

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai kebutuhan khalayak tentang Korean Pop dengan membaca media massa cetak. Peneliti ingin meneliti kebutuhan-kebutuhan khalayak yang terdiri dari kebutuhan kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial dan eskapis yang dibutuhkan oleh siswi SMA Stella Duce 1 Yogyakarta saat membaca media massa cetak yang khusus membahas tentang Korean Pop.

Responden yang berjumlah 85 siswi adalah siswi SMA Stella Duce 1 Yogyakarta dengan tahun angkatan 2010/2011 dan 2011/2012 yang membaca media massa cetak berupa tabloid atau majalah yang khusus membahas tentang Korean Pop. Alasan memilih populasi ini seperti dijelaskan di Bab I yaitu sebagian besar penggemar Korean Pop adalah remaja dan anak muda terutama remaja putri yang menyukai Korean Pop dari *boys* dan *girls band*, musik, gaya fashion.

Melihat hasil penelitian di atas dapat disimpulkan secara umum bahwa responden memiliki kebutuhan-kebutuhan yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif dan kebutuhan integratif sosial ketika membaca media massa cetak, majalah atau tabloid yang khusus membahas Korean Pop dan dengan membaca media kebutuhan responden terpenuhi. Responden ingin memenuhi kebutuhan mereka akan informasi tentang

Korean Pop, pengalaman yang menyenangkan tentang Korean Pop dan kebutuhan akan kontak dengan orang-orang dengan Korean Pop sebagai alat kontak.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti merangkum kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil jawaban dari responden, siswi SMA Stella Duce 1 membutuhkan kebutuhan kognitif, afektif dan integratif sosial. Sedangkan yang tidak membutuhkan kebutuhan terlihat pada kebutuhan integratif personal dan kebutuhan eskapis dimana masing-masing memiliki mayoritas responden yang menyatakan tidak membutuhkan kebutuhan tersebut.
2. Berdasarkan tabulasi silang karakteristik responden didapatkan hasil yang menyatakan bahwa kebutuhan responden masing-masing mempunyai perbedaan. Kebutuhan khalayak berdasarkan usia, angkatan dan cara mendapatkan media terjadi pada kebutuhan kognitif, afektif dan integratif sosial.
3. Tidak terdapat perbedaan dalam hal kebutuhan khalayak yang dibutuhkan oleh responden yaitu kebutuhan kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial dan eskapis. Sehingga dari masing-masing kebutuhan dinyatakan tidak ada perbedaan.
4. Kemudian, dari hasil pengolahan data penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini terdapat

kebutuhan siswi tentang Korean pop ketika membaca media massa cetak yang khusus membahas tentang Korean Pop.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, dapat diberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi penelitian sejenis, antara lain:

1. Tema penelitian ini meneliti tentang kebutuhan khalayak yang membaca media, maka masih terdapat peluang untuk menggalinya kembali. Dapat dilaksanakan penelitian yang lebih spesifik pada salah satu media yang paling diminati dan dapat juga dilaksanakan dengan penelitian kualitatif untuk lebih mendalami penelitian tentang kepuasan akan membaca media.
2. Bagi penelitian berikutnya yang membahas Korean Pop pada media massa, dapat melakukan penelitian akan nilai-nilai dalam berita-berita di media massa tersebut yang mempengaruhi masyarakat atau menelaah sikap dan perilaku dari masyarakat terhadap isi berita tentang Korean Pop pada media massa.
3. Peneliti menyarankan untuk penelitian sejenis ini dapat ditambahkan kepuasan responden akan kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat dan membandingkan kebutuhan dua kelompok yang berbeda, sehingga mungkin bisa diperoleh hasil yang berbeda dari dua kelompok tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, H.M. Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosialnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang: CESPUR.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Prabu. A., 2005. "Pengaruh Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional Kabupaten Muara Enim". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 3, No. 6 (Desember), p. 7.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. 2010. *Consumer Behavior*. 10th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Severin & Tankard. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Subagyo, Joko P. 1991. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suparmoko, M. 1998. *Metode Penelitian Praktis Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPF.
- Tan, S. Alexis. 1984. *Mass Communication Theories and Research*. Texas: Tech University.
- Yusup, Pawit. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara

Skripsi:

Kristiani, Novi. 2010. *Pengaruh Kebutuhan Individu Dan Konsumsi Media Terhadap Kepuasan Bermedia (Survei Terhadap Pembaca Rubrik Regol Majalah Kabare*. Strata 1 Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.

Puspasari, Emmanuela Indira. 2011. *Pengaruh Intensitas Membaca Majalah National Geographic Indonesia Terhadap Kepuasan Mahasiswa UKM Fotografi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*. Strata 1 Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.

Irmanto, Vania Rosalin. 2011. *Motivasi dan Perilaku Penggemar K-POP di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Strata 1 Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.

Internet:

[http:// id.voi.co.id/](http://id.voi.co.id/) = akses pada 21 Maret 2012

http://www.asiangrup.com/index.php?option=com_content&task=view&id=24&Itemid=62 = diakses pada 22 Maret 2012