

ABSTRACT

Although in many places the print newspaper business grow negative and even were closed, but in many other places reported there are still opportunities to attract young readers. That readers over the age of 18 years still prefer the print newspaper rather than the internet. Management can take advantage of such opportunities, to build the reader's perception of young adults through a strategy of positioning.

This study investigates the perceptions of young adult readers in Surabaya on the importance of the attributes of a print newspaper, the performance attributes of a print newspaper, perceptual maps based on attributes, and positioning SURYA print newspaper among its main competitors. The research was conducted through a survey method to 303 young adult readers groups and interviews to media practitioners and observers in Surabaya. Then the data were analyzed through methods such as descriptive analysis, analysis of Euclidian Distance, and Importance Performance analysis. Statistical techniques used are validity and reliability of the data, and then test the hypothesis against the significance of the model.

Results of this study suggest that young adult readers' perception of the performance of a print newspaper is in a position lower than their perceptions of the importance of the content of the news, newspaper features, as well as design and style for a print newspaper. Then, the perception of young adult readers on the performance of the print newspaper SURYA is well positioned slightly lower than main competitors but at a higher position than the another competitor. Attributes related to the design and style of a print newspaper, as a more creative design and elegant style, can provide a good option for management to place, SURYA print newspaper, in the minds of readers, both in the segment of the young adult group or any niche in the age group > 30 years.

Keywords: *Perception of newspaper readers, newspaper printing attributes, perceptual map, Positioning printed newspaper, the print newspaper features, design and style of print newspapers*

ABSTRAK

Meskipun di banyak tempat bisnis koran cetak bertumbuh negatif dan bahkan telah ditutup, namun di berbagai tempat lain dilaporkan masih ada peluang untuk menarik minat pembaca muda. Bahwa pembaca usia lebih dari 18 tahun masih lebih memilih koran cetak daripada internet. Manajemen dapat memanfaatkan peluang semacam ini, dengan membangun persepsi pembaca dewasa muda melalui strategi positioning.

Penelitian ini ingin mengetahui persepsi pembaca dewasa muda yang ada di Surabaya terhadap pentingnya atribut suatu koran cetak, kinerja atribut dari beberapa koran cetak, peta perseptual berdasarkan atribut, dan positioning koran cetak SURYA di antara pesaing utamanya.

Penelitian ini dilaksanakan melalui metode *survey* terhadap 303 pembaca kelompok dewasa muda dan wawancara kepada praktisi dan pengamat media di Surabaya. Kemudian data dianalisis melalui metode seperti analisis deskriptif, analisis *Euclidian Distance*, dan analisis *Importance-Performance*. Teknik-teknik statistik yang dipakai adalah uji validitas dan reliabilitas data, kemudian uji hipotesis terhadap signifikansi model.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi pembaca dewasa muda terhadap kinerja dari sebuah koran cetak berada pada posisi yang lebih rendah dari persepsi mereka terhadap pentingnya isi berita, fitur koran, maupun disain dan gaya bagi sebuah koran cetak. Kemudian, persepsi dari pembaca dewasa muda terhadap kinerja koran cetak SURYA berada pada posisi yang sedikit lebih rendah dari pesaing utama tetapi berada pada posisi yang lebih tinggi dari pesaing lainnya. Atribut yang berkaitan dengan disain dan gaya sebuah koran cetak, seperti disain yang lebih kreatif dan gaya yang lebih elegan, dapat menyediakan sebuah pilihan yang baik bagi manajemen untuk menempatkan, koran cetak SURYA, di pikiran para pembaca, baik di segmen kelompok dewasa muda atau pun di ceruk kelompok usia > 30 tahun.

Kata kunci : Persepsi pembaca koran, Atribut-atribut koran cetak, Peta perseptual, Positioning koran cetak, Fitur koran cetak, Disain dan gaya koran cetak.