

ABSTRAK
ANALISIS PASAR SASARAN PEMBACA
HARIAN UMUM KOMPAS DI YOGYAKARTA

Olkfiami
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2005

Dalam pembangunan suatu bangsa diperlukan adanya suatu keterbukaan dalam informasi tertentu, hal ini dalam kaitannya dengan pertanggungjawaban pemerintah yang telah terpilih kepada rakyat yang memilihnya. Sedangkan media untuk menyampaikan informasi di Indonesia sangat beraneka ragam dan salah satunya adalah surat kabar yang pertumbuhannya sangat pesat, sehingga perlu dianalisis untuk dapat bertahan bagi setiap surat kabar. Bertitik tolak dari hal tersebut, dilakukan analisis terhadap salah satu surat kabar yang dalam penelitian ini dilihat pasar sasarannya di Yogyakarta. Sehingga penelitian ini berjudul “Analisis Pasar Sasaran Pembaca Harian Umum Kompas di Yogyakarta”.

Adapun pasar sasaran pembaca harian umum Kompas ini dianalisis dengan persentase, *cluster*, dan crosstab. Analisis persentase digunakan untuk melihat variabel mana yang dianggap paling dominan dengan cara membagi variabel yang dituju dengan jumlah keseluruhan jumlah variabel dalam kelompok. Sedangkan analisis *cluster* adalah suatu prosedur multivariate untuk mengelompokkan individu-individu ke dalam *cluster-cluster* berdasarkan karakteristik-karakteristik tertentu. Dan analisis crosstab dipergunakan untuk jumlah dari masing-masing profil (jenis kelamin, usia, status, pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan) yang termasuk dalam tiap-tiap *cluster*.

Dan setelah dianalisis, terdapat dua sub kelompok atau *cluster* pasar sasaran pembaca harian umum Kompas di Yogyakarta, yaitu *cluster* 1 adalah responden atau pelanggan yang membeli, membaca, dan yang berlangganan surat kabar Kompas karena tertarik akan berita-berita dan *image*, penampilan fisik yang ada pada koran, seperti tata letak (*layout*) koran dan iklan yang terpampang di dalam koran. Selain itu juga dikarenakan prosedur berlangganan koran yang mudah, harga yang tidak mahal, persaingan dengan koran lain, serta mudah didapatkan karena tersedia dimana-mana dan juga promosi yang gencar dan efektif yang dilakukan oleh Kompas. Oleh karena itu *cluster* ini dinamakan *cluster* pencari informasi atau berita. Sedangkan sub kelompok atau *cluster* 2, adalah mereka yang tertarik untuk membaca, membeli, dan berlangganan Kompas, namun mereka tidak peduli terhadap atribut-atribut *marketing mix* yang dimiliki oleh Kompas. Dan *cluster* 2 ini dinamakan sebagai *cluster* ‘iseng’.

ABSTRACT
ANALYZING OF THE READER TARGET MARKET
OF KOMPAS DAILY IN YOGYAKARTA

Okfiami
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2005

In development of a country it was needed a transparency of certain information in related with responsibility of government to the people that had been chosen them. While there are so many kind of media to inform the information and one of the media was newspaper that has growth rapidly and needed to be analyzed so each of them could be survive. Based on the point view, its will be performed a research to analysis one of those newspaper which in this research will investigate its target market in Yogyakarta. Therefore, due to the issue this research was be entitled "Analyzing of the Reader Target Market of Kompas Daily in Yogyakarta".

In this case, the reader target market would be analyzed use percentage, cluster, and crosstab method. Percentage analyze used to understand which variable that supposed most dominant by divide addressed variable by the total number of variable in the group. While cluster analyzes was a multivariate procedure to categorize each individual into a cluster based of certain characteristics. And crosstab analyzes used to sum each profile (sex, age, marriage status, job, income, and education) that included in each cluster.

After performed analyze to those factors, its was known that there are two sub group or cluster of the reader target market of Kompas daily in Yogyakarta, that are cluster 1 was respondent or customer that buy, read, and subscribe to Kompas daily because they interest to its news and image, physical presence of the newspaper, such as layout, and adverstisement presented in the newspaper. Beside that, its interesting also caused by simplicity to subscribe the newspaper, its cheap price, the competition to other newspaper, and ease to get it because its available in anywhere, and its effectively and incessantly promotion by Kompas. Therefore, this cluster named as news or information seeker cluster. While sub group 2 or cluster 2 was the people that interest to read, buy, and subscribe to Kompas daily, but they did not care to the marketing mix attributes presence in Kompas. And cluster 2 was named as 'just for fun' cluster.