

**ANALISIS SIKAP PELANGGAN TERHADAP TOPIK
SURAT KABAR HARIAN SUARA MERDEKA
(Studi Kasus Kelurahan Plombokan, Kecamatan Semarang Utara)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun Oleh :

Nama : **DAH WIDOWATI**

NIM : **97.30.3296**

NIRM : **97.6.111.02016.50290**

Jurusan : **Manajemen**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kembangkanlah pribadimu setinggi mungkin hingga Tuhan pun akan berkonsultasi padamu sebelum menentukan nasibmu” (Muhammad Iqbal)

Kesuksesan dan keberhasilan, bahkan kegagalan dan kekecewaan adalah merupakan bagian dari proses diri dalam hidup ini, tetapi yang penting bagi kita adalah selalu berusaha untuk menjadi lebih baik.



Kupersembahkan Skripsi ini untuk :

Papa dan Mama

serta

Kukukku tercinta

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DIAH WIDOWATI

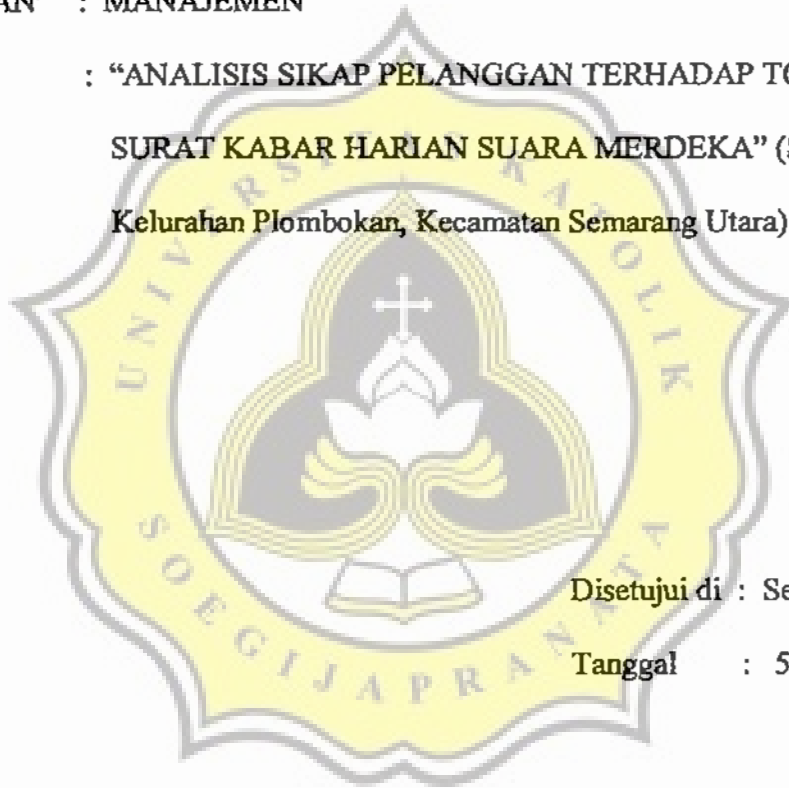
NIM : 97.30.3296

NIRM : 97.6.111.02016.50290

FAKULTAS : EKONOMI

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL : "ANALISIS SIKAP PELANGGAN TERHADAP TOPIK
SURAT KABAR HARIAN SUARA MERDEKA" (Studi Kasus
Kelurahan Plombokan, Kecamatan Semarang Utara)



Disetujui di : Semarang

Tanggal : 5 Juni 2002

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Y. Sugiharto'.

(Drs. Y. Sugiharto)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**JUDUL : ANALISIS SIKAP PELANGGAN TERHADAP TOPIK SURAT
KABAR HARIAN SUARA MERDEKA**

Disusun Oleh :

Nama : Diah Widowati

NIM : 97.30.3296

NIRM : 97.6.111.02016.50290

**Telah diuji dan dipertahankan di hadapan dewan penguji dalam sidang yang
diselenggarakan pada :**

Hari : Senin

Tanggal : 24 Juni 2002



Semarang, 4 Juli 2002

Dekan Fakultas Ekonomi

(Vincent Didiek WA, PhD)

Koordinator Penguji

(Vincent Didiek WA, PhD)



ABSTRAKSI

Surat kabar sebagai salah satu media massa cetak yang berisi tentang berbagai macam berita, sangat penting artinya bagi manusia. Tidak mengherankan, jika surat kabar menjadi salah satu sumber informasi bagi manusia untuk mengetahui perkembangan lingkungan dan masyarakatnya. Banyaknya media sebagai sumber informasi, maka akan memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara cepat. Hal ini akan memberikan kepuasan pada masyarakat akan berita-berita yang aktual.

Untuk lebih memfokuskan dengan masalah yang telah disebut sebelumnya, maka penelitian ini dibatasi pada konsumen atau pelanggan surat kabar harian "Suara Merdeka" yang berada pada lingkup kota Semarang. Masalah yang akan diteliti adalah sikap pelanggan terhadap topik surat kabar harian "Suara Merdeka" atas atribut topik berita politik, topik berita ekonomi.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui sikap konsumen atau pelanggan terhadap topik surat kabar harian "Suara Merdeka", serta ingin mengetahui atribut topik apa yang diinginkan oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari akan informasi. Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak lain : Bagi perusahaan surat kabar harian "Suara Merdeka", bagi penulis sendiri, serta berguna bagi pihak lain.

Dalam penelitian ini, ditetapkan sebagai lokasi penelitian adalah kelurahan yang ada pada wilayah Semarang, tepatnya pada Kecamatan Semarang Utara yaitu kelurahan Plombokan. Adapun dasar dari penetapan lokasi ini adalah meskipun dalam ruang lingkup hanya pada Kelurahan Plombokan Kecamatan Semarang Utara, sudah banyak yang menjadi konsumen atau pelanggan surat kabar harian "Suara Merdeka"; sehingga dapat dijadikan tolok ukur penelitian.

Sedangkan yang menjadi populasinya adalah pelanggan surat kabar harian "Suara Merdeka" yang tidak diketahui populasinya secara pasti, yang berlangganan pada agen surat kabar di Semarang. Teknik sampling yang digunakan adalah non random sampling (tak acak), dimana anggota populasi tidak diberi peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sample. Selain itu, jenis penentuan sample dilakukan secara kebetulan (teknik insidental sampling). Dari populasi yang berjumlah 1894 kepala keluarga diambil sample sebesar 100 orang responden. Dengan jumlah 100 responden dianggap dapat mewakili seluruh populasi yang ada.

Semua data yang terkumpul diuji dahulu validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas menggunakan koefisien korelasi product moment, sedangkan uji reliabilitas menggunakan pendekatan koefisien alpha. Hasil uji validitas dan reliabilitas untuk masing-masing pertanyaan ideal (harapan), belief (kenyataan) dan derajat kepentingan adalah valid dan reliable. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Multiattribute Attitude Model (MAM) dengan menggunakan rumus Model Angka Ideal, yang digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut topik surat kabar. Dalam perhitungan dengan menggunakan rumus model angka ideal dibutuhkan teknik skala beda semantic

yang ditunjukkan oleh 7 titik skala dan responden menunjukkan sikap mereka terhadap obyek penelitian.

Untuk mengetahui keadaan atau karakteristik responden yang memberikan tanggapan sikapnya terhadap atribut topik surat kabar harian "Suara Merdeka"; dalam tabel frekuensi dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki sebesar 58%. Responden sebanyak 34% berusia antara 31-40 tahun. Rata-rata sebagian besar responden berprofesi sebagai wiraswasta sebesar 36%, dan range pendapatan berkisar antara lebih besar dari 750.000 sebesar 40%.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan alat analisis Multiattribute Attitude Model dengan menggunakan model angka ideal, maka diperoleh hasil untuk masing-masing atribut adalah sebagai berikut : keadaan politik pemerintahan yang terjadi saat ini = 5.42, luas/jangkauan berita politik = 7.56, personal/profil yang ada pada kegiatan politik = 6.71, segala pemberitaan politik yang terjadi = 7.94, kebijakan ekonomi negara yang berlaku = 5.59, pemberitaan ekonomi mengenai usaha manusia pada kehidupannya = 3.45, kegiatan usaha negara maupun swasta = 2.02, berbagai informasi bisnis yang diberitakan disegala lingkup = 4.94, berita olahraga yang terdapat unsure "pertentangan" = 1.83, cakupan berita olahraga = 3.62, berita mengenai bintang olahraga = 3.38, puncak berita olahraga pada saat pesta olahraga dari berbagai lingkup olahraga = 2.08. Sikap konsumen untuk masing-masing untuk masing-masing atribut adalah positif karena angka tersebut mendekati nol, artinya sikap konsumen terhadap atribut topik surat kabar yang ditawarkan "Suara Merdeka" sesuai dengan keinginan konsumen atau pelanggan.

Sikap konsumen terhadap atribut berita politik, berita ekonomi, dan berita olahraga ditunjukkan pada skala sikap secara keseluruhan yaitu sebesar 54,53. Dari perhitungan Multiattribute Attitude Model tersebut hasil yang diperoleh yaitu sebesar 54,53 berada pada range pertama. Hal ini berarti sikap konsumen terhadap keseluruhan atribut adalah positif.

Mengingat kriteria dalam sikap bahwa semakin kecil (rendah) skor yang diperoleh maka sikap konsumen semakin baik atau positif, dan sebaliknya semakin besar atau tinggi skor yang diperoleh maka sikap konsumen secara relatif akan negatif.

Dilihat dari hasil analisa model angka ideal dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut topik surat kabar harian "Suara Merdeka" pada umumnya mendapat penilaian baik dari konsumen. Hal ini dapat diketahui dari selisih Ideal dan Belief yang terletak diantara nilai terendah yaitu 0,36 pada atribut topik berita olahraga yang didalamnya terdapat unsur "pertentangan", dan yang tertinggi adalah 1,50 pada atribut topik segala berita politik yang terjadi. Selisih ini menunjukkan kesenjangan antara yang diharapkan konsumen tidak berbeda jauh dengan yang diyakini. Sikap konsumen dapat dikatakan positif yang artinya topik surat kabar harian "Suara Merdeka" dapat diterima baik oleh konsumen. Adapun saran-saran yang dapat diberikan adalah agar perusahaan meningkatkan keakuratan dan keaktualan berita yang disajikan, serta melakukan riset kepada pelanggan atau konsumen akan keinginan dan kebutuhan konsumen; sehingga dapat diambil kebijakan akan berita-berita yang ditampilkan agar sesuai dan memuaskan terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan atau konsumen.

KATA PENGANTAR

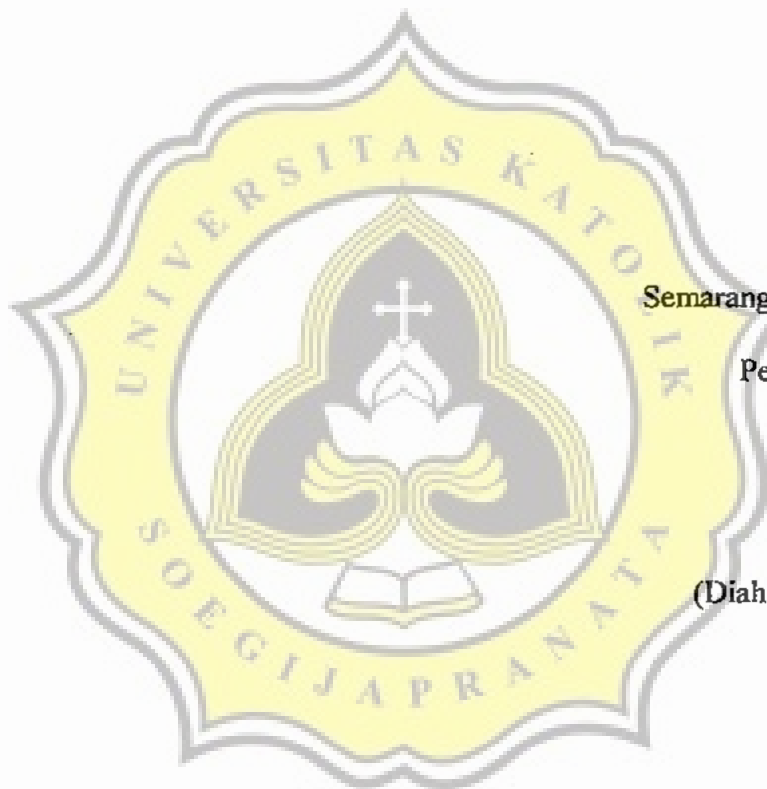
Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS SIKAP PELANGGAN TERHADAP TOPIK SURAT KABAR HARIAN SUARA MERDEKA”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam rangka menempuh ujian akhir program Sarjana (S1).

Penulis sangat menyadari adanya keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga memerlukan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Vincent Didiek WA, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Y. Sugiharto, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti.
3. Bapak Drs. Bowo Harcahyo, MBA., selaku dosen wali yang banyak membantu peneliti selama menempuh studi di fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. PT. Suara Merdeka Press Semarang yang telah membantu peneliti dalam pembuatan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Staff Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.

6. Orang tua tercinta dan kakakku tersayang yang telah memberikan dukungan moral maupun material.
7. Teman-teman mahasiswa serta berbagai pihak lainnya yang telah banyak memberikan sumbangan pikiran serta dorongan semangat bagi terselesainya skripsi ini.

Akhir kata atas segala kritikan dan masukan yang membangun dalam penulisan skripsi ini, peneliti menerimanya dengan keterbukaan hati.



Semarang, 5 juni 2002

Penulis

(Diah Widowati)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	8
2.2. Strategi Segmentasi Pasar	12
2.3. Pengertian Perilaku Konsumen	14

2.3.1. Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku	
Konsumen	15
2.4. Sikap	23
2.4.1. Pengertian Sikap	23
2.4.2. Ciri Sikap	24
2.4.3. Karakteristik Sikap	25
2.4.4. Sifat dari Sikap	26
2.4.5. Pembentukan Sikap	27
2.4.6. Hubungan Sikap dengan Perilaku	28
2.5. Pengertian Berita	30
2.5.1. Berita Suara Merdeka	31
2.5.2. Segmen Pemasaran Suara Merdeka	34
2.5.3. Porsi Pemberitaan	35
2.5.4. Halaman Ekonomi dan Keuangan	35
2.5.5. Halaman Olahraga	36
2.5.6. Halaman Internasional	36
2.6. Kerangka Pikir	37
2.7. Definisi Operasional	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian	41
3.2. Populasi dan Sampel	41
3.3. Jenis Data	42
3.4. Metode Pengumpulan Data	43

3.5. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	43
3.6. Metode Analisis Data	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Responden	49
4.1.1. Identitas Responden Berdasarkan Usia, Pekerjaan dan Jenis Kelamin	49
4.1.2. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	50
4.1.3. Identitas Responden Berdasarkan Masa Berlangganan	51
4.2. Analisis Hasil Penelitian	52
4.2.1. Bobot Kepentingan Topik	52
4.2.2. Ideal dan Belief Topik	54
4.2.3. Sikap Konsumen Terhadap Topik Surat Kabar Harian Suara Merdeka	58
4.2.3.1. Sikap Konsumen Terhadap Topik Berita Politik	58
4.2.3.2. Sikap Konsumen Terhadap Topik Berita Ekonomi	60
4.2.3.3. Sikap Konsumen Terhadap Topik Berita Olahraga	62

4.2.3.4. Sikap Konsumen Terhadap Topik Berita Politik, Berita Ekonomi dan Berita Olahraga Secara Keseluruhan	63
--	----

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Omset Perusahaan Surat Kabar Harian Suara Merdeka	3
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia, Pekerjaan dan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	50
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Masa Berlangganan	51
Tabel 4.4 Tingkat Kepentingan Topik	53
Tabel 4.5 Perhitungan Selisih Ideal dan Belief	56
Tabel 4.6 Rata-rata Sikap Konsumen Terhadap masing-masing topik politik	59
Tabel 4.7 Rata-rata Sikap Konsumen Terhadap masing-masing topik Ekonomi	60
Tabel 4.7 Rata-rata Sikap Konsumen Terhadap masing-masing topik Olahraga	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.6. Skema Kerangka Pikir Penelitian.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Tabel Angka Kritik Nilai r
- Lampiran 4 Hasil Kuesioner Ideal
- Lampiran 5 Hasil Kuesioner Belief
- Lampiran 6 Hasil Kuesioner Derajat Kepentingan
- Lampiran 7 Hasil Kuesioner Pendapatan, Pekerjaan, Jenis Kelamin, dan Masa Berlangganan

