

**STRATEGI KOMUNIKASI REDAKSI MAJALAH MATA BUDAYA
SEBAGAI MEDIA INFORMASI BUDAYA DALAM MENINGKATKAN
MINAT BACA MASYARAKAT**

Skripsi

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Choffah Uswatun Khasanah

19.96.1051

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI REDAKSI MAJALAH MATA BUDAYA
SEBAGAI MEDIA INFORMASI BUDAYA DALAM MENINGKATKAN
MINAT BACA MASYARAKAT**

Skripsi

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Choffah Uswatun Khasanah

19.96.1051

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Strategi Komunikasi Redaksi Majalah Mata Budaya sebagai Media
Informasi Budaya dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Chofifah Uswatun Khasanah

19.96.1051

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 25 Mei 2023

Dosen Pembimbing



Dwi Pela Agustina, S.IKom., M.A.
NIK. 190302360

PENGESAHAN

SKRIPSI

**Strategi Komunikasi Redaksi Majalah Mata Budaya sebagai Media
Informasi Budaya dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat**
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Chofifah Uswatun Khasanah

19.96.1051

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 25 Mei 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302360

Mulvadi Erman, S. Ag, M.A.

NIK. 190302571

Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302521

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T. M.kom

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta,



Chotifah Uswatun Khasanah
NIM. 19.96.1051

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Redaksi Majalah Mata Budaya sebagai Media Informasi Budaya dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat” sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi. Peneliti berharap skripsi ini dapat berguna dalam rangka menambah wawasan serta pengetahuan peneliti, pembaca, masyarakat luas, dan objek Majalah Mata Budaya mengenai strategi komunikasi redaksi majalah sebagai media informasi dalam meningkatkan minat baca masyarakat. Peneliti juga menyadari sepenuhnya bahwa penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, peneliti berharap adanya kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini peneliti telah banyak mendapat banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Seluruh pihak dari saya sendiri, orang tua, kakak, teman, dan saudara, yang telah memberikan motivasi kepada saya untuk dapat menyelesaikan penelitian ini penyusunan laporan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Ibu Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan memotivasi saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan motivasi kepada saya selama kegiatan perkuliahan.

7. Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi terhadap objek majalah Mata Budaya.
8. Seluruh staff bagian program dan informasi Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah membantu dan memberikan motivasi selama penyusunan skripsi.
9. Bapak Firstanto Didik Arifianto selaku redaktur pelaksana majalah Mata Budaya yang telah bersedia melakukan wawancara sebagai narasumber pertama.
10. M. Ifit Khusnul selaku koordinator liputan majalah Mata Budaya yang telah bersedia melakukan wawancara sebagai narasumber kedua.
11. Anom Bagaskoro selaku pembaca majalah Mata Budaya yang bersedia sebagai narasumber ketiga.

Yogyakarta,

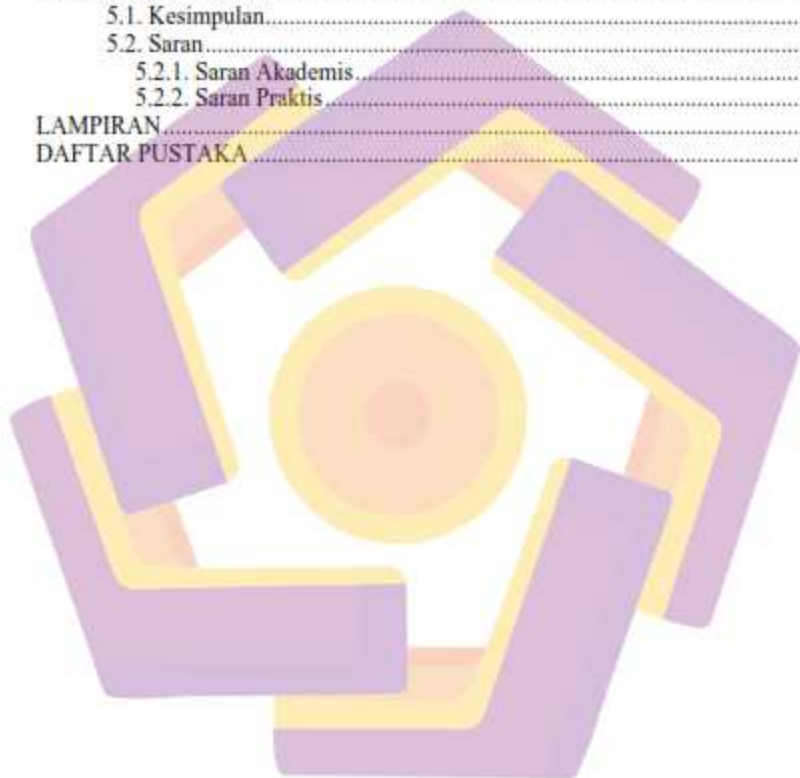


Chofifah Uswatun Khasanah
NIM. 19.96.1051

DAFTAR ISI

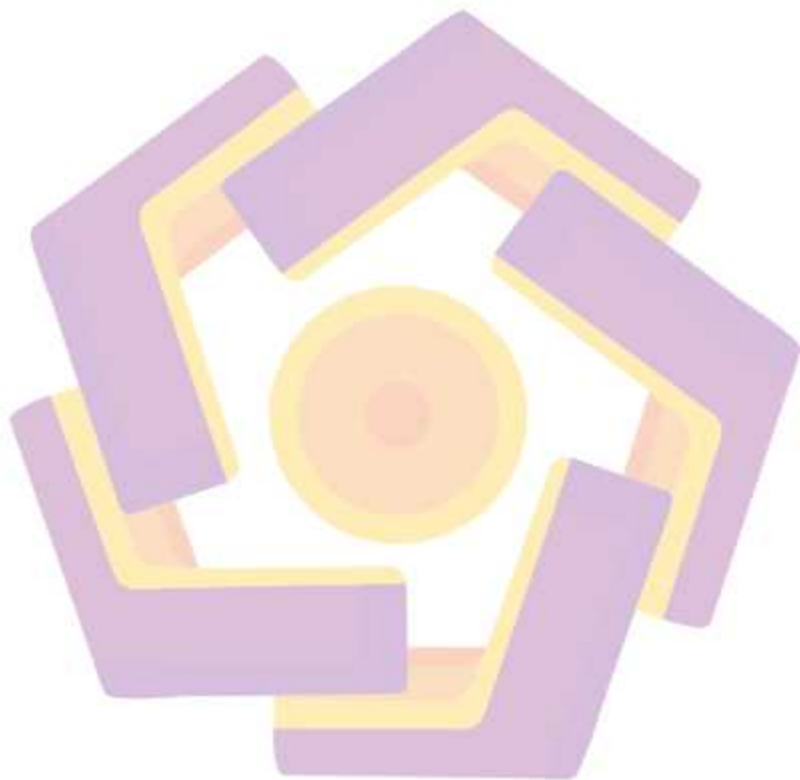
Skripsi	i
PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.4.1. Manfaat teoritis	4
1.4.2. Manfaat Praktis	4
1.5. Sistematika Bab	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Strategi Komunikasi	7
2.1.2. Tujuan strategi komunikasi	9
2.1.3. Redaksi	9
2.1.4. Majalah Mata Budaya	12
3.1.1. Media Massa	14
3.1.2. Informasi Budaya	17
3.1.3. Minat Baca	18
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Pemikiran	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian	25
3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian	26
3.3. Sumber Data Penelitian	26
3.3.1. Data Primer	26
3.3.2. Sekunder	26
3.4. Metode Pengumpulan Data	27
3.5. Subjek dan Objek Penelitian	28
3.5.1. Objek Penelitian	28
3.5.2. Subjek Penelitian	28
3.6. Teknik Analisis Data	29
3.7. Teknik Keabsahan Data	30
3.7.1. Triangulasi	30
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Hasil Penelitian	31

4.1.1. Strategi Komunikasi Redaksi dalam Meningkatkan Minat Baca	31
4.1.1.1. Penelitian (<i>research</i>)	31
4.1.1.2. Perencanaan (<i>Plan</i>)	32
4.1.1.3. Pelaksanaan (<i>Execute</i>)	36
4.1.1.4. Evaluasi (<i>Measure</i>)	49
4.1.1.5. Pelaporan (<i>Report</i>)	49
4.2. Pembahasan	50
BAB V. PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	55
5.2.1. Saran Akademis	55
5.2.2. Saran Praktis	56
LAMPIRAN	57
DAFTAR PUSTAKA	61



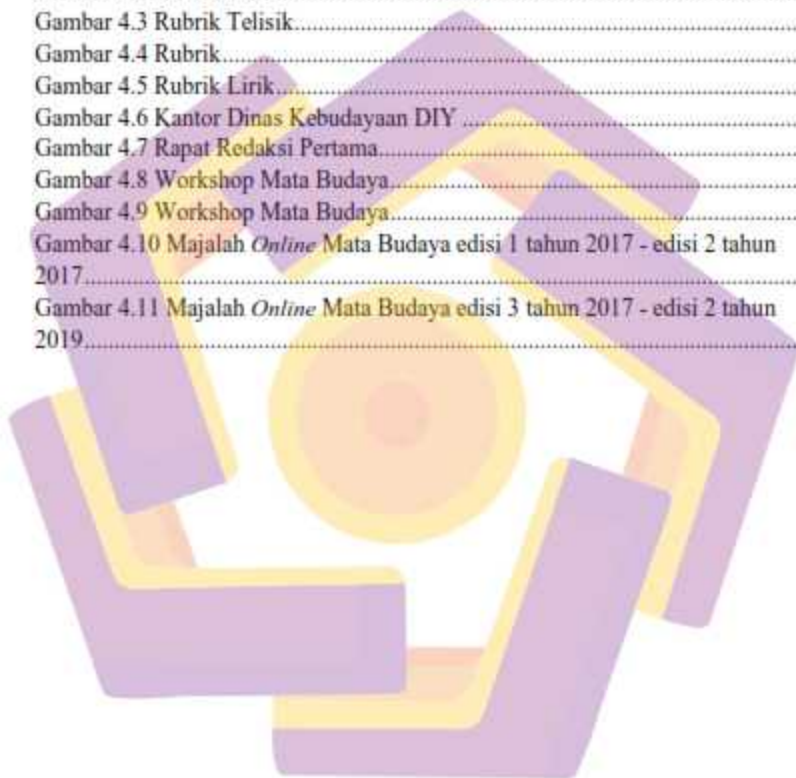
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
--------------------------------------	----



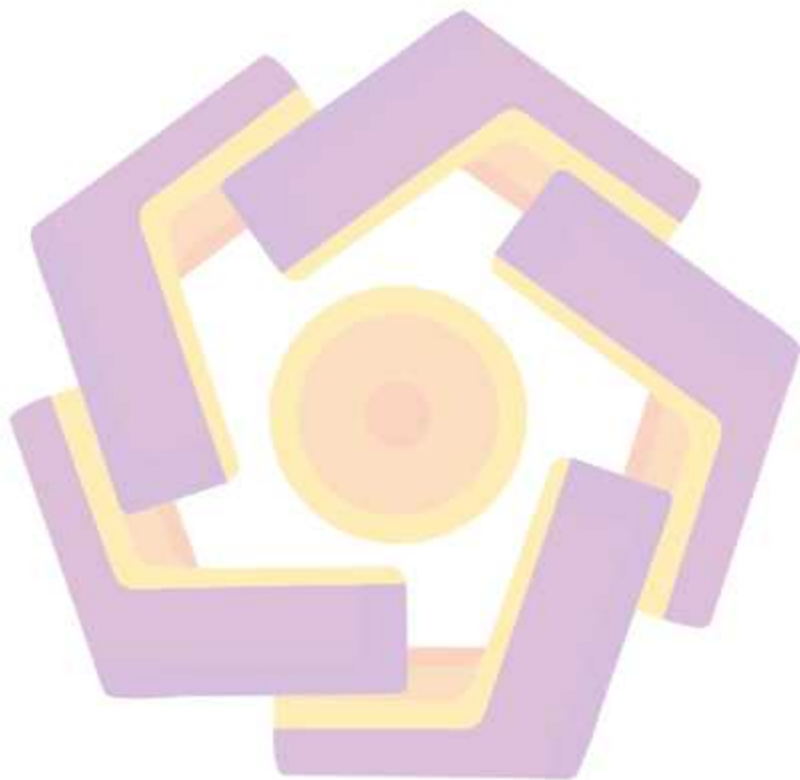
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Majalah Fisik Mata Budaya	13
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4.1 Rubrik Salam Cendana	37
Gambar 4.2 Rubrik Ulas	37
Gambar 4.3 Rubrik Telisik	37
Gambar 4.4 Rubrik	37
Gambar 4.5 Rubrik Lirik	38
Gambar 4.6 Kantor Dinas Kebudayaan DIY	42
Gambar 4.7 Rapat Redaksi Pertama	42
Gambar 4.8 Workshop Mata Budaya	44
Gambar 4.9 Workshop Mata Budaya	44
Gambar 4.10 Majalah <i>Online</i> Mata Budaya edisi 1 tahun 2017 - edisi 2 tahun 2017	48
Gambar 4.11 Majalah <i>Online</i> Mata Budaya edisi 3 tahun 2017 - edisi 2 tahun 2019	48



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar Lampiran 1 Wawancara Pak Didik Redaktur Pelaksana.....	60
Gambar Lampiran 2 Wawancara Mas Anom Pembaca Majalah Mata Budaya....	60
Gambar Lampiran 3 Wawancara Mas Ifit Koordinator Liputan.....	60



ABSTRAK

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan yang dilakukan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam komunikasi memiliki elemen-elemen seperti adanya komunikator, pesan, media, komunikan, dan feedback. Redaksi merupakan sebuah organisasi atau tim di media massa untuk menjalankan strategi penyampaian informasi. Majalah Mata Budaya merupakan majalah yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan dari majalah tersebut menjadi arsip serta sarana penyampaian kebudayaan khususnya di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi redaksi majalah Mata Budaya sebagai media informasi budaya dalam meningkatkan minat baca masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan cara observasi, wawancara kepada 3 narasumber dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah redaksi majalah Mata Budaya melalui 5 tahapan strategi komunikasi, yaitu pertama penelitian dengan menganalisis isu, minat masyarakat, dan media. Kedua perencanaan dengan membuat ciri khas, menentukan tema, sumber berita, segmentasi berita, rubrikasi, dan pembagian kerja. Ketiga pelaksanaan dengan penulisan rubrik dan isi rubrik, workshop, percetakan, dan pengadaan majalah online. Keempat evaluasi dilakukan saat rapat pertama atau kedua dan mengalir di setiap waktu. Kelima pelaporan melalui komunikasi online, penyampaian hasil liputan dilapangan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Minat Baca, Majalah Mata Budaya

ABSTRACT

A communication strategy is a plan that is carried out in order to achieve a goal which are expected. In communication has elements such as the presence of a communicator, message, media, communication, and feedback. Editor is an organization or team in the mass media to implement an information dissemination strategy. Mata Budaya magazine is a magazine which is managed by the Departement of Culture (Kundha Kabudayan) of the Special Region of Yogyakarta. Objective from these magazine to archives and means of conveying culture, especially in Yogyakarta. The purpose of this study wasto fine out how the editorial communication strategy of Mata Budaya magazine as a cultural information medium in increasing public interest to reading. Method the research used in this study is a descriptive qualitative approach. Data collection techniques were carried out using observation, interviews with 3 sources and documentation. The results of this study are the editorial team of Mata Budaya magazine through 5 stages of communication strategy, namely the first is research by analyzing issues, public interest, and the media. The second is planning by making characteristics, determining theme, news source, news segmentation, rubrication, and division of labor. The third implementation is by writing rubrics and rubric content, workshops, printing, and proucuring onlinemagazine. The four evaluation were carried out during the first or second meeting and flowed everytime. Fifih, reporting through online communication, submitting the result of coverage in the field.

Keywords: *Communication Strategy, Reading Interest, Mata Budaya Magazine*