

Koran Masih Nge-Tren

Survei The Nielsen Company Indonesia

SEMARANG - Lembaga survei media internasional, The Nielsen Company Indonesia merilis profil tingkat keterbacaan media massa di Indonesia.

Hasilnya, antara lain menunjukkan media cetak (koran, majalah dan tabloid) dibaca oleh 4.500.000 orang. Dari jumlah itu, sebanyak 83 persen atau 3.735.000 orang membaca koran.

Survei media massa tersebut berlangsung pada periode triwulan IV 2016 sampai triwulan III 2017 dengan melibatkan 17.000 responden dari 11 kota di Indonesia. Salah satu kota tersebut yakni Semarang.

Executive Director Media The Nielsen Company Indonesia Hellen Katherina mengatakan, alasan utama para pembaca masih memilih koran, karena nilai beritanya yang dapat dipercaya. *Elemen trust* atau kepercayaan terhadap konten, berpengaruh terhadap iklan yang ada di dalamnya.

"Keberadaan koran sebagai media beriklan sangat penting untuk produk yang mengutamakan unsur *trust*. Misalnya produk perbankan dan asuransi," kata dia, dalam rilis yang diterima *Suara Merdeka*, Kamis (7/12).

Dijelaskannya, dilihat dari profil pembaca, media cetak di Indonesia cenderung dikonsumsi oleh pembaca dari rentang usia 20-49 tahun (74 persen), memiliki pekerjaan sebagai karyawan (32 persen), dan mayoritas pembacanya berasal dari kelas atas (54 persen).

Hal itu menunjukkan, pembaca

media cetak masih produktif dan dari kalangan yang mapan. Pembaca media cetak juga disebut merupakan pembuat keputusan dalam rumah tangga untuk membeli sebuah produk (36 persen).

Lebih Kredibel

"Membaca buku adalah salah satu hobi dari konsumen media cetak. Mereka juga lebih cenderung menyukai *traveling*. Tiga dari empat pembaca media cetak tidak keberatan saat melihat iklan sebagai cara untuk mengetahui produk baru," ungkap dia.

Terkait konten media, ditambahkannya, pada kenyataannya muatan lokal masih menarik perhatian para pembaca di beberapa kota di Indonesia, baik yang dibaca melalui media cetak maupun yang diakses melalui media daring.

Dari sisi belanja iklan, menurut dia, terjadi penurunan sebanyak 11 persen dari tahun 2013 ke tahun 2017, namun total pen-

dapatan iklan koran masih tetap berada di angka Rp 21 triliun.

"Media cetak masih memiliki peluang mendapatkan kue iklan yang signifikan," imbuh dia.

Dosen Komunikasi Universitas Diponegoro Triyono Lukmantoro mengatakan, hasil survei tersebut merupakan kabar yang menggembirakan. Koran masih banyak dikonsumsi. Menurut dia, sebagai sumber informasi, koran dianggap lebih kredibel. Sebab koran memiliki organisasi keredaksian yang berfungsi sebagai *gatekeeper* atau penyeleksi informasi, sehingga informasi yang benar dan palsu (*hoax*) bisa diseleksi secara baik.

"Tapi tantangan lain yang harus dihadapi adalah bagaimana koran bisa dikonsumsi oleh kalangan lebih muda. Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi harus lebih dimaksimalkan," kata dia.

Perangkat teknologi dan informasi bisa digunakan, misalnya untuk distribusi koran dalam format PDF, sehingga anak-anak muda yang memiliki intensitas penggunaan internet yang tinggi dapat membaca koran melalui pendekatan tersebut. (H74-67)