian mengenai motivasi pelanggan membaca Majalah Utusan dilakukan untuk mengetahui mengenai latar belakang keinginan pelanggan untuk terus membaca Majalah Utusan. Dari latar belakang atau motivasi pelanggan untuk membaca Majalah Utusan, pihak redaksi kemudian bisa mengevaluasi mengenai kinerja redaksi selama ini tentang penyajian isi dari majalah itu sendiri. Penelitian ini diharapkan juga mampu menjadi pendukung praktis teori *Uses and Gratification*.

B. RUMUSAN MASALAH

Apa saja motivasi membaca bagi pelanggan Majalah Utusan di Yogyakarta?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi membaca bagi pelanggan Majalah Utusan di Yogyakarta.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini mempunyai dua macam manfaat, yaitu manfaat dari sisi akademis dan dari sisi praktis.

Manfaat dari sisi akademis adalah manfaat dari penelitian ini dilihat dari pembuktian teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran dalam penelitian ini. Sedangkan manfaat praktis adalah manfaat yang bisa diambil setelah penelitian ini dilakukan bagi kehidupan sehari-hari, terlebih bagi kelangsungan dan kemajuan dari media-media yang mengusung genre kerohanian.

Manfaat akademis yang didapat dari penelitian yang dilakukan ini adalah adanya tambahan pembuktian dari teori yang digunakan, yaitu *Uses and Gratification Theory*. Teori ini menjelaskan penggunaan dan kepuasan khalayak yang memilih media tertentu untuk dikonsumsi. Tidak hanya itu, teori ini juga menjelaskan mengenai motivasi seorang individu dalam pemilihan media yang akan dikonsumsi.

Dilihat dari sisi praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian yang selanjutnya, juga memberi masukan bagi pihak redaksi Majalah Utusan untuk dapat mengembangkan isi dari majalah tersebut. Dengan diketahuinya motivasi membaca Majalah Utusan bagi pelanggannya, maka pihak

redaksi dapat melakukan kroscek mengenai tujuan pesan yang ditonjolkan oleh redaksi dalam setiap edisinya sudah sampai kepada pembaca atau belum.

E. KERANGKA TEORI

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification Theory* (Teori Kegunaan dan Gratifikasi). Teori ini adalah perluasan dari teori kebutuhan dan motivasi. Menurut West-Turner (2000:334), salah seorang peneliti penggunaan media, Wirbur Schramm, berusaha menjelaskan bahwa anggota khalayak menilai tingkat penghargaan (gratifikasi) yang mereka harapkan dari sebuah media atau pesan yang diberikan terhadap seberapa banyak usaha yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan penghargaan tersebut.

Teori *Uses and Gratification* digunakan dalam penelitian ini karena menjelaskan mengenai kebutuhan dan kepuasan khalayak. Penelitian ini ingin mengetahui motivasi pelanggan membaca Majalah Utusan. Dalam teori *Uses and Gratification*, dijelaskan mengenai adanya kebutuhan dan kepuasan khalayak. Apabila dikaitkan dari teori tersebut, mengenai kebutuhan dan kepuasan khalayak dalam mengonsumsi sebuah media, yaitu Majalah Utusan, maka akan didapat motivasi-motivasi pelanggan untuk terus membaca media tersebut.

Dalam West-Turner (2000:335), ada beberapa penelitian yang sudah dilakukan dan menghasilkan uraian-uraian alasan seseorang mengonsumsi media tertentu.

Para tim peneliti ini menemukan bahwa terdapat kebutuhan baik untuk berhubungan maupun untuk tidak berhubungan dengan orang lain. Di antara kategori yang diidentifikasi oleh individu-individu adalah kebutuhan yang dihubungkan dengan memperoleh informasi atau pengetahuan, kesenangan, status, memperkuat hubungan, dan pelarian. (West and Turner, 2000:335)

Katz, Blumler, dan Gurevitch menyatakan ada lima asumsi dasar teori Kegunaan dan Gratifikasi (West and Turner, 2000:335):

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan (*The audience is active and its media use is goal oriented*).

Khalayak sendiri yang memilih di antara berbagai jenis media untuk memperoleh kepuasan yang berbeda. Khalayak sendiri yang memilih media yang seperti apa yang akan mereka gunakan.

2. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak (*The initiative in linking need gratification to a specific medium choice rests with the audience member*).

Karena khalayak adalah aktif, maka khalayak sendiri yang bisa mengambil inisiatif dan menentukan media yang mereka gunakan sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri

3. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan (*The media compete with other sources for need satisfaction*).

Media berkompetisi dengan media massa lain yang ada dalam masyarakat dan saling berlomba untuk bisa dipilih khalayak.

4. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai

kegunaan tersebut kepada peneliti (*People have enough self-awareness of their media use, interests, and motives to be able to provide researchers with an accurate picture of that use*).

Kemampuan peneliti untuk bisa mengumpulkan informasi yang bisa menjadi data dari informan sehingga informan bisa menunjukkan dengan jelas mengenai kesadaran penggunaan media, ketertarikan, dan motivasi penggunaan media mereka.

5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak (*Value judgments of media content can only be assessed by the audiences*).

Penilaian mengenai media dan isinya hanya dapat dilakukan oleh khalayak karena khalayak sendiri yang menggunakan media tersebut sehingga mereka bisa mengerti mengenai isi medianya.

Dalam penelitian ini, yang diteliti adalah perilaku komunikasi khalayak dalam hubungannya dengan pengalaman langsungnya menggunakan media massa. Khalayak diasumsikan sebagai bagian dari khalayak yang aktif dalam penggunaan media, bukan yang secara pasif memanfaatkan muatan media. Khalayak dianggap bertanggung jawab dalam memilih media massa untuk mengetahui kebutuhan, memenuhi kebutuhan, dan cara memenuhi kebutuhan tersebut (Rubin dalam Littlejohn, 1996:345).

Asumsi dalam teori *Uses and Gratification* ini menjelaskan tentang khalayak yang aktif dalam menggunakan media dan penggunaan media tersebut berorientasi pada tujuan. Anggota khalayak dapat membawa tingkat aktivitas

yang berbeda untuk penggunaan media mereka. Kebutuhan dan kepuasan khalayak dapat diklasifikasikan menjadi empat bagian, yaitu (West and Turner, 2000:336):

1. Pengalihan (*diversion*)

Bisa diartikan dengan menggunakan media untuk bisa keluar dari rutinitas atau permasalahan sehari-hari.

2. Hubungan Personal (*personal relationship*)

Terjadi ketika orang menggunakan media sebagai ganti temannya.

3. Identitas Personal (*personal identity*)

Cara untuk menekankan nilai-nilai individu yang ada di dalam media tersebut dan dibaca oleh masyarakat.

4. Pengawasan (*surveillance*)

Informasi mengenai bagaimana media akan membantu individu mencapai sesuatu dari informasi yang didapat.

Dengan mengetahui kebutuhan dan kepuasan khalayak sesuai dengan keempat kategori pada teori *Uses and Gratification* dalam mengonsumsi Majalah Utusan, maka motivasi pelanggan membaca Majalah Utusan akan didapat. Setiap aktivitas yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki suatu faktor yang mendorong aktivitas tersebut. Sama seperti ketika seseorang membaca sebuah media. Motivasi yang dimiliki seseorang tidaklah sama, berbeda antara satu dengan yang lainnya. Karena masing-masing orang memiliki tingkat pemanfaatan media yang berbeda (Sutrisno, 2009:128).

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan bentuk dari penelitian kualitatif dengan disain penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Bungin (2007:42), penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi obyek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran mengenai kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.

Penelitian dengan disain deskriptif kualitatif ini bersifat mendalam. Tidak hanya itu, menurut Bungin (2007:42), jenis penelitian ini merupakan penelitian ini mempunyai sifat tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau membuat suatu generalisasi dari sebuah fenomena realitas sosial.

Dengan penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti mengetahui motivasi pelanggan Majalah Utusan di Yogyakarta dalam membaca Majalah Utusan. Penelitian ini menjelaskan atau mendeskripsikan motivasi masing-masing pelanggan yang menjadi informan dalam penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian deskriptif kualitatif ini, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Menurut Bungin (2007:46), wawancara mendalam adalah proses untuk mendapatkan

keterangan mengenai tujuan penelitian dari informan atau orang yang ingin diwawancarai. Proses ini terjadi secara tatap muka langsung oleh peneliti dengan orang yang ingin diwawancarai.

Wawancara mendalam tentunya berbeda dengan wawancara yang biasa dilakukan. Proses ini terjadi lebih dari satu kali karena benar-benar ingin mendapatkan informasi yang mendalam mengenai fenomena realitas sosial yang diangkat dalam penelitian. Masing-masing informan ditemui oleh peneliti sebanyak tiga kali. Dalam pertemuan yang pertama dan kedua, peneliti hanya melakukan perkenalan dan pendekatan kepada informan. Dalam penelitian kali ini, informasi mendalam yang ingin didapatkan dari informan adalah mengenai penggunaan Majalah Utusan dalam kehidupan sehari-hari pelanggan. Informan dari penelitian ini adalah pelanggan yang sudah lama mengonsumsi Majalah Utusan. Rata-rata pelanggan Mjalah Utusan yang menjadi informan dalam penelitian ini berlangganan sudah lebih dari lima tahun. Dengan waktu berlangganan yang sudah cukup lama tersebut, mereka mempunyai motivasi yang cukup kuat dalam diri mereka untuk terus membaca Majalah Utusan. Dalam wawancara ini juga diperlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum, tidak terstruktur dan bersifat terbuka yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari informan (Creswell, 2009:267).

Teknik pengumpulan data dilakukan peneliti dengan menggunakan alat rekam berupa *audio-tape* atau *recorder*. Selama proses wawancara, peneliti

juga melakukan pencatatan untuk mengantisipasi rekaman yang rusak atau gagal. Setelah itu, peneliti mentranskrip hasil rekaman tersebut (Creswell, 2009:273).

Wawancara dilakukan pada empat orang pelanggan Majalah Utusa. Keempat pelanggan Majalah Utusan ini dipilih karena mempunyai aktivitas yang berbeda pada kesehariannya, ada yang menjadi ibu rumah tangga, ibu rumah tangga dengan membuka usaha di rumahnya, pekerja, dan aktivis gereja. Pada awal pertemuan dengan informan, peneliti menggali mengenai profil atau keterangan tentang kehidupan informan. Pengumpulan data dengan wawancara tidak hanya dilakukan satu kali saja oleh peneliti. Peneliti mendatangi informan selama beberapa kali. Pertemuan awal ini tidak membahas mengenai topik yang diangkat peneliti dalam penelitian ini, melainkan proses pendekatan pada informan agar informan dapat memberikan informasi yang diharapkan oleh peneliti.

Tidak hanya melakukan wawancara, tetapi peneliti juga melakukan pengamatan atau observasi pada pelanggan yang menjadi informan dalam penelitian ini. Observasi dilakukan dengan mengamati dokumen-dokumen yang diberikan oleh informan. Dokumen yang diperlihatkan oleh informan berupa foto, kliping surat kabar atau majalah, dan buku-buku yang selama proses wawancara berlangsung dapat membantu informan menjelaskan dan menguatkan pernyataan mereka.

Dalam penelitian ini, peneliti memaparkan seluruh jawaban dari informan saat proses wawancara. Jawaban dari informan tersebut dikategorisasikan menurut pertanyaannya. Proses wawancara untuk mendapatkan data dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti selama tiga hari yaitu pada hari Jumat, 29 Juni 2012 sampai hari Minggu, 1 Juli 2012. Peneliti menemui masing-masing informan di rumahnya yaitu di Jalan Palagan, Jalan Sagan, Keparakan Kidul, dan di Kasihan. Keempat informan dalam penelitian ini tinggal di Yogyakarta. Sebelumnya, yaitu pada tanggal 24 Mei 2012, peneliti menghubungi masing-masing informan lewat telepon untuk meminta kesediaan waktunya agar peneliti bisa mendatangi informan dan menjelaskan maksud dan tujuan dari kedatangan peneliti. Pada 26-27 Mei 2012, peneliti bertemu langsung dengan keempat informan untuk melakukan klarifikasi kesanggupan mereka untuk diwawancara, masing-masing di rumahnya.

Tabel I.1
Proses Wawancara

No.	Hari, Tanggal	Aktivitas
1.	Kamis, 31 Mei 2012	Menghubungi informan untuk meminta waktu agar peneliti bisa bertemu dan menjelaskan maksud dan tujuan peneliti
2.	Sabtu-Minggu, 16-17 Juni 2012	Peneliti menemui informan di masing-masing rumahnya. Ibu Sudibyo Asmoro: Jalan Sagan GK

		V/1019, Yogyakarta Ibu Harjono: Keparakan Kidul MG I/1099, Yogyakarta Bapak Gatot Nursetyo: Jalan Palagan Tentara Pelajar 130, Yogyakarta Bapak Gratianus Surahman: Brajan, Tamantirto, Yogyakarta
3.	Rabu, 27 Juni 2012	Peneliti menemui informan lagi untuk mendapatkan data mengenai profil informan.
4.	Jumat, 29 Juni 2012 17.00 – 19.00 WIB	Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Sudibyo Asmoro
5.	Sabtu, 30 Juni 2012 10.30 – 12.00 WIB 17.00 – 20.30 WIB	Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Harjono. Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Gatot Nursetyo.
6.	Minggu, 1 Juli 2012 12.30 – 15.00 WIB	Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Gratianus Surahman.

Sumber: Peneliti (2012)

Masing-masing informan dalam penelitian ini terlebih dahulu dikonfirmasi kesediaannya untuk diwawancara oleh peneliti. Proses pertama yang dilalui oleh peneliti adalah mendatangi kantor redaksi Majalah Utusan untuk meminta data pelanggan yang berdomisili di Yogyakarta. Setelah mendapatkan data pelanggan dari Filipus Bino, Administrasi redaksi, peneliti kemudian menghubungi keempat pelanggan untuk membuat janji bertemu dan

bertandang ke rumah pelanggan dengan tujuan untuk menjelaskan maksud dan tujuan peneliti mewawancara mereka.

Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak kampus untuk melakukan penelitian, peneliti kemudian menghubungi kembali keempat pelanggan yang menjadi informan. Pertama, penulis menemui Sudibyo Asmoro, seorang pensiunan PNS (Pegawai Negeri Sipil) yang sudah berlangganan Majalah Utusan selama dua belas tahun. Penulis mendatangi kediaman Ibu Sudibyo Asmoro yang terletak di Sagan GK V/1019, pada hari Jumat, 29 Juni 2012 pukul 17.00 WIB. Wawancara dilakukan selama kurang lebih dua jam. Wawancara yang kedua dilakukan peneliti pada hari Sabtu, 30 Juni 2012. Pada hari Sabtu, 30 Juni 2012, penulis menemui dua orang informan dalam satu hari yang sama. Pada pukul 10.30 WIB sampai pukul 12.00 WIB, peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Harjono yang bertempat tinggal di Keparakan Kidul MG I/1099. Kemudian pada pukul 17.00 WIB sampai pukul 20.30 WIB, peneliti mendatangi informan yang ketiga, Bapak Gatot Nursetyo, di Jalan Palagan Tentara Pelajar 130. Informan yang keempat, Bapak Gratianus Surahman, diwawancara peneliti pada hari Minggu, 1 Juli 2012 pukul 12.30 WIB sampai pukul 15.00 WIB. Peneliti juga mendatangi kediaman Bapak Surahman yang berada di Brajan, Tamantirto, Kasihan untuk melakukan wawancara.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan dan materi-materi yang lain yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai materi tersebut dan untuk memungkinkan menyajikan apa yang sudah ditemukan kepada orang lain (Emzir, 2010:85).

Penelitian ini menggunakan deskriptif secara naratif yaitu menggambarkan data dengan menguraikan secara jelas sesuai dengan keadaan sesungguhnya kemudian disusun sebuah kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian ini bukan kesimpulan yang megeneralisasikan hasil temuan data, namun kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian.

Pada umumnya semua teknis analisis data kualitatif adalah sama, yaitu melewati prosedur pengumpulan data, *input* data, analisis data, penarikan kesimpulan dan verifikasi dan diakhiri dengan penulisan hasil temuan dalam bentuk narasi (Hendriansyah, 2010:163).

Teknik analisis data model interaktif terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan. Tahapan pertama adalah tahapan pengumpulan data, tahap kedua adalah reduksi data, tahap ketiga adalah *display* data dan tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan/atau verifikasi (Hendriansyah, 2010:164).

Langkah-langkah yang ditempuh dalam analisis data adalah :

a. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif tidak ada segmen atau waktu yang spesifik dan khusus yang disediakan untuk proses pengumpulan data karena sepanjang penelitian berlangsung, sepanjang itu pula proses pengumpulan data dilakukan (Hendriansyah, 2010:165). Pada saat peneliti melakukan pendekatan dan menjalin hubungan dengan subjek penelitian, dengan responden penelitian, observasi dan berinteraksi dengan informan merupakan proses pengumpulan data yang hasilnya adalah data yang akan diolah.

Data dalam penelitian ini didapat dari hasil wawancara dengan pelanggan Majalah Utusan yang menjadi informan penelitian. Ketika peneliti telah mendapatkan data yang cukup untuk diproses dan dinamis, tahap selanjutnya adalah melakukan reduksi data.

b. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis (Hendriansyah, 2010:165). Dalam penelitian ini, hasil wawancara dan studi dokumentasi diubah menjadi bentuk tulisan (*script*). Hasil studi dokumentasi dan wawancara diformat menjadi skrip analisis dokumen.

Hasil dari wawancara kemudian diformat menjadi bentuk percakapan. Semua hal yang dibicarakan beserta situasinya, diubah menjadi bentuk percakapan apa adanya, tanpa satu kata pun yang dilewatkan, dikurangi

atau diedit. Jika terdapat kata-kata yang kurang pantas, maka peneliti dapat menggantinya dengan memberikan catatan khusus mengapa peneliti mengganti kata atau kalimat tersebut. Satu percakapan wawancara mewakili satu kali pertemuan (Hendriansyah, 2010:166-167).

c. *Display Data*

Setelah semua data telah diformat berdasarkan instrumen pengumpulan data dan telah berbentuk tulisan (*script*), langkah selanjutnya adalah melakukan *display data*. *Display data* dilakukan dengan membuat kategori sub tema mengenai beberapa alasan pelanggan di Yogyakarta membaca Majalah Utusan.

Setelah membuat dan menyusun kategori sub tema, selanjutnya adalah mencari pernyataan-pernyataan narasumber yang sesuai dengan sub tema. Pada tahap ini peneliti dapat melihat respon subyek melalui pernyataan yang telah dikategorikan ke dalam sub-sub tema. Semua data dalam tahap ini didapat dari hasil transkrip wawancara yang sudah dilakukan.

d. *Penarikan Kesimpulan*

Kesimpulan/verifikasi merupakan tahap akhir dalam rangkaian analisis data kualitatif ini (Hendriansyah, 2010:167). Dalam penelitian, kesimpulan akan menjurus pada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan pada rumusan masalah penelitian dan mengemukakan hasil dari temuan data penelitian.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

5. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah pelanggan Majalah Utusan di Yogyakarta membaca Majalah Utusan. Narasumber atau informan dalam penelitian ini adalah pelanggan Majalah Utusan dengan latar belakang sosial, pekerjaan, usia, ekonomi yang berbeda. Keempat orang pelanggan yang menjadi informan dengan latar belakang yang berbeda memberikan variasi yang berbeda dalam penelitian ini.

Peneliti mengambil empat orang sebagai informan dalam penelitian ini dengan pertimbangan bahwa empat orang yang pada awalnya direkomendasikan oleh Filipus Bino, Administrasi Majalah Utusan, adalah pelanggan yang mempunyai kesibukan yang berbeda dalam kesehariannya. Sehingga mempunyai motivasi yang bervariasi dalam membaca Majalah Utusan.

6. Narasumber

Pelanggan Majalah Utusan yang berada di Yogyakarta dengan latar belakang sosial, ekonomi, usia, dan pekerjaan yang berbeda satu sama lain. Pelanggan yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pelanggan dengan lama berlangganan yang berbeda pula.

Masing-masing informan diberikan pertanyaan yang sama, sesuai dengan *guiding questions* yang sudah dibuat sebelumnya. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti dapat berkembang dengan sendirinya ketika proses wawancara dilakukan. Mulai dari latar belakang membaca Majalah Utusan sampai pada motivasi apa yang membuat mereka masih membaca Majalah Utusan.

Daftar informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel I.2
Daftar Nama Informan

No.	Nama	Alamat	No. Telp
1.	Ibu Sudibyo Asmoro	Jalan Sagan GK V/1019	(0274) 589788
2.	Ibu Harjono	Keparakan Kidul MG I/1099	(0274) 371363
3.	Bpk. Gatot Nursetyo	Jalan Palagan Tentara Pelajar 130	(0274) 884926
4.	Bpk. Gratianus Surahman	Brajan, Tamantirto, Kasihan	-

Sumber: Administrasi Majalah Utusan (2012)