

ABSTRAK

PERBEDAAN HARAPAN PELANGGAN TERHADAP BERITA HARIAN, ARTIKEL, DAN IKLAN BERDASARKAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Studi Kasus pada Pelanggan Harian Kompas di Kotamadya Yogyakarta

Whisnu Harianto
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui apakah ada perbedaan harapan pelanggan terhadap berita harian berdasarkan karakteristik responden, (2) untuk mengetahui apakah ada perbedaan harapan pelanggan terhadap artikel berdasarkan karakteristik responden, (3) untuk mengetahui apakah ada perbedaan harapan pelanggan terhadap iklan berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Jenis penelitian adalah studi kasus pada pelanggan Harian Kompas di Kotamadya Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Data yang dicari yaitu karakteristik responden, harapan pelanggan terhadap berita harian, artikel, dan iklan serta gambaran umum perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan harapan pelanggan terhadap berita harian, artikel, dan iklan berdasarkan karakteristik responden adalah *chi square*.

Berdasarkan hasil analisis data maka diperoleh kesimpulan bahwa (1) tidak terdapat perbedaan harapan pelanggan terhadap berita harian berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Maksudnya adalah pelanggan dengan jenis kelamin yang berbeda, usia yang berbeda, pendidikan yang berbeda, pekerjaan yang berbeda, dan pendapatan yang berbeda ternyata memiliki harapan yang sama-sama tinggi terhadap berita harian. (2) tidak terdapat perbedaan harapan pelanggan terhadap artikel berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Maksudnya adalah pelanggan dengan jenis kelamin yang berbeda, usia yang berbeda, pendidikan yang berbeda, pekerjaan yang berbeda, dan pendapatan yang berbeda ternyata memiliki harapan yang sama-sama tinggi terhadap artikel. (3) terdapat perbedaan harapan pelanggan terhadap iklan berdasarkan a) usia, berdasarkan data diketahui bahwa pelanggan yang berusia 20 tahun sampai 30 tahun cenderung memiliki harapan yang tinggi daripada pelanggan yang berusia lebih dari 30 tahun. Semakin tinggi usia pelanggan cenderung memiliki harapan yang sangat tinggi terhadap iklan. b) pendidikan berdasarkan data diketahui bahwa pelanggan yang berpendidikan SMU/Diploma cenderung memiliki harapan yang tinggi, sementara pelanggan yang berpendidikan sarjana/pasca sarjana cenderung memiliki harapan yang sangat tinggi terhadap iklan. c) pekerjaan, berdasarkan data diketahui bahwa pelanggan yang bekerja sebagai mahasiswa cenderung memiliki harapan yang

tinggi terhadap iklan, sementara pelanggan yang bekerja sebagai pegawai dan wiraswasta cenderung memiliki harapan yang sangat tinggi terhadap iklan. d) pendapatan, berdasarkan data diketahui bahwa pelanggan yang berpendapatan Rp 700.000,00 ke bawah cenderung memiliki harapan yang tinggi terhadap iklan, sementara pelanggan yang berpendapatan lebih dari Rp 700.000,00 cenderung memiliki harapan yang sangat tinggi terhadap iklan. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin diperoleh hasil yaitu tidak terdapat perbedaan harapan pelanggan terhadap iklan, pelanggan laki-laki maupun pelanggan perempuan ternyata memiliki harapan yang sama-sama tinggi terhadap iklan.

ABSTRACT

THE DIFFERENCES OF SUBSCRIBER'S EXPECTATION OF DAILY NEWS, ARTICLES, AND ADVERTISEMENT BASED ON THE CHARACTERISTICS OF THE RESPONDENTS **A Case Study on The Subscriber's of Kompas Daily Newspaper in Yogyakarta Regency**

Whisnu Harianto
Sanata Dharma University
Yogyakarta

The objective of this study was to find out whether there was (1) a difference in subscriber's expectation on daily news, (2) a difference in subscriber's expectation on articles, (3) a difference in subscriber's expectation on advertisements, according to the characteristics of the respondent. The characteristics of the respondents in this study were categorized based on their sex, age, education, occupation, and income. This was a case study on the subscribers of Kompas daily newspapers in Yogyakarta Regency.

The techniques of data gathering employed were interview and questionnaire. The data included the characteristics of the respondents subscriber's expectation of daily news, articles, and advertisement, and general description of the company. The technique of data analysis used to find out whether there was a difference of subscriber's expectation of daily news, articles, and advertisement based on characteristics of the respondents was Chi Square.

The result of the data analysis showed that (1) there was no difference in subscriber's expectation on daily news based on the category of sex, age, education, occupation, and income. It means that subscriber's with different sex, age, education, occupation, and income apparently had high expectation on daily news. (2) there was no difference in subscriber's expectation on articles based on the category of sex, age, education, occupation, and income. It means that subscriber's with different sex, age, education, occupation, and income apparently had high expectation on articles. (3) there was a difference in subscriber's expectation on advertisement based on the category of a) age, based on the data, subscriber's aged 20 – 30 tend to had high expectation compared to subscriber's aged more than 30. The older the subscriber's, the higher their expectation of advertisement would be. b) education, based on the data, subscriber's with high school/diploma degree tended to have high expectation, whereas subscriber's with sarjana degree or master degree tended to have very high expectation on advertisement. c) occupation, based on the data, university student subscriber's tended to have high expectation of advertisement, whereas employer subscriber's tended to have very high expectation of advertisement. d) income, based on the data, subscriber's whose personal income was Rp 700.000,00 or less tended to have high expectation of advertisement, whereas subscriber's whose personal income was more than Rp 700.000,00 tend to have very high expectation of advertisement. Based on the category of sex, there was no difference in subscriber's expectation of advertisement. It means male subscriber's had as high expectation of advertisement as female subscriber's.