

## 5. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Uji Validitas

Menurut Singarimbun dan Effendy (1995, p. 124), validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat mengukur apa yang ingin diukur. Pada kuesioner yang diuji validitasnya adalah pertanyaan yang sejenis datanya bersifat ordinal, dalam hal ini adalah pertanyaan mengenai indikator dari media internal yang terdiri dari : tampilan visual, kualitas cetak, keragaman isi, ciri yang konsisten, dan ketepatan waktu terbit. Selanjutnya adalah indikator efektivitas yang ditinjau berdasarkan pendekatan tujuan yaitu : sebagai media spiritual dan sebagai media komunikasi.

Berdasarkan pengujian dengan analisa korelasi Pearson antara masing-masing nilai pertanyaan yang terdapat pada lampiran 2 (*Output Uji Validitas*), hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Koefisien korelasi dari pertanyaan tampilan visual, kualitas cetak, keragaman isi, ciri yang konsisten, dan ketepatan waktu yang dapat dilihat pada tabel 5.1. sampai dengan tabel 5.5. dengan nilai untuk masing-masing total adalah signifikan secara statistik.
2. Koefisien korelasi dari pertanyaan sebagai media spiritual dan sebagai media internal yang dapat dilihat pada tabel 5.6. sampai dengan tabel 5.7. dengan nilai untuk masing-masing total adalah signifikan secara statistik.
3. dengan semua butir pertanyaan yang berkorelasi positif dengan konsep elemen media internal dan efektivitas berdasarkan tujuan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa kuesioner efektivitas media internal berdasarkan pendekatan tujuan ini memiliki instrumen yang valid. Dengan demikian kuesioner ini mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur melalui kuesioner ini.

## 5.2. Uji Reliabilitas

Analisa reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Dikatakan reliabel / handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada kuesioner yang diuji reliabilitas adalah pertanyaan yang sejenis datanya bersifat ordinal, dalam hal ini adalah pertanyaan mengenai elemen dari media internal yang terdiri dari : tampilan visual, kualitas cetak, keragaman isi, ciri yang konsisten, dan ketepatan waktu terbit. Selanjutnya adalah elemen efektivitas yang ditinjau berdasarkan pendekatan tujuan yaitu : sebagai media spiritual dan sebagai media komunikasi. Dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0.60 (Santosa, Ashari, 2005, p. 251).

Berdasarkan *output* uji reliabilitas pada lampiran 3 dapat diketahui nilai *cronbach alpha* dari masing-masing elemen sebagai berikut :

- a. Reliabilitas tampilan visual (tabel 5.8.) dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0.749
- b. Reliabilitas kualitas cetak (tabel 5.9.) dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0.744
- c. Reliabilitas keragaman isi (tabel 5.10.) dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0.733
- d. Reliabilitas ciri yang konsisten (tabel 5.11.) dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0.818
- e. Reliabilitas ketepatan waktu terbit (tabel 5.12.) dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 1.000
- f. Reliabilitas sebagai media spiritual (tabel 5.13.) dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0.919
- g. Reliabilitas sebagai media komunikasi (tabel 5.14.) dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0.779

Dari uji reliabilitas yang diujikan pada elemen-elemen terbitan internal dan efektivitas berdasarkan pendekatan tujuan dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas dari ketujuh elemen-elemen tersebut memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.60. hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pada kuesioner penelitian ini adalah reliabel, konsisten dari waktu ke waktu.

### 5.3. Analisis dan Pembahasan Kuantitatif Deskriptif

#### 5.3.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah anggota aktif dari Maha Vihara Thian Bao Surabaya dan pernah membaca media internal Maitreyawira minimal 3 kali, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 223 orang.

Tabel 5.15. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	119	53,4	53,4	53,4
	Perempuan	104	46,6	46,6	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari 223 responden, jumlah responden laki-laki sebanyak 119 responden (53,4%), dan jumlah responden perempuan sebanyak 104 responden (46,6%). Penyebaran kuesioner ini peneliti lakukan tanpa melihat jenis kelamin, asalkan orang tersebut memenuhi syarat yang peneliti tetapkan yaitu merupakan anggota aktif dari Maha Vihara Thian Bao serta pernah membaca Maitreyawira minimal tiga kali, maka dia berhak untuk menjadi responden. Lebih Banyaknya jumlah responden pria dapat juga disebabkan oleh faktor jumlah anggota aktif dari Maha Vihara Thian Bao Surabaya yaitu, laki-laki sebanyak 261 orang dan perempuan sebanyak 239 orang. Banyaknya jumlah laki-laki di Maha Vihara Thian Bao Surabaya disebabkan karena biasanya yang lebih banyak memutuskan untuk hidup membiara adalah kaum laki-laki sehingga kaum laki-laki menjadi lebih aktif untuk datang ke vihara, sedangkan yang wanita kebanyakan setelah beberapa saat aktif divihara mereka kemudian memutuskan untuk menikah (Sumber : Wawancara dengan Harmono Nyoto, Ketua Bidang Litbang Maha Vihara Thian Bao, 14 Desember 2005).

Tabel 5.16. Responden Berdasarkan Usia

## No 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-20 tahun	53	23,8	23,8	23,8
21-30 tahun	124	55,6	55,6	79,4
31-40 tahun	32	14,3	14,3	93,7
41-50 tahun	10	4,5	4,5	98,2
>50 tahun	4	1,8	1,8	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari 223 responden, jumlah responden dengan usia 17-20 tahun sebanyak 53 responden (23,8%), usia 21-30 tahun sebanyak 124 responden (55,6%), usia 31-40 tahun sebanyak 32 responden (14,3%), usia 41-50 tahun sebanyak 10 responden (4,5%), dan usia >50 tahun sebanyak 4 responden (1,8%). Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa responden dengan usia antara 21-30 tahun memiliki jumlah yang paling banyak. Lebih banyaknya responden dengan usia 21-30 tahun dapat disebabkan karena faktor kegiatan yang diadakan oleh Maha Vihara Thian Bao Surabaya lebih banyak melibatkan kaum muda-mudi yang usianya berkisar antara 21-30 tahun seperti paduan suara, tarian Maitreya, Buddha siswa, drama, dll. Sehingga tingkat keaktifan dari responden ini untuk datang ke vihara menjadi lebih tinggi daripada orang-orang yang usianya di atas 30 tahun. Berdasarkan data usia anggota Maha Vihara Thian Bao Surabaya diketahui bahwa jumlah anggota aktif dengan usia 17-20 tahun sebanyak 101 orang, usia 21-30 tahun sebanyak 190 orang, usia 31-40 tahun sebanyak 92 orang, usia 41-50 tahun sebanyak 68 orang, usia > 50 tahun sebanyak 49 orang (Sumber : Wawancara dengan Harmono Nyoto, Ketua Bidang Litbang Maha Vihara Thian Bao, 14 Desember 2005). Dari data tersebut diketahui bahwa jumlah umat dengan usia 21-30 tahun memang paling banyak, sehingga tidak heran kalau jumlah responden dengan usia tersebut menjadi mayoritas dalam penelitian ini.

Tabel 5.17. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

## No 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMU	105	47,1	47,1	47,1
	Akademi	6	2,7	2,7	49,8
	S-1	108	48,4	48,4	98,2
	Pasca Sarjana	4	1,8	1,8	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari 223 responden, jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMU sebanyak 105 responden (47,1%), pendidikan akademi sebanyak 6 responden (2,7%), pendidikan S-1 sebanyak 108 responden (48,4%), pendidikan pasca sarjana sebanyak 4 responden (1,8%). Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa responden dengan pendidikan S-1 memiliki jumlah paling banyak, hal ini erat kaitannya dengan usia responden mayoritas pada penelitian ini yaitu antara 21-30 tahun yang tergolong dalam muda-mudi dan kebanyakan memang berpendidikan terakhir S1. Disamping itu banyak juga anggota Maha Vihara Thian Bao yang berpendidikan terakhir SMU, hal ini disebabkan karena faktor kehidupan anggotanya yang menjadi biarawan biasanya hanya menempuh pendidikan sampai tingkat SMU. Begitu juga dengan ibu rumah tangga yang biasanya aktif di vihara kebanyakan hanya menempuh pendidikan sampai SMU (Sumber : Wawancara dengan Harmono Nyoto, Ketua Bidang Litbang Maha Vihara Thian Bao, 14 Desember 2005).

Tabel 5.18. Responden Berdasarkan Pekerjaan Sekarang

No 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Wiraswasta	41	18,4	18,4	18,4
Pegawai Swasta	34	15,2	15,2	33,6
Pelajar / Mahasiswa	91	40,8	40,8	74,4
Ibu Rumah Tangga	27	12,1	12,1	86,5
Lain-lain	30	13,5	13,5	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari 223 responden, jumlah responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 41 responden (18,4%), pegawai swasta sebanyak 34 responden (15,2%), pelajar atau mahasiswa sebanyak 91 responden (40,8%), ibu rumah tangga sebanyak 27 responden (12,1%), lain-lain sebanyak 30 responden (13,5%). Responden yang menjawab pilihan lain-lain adalah responden yang menjabat sebagai biarawan dan biarawati di Maha Vihara Thian Bao Surabaya. Berdasarkan data yang diperoleh tersebut dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa, jika dilihat dari usia responden mayoritas adalah 21-30 tahun yang merupakan golongan muda mudi dan kebanyakan masih berstatus pelajar atau mahasiswa. Oleh sebab itu responden ini memiliki waktu yang lebih banyak untuk datang ke vihara bila dibandingkan dengan responden yang sudah bekerja ataupun ibu rumah tangga.

### 5.3.2. Pengenalan Objek Penelitian

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah media internal Maitreyawira yang disediakan oleh Maha Vihara Thian Bao Surabaya.

Tabel 5.19. Mengetahui keberadaan media internal Maitreyawira

## No 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pandita	55	24,7	24,7	24,7
Teman	103	46,2	46,2	70,9
Orang Tua	31	13,9	13,9	84,8
Lain-lain	34	15,2	15,2	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari 223 responden, jumlah responden yang mengetahui keberadaan media internal Maitreyawira dari pandita sebanyak 55 responden (24,7%), dari teman sebanyak 103 responden (46,2%), dari orang tua sebanyak 31 responden (13,9%), dan lain-lain sebanyak 34 responden (15,2%). Responden yang memilih jawaban lain-lain mengetahui keberadaan Maitreyawira melalui abdi vihara atau melihat sendiri di vihara. Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa sebagian besar responden mengetahui keberadaan media internal Maitreyawira melalui teman. Hal ini dapat disebabkan karena perilaku sehari-hari dari umat yang ada pada Maha Vihara Thian Bao Surabaya, dimana mereka sangat merasa canggung dan sangat jarang berbicara dengan para pandita ataupun orang-orang yang lebih tua. Sehingga kebanyakan informasi mereka peroleh dari teman-teman mereka termasuk mengenai keberadaan Media internal Maitreyawira. Berdasarkan budaya dari Maha Vihara Thian Bao Surabaya komunikasi yang terjalin antara umat yang sebaya cenderung lebih bersifat dua arah, dimana mereka dapat saling bertukar informasi dan saling memberi saran dan kritik terhadap sesamanya. Hal ini menyebabkan hubungan pertemanan yang terjalin diantara mereka menjadi hubungan pertemanan yang akrab.

Tabel 5.20. Frekuensi Membaca Maitreyawira

**No 6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3-4 kali	104	46,6	46,6	46,6
5-9 kali	71	31,8	31,8	78,5
di atas 10 kali	48	21,5	21,5	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari 223 responden, jumlah responden yang pernah membaca Maitreyawira antara 3-4 kali sebanyak 104 responden (46,6%), antara 5-9 kali sebanyak 71 responden (31,8%), di atas 10 kali sebanyak 48 responden (21,5%). Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pernah membaca Maitreyawira sebanyak 3-4 kali. Hal ini dapat disebabkan karena frekuensi terbit dari Maitreyawira (3 bulan sekali), kadang bisa lebih dari 3 bulan yang dianggap terlalu lama oleh sebagian besar responden sehingga membuat mereka kurang memperhatikan setiap kali Maitreyawira edisi terbaru terbit atau bahkan tidak tahu bila Maitreyawira edisi terbaru terbit, sehingga mereka jadi jarang membacanya.

Tabel 5.21. Apakah Tampilan Visual Membuat Senang Membaca Maitreyawira

**No 7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	121	54,3	54,3	54,3
Kadang-kadang	88	39,5	39,5	93,7
Tidak	14	6,3	6,3	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari 223 responden, jumlah responden yang menjawab ya bahwa tampilan visual dari Maitreyawira membuat mereka senang untuk membaca sebanyak 121 responden (54,3%), yang menjawab kadang-kadang sebanyak 88 responden (39,5%), dan yang menjawab tidak sebanyak 14 responden (6,3%). Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa mayoritas responden merasa senang untuk membaca

media internal Maitreyawira setelah melihat tampilan visual dari Maitreyawira, hal ini sesuai dengan pernyataan Ashadi dan Siregar (2000, p.119) bahwa kemasan yang menarik dapat memikat konsumen. Dalam hal ini adalah tampilan visual yang menarik dari Maitreyawira dapat memikat orang-orang sehingga menjadi senang untuk membacanya. Misalnya saja dari cover yang menampilkan gambar para Buddha yang merupakan sesuatu yang menarik bagi pembaca yang memang semuanya beragama Buddha. Contohnya dapat dilihat pada cover Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 (Lampiran 6).

### **5.3.3. Efektivitas Media Internal Maitreyawira**

Melalui penelitian ini peneliti mencoba untuk mengetahui efektivitas dari media internal Maitreyawira yang akan dilihat berdasarkan pendekatan tujuan. Dimana tujuan dari Maitreyawira adalah untuk menciptakan kualitas kehidupan dan pembinaan spiritual manusia, khususnya umat Buddha agar menjadi lebih baik. Dimana tujuan ini diwujudkan melalui media internal Maitreyawira dengan slogannya yaitu sebagai media spiritual dan komunikasi umat Buddha Maitreya Indonesia. Tentu saja untuk membuat tujuannya itu tercapai Maitreyawira harus mampu membuat pembaca agar tertarik untuk membaca media ini. Karena dengan membaca Maitreyawira maka umat akan menjadi mengerti akan tujuan dari Maitreyawira, sehingga penerbitan media internal Maitreyawira akan menjadi efektif.

Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p.159-160) ada beberapa hal yang menjadi perhatian pembaca dalam sebuah media cetak diantaranya adalah tampilan visual, kualitas cetak, keragaman isi, ciri yang konsisten, dan ketepatan waktu terbit.

#### **5.3.3.1. Tampilan Visual**

Di dalam kuesioner penelitian ini, tampilan visual akan dijabarkan dalam 21 buah pertanyaan. Dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan seluruh indikator dari tampilan visual.

Tabel 5.22. Desain Serasi dan Seimbang

## No 8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	11	4,9	4,9	4,9
Setuju	152	68,2	68,2	73,1
Sangat Setuju	60	26,9	26,9	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.22. tampak bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 152 responden (68,2%) menyatakan setuju bahwa tampilan visual dari Maitreyawira tampak serasi. Kemudian 60 responden (26,9%) menyatakan sangat setuju, dan 11 responden (4,9%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.121) desain perwajahan atau tampilan visual dari suatu media cetak yang berkaitan dengan sejumlah unsur yang didesain seperti teks, foto, dsb, haruslah memperlihatkan keseimbangan. Berdasarkan analisis peneliti terhadap tampilan visual Maitreyawira, peneliti melihat bahwa tampilan visual dari Maitreyawira tampak serasi melalui perpaduan warna yang biasa digunakan dan juga covernya yang selalu menampilkan gambar tokoh-tokoh suci dari agama Buddha secara tepat baik letak maupun ukurannya. Contohnya adalah bila dilihat pada cover Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 gambar Buddha yang digunakan sebagai cover tidak terlihat terlalu besar atau terlalu kecil dan terlihat sesuai dengan tulisan dan warna covernya (Lampiran 6). Dan hal inilah yang menyebabkan mengapa sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa mereka kurang suka dengan desain serta tampilan visual Maitreyawira karena terkesan kurang modern atau terlalu kuno tidak seperti desain majalah yang banyak beredar di pasaran.

Tabel 5.23. Penempatan foto, Ukuran Foto dan Jarak Antar Baris Seimbang

## No 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	24	10,8	10,8	10,8
	Setuju	151	67,7	67,7	78,5
	Sangat Setuju	48	21,5	21,5	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.23. tampak bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 151 responden (67,7%) menyatakan setuju bahwa penempatan foto serta ukurannya, dan juga jarak antar baris pada Maitreyawira sudah sesuai dan memudahkan responden untuk membaca. Selanjutnya sebanyak 48 responden (21,5%) menyatakan sangat setuju, dan 24 responden menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.121) desain perwajahan atau tampilan visual dari suatu media cetak harus menunjukkan proporsi yang pas, dimana hal ini meliputi ukuran foto, penempatan foto, ukuran huruf, dan jarak antar baris. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penempatan foto, ukuran foto, dan jarak antar baris dan teks pada Maitreyawira sama sekali tidak membuat pembaca kesulitan dalam membaca informasi yang terdapat pada Maitreyawira, dan mereka tetap dapat menangkap makna dari informasi yang disampaikan tersebut. Contohnya adalah bila dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 dari sana dapat dilihat jarak antar baris yang sesuai dan enak untuk dilihat dan dibaca (Lampiran 7). Hal inilah yang menyebabkan mengapa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa penempatan foto pada Maitreyawira kurang bagus, begitu juga dengan ukuran foto dianggap terlalu kecil atau bahkan terlalu besar sehingga kurang pas dengan jarak antar baris.

Tabel 5.24. Penempatan Objek Sesuai Urutan

No 10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	31	13,9	13,9	13,9
Setuju	146	65,5	65,5	79,4
Sangat Setuju	46	20,6	20,6	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.24. mayoritas responden yaitu sebanyak 146 responden (65,5%) menyatakan setuju bahwa penempatan objek pada Maitreyawira sudah mencerminkan urutan waktu, ukuran, dsb. Selanjutnya sebanyak 46 responden (20,6%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 31 responden (13,9%) menyatakan tidak setuju. Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p.121) ketiadaan urutan dari sejumlah objek yang ditampilkan secara bersamaan pada satu halaman bisa membingungkan pembaca, dimana urutan ini bisa disusun untuk mencerminkan waktu, urutan ukuran, dan sebagainya. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa tampilan dari halaman Maitreyawira yang memuat foto, gambar, atau objek-objek lainnya sudah sesuai pada tempatnya dan mendukung artikel yang menyertainya. Contohnya adalah bila dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 51 dimana dalam hal ini Maitreyawira telah menempatkan foto, gambar atau objek sesuai dengan urutannya yaitu ada gambar mengenai bencana alam tsunami, kemudian diikuti dengan gambar orang-orang yang berdoa setelah bencana datang sehingga pembaca tidak menjadi bingung (Lampiran 8). Hal inilah yang menyebabkan mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Responden yang tidak setuju mengatakan bahwa mereka kurang suka dengan desain Maitreyawira dalam menempatkan foto atau objek lainnya.

Tabel 5.25. Tampilan Tampak Sebagai Satu Kesatuan Antara Sampul Depan dan Halaman Isi

No 11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	41	18,4	18,4	18,4
	Setuju	115	51,6	51,6	70,0
	Sangat Setuju	67	30,0	30,0	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.25. mayoritas responden yaitu sebanyak 115 responden (51,6%) menyatakan setuju bahwa Maitreyawira tampak sebagai satu kesatuan antara sampul depan dengan halaman isi. Sedangkan sebanyak 67 responden (30%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 41 responden (18,4%) menyatakan tidak setuju. Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p.122) suatu media cetak adalah suatu unit, sehingga setiap bagian seperti sampul dan seluruh halaman haruslah sesuai. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa apa yang ditampilkan Maitreyawira melalui cover depannya sesuai dengan artikel yang dimuat didalamnya. Sehingga membuat pembaca merasa bahwa antara sampul depan dan halaman isi merupakan satu kesatuan. Contohnya adalah bila dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005, dimana antara gambar pada cover sesuai dengan isi yang ada didalamnya yaitu memuat tentang ajaran agama Buddha (Lampiran 6). Hal inilah yang menyebabkan mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju merasa bahwa sampul depan dari Maitreyawira kurang dapat mencerminkan isi yang terdapat didalamnya.

Tabel 5.26. Ketegasan serta Kejelasan Warna Foto dan Teks

No 12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	61	27,4	27,4	27,4
Setuju	71	31,8	31,8	59,2
Sangat Setuju	91	40,8	40,8	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.26. mayoritas responden yaitu sebanyak 91 responden (40,8%) menyatakan sangat setuju bahwa ketegasan dan kejelasan antara teks dan foto pada Maitreyawira sudah cukup baik dan tidak mempersulit mereka dalam membaca Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 71 responden (31,8%) menyatakan setuju, dan sebanyak 61 responden (27,4%) menyatakan tidak setuju. Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p.122) tujuan utama menampilkan teks atau foto adalah untuk menyampaikan pesan, karena itu kontras antara ketegasan dan kejelasan foto terhadap teks haruslah dibuat sedemikian rupa sehingga teks tidak menjadi terlalu kabur atau sebaliknya tidak terlalu dominan. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa ketebalan warna pada teks dan foto yang terdapat dalam Maitreyawira sudah cukup baik dan tidak membuat pembaca terganggu dalam proses membaca. Contohnya adalah bila dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Hal inilah yang menyebabkan mayoritas reponden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa seringkali warna foto terlalu gelap sehingga gambarnya menjadi tidak jelas, itulah sebabnya mengapa mereka menyatakan tidak setuju.

Tabel 5.27. Desain Bingkai Membuat Halaman Tampak Rapi

No 13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	25	11,2	11,2	11,2
Setuju	135	60,5	60,5	71,7
Sangat Setuju	63	28,3	28,3	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.27. mayoritas responden yaitu sebanyak 135 responden (60,5%) menyatakan setuju bahwa bingkai yang terdapat baik pada cover maupun halaman isi Maitreyawira membuat halaman menjadi terlihat rapi. Sedangkan sebanyak 63 responden (28,3%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 25 responden (11,2%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p. 126) halaman yang diberi bingkai akan memberi kesan yang berbeda bagi pembaca dibanding apabila halaman didesain tanpa bingkai. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dengan adanya garis pada sisi setiap halaman membuat halaman menjadi lebih bersih dan rapi dan memberikan kesan yang berbeda sehingga membuat pembaca merasa lebih nyaman saat membaca. Contohnya adalah bila dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Hal inilah yang menyebabkan mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa kerapian halaman tidak selalu ditentukan oleh bingkai melainkan dari hal-hal lain yang juga membentuk halaman tersebut seperti penempatan teks atau penempatan foto.

Tabel 5.28. Penempatan Teks Mempermudah Membaca Isi Tulisan

## No 14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	20	9,0	9,0	9,0
Setuju	143	64,1	64,1	73,1
Sangat Setuju	60	26,9	26,9	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.28. mayoritas responden yaitu sebanyak 143 orang menyatakan setuju mengenai penempatan teks pada Maitreyawira memudahkan pembaca untuk membaca isi dari tulisan. Sedangkan sebanyak 60 responden menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 20 orang menyatakan tidak setuju. Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p.126) yang menyatakan bahwa penataan teks haruslah mampu membangkitkan minat baca dan sekaligus membantu pembaca agar dapat memilih informasi yang ingin dibaca. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penempatan teks pada Maitreyawira selama ini tidak membuat pembaca merasa kesulitan untuk membaca isi tulisan dan menangkap makna dari tulisan tersebut. Contohnya adalah bila dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Hal inilah yang menyebabkan sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa penempatan teks pada Maitreyawira terlalu padat sehingga sehingga tulisan menjadi lebih kecil dan kurang enak dibaca.

Tabel 5.29. Penempatan Foto Sesuai Baik Ukuran Maupun Letaknya

## No 15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	21	9,4	9,4	9,4
Setuju	159	71,3	71,3	80,7
Sangat Setuju	43	19,3	19,3	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.29. mayoritas responden yaitu sebanyak 159 responden (71,3%) menyatakan setuju bahwa penempatan foto pada Maitreyawira sudah sesuai baik dari segi ukuran maupun letaknya. Sedangkan sebanyak 43 responden (19,3%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 21 responden (9,4%) menjawab tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.127) foto atau ilustrasi dapat ditempatkan pada halaman tertentu sebagai unsur yang berdiri sendiri atau sebagai materi pelengkap untuk memperjelas suatu tulisan. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penempatan foto pada Maitreyawira sebagai unsur yang berdiri sendiri membuat halaman tampak indah dan penempatan foto sebagai pelengkap tulisan membuat artikel menjadi lebih hidup. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7) yang menampilkan foto sebagai pelengkap tulisan. Hal inilah yang menyebabkan sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju merasa ukuran foto pada Maitreyawira seringkali terlalu kecil sehingga gambarnya tampak kurang jelas.

Tabel 5.30. Penggunaan Garis dan Unsur Grafis Membuat Lebih Indah

No 16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	45	20,2	20,2	20,2
Setuju	130	58,3	58,3	78,5
Sangat Setuju	48	21,5	21,5	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.30. mayoritas responden yaitu sebanyak 130 responden (58,3%) menyatakan setuju mengenai penggunaan garis dan unsur-unsur grafis pada Maitreyawira akan membuat Maitreyawira makin menarik. Sedangkan sebanyak 48 responden (21,5%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 45 responden (20,2%) menjawab tidak setuju. Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p.128) garis atau unsur grafis lain bisa difungsikan untuk mempercantik penampilan media cetak sekaligus membantu pembaca menangkap pesan dari tulisan. Berdasarkan analisis peneliti

terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penggunaan garis dan unsur grafis lain seperti gambar karikatur Maitreya dapat memberi variasi pada bacaan sehingga pembaca tidak menjadi jenuh, disamping itu juga membantu mempertegas pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah tulisan. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 14 (Lampiran 9). Hal inilah yang menyebabkan mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa penggunaan garis atau unsur grafis lainnya terkadang malah memberi kesan penuh pada sebuah halaman sehingga dapat memecah konsentrasi dan memperlambat dalam membaca.

Tabel 5.31. Penggunaan Bidang Putih Membuat Halaman Tampak Bersih dan Rapi

No 17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	34	15,2	15,2	15,2
Setuju	139	62,3	62,3	77,6
Sangat Setuju	50	22,4	22,4	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.31. mayoritas responden yaitu sebanyak 139 responden (62,3%) menjawab setuju mengenai penggunaan bidang putih pada Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 50 responden menjawab sangat setuju (22,4%), dan 34 responden (15,2%) menjawab tidak setuju. Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p.129) menyatakan bahwa bidang putih digunakan agar halaman media tampak lebih bersih dan rapi. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penggunaan bidang putih pada Maitreyawira membuat teks kelihatan lebih rapi dan tidak terkesan penuh sehingga memperlancar proses membaca. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Hal inilah yang menyebabkan mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa penggunaan bidang putih dapat mengurangi porsi dari informasi yang seharusnya dapat ditampilkan sehingga terkesan kurang efektif dan efisien.

Tabel 5.32. Jumlah Kolom Sudah Sesuai

No 18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	18	8,1	8,1	8,1
	Setuju	147	65,9	65,9	74,0
	Sangat Setuju	58	26,0	26,0	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.32. mayoritas responden yaitu sebanyak 147 responden (65,9%) menjawab setuju mengenai jumlah kolom yang terdapat pada Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 58 responden (26%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 18 responden (8,1%) menjawab tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p. 117) halaman majalah biasanya dibagi atas 2 - 4 kolom. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penggunaan jumlah kolom pada Maitreyawira sudah sesuai yaitu sekitar 2 – 3 kolom dengan jarak antar kolom sebesar 4mm, sehingga memudahkan pembaca untuk membaca isi tulisan. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Hal inilah yang menyebabkan sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa jumlah kolom dalam Maitreyawira seharusnya konsisten yaitu sebanyak 3 kolom sehingga bisa memuat lebih banyak informasi.

Tabel 5.33. Huruf Mudah Dikenali

No 19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	44	19,7	19,7	19,7
	Setuju	104	46,6	46,6	66,4
	Sangat Setuju	75	33,6	33,6	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.33. mayoritas responden yaitu sebanyak 104 responden (46,6%) menjawab setuju mengenai jenis huruf yang digunakan oleh Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 75 responden (33,6%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 44 responden (19,7%) menjawab tidak setuju. Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p.130) huruf yang digunakan pada media cetak harus mudah dikenali pembaca dan juga mempermudah pembaca menangkap makna informasi yang disampaikan. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa jenis huruf yang digunakan Maitreyawira yaitu Times New Roman mudah dikenali dan tidak membuat pembaca merasa kesulitan dalam membaca artikel yang terdapat dalam Maitreyawira, sehingga pembaca dapat menangkap makna pesan yang ingin disampaikan melalui sebuah tulisan. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Hal inilah yang menyebabkan mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa huruf yang digunakan oleh Maitreyawira biasa saja dan tidak mempengaruhi kemampuan pembaca dalam menangkap makna pesan yang ingin disampaikan melalui sebuah artikel.

Tabel 5.34. Ukuran Huruf Sudah Sesuai

No 20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	45	20,2	20,2	20,2
	Setuju	102	45,7	45,7	65,9
	Sangat Setuju	76	34,1	34,1	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.34. mayoritas responden yaitu sejumlah 102 responden (45,7%) menyatakan setuju mengenai ukuran huruf yang digunakan oleh Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 76 responden (34,1%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 45 responden (20,2%) menyatakan tidak setuju. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa ukuran huruf yang digunakan oleh Maitreyawira sudah sesuai baik untuk isi tulisan maupun sebagai judul. Dalam

hal ini Maitreyawira menggunakan ukuran huruf 10,5 poin untuk isi tulisan dan ukuran huruf yang lebih besar untuk judul tulisan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Siregar dan Pasaribu (2000, p.131) yang menyatakan bahwa ukuran huruf untuk isi tulisan berkisar antara 14 poin ke bawah, dan untuk judul tulisan berkisar antara 24, 30, 36 dan seterusnya. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Hal inilah yang menyebabkan sebagian responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju merasa bahwa ukuran huruf yang terdapat pada artikel Maitreyawira khususnya bagian isi tulisan kurang besar sedikit sehingga bagi orang tua agak sulit untuk membaca.

Tabel 5.35. Penggunaan Tipe Huruf Sudah Sesuai

No 21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	44	19,7	19,7	19,7
	Setuju	120	53,8	53,8	73,5
	Sangat Setuju	59	26,5	26,5	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.35. mayoritas responden yaitu sebanyak 120 responden (53,8%) menyatakan setuju dengan penggunaan tipe huruf pada Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 59 responden (26,5%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 44 responden (19,7%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.132) penggunaan tipe huruf harus mampu membantu pembaca untuk mempercepat menangkap makna yang diwakili setiap huruf. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penggunaan tipe huruf yaitu dari keluarga serif pada Maitreyawira tidak membuat pembaca merasa kesulitan dalam membaca informasi yang terdapat pada Maitreyawira, dan tetap dapat mempermudah pembaca dalam menangkap makna pesan yang ingin disampaikan melalui sebuah tulisan. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan

sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju menganggap bahwa tidak ada perbedaan yang terlalu menyolok antara tipe huruf untuk judul dan untuk isi tulisan, dimana tipe hurufnya terlihat hampir sama.

Tabel 5.36. Jenis Huruf Serasi dan Mudah Dibaca

No 22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	32	14,3	14,3	14,3
Setuju	120	53,8	53,8	68,2
Sangat Setuju	71	31,8	31,8	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.36. mayoritas responden yaitu sebanyak 120 responden (53,8%) menyatakan setuju terhadap jenis-jenis huruf yang digunakan oleh Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 71 responden (31,8%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 32 responden (14,3%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.133) menggunakan dua atau lebih jenis huruf yang berbeda tipe untuk menyusun tulisan dapat membuat perhatian pembaca terpecah, dan mempersulit pembaca untuk menangkap makna pesan yang ingin disampaikan. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa pada setiap halaman Maitreyawira jenis huruf yang digunakan tampak serasi dan tulisannya juga mudah untuk dibaca, sehingga mempermudah pembaca untuk menangkap makna pesan yang ingin disampaikan. Biasanya Maitreyawira menggunakan jenis huruf yang sama untuk bagian tubuh tulisan yaitu Times New Roman. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa jenis huruf yang digunakan oleh Maitreyawira kurang sesuai dengan jenis huruf yang mereka sukai.

Tabel 5.37. Penggunaan Langgam Tulisan Sudah Sesuai

No 23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	38	17,0	17,0	17,0
Setuju	132	59,2	59,2	76,2
Sangat Setuju	53	23,8	23,8	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.37. mayoritas responden yaitu sebanyak 132 responden (59,2%) menyatakan setuju mengenai penggunaan langgam pada Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 53 responden (23,8%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 38 responden menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.133) penggunaan langgam huruf pada sebuah tulisan dapat berfungsi dekoratif sekaligus untuk menonjolkan makna penting suatu kata atau kalimat yang disusun. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa Maitreyawira mampu menampilkan langgam-langgam yang berbeda baik untuk judul, sub judul ataupun kalimat-kalimat penting dalam sebuah tulisan sehingga pembaca dapat menangkap hal-hal yang merupakan inti dari sebuah tulisan, dan membuat sebuah tulisan tampak lebih indah dan menarik untuk dibaca. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 14 (Lampiran 9) yang menampilkan huruf dengan langgam *shadow* dimana huruf seolah disoroti sinar sehingga memiliki bayangan. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa penggunaan langgam pada Maitreyawira terlalu sederhana dan kurang bervariasi sehingga terkesan monoton.

Tabel 5.38. Penempatan Judul Komunikatif

No 24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	21	9,4	9,4	9,4
	Setuju	156	70,0	70,0	79,4
	Sangat Setuju	46	20,6	20,6	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.38. mayoritas responden yaitu sebanyak 156 responden (70%) menyatakan setuju dengan penempatan judul tulisan pada Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 46 responden (20,6%), dan sebanyak 21 responden (9,4%) menyatakan tidak setuju. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penempatan judul pada setiap artikel dalam Maitreyawira sudah sesuai dan langsung dapat menarik perhatian pembaca begitu halaman dibuka. Hal ini sesuai dengan pernyataan Siregar dan Pasaribu (2000, p.141) yang menyatakan bahwa judul merupakan informasi tertulis yang ditangkap pertama kali oleh pembaca ketika mulai mengamati halaman suatu media. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 15 (Lampiran 10), dimana Maitreyawira menggunakan huruf yang cukup besar yang diletakkan pada bagian tengah halaman dan menggunakan langgam berjenis *outline* dimana hurufnya dicetak menurut garis tepinya yang membuat tulisan kelihatan berbeda dengan tulisan lain yang ada pada halaman tersebut, sehingga judulnya menjadi tampak mencolok dan langsung dapat menarik perhatian pembaca. Itulah sebabnya mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa penempatan judul pada tiap halaman Maitreyawira terlalu monoton dan kurang bervariasi.

Tabel 5.39. Penempatan Identitas Halaman Memudahkan Pembaca Menemukan Informasi

No 25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	22	9,9	9,9	9,9
	Setuju	127	57,0	57,0	66,8
	Sangat Setuju	74	33,2	33,2	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.39. mayoritas responden yaitu sebanyak 127 responden (57%) menyatakan setuju terhadap penempatan identitas halaman pada Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 74 responden (33,2%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 22 responden (9,9%) menyatakan tidak setuju. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penempatan identitas halaman pada Maitreyawira sudah sesuai pada tempatnya dan memudahkan pembaca untuk menemukan artikel atau informasi yang mereka inginkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Siregar dan Pasaribu (2000, p.142) yang menyatakan bahwa pencantuman identitas halaman dimaksudkan untuk mempermudah pembaca menemukan informasi yang dikehendak. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7) dimana identitas halaman diletakkan pada bagian bawah isi tulisan. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa format dan penempatan identitas halaman pada Maitreyawira kurang bagus.

Tabel 5.40. Desain Sampul Depan Menarik Minat Baca

No 26

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	23	10,3	10,3	10,3
	Setuju	142	63,7	63,7	74,0
	Sangat Setuju	58	26,0	26,0	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.40. mayoritas responden yaitu sebanyak 142 responden (63,7%) menyatakan setuju bahwa desain sampul depan Maitreyawira menarik dan komunikatif. Sedangkan sebanyak 58 responden (26%) menyatakan sangat setuju, dan 23 responden (10,3%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.143) desain sampul depan berperan penting dalam memikat pembaca, sampul depan yang menarik dan komunikatif dapat menggerakkan pembaca untuk membuka halaman berikutnya, menyimak isi. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa desain sampul Maitreyawira sangat menarik dan benar-benar mencerminkan apa yang ingin disampaikan oleh Maitreyawira itu sendiri. Dimana Maitreyawira selalu menampilkan foto atau gambar dari seorang Buddha yang dikombinasikan dengan pemandangan alam sebagai sampul depannya yang diikuti dengan judul dari topik utama yang ada pada edisi tersebut. bila dilihat dari karakteristik responden yang semuanya beragama Buddha maka dapat dilihat bahwa penggunaan gambar Buddha sebagai sampul depan tentu saja akan menarik bagi orang yang beragama Buddha, sehingga membuat pembaca tertarik untuk mengetahui lebih lanjut isi dari Maitreyawira. Contohnya dapat dilihat pada cover Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 (Lampiran 6). Itulah sebabnya mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa desain sampul depan Maitreyawira kurang bervariasi dan terkesan kuno sehingga kurang menarik untuk dilihat.

Tabel 5.41. Penempatan Teks, Foto dan Ilustrasi Proporsional

No 27

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	17	7,6	7,6	7,6
Setuju	147	65,9	65,9	73,5
Sangat Setuju	59	26,5	26,5	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.41. mayoritas responden yaitu sebanyak 147 responden (65,9%) menyatakan setuju bahwa desain halaman Maitreyawira proporsional. Sedangkan sebanyak 59 responden (26,5%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 17 responden (7,6%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.146) desain sebuah halaman media cetak harus memperhatikan penggunaan bingkai atau tidak, penempatan identitas halaman, jumlah kolom, teks, foto, dsb, dimana hal-hal tersebut harus ditempatkan secara proporsional agar halaman tampak indah dan enak untuk dibaca. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penempatan teks serta foto pada tiap halaman Maitreyawira tampak serasi dan memperjelas artikel yang ada. Begitu juga dengan penggunaan bingkai dan penempatan identitas halaman secara keseluruhan tampak indah dan menarik minat baca. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menyatakan tidak setuju merasa bahwa penempatan foto diantara teks pada Maitreyawira kurang sesuai karena bisa mengganggu pembaca pada saat membaca, disamping itu ukuran foto juga kadang tidak sesuai dengan banyaknya teks yang ada pada sebuah halaman.

Tabel 5.42. Pola Modular Sesuai

No 28

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	21	9,4	9,4	9,4
Setuju	132	59,2	59,2	68,6
Sangat Setuju	70	31,4	31,4	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.42. mayoritas responden yaitu sebanyak 132 responden (59,2%) menyatakan setuju mengenai pola modular yang digunakan pada halaman Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 70 responden (31,4%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 21 responden (9,4%) menjawab tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.154) dalam mendesain pola halaman dapat menggunakan pola

kolumnar atau pola modular, dimana pola modular dapat membuat desain halaman tampak lebih menarik. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa pola modular yang digunakan Maitreyawira membuat halaman tampak lebih bervariasi, dimana dalam satu halaman ada foto yang diletakkan secara horizontal kemudian diikuti oleh teks yang bentuknya vertikal sehingga tampilan halaman dari Maitreyawira tidak terlihat monoton dan membuat pembaca tidak merasa jenuh. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Itulah sebabnya mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa penggunaan pola modular pada Maitreyawira dapat membuat halaman jadi terlihat tidak teratur dan membingungkan pembaca.

### 5.3.3.2. Kualitas Cetak

Di dalam kuesioner penelitian ini, kualitas cetak akan dijabarkan dalam 4 buah pertanyaan. Dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan seluruh indikator dari kualitas cetak.

Tabel 5.43. Tulisan Jelas dan Mudah Dibaca

No 29

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	16	7,2	7,2	7,2
Setuju	153	68,6	68,6	75,8
Sangat Setuju	54	24,2	24,2	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.43. mayoritas responden yaitu sebanyak 153 responden (68,8%) menyatakan setuju bahwa tulisan yang terdapat dalam Maitreyawira jelas dan mudah dibaca. Sedangkan sebanyak 54 responden (24,2%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 16 responden (7,2%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.159) kualitas cetak yang buruk, misalnya tulisan kabur selain mengganggu mata pembaca juga, juga menimbulkan keengganan membaca walau

sesungguhnya tulisan disajikan secara baik dan isinya menarik dibaca. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa tulisan yang terdapat dalam Maitreyawira terlihat jelas dan pembaca merasa tidak mengalami kesulitan sama sekali dalam membaca Maitreyawira khususnya hambatan yang diakibatkan oleh ketidakjelasan tulisan. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Itulah sebabnya mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menyatakan tidak setuju merasa bahwa cetakan tulisan maitreyawira kurang jelas mengingat warna dari halaman Maitreyawira sendiri sudah agak gelap sehingga membutuhkan warna teks yang lebih terang agar mudah dibaca.

Tabel 5.44. Jarak Antar Huruf, Kalimat, dan Baris Sesuai

No 30

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	46	20,6	20,6	20,6
Setuju	108	48,4	48,4	69,1
Sangat Setuju	69	30,9	30,9	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.44. mayoritas responden yaitu sebanyak 108 responden (48,4%) menjawab setuju bahwa jarak antar huruf dan baris pada Maitreyawira sudah sesuai. Sedangkan sebanyak 69 responden (30,9%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 46 responden (20,6%) menjawab tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.139) jarak antar kata dan baris pada satu kolom perlu diperhitungkan, karena hal tersebut mempengaruhi kecepatan membaca, jika jarak antar baris terlalu rapat mata akan lebih lambat membaca. Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti pada Maitreyawira, peneliti melihat bahwa jarak antar kata dan baris yang terdapat pada Maitreyawira tidak membuat peneliti merasa kesulitan saat membaca tulisan yang terdapat dalam Maitreyawira dan bila dilihat secara keseluruhan jarak tulisan pada setiap halaman sudah tampak serasi. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 37 (Lampiran 7). Itulah sebabnya sebagian besar responden

menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa jarak antar baris pada Maitreyawira kurang besar.

Tabel 5.45. Penggunaan Warna Pada Cover Menarik

No 31

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	60	26,9	26,9	26,9
Setuju	136	61,0	61,0	87,9
Sangat Setuju	27	12,1	12,1	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.45. mayoritas responden yaitu sebanyak 136 responden (61%) menyatakan setuju bahwa penggunaan warna pada cover Maitreyawira menarik dan menggugah minat baca. Sedangkan sebanyak 60 responden (26,9%) menyatakan tidak setuju, dan 27 responden (12,1%) menyatakan sangat setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.123) penggunaan warna-warna pada halaman depan (cover) sebuah media cetak jika digunakan secara konsisten dalam setiap edisi akan menimbulkan ciri tertentu, yang menyebabkan pembaca segera mengenali majalah tersebut dan hal ini akan menimbulkan karakter tersendiri dimata pembaca. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa penggunaan warna pada cover Maitreyawira terlihat menarik dan konsisten dengan penggunaan unsur warna biru tua atau biru langit yang selalu ada pada setiap edisi, sehingga membuat pembaca langsung mengenali Maitreyawira begitu melihat warna-warna pada covernya, hal ini juga menimbulkan rasa ketertarikan untuk membacanya. Penggunaan unsur warna biru pada cover Maitreyawira melambangkan alam semesta (langit dan bumi), hal ini sesuai dengan ajaran agama Buddha bahwa langit adalah ayah dan bumi adalah bunda kita sehingga kita harus selalu menjaga dan menyayangnya. Contohnya dapat dilihat pada cover Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 (Lampiran 6). Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju menyatakan

bahwa penggunaan warna yang cenderung monoton membuat mereka menduga bahwa isi dari Maitreyawira kurang lebih sama seperti edisi yang lalu sehingga membuat mereka kurang tertarik untuk membacanya.

Tabel 5.46. Jenis Kertas Koran Sudah Sesuai Untuk Maitreyawira

No 32

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	1,3	1,3	1,3
Tidak Setuju	118	52,9	52,9	54,3
Setuju	62	27,8	27,8	82,1
Sangat Setuju	40	17,9	17,9	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.46. mayoritas responden yaitu sebanyak 118 responden (52,9%) menyatakan tidak setuju dengan jenis kertas koran yang digunakan Maitreyawira. Selanjutnya sebanyak 62 responden (27,8%) menyatakan setuju, 40 responden (17,9%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 3 responden (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.113) majalah ada yang menggunakan kertas koran atau kertas HVS, namun dari segi kualitas cetakan kertas koran lebih mudah lusuh dibanding kertas HVS atau sejenisnya, lagipula untuk cetakan berwarna kertas koran tetap memiliki keterbatasan. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa Maitreyawira menggunakan kertas koran pada halaman isinya, disamping itu cetakan dalam Maitreyawira juga berwarna hitam putih, walaupun jenis kertas yang digunakan oleh Maitreyawira yaitu kertas koran sudah sesuai dengan format majalah pada umumnya, namun peneliti juga merasakan keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki oleh kertas koran seperti cepat lusuh dan warna tidak bisa dibuat menarik seperti jika menggunakan kertas HVS. Hal inilah yang juga dirasakan oleh pembaca Maitreyawira yang lain sehingga menyebabkan sebagian besar dari mereka merasa tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap jenis kertas yang digunakan oleh Maitreyawira yaitu kertas koran. Responden yang menyatakan setuju dan sangat

setuju menganggap penggunaan kertas koran sebagai salah satu bentuk penghematan ongkos cetak, sehingga dananya bisa digunakan untuk kepentingan yang lain. Dan mereka juga menganggap bahwa selama masih bisa dibaca jenis kertas yang digunakan tidak menjadi masalah.

### 5.3.3.3. Keragaman Isi

Di dalam kuesioner penelitian ini, keragaman isi akan dijabarkan dalam 16 buah pertanyaan. Dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan seluruh indikator dari keragaman isi.

Tabel 5.47. Menampilkan Informasi Lingkup Nonmanajemen Secara Beragam

No 33

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	10	4,5	4,5	4,5
Setuju	177	79,4	79,4	83,9
Sangat Setuju	36	16,1	16,1	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.47. mayoritas responden yaitu sebanyak 177 responden (79,4%) menyatakan setuju bahwa Maitreyawira menampilkan rubrik-rubrik dari lingkup non manajemen seperti olah raga, kesehatan, kegiatan sosial, dll. Sedangkan sebanyak 36 responden (16,1%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 10 responden (4,5%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.65) informasi yang termasuk dalam lingkup nonmanajemen adalah peristiwa atau masalah di lingkup nonmanajemen suatu korporasi yang dinilai penting dan menarik bagi pembaca, seperti olahraga, kesehatan, kegiatan sosial, dll. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam majalah Maitreyawira terdapat informasi dari lingkup nonmanajemen seperti artikel kesehatan, dan kegiatan sosial yang disajikan secara beragam dalam setiap edisi. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 51 (Lampiran 8) yang menampilkan kegiatan sosial doa bersama untuk korban bencana tsunami. Itulah sebabnya sebagian

besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan bahwa tidak semua rubrik tersebut hadir pada setiap edisi sehingga tidak dapat dikatakan beragam mengingat Maitreyawira hanya menampilkan beberapa rubrik saja.

Tabel 5.48. Menampilkan Informasi Lingkup Manajemen Secara Beragam

**No 34**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	28	12,6	12,6	12,6
	Setuju	126	56,5	56,5	69,1
	Sangat Setuju	69	30,9	30,9	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.48. mayoritas responden yaitu sebanyak 126 responden (56,5%) menyatakan setuju bahwa Maitreyawira menampilkan rubrik-rubrik dari lingkup manajemen seperti budaya kerja, produktivitas, dll. Sedangkan sebanyak 69 responden (30,9%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 28 responden (12,6%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.64) informasi yang termasuk kategori lingkup manajemen adalah berbagai peristiwa yang berada dalam lingkup manajemen suatu korporasi seperti budaya kerja, produktivitas, karier, dsb. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam Maitreyawira terdapat informasi dari lingkup manajemen yang menyajikan mengenai budaya kerja dalam hal ini budaya kerja dari abdi vihara yang berada di berbagai daerah di Indonesia, karier serta produktivitas para abdi vihara yang disajikan secara beragam dalam setiap edisi. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 15 (Lampiran 10). Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan bahwa tidak semua rubrik tersebut hadir pada setiap edisi sehingga tidak dapat dikatakan beragam mengingat Maitreyawira hanya menampilkan beberapa rubrik saja.

Tabel 5.49. Informasi Bersifat Informatif

No 35

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	6	2,7	2,7	2,7
Setuju	146	65,5	65,5	68,2
Sangat Setuju	71	31,8	31,8	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.49. responden yaitu sebanyak 146 responden (65,5%) menyatakan setuju bahwa informasi yang disampaikan Maitreyawira menambah pengetahuan baru bagi pembaca (informatif). Sedangkan sebanyak 71 responden (31,8%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 6 responden (2,7%) menyatakan tidak setuju. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dengan membaca informasi yang terdapat dalam Maitreyawira peneliti menjadi tahu mengenai hal-hal baru yang sebelumnya tidak peneliti ketahui, hal inilah yang juga dirasakan oleh pembaca Maitreyawira sehingga sebagian besar dari mereka menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.65) sebuah informasi yang disajikan pada sebuah media memiliki beberapa fungsi diantaranya fungsi informatif, yaitu apabila materi yang disajikan itu menambah pengetahuan baru bagi pembaca. Sehingga dalam hal ini Maitreyawira telah mampu memenuhi fungsi tersebut. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 15 (Lampiran 10) yang menampilkan informasi baru bagi pembaca bahwa hal-hal kecil yang kita lakukan untuk vihara asalkan berlandaskan kesetiaan dan tanggung jawab maka itu termasuk membina diri. Responden yang menjawab tidak setuju merasa bahwa informasi yang disampaikan oleh Maitreyawira sudah dapat mereka ketahui inti dari informasi tersebut sehingga bukan merupakan hal baru bagi mereka.

Tabel 5.50. Informasi Bersifat Edukatif

No 36

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	10	4,5	4,5	4,5
Setuju	136	61,0	61,0	65,5
Sangat Setuju	77	34,5	34,5	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.50. mayoritas responden yaitu sebanyak 136 responden (61%) menyatakan setuju bahwa informasi yang disampaikan Maitreyawira memperkenalkan cara kepada pembaca tentang cara baru untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk mengatasi suatu masalah (edukatif). Sedangkan sebanyak 77 responden (34,5%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 10 responden (4,5%) menyatakan tidak setuju. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dengan membaca informasi yang terdapat dalam Maitreyawira peneliti mampu untuk mengatasi persoalan yang peneliti hadapi dengan cara baru yang tidak terpikirkan sebelumnya, khususnya melalui jalan Ketuhanan, hal inilah yang juga dirasakan oleh pembaca sehingga sebagian besar dari mereka menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.66) yang menyatakan bahwa sebuah informasi yang disajikan pada sebuah media memiliki beberapa fungsi diantaranya fungsi edukatif, yaitu apabila materi yang disajikan itu memperkenalkan kepada pembaca tentang cara baru untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk mengatasi suatu masalah. Sehingga jika dilihat hasil dari jawaban responden, dalam hal ini Maitreyawira telah mampu memenuhi fungsi tersebut. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 79 (Lampiran 11) dimana isinya mendidik pembaca untuk menjadi seseorang yang mengerti akan posisi dan kedudukannya dalam suatu lingkungan masyarakat dimana hal ini merupakan solusi untuk mengatasi masalah dalam pembinaan diri yang biasanya berkaitan dengan senioritas di vihara. Responden yang tidak setuju merasa bahwa mereka tidak mendapat manfaat yang sifatnya edukatif setelah membaca Maitreyawira.

Tabel 5.51. Informasi Bersifat Menghibur

No 37

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	17	7,6	7,6	7,6
	Setuju	138	61,9	61,9	69,5
	Sangat Setuju	68	30,5	30,5	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.51. mayoritas responden yaitu sebanyak 138 responden (61,9%) menyatakan setuju bahwa informasi yang disampaikan Maitreyawira menyajikan informasi yang dapat memberikan ganjaran psikologis, seperti membuat pembaca tertawa, dll (menghibur). Sedangkan sebanyak 68 responden (30,5%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 17 responden (7,6%) menyatakan tidak setuju. Berdasarkan analisis peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa informasi yang disajikan oleh Maitreyawira mampu membuat pembaca dalam hal ini peneliti merasa terhibur dengan liputan-liputan ringan yang disajikan oleh Maitreyawira. Hal inilah yang dirasakan juga oleh responden sehingga sebagian besar dari mereka menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.66) yang menyatakan bahwa sebuah informasi yang disajikan pada sebuah media memiliki beberapa fungsi diantaranya fungsi menghibur, yaitu apabila informasi yang disajikan itu memberikan ganjaran psikologis, misalnya membuat pembaca merasa terhibur. Sehingga jika dilihat hasil dari jawaban responden, dalam hal ini Maitreyawira telah mampu memenuhi fungsi tersebut. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 104 (Lampiran 12) yang menampilkan informasi mengenai kegiatan Ajang Kreasi Gerak Dan Lagu Maitreya dan dilengkapi dengan foto acara tersebut. Responden yang tidak setuju menganggap bahwa liputan dari Maitreyawira tidak ada yang sifatnya menghibur.

Tabel 5.52. Informasi Menampilkan Realitas Sosiologis

No 38

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	28	12,6	12,6	12,6
Setuju	139	62,3	62,3	74,9
Sangat Setuju	56	25,1	25,1	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.52. mayoritas responden yaitu sebanyak 139 responden (62,3%) menyatakan setuju bahwa informasi yang ditampilkan Maitreyawira berdasarkan pengamatan langsung terhadap peristiwa nyata (Realitas sosiologis). Sedangkan sebanyak 56 responden (25,1%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 28 responden (12,6%) menyatakan tidak setuju. Menurut Sahadi dan Siregar (2000, p.67) realitas sosiologis diperoleh berdasarkan pengalaman langsung atau pengamatan langsung seseorang terhadap suatu peristiwa nyata. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap informasi yang terdapat pada Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam Maitreyawira terdapat artikel yang merupakan pengamatan langsung terhadap peristiwa nyata seperti artikel Puji Rahmat-Mu. Dimana artikel ini ditulis berdasarkan peristiwa nyata yang dialami oleh seseorang, biasanya berupa pengalaman spiritual. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju merasa bahwa artikel yang terdapat dalam Maitreyawira bukan merupakan pengamatan langsung terhadap peristiwa yang benar-benar terjadi melainkan hanya cerita dari orang lain.

Tabel 5.53. Informasi Menampilkan Realitas Psikologis

No 39

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	14	6,3	6,3	6,3
Setuju	126	56,5	56,5	62,8
Sangat Setuju	83	37,2	37,2	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.53. mayoritas responden yaitu sebanyak 126 responden (56,5%) menyatakan setuju bahwa informasi yang ditampilkan Maitreyawira berdasarkan rekaan hasil pikiran seseorang terhadap peristiwa nyata (Realitas psikologis). Sedangkan sebanyak 83 responden (37,2%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 14 responden (6,3%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.67) realitas psikologis merupakan hasil rekaan pikiran seseorang (interpretasi) terhadap peristiwa nyata, sedang ia sendiri tidak mengalami atau menyaksikan peristiwa tersebut. berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam Maitreyawira terdapat artikel yang merupakan hasil rekaan pikiran seseorang terhadap peristiwa nyata seperti rubrik Spektrum Dharma Hati dan Centrum. Biasanya rubrik ini membahas mengenai pengalaman para sesepuh saat berjuang menyebarkan ajaran agama, yang diambil hikmahnya untuk diinformasikan kepada umat. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju merasa bahwa informasi yang terdapat dalam Maitreyawira bukanlah hasil rekaan pikiran seseorang.

Tabel 5.54. Informasi Bersifat Faktual

No 40

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	15	6,7	6,7	6,7
Setuju	119	53,4	53,4	60,1
Sangat Setuju	89	39,9	39,9	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.54. mayoritas responden yaitu sebanyak 119 responden (53,4%) menyatakan setuju bahwa informasi yang ditampilkan Maitreyawira diperoleh dari peristiwa yang nyata terjadi (Faktual). Sedangkan sebanyak 89 responden (39,9%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 15 responden (6,7%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.67) informasi yang bersifat faktual diperoleh berdasarkan fakta yang diperoleh dari peristiwa yang nyata

terjadi. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa didalam Maitreyawira memang selalu memuat informasi yang diperoleh berdasarkan peristiwa yang nyata terjadi, misalnya saja liputan mengenai bencana alam, dan lain-lain. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 51 (Lampiran 8) yang menyajikan informasi tentang bencana tsunami yang terjadi di Aceh pada bulan Desember 2004. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju menganggap bahwa informasi yang disampaikan oleh Maitreyawira hanya merupakan bimbingan dharma saja.

Tabel 5.55. Informasi Bersifat Faksional

No 41

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	25	11,2	11,2	11,2
Setuju	128	57,4	57,4	68,6
Sangat Setuju	70	31,4	31,4	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.55. mayoritas responden yaitu sebanyak 128 responden (57,4%) menyatakan setuju bahwa informasi yang ditampilkan Maitreyawira disusun berdasarkan pendapat seseorang tentang fakta yang nyata terjadi (Faksional). Sedangkan sebanyak 70 responden (31,4%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 25 responden (11,2%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.67) informasi yang bersifat faksional disusun berdasarkan pendapat seseorang tentang sesuatu fakta yang nyata terjadi. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam Maitreyawira memang terdapat artikel yang memuat tentang pendapat seseorang mengenai fakta yang nyata terjadi seperti artikel Psikologi Ketuhanan. Dimana artikel ini membahas mengenai fakta yang dialami oleh seseorang yang kemudian diberikan opini berdasarkan pendapat seorang ahli atau Pandita. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju

menganggap bahwa informasi yang disampaikan Maitreyawira lebih banyak menampilkan fakta daripada pendapat individu.

Tabel 5.56. Informasi Bersifat Fiksional

No 42

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	1,3	1,3	1,3
Tidak Setuju	28	12,6	12,6	13,9
Setuju	113	50,7	50,7	64,6
Sangat Setuju	79	35,4	35,4	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.56. mayoritas responden yaitu sebanyak 113 responden (50,7%) menyatakan setuju bahwa informasi yang ditampilkan Maitreyawira adalah hasil rekaan pikiran seseorang yang disusun bukan berdasarkan fakta yang terjadi (Fiksional). Sedangkan sebanyak 79 responden (35,4%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 3 responden (1,3%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.67) informasi yang bersifat fiksional adalah hasil rekaan pikiran seseorang yang disusun bukan berdasarkan fakta yang terjadi. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa didalam Maitreyawira terdapat beragam informasi baik yang merupakan peristiwa nyata ataupun yang merupakan rekaan semata, namun tetap memiliki tujuan yang sama yaitu sesuai dengan tujuan Maitreyawira. Artikel yang tidak berdasar peristiwa nyata digunakan sebagai pengandaian atau sebagai contoh untuk diambil hikmahnya oleh pembaca seperti yang terdapat dalam artikel Refleksi. Dimana artikel ini biasanya menyajikan puisi atau kata-kata mutiara. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa mereka merasa semua informasi yang disajikan dalam Maitreyawira merupakan peristiwa yang nyata terjadi.

Tabel 5.57. Informasi Dari Vihara Pusat

No 43

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	1,3	1,3	1,3
Tidak Setuju	27	12,1	12,1	13,5
Setuju	134	60,1	60,1	73,5
Sangat Setuju	59	26,5	26,5	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.57. mayoritas responden yaitu sebanyak 134 responden (60,1%) menyatakan setuju bahwa dalam media internal Maitreyawira terdapat berbagai informasi yang berasal dari vihara pusat (perubahan susunan pengurus, dsb). Sedangkan sebanyak 59 responden (26,5%) menjawab sangat setuju, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 27 responden (12,1%), dan sebanyak 3 responden (1,3%) menyatakan sangat tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.68) informasi yang termasuk kategori kantor pusat adalah peristiwa yang terjadi di kantor pusat korporasi atau organisasi, serta dinilai penting dan menarik untuk diketahui pembaca. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam Maitreyawira memang terdapat informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan vihara pusat yang terletak di Jakarta, misalnya saja pergantian kepengurusan dewan, perlombaan menyanyi yang diadakan oleh vihara pusat, dan lain-lain. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 72 (Lampiran 13) yang menyajikan lomba nyanyian peraga Maitreya di vihara pusat Jakarta. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju merasa bahwa informasi dari vihara pusat sangat jarang ada di Maitreyawira, itulah sebabnya mereka menjawab tidak setuju.

Tabel 5.58. Informasi Dari Vihara Daerah

No 44

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	6	2,7	2,7	2,7
Setuju	146	65,5	65,5	68,2
Sangat Setuju	71	31,8	31,8	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.58. mayoritas responden yaitu sebanyak 146 responden (65,5%) menyatakan setuju bahwa dalam media internal Maitreyawira terdapat berbagai informasi yang berasal dari vihara di daerah (peresmian vihara baru di daerah, dsb). Sedangkan sebanyak 71 responden (31,8%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 6 responden (2,7%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.68) informasi yang termasuk kategori peristiwa dikantor cabang adalah persoalan yang terjadi di kantor cabang, serta dinilai penting dan menarik untuk diketahui oleh pembaca. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam Maitreyawira memang terdapat informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan vihara dari berbagai daerah di Indonesia yang merupakan cabang dari vihara pusat yang terletak di Jakarta, seperti peresmian vihara atau kegiatan lain yang diadakan oleh vihara dari berbagai daerah tersebut. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 104 (Lampiran 12) yang menyajikan informasi mengenai lomba kreasi gerak dan lagu Maitreya di vihara cabang Surabaya. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju merasa bahwa informasi seperti itu tidak selalu ada dalam penerbitan Maitreyawira sehingga mereka tidak setuju.

Tabel 5.59. Informasi Dari Luar Vihara Pusat dan Daerah

## No 45

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	20	9,0	9,0	9,0
Setuju	159	71,3	71,3	80,3
Sangat Setuju	44	19,7	19,7	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.59. mayoritas responden yaitu sebanyak 159 responden (71,3%) menyatakan setuju bahwa dalam media internal Maitreyawira terdapat berbagai informasi yang bukan berasal dari vihara pusat maupun vihara di daerah (kegiatan bakti sosial, dsb). Sedangkan sebanyak 44 responden (19,7%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 20 responden (9%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.68) informasi yang termasuk kategori peristiwa di luar kantor korporasi atau organisasi adalah persoalan yang terjadi di luar kantor korporasi atau organisasi (pusat atau cabang), tetapi ada sangkut pautnya dengan kegiatan korporasi atau organisasi serta dinilai penting atau menarik untuk diketahui pembaca. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam Maitreyawira memang terdapat informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan umat Buddha diluar vihara seperti kegiatan bakti sosial, atau mengunjungi panti asuhan dan panti jompo misalnya. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 56 (Lampiran 14) yang menampilkan kegiatan sosial di posko bantuan bencana tsunami di Aceh. Itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa liputan seperti itu tidak selalu ada dalam Maitreyawira itulah sebabnya mereka menjawab tidak setuju.

Tabel 5.60. Informasi Dalam Bentuk Artikel

## No 46

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	14	6,3	6,3	6,3
Setuju	144	64,6	64,6	70,9
Sangat Setuju	65	29,1	29,1	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.60. mayoritas responden yaitu sebanyak 144 responden (64,6%) menyatakan setuju bahwa dalam media internal Maitreyawira terdapat informasi yang beragam yang ditampilkan dalam bentuk artikel. Sedangkan sebanyak 65 responden (29,1%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 14 responden (6,3%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.69) artikel bisa memperlihatkan sisi baik atau buruk, maupun untung rugi yang mungkin ditemukan dalam suatu masalah, bisa juga untuk menjelaskan duduk perkara suatu persoalan, saran untuk mencoba langkah baru, ajakan untuk bertindak. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira dan juga informasi yang peneliti peroleh dari pengurus Maitreyawira (Sumber: Wawancara dengan Heng Kie, Sekretaris Redaksi Maitreyawira, 25 November 2005) sebagian besar informasi dalam Maitreyawira disajikan dalam bentuk artikel seperti rubrik. Itulah sebabnya sebagian besar dari responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menganggap bahwa informasi yang disajikan pada Maitreyawira itu disebut berita.

Tabel 5.61. Informasi Dalam Bentuk Foto Atau Bagan

## No 47

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	17	7,6	7,6	7,6
Setuju	162	72,6	72,6	80,3
Sangat Setuju	44	19,7	19,7	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.61. mayoritas responden yaitu sebanyak 162 responden (72,6%) menyatakan setuju bahwa dalam media internal Maitreyawira terdapat informasi yang beragam yang ditampilkan dalam bentuk foto atau bagan. Sedangkan sebanyak 44 responden (19,7%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 17 responden (7,6%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.70) informasi yang disajikan dalam bentuk foto atau bagan bisa berdiri sendiri atau sebagai satu kesatuan, bisa pula merupakan pelengkap bagi suatu tulisan. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam Maitreyawira terdapat foto atau bagan yang disajikan secara tersendiri dan ada juga yang menjadi informasi tambahan dalam setiap tulisan, sehingga informasi yang disampaikan menjadi semakin jelas. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 51 (Lampiran 8) yang menampilkan foto sebagai bagian dari tulisan. Itulah sebabnya sebagian besar dari responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju menganggap bahwa foto atau bagan yang ditampilkan pada Maitreyawira kurang beragam, itulah sebabnya mereka menjawab tidak setuju.

Tabel 5.62. Format Penyajian Informasi Tepat

No 48

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	50	22,4	22,4	22,4
	Setuju	113	50,7	50,7	73,1
	Sangat Setuju	60	26,9	26,9	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.62. mayoritas responden yaitu sebanyak 113 responden (50,7%) menyatakan setuju bahwa format penyajian informasi yang digunakan Maitreyawira (berupa artikel, foto atau bagan) membantu mempermudah pembaca menangkap makna pesan yang ingin disampaikan. Sedangkan sebanyak 60 responden (26,9%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 50 responden (22,4%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.70) dalam menyusun komposisi isi

suatu media cetak dilakukan dengan menentukan seberapa penting dan menarik informasi itu bagi pembaca, semakin penting dan menarik informasi itu bagi pembaca maka semakin besar porsi nya. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam Maitreyawira terdapat banyak informasi yang dikemas dalam bentuk artikel, dimana hal ini merupakan bagian dari tujuan utama dari Maitreyawira yaitu sebagai media spiritual dan komunikasi yang memang lebih memungkinkan untuk disampaikan pada pembaca dalam bentuk artikel sehingga porsi nya menjadi lebih besar yaitu sekitar 75%. Disamping itu juga terdapat foto atau bagan yang menjadi informasi tambahan dalam setiap tulisan, sehingga informasi yang disampaikan menjadi semakin jelas dan bervariasi. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa dalam Maitreyawira terdapat keragaman dalam format penyajian informasi, itulah sebabnya sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang tidak setuju menganggap bahwa foto atau bagan yang ditampilkan pada Maitreyawira kurang beragam dan terkesan monoton, itulah sebabnya mereka menjawab tidak setuju.

#### 5.3.3.4. Ciri Yang Konsisten

Di dalam kuesioner penelitian ini, ciri yang konsisten akan dijabarkan dalam 3 buah pertanyaan. Dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan seluruh indikator dari ciri yang konsisten.

Tabel 5.63. Ciri Konsisten Sebagai Terbitan Yang Anggun

No 49

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	34	15,2	15,2	15,2
Setuju	163	73,1	73,1	88,3
Sangat Setuju	26	11,7	11,7	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.63. mayoritas responden yaitu sebanyak 163 responden (73,1%) menyatakan setuju bahwa tampilan visual Maitreyawira (dari desain cover

dan desain halaman isi) memiliki ciri yang konsisten yaitu ingin menampilkan kesan sebagai terbitan yang anggun. Sedangkan sebanyak 26 responden (11,7%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 34 responden (15,2%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.124) biasanya ciri desain perwajahan yang anggun dikenali dengan meletakkan judul tulisan ditengah, banyak menggunakan bidang kosong, foto dan ilustrasi digunakan dengan ukuran sedang. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa adanya ciri yang sesuai dengan karakter media yang anggun sesuai dengan deskripsi yang sudah disebutkan tadi selalu hadir dalam setiap edisi dari Maitreyawira baik itu dari segi penempatan judul, penggunaan bidang kosong, serta ukuran foto atau ilustrasi yang digunakan. Contohnya dapat dilihat pada Maitreyawira Edisi 23 / Maret 2005 halaman 15 (Lampiran 10). Hal ini juga dapat dilihat dari jawaban sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Maitreyawira memiliki ciri yang konsisten sebagai media dengan karakter yang anggun. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa mereka tidak melihat adanya sesuatu yang khas dari tampilan visual Maitreyawira.

Tabel 5.64. Rubrik Tetap Mengulas Informasi Sesuai Latar Belakang dan Tujuan Maitreyawira

No 50

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	17	7,6	7,6	7,6
Setuju	148	66,4	66,4	74,0
Sangat Setuju	58	26,0	26,0	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.64. mayoritas responden yaitu sebanyak 148 responden (66,4%) menyatakan setuju bahwa Maitreyawira memiliki rubrik tetap yang mengulas informasi secara kontinu berdasarkan latar belakang dan tujuan dari Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 58 responden (26%) menjawab sangat setuju, dan

sebanyak 17 responden (7,6%) menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.78) rubrik tetap ditentukan berdasarkan kaitan antara tujuan yang hendak dicapai, makna penting dan relevansi informasi yang disampaikan secara kontinu melalui rubrik tetap. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa dalam setiap edisi Maitreyawira selalu terdapat rubrik tetap yaitu Spektrum Dharma Hati, Centrum, Puji Rahmat-Mu, Refleksi, Perspektif, Lintas Vihara yang menyajikan informasi mengenai ajaran-ajaran agama Buddha secara kontinu, dimana hal ini merupakan salah satu tujuan dari penerbitan Maitreyawira yaitu sebagai media spiritual. Hal ini juga didukung oleh sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang tidak setuju merasa bahwa rubrik tetap yang terdapat pada Maitreyawira tidak menampilkan informasi secara kontinu, melainkan selalu berbeda pada setiap edisinya.

Tabel 5.65. Rubrik Tidak Tetap Menyajikan Informasi Beragam dan Menarik

No 51

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	,9	,9	,9
	Setuju	152	68,2	68,2	69,1
	Sangat Setuju	69	30,9	30,9	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.65. mayoritas responden yaitu sebanyak 152 responden (68,2%) menyatakan setuju bahwa Maitreyawira memiliki kualitas isi yang baik dengan menampilkan berbagai informasi yang penting dan menarik bagi pembaca melalui rubrik tidak tetap namun tetap sesuai dengan latar belakang dan tujuan Maitreyawira. Sedangkan sebanyak 69 responden (30,9%) menjawab sangat setuju, dan hanya 2 responden (0,9%) yang menyatakan tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.79) rubrik tidak tetap adalah jika informasi yang disampaikan itu, meskipun mendukung tujuan penerbitan, namun makna penting dan relevansinya sangat situasional. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti

melihat bahwa dalam setiap edisi Maitreyawira selalu menyajikan beragam informasi melalui rubrik tidak tetap seperti Mimbar Nurani dan Psikologi Ketuhanan, namun tetap tidak lepas dari ajaran Ketuhanan Maitreya yang merupakan latar belakang dan tujuan dari Maitreyawira. Itulah sebabnya mengapa informasi dalam Maitreyawira menjadi menarik. Hal ini juga didukung oleh sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang menyatakan tidak setuju yaitu sebanyak 2 orang menganggap bahwa informasi yang disampaikan Maitreyawira melalui rubrik tidak tetap kurang menarik bagi mereka dan hanya dianggap sebagai berita pelengkap edisi saja.

### 5.3.3.5. Ketepatan Waktu Terbit

Di dalam kuesioner penelitian ini, ketepatan waktu terbit akan dijabarkan dalam sebuah pertanyaan. Dimana pertanyaan tersebut merupakan indikator dari ketepatan waktu terbit Maitreyawira yaitu setiap 3 bulan sekali.

Tabel 5.66. Ketepatan Waktu Terbit

No 52

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	13	5,8	5,8	5,8
Tidak Setuju	102	45,7	45,7	51,6
Setuju	63	28,3	28,3	79,8
Sangat Setuju	45	20,2	20,2	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.66. mayoritas responden yaitu sebanyak 102 responden (45,7%) menyatakan tidak setuju bahwa Maitreyawira selalu terbit tepat waktu yaitu 3 bulan sekali. Sedangkan sebanyak 63 responden (28,3%) menjawab setuju, selanjutnya ada 45 responden (20,2%) menyatakan sangat setuju, dan 13 responden (5,8%) menyatakan sangat tidak setuju. Menurut Ashadi dan Siregar (2000, p.160) pembaca selalu ingin media cetak sampai ke tangan mereka tepat pada waktunya, dan ketepatan waktu terbit akan mempengaruhi anggapan pembaca terhadap pengelolaan

penerbitan. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa jika dihitung sejak pertama kali terbit pada bulan juli 1995 dengan periode terbit 3 bulan sekali seharusnya saat ini Maitreyawira telah mencapai edisi ke 30 pada bulan juni 2005. Tetapi pada kenyataannya Maitreyawira baru sampai pada edisi ke 24 pada bulan Juni 2005, hal ini berarti Maitreyawira terlambat terbit sebanyak 6 edisi. Dan hal ini dibenarkan oleh pengurus Maitreyawira, menurut mereka penerbitan Maitreyawira seharusnya tepat waktu hanya saja terhambat masalah dana sehingga penerbitan Maitreyawira menjadi tertunda. Inilah yang menyebabkan sebagian besar responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab setuju dan sangat setuju merasa bahwa Maitreyawira selalu terbit tepat waktu hanya saja proses pengiriman atau pendistribusian yang kurang baik yang menyebabkan Maitreyawira tidak sampai ke tangan pembaca tepat pada waktunya.

### 5.3.3.6. Sebagai Media Spiritual

Di dalam kuesioner penelitian ini, Maitreyawira sebagai media spiritual akan dijabarkan dalam 2 buah pertanyaan. Dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan indikator dari Maitreyawira sebagai media spiritual.

Tabel 5.67. Artikel Spektrum Dharma Hati Menyadarkan Akan Makna Luhur Ajaran Ketuhanan

#### No 53

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	21	9,4	9,4	9,4
	Setuju	160	71,7	71,7	81,2
	Sangat Setuju	42	18,8	18,8	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.67. mayoritas responden yaitu sebanyak 160 responden (71,7%) menyatakan setuju bahwa artikel Spektrum Dharma Hati yang terdapat

dalam media internal Maitreyawira mampu membuat pembaca menjadi sadar akan makna luhur dari Ajaran Ketuhanan. Sedangkan sebanyak 42 responden (18,8%) menjawab sangat setuju, dan 21 responden (9,4%) menyatakan tidak setuju. Menurut pengurus Maitreyawira (Sumber : Wawancara dengan Heng Kie, Sekretaris Redaksi Maitreyawira, 25 November 2005) tujuan dari artikel Spektrum Dharma Hati adalah agar melalui artikel Spektrum Dharma Hati media internal Maitreyawira mampu membuat para pembaca menjadi sadar akan makna luhur dari ajaran Ketuhanan yang saat ini sedang mereka jalankan. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti merasa bahwa setelah membaca artikel tersebut pembaca dalam hal ini peneliti menjadi semakin yakin akan keluhuran dari ajaran Tao Maitreya, dan semakin semangat untuk membina diri dengan rajin beribadah. Hal ini juga didukung oleh responden yang sebagian besar menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa mereka tidak mendapat kesan yang terlalu mendalam setelah membaca artikel tersebut.

Tabel 5.68. Artikel Centrum Membuat Sadar Untuk Mengasihi Semua Mahluk

No 54

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	27	12,1	12,1	12,1
Setuju	119	53,4	53,4	65,5
Sangat Setuju	77	34,5	34,5	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.68. mayoritas responden yaitu sebanyak 119 responden (53,4%) menyatakan setuju bahwa artikel Centrum dalam media internal Maitreyawira mampu membuat pembaca terketuk hati nuraninya untuk saling mengasihi semua mahluk dan saling membantu serta menginsafi kebesaran Tuhan Yang Maha Esa. Sedangkan sebanyak 77 responden (34,5%) menjawab sangat setuju, dan 27 responden (12,1%) menyatakan tidak setuju. Menurut pengurus Maitreyawira (Sumber : Wawancara dengan Heng Kie, Sekretaris Redaksi Maitreyawira, 25

November 2005) tujuan dari artikel Centrum adalah agar melalui artikel Centrum media internal Maitreyawira mampu membuat para pembaca terketuk Hati Nuraninya untuk saling mengasihi semua makhluk dan saling membantu serta menginsafi kebesaran Tuhan Yang Maha Esa. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa setelah membaca artikel tersebut pembaca dalam hal ini peneliti merasa termotivasi untuk lebih mengasihi makhluk hidup dan tidak menyakiti mereka dengan menjadi seorang vegetarian. Hal ini juga didukung oleh sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa mereka tidak mendapat kesan yang terlalu mendalam setelah membaca artikel tersebut.

### 5.3.3.7. Sebagai Media Komunikasi

Di dalam kuesioner penelitian ini, Maitreyawira sebagai media komunikasi akan dijabarkan dalam 6 buah pertanyaan. Dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan indikator dari Maitreyawira sebagai media komunikasi.

Tabel 5.69. Artikel Puji Rahmat-Mu Membuat Mengerti Akan Kebesaran Kasih Tuhan dan Para Buddha

No 55

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	33	14,8	14,8	14,8
Setuju	139	62,3	62,3	77,1
Sangat Setuju	51	22,9	22,9	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.69. mayoritas responden yaitu sebanyak 139 responden (62,3%) menyatakan setuju bahwa artikel Puji Rahmat-Mu yang terdapat dalam media internal Maitreyawira mampu membuat pembaca mengerti akan makna atau pesan yang terkandung dalam setiap kesaksian atau kisah nyata yang dialami oleh umat lain yang menunjukkan kebesaran kasih Tuhan dan para Buddha. Sedangkan

sebanyak 51 responden (22,9%) menjawab sangat setuju, dan 33 responden (14,8%) menyatakan tidak setuju. Menurut pengurus Maitreyawira (Sumber: Wawancara dengan Heng Kie, Sekretaris redaksi Maitreyawira, 25 November 2005) tujuan dari artikel Puji Rahmat-Mu adalah agar melalui artikel Puji Rahmat-Mu para pembaca dapat mengerti makna yang terkandung dalam kesaksian atau kisah nyata yang dialami oleh umat lain yang menunjukkan kebesaran kasih Tuhan dan para Buddha. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa setelah membaca artikel tersebut pembaca dalam hal ini peneliti merasa sangat bersyukur atas apa yang telah diberikan oleh Tuhan dan para Buddha bagi kehidupan peneliti saat ini dan termotivasi untuk lebih rajin lagi berbuat baik dan mengasihi semua makhluk. Hal ini juga didukung oleh sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa artikel tersebut hanya memberikan tambahan pengetahuan saja dan belum bisa membuat mereka benar-benar menjalani sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh artikel tersebut.

Tabel 5.70. Artikel Perspektif Membuat Mengerti Tentang Opini Umat Lain

No 56

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	33	14,8	14,8	14,8
	Setuju	112	50,2	50,2	65,0
	Sangat Setuju	78	35,0	35,0	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.70. mayoritas responden yaitu sebanyak 112 responden (50,2%) menyatakan setuju bahwa artikel Perspektif yang terdapat dalam media internal Maitreyawira mampu membuat pembaca mengerti akan informasi yang ingin disampaikan oleh umat lain mengenai opini terhadap hal-hal tertentu yang dibahas dari sudut Ketuhanan. Sedangkan sebanyak 78 responden (35%) menjawab sangat setuju, dan 33 responden (14,8%) menyatakan tidak setuju. Menurut pengurus Maitreyawira (Sumber : Wawancara dengan Heng Kie, Sekretaris Redaksi

Maitreyawira, 25 November 2005) tujuan dari artikel Perspektif adalah agar melalui artikel Perspektif para pembaca dapat mengerti informasi yang ingin disampaikan oleh Maitreyawira mengenai opini terhadap hal-hal tertentu yang dibahas dari sudut Ketuhanan. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa setelah membaca artikel tersebut pembaca dalam hal ini peneliti menjadi tahu mengenai sudut pandang lain dalam melihat satu persoalan dan hal ini dapat memperkaya pengetahuan peneliti. Hal ini juga didukung oleh sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa artikel tersebut kurang menarik bagi mereka sehingga mereka merasa tidak mendapatkan manfaat apa-apa.

Tabel 5.71. Artikel Lintas Vihara Membuat Mengetahui Informasi Dari Berbagai Vihara

No 57

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	12	5,4	5,4	5,4
Setuju	137	61,4	61,4	66,8
Sangat Setuju	74	33,2	33,2	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.71. mayoritas responden yaitu sebanyak 137 responden (61,4%) menyatakan setuju bahwa artikel Lintas Vihara yang terdapat dalam media internal Maitreyawira dapat membuat pembaca mengetahui dengan baik informasi yang ingin disampaikan oleh umat dari berbagai vihara mengenai kegiatan atau peristiwa penting yang terjadi di berbagai vihara di Indonesia. Sedangkan sebanyak 74 responden (33,2%) menjawab sangat setuju, dan 12 responden (5,4%) menyatakan tidak setuju. Menurut pengurus Maitreyawira (Sumber : Wawancara dengan Heng Kie, Sekretaris Redaksi Maitreyawira, 25 November 2005) tujuan dari artikel Lintas Vihara adalah agar melalui artikel Lintas Vihara para pembaca dapat mengetahui dengan baik informasi yang ingin disampaikan oleh Maitreyawira mengenai kegiatan

atau peristiwa penting yang terjadi di berbagai vihara di Indonesia dan termotivasi untuk melakukan hal yang serupa. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa setelah membaca artikel tersebut pembaca dalam hal ini peneliti merasa dengan membaca artikel tersebut peneliti mendapatkan banyak pengetahuan mengenai kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh umat dari berbagai vihara di tanah air dan juga bisa mendapat ide-ide baru dari artikel tersebut untuk diterapkan di vihara. Hal ini juga didukung oleh sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang menjawab tidak setuju menyatakan bahwa artikel tersebut lebih sering meliput kegiatan yang berada di luar daerah dan sangat jarang meliput kegiatan di viharanya sehingga mereka merasa kurang tertarik untuk membacanya. Hal ini sesuai dengan pendapat Ashadi dan Siregar (2000, p.68) yang menyatakan bahwa informasi tentang peristiwa yang dekat dari domisili pembaca atau informasi tentang peristiwa yang dekat secara emosional, lebih menarik perhatian.

Tabel 5.72. Artikel Psikologi Ketuhanan Membantu Dalam Mengatasi Masalah Sehari-hari

No 58

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	39	17,5	17,5	17,5
	Setuju	110	49,3	49,3	66,8
	Sangat Setuju	74	33,2	33,2	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.72. mayoritas responden yaitu sebanyak 110 responden (49,3%) menyatakan setuju bahwa artikel Psikologi Ketuhanan yang terdapat dalam media internal Maitreyawira dapat membantu pembaca untuk menghadapi masalah-masalah yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan psikologi manusia dan mengatasinya dari segi Keagamaan. Sedangkan sebanyak 74 responden (33,2%) menjawab sangat setuju, dan 39 responden (17,5%) menyatakan tidak setuju. Menurut pengurus Maitreyawira (Sumber : Wawancara dengan Heng Kie, Sekretaris

Redaksi Maitreyawira, 25 November 2005) tujuan dari artikel Psikologi Ketuhanan adalah agar melalui artikel Psikologi Ketuhanan para pembaca dapat menerima dengan baik informasi yang disampaikan oleh Maitreyawira mengenai hal-hal yang berkaitan dengan psikologi manusia dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana mengatasinya dari sudut keagamaan. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa setelah membaca artikel tersebut pembaca dalam hal ini peneliti merasa artikel tersebut memberikan pelajaran bagaimana mengatasi masalah melalui pengalaman yang dihadapi orang lain dan mengatasinya dari segi keagamaan. Hal ini juga didukung oleh sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang tidak setuju mengatakan bahwa untuk menyelesaikan masalah yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari tidak harus berpedoman pada artikel tersebut, karena disamping waktu terbitnya yang terlalu lama, persoalan yang dibahas pun belum tentu sesuai dengan yang sedang mereka hadapi, sehingga mereka merasa bisa mengatasinya tanpa harus membaca artikel tersebut.

Tabel 5.73. Artikel Mimbar Nurani Membantu Mengatasi Masalah Dalam Pembinaan Diri

No 59

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	39	17,5	17,5	17,5
Setuju	117	52,5	52,5	70,0
Sangat Setuju	67	30,0	30,0	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.73. mayoritas responden yaitu sebanyak 117 responden (52,5%) menyatakan setuju bahwa artikel Mimbar Nurani yang terdapat dalam media internal Maitreyawira dapat membantu pembaca untuk menghadapi masalah-masalah dalam pembinaan diri dan mengatasinya melalui jalan Ketuhanan. Sedangkan sebanyak 67 responden (30%) menjawab sangat setuju, dan 39 responden (17,5%) menyatakan tidak setuju. Menurut pengurus Maitreyawira (Sumber : Wawancara

dengan Heng Kie, Sekretaris Redaksi Maitreyawira, 25 November 2005) tujuan dari artikel Mimbar Nurani adalah agar melalui artikel Mimbar Nurani Maitreyawira dapat membantu memberikan informasi dengan baik kepada para pembaca mengenai bagaimana kita harus menghadapi segala permasalahan dalam pembinaan diri melalui jalan Ketuhanan. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa setelah membaca artikel tersebut pembaca dalam hal ini peneliti merasa melalui artikel tersebut peneliti dapat belajar melalui pengalaman yang dihadapi orang lain dalam pembinaan dan mengatasinya melalui jalan Ketuhanan. Hal ini juga didukung oleh sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa menyelesaikan masalah dalam pembinaan melalui rubrik tersebut kurang efektif dan efisien karena karena disamping waktu terbitnya yang terlalu lama, persoalan yang dibahas pun belum tentu sesuai dengan yang sedang mereka hadapi, sehingga mereka merasa lebih baik langsung berkonsultasi dengan Pandita yang ada di vihara.

Tabel 5.74. Artikel Refleksi Membantu Untuk Merefleksi Diri

No 60

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	27	12,1	12,1	12,1
Setuju	98	43,9	43,9	56,1
Sangat Setuju	98	43,9	43,9	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5.74. sebanyak 98 responden (43,9%) menyatakan setuju bahwa artikel Refleksi yang terdapat dalam Maitreyawira mampu membuat pembaca merefleksi diri dan membangkitkan hati nurani. Sedangkan sebanyak 98 responden (43,9%) menjawab sangat setuju, dan 27 responden (12,1%) menyatakan tidak setuju. Menurut pengurus Maitreyawira (Sumber : Wawancara dengan Heng Kie, Sekretaris Redaksi Maitreyawira, 25 November 2005) tujuan dari artikel Refleksi adalah agar melalui artikel Refleksi Maitreyawira dapat membuat para pembaca merefleksi diri

dan membangkitkan Hati Nurani dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap Maitreyawira, peneliti melihat bahwa setelah membaca artikel tersebut pembaca dalam hal ini peneliti merasa dapat lebih mengintrospeksi diri karena artikel tersebut memuat kisah yang dapat menggerakkan hati nurani peneliti untuk lebih bersyukur pada Tuhan dan para Buddha akan apa yang peneliti miliki sekarang. Hal ini juga didukung oleh sebagian besar responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang tidak setuju menyatakan bahwa mereka lebih dapat merefleksi diri melalui ceramah daripada melalui sebuah artikel.

### **5.3.4. Data Interval**

#### **5.3.4.1. Tampilan Visual**

Dengan menggunakan rumus interval kelas yang telah dijabarkan pada bab 3 diperoleh skala interval sebagai berikut :

$$i = \frac{\text{range}}{k}$$

Keterangan :

i : interval kelas

Range : nilai tertinggi – nilai terendah

k : jumlah kelas

$$i = (105 - 21) : 3 = 28$$

Lemah : 21 - 48

Sedang : 49 – 76

Kuat : 77 – 105

Tabel 5.75. Interval Tampilan Visual

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	68	30,5	30,5	30,5
	Kuat	155	69,5	69,5	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel 5.75. dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai responden terhadap indikator tampilan visual pada media internal Maitreyawira berada pada skala kuat dengan persentase 69,5%. Hal tersebut terbukti dari analisis data tabel frekuensi pada kuesioner no 8 - 29 yang telah dijabarkan sebelumnya.

#### 5.3.4.2. Kualitas Cetak

Dengan menggunakan rumus interval kelas yang telah dijabarkan pada bab 3 diperoleh skala interval sebagai berikut :

$$i = \frac{\text{range}}{k}$$

Keterangan :

i : interval kelas

Range : nilai tertinggi – nilai terendah

k : jumlah kelas

$$i = (20 - 4) : 3 = 5,33 = 5$$

Lemah : 4 - 8

Sedang : 9 - 14

Kuat : 15 - 20

Tabel. 5.76. Interval Kualitas Cetak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lemah	3	1,3	1,3	1,3
	Sedang	106	47,5	47,5	48,9
	Kuat	114	51,1	51,1	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel 5.76. dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai responden terhadap indikator kualitas cetak pada media internal Maitreyawira berada pada skala kuat dengan persentase 51,1%. Hal tersebut terbukti dari analisis data tabel frekuensi pada kuesioner no 29 - 32 yang telah dijabarkan sebelumnya.

#### 5.3.4.3. Keragaman Isi

Dengan menggunakan rumus interval kelas yang telah dijabarkan pada bab 3 diperoleh skala interval sebagai berikut :

$$i = \frac{\text{range}}{k}$$

Keterangan :

i : interval kelas

Range : nilai tertinggi – nilai terendah

k : jumlah kelas

$$i = (80 - 16) : 3 = 21,33 = 21$$

Lemah : 16 - 36

Sedang : 37 – 57

Kuat : 58 – 80

Tabel 5.77. Interval Keragaman Isi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sedang	20	9,0	9,0	9,0
Kuat	203	91,0	91,0	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel 5.77. dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai responden terhadap indikator keragaman isi pada media internal Maitreyawira berada pada skala kuat dengan persentase 91%. Hal tersebut terbukti dari analisis data tabel frekuensi pada kuesioner no 33 - 48 yang telah dijabarkan sebelumnya.

#### 5.3.4.4. Ciri Yang Konsisten

Dengan menggunakan rumus interval kelas yang telah dijabarkan pada bab 3 diperoleh skala interval sebagai berikut :

$$i = \frac{\text{range}}{k}$$

Keterangan :

i : interval kelas

Range : nilai tertinggi – nilai terendah

k : jumlah kelas

$$i = (15 - 3) : 3 = 4$$

Lemah : 3 - 6

Sedang : 7 - 10

Kuat : 11 - 15

Tabel 5.78. Interval Ciri Yang Konsisten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sedang	31	13,9	13,9	13,9
Kuat	192	86,1	86,1	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel 5.78. dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai responden terhadap indikator ciri yang konsisten pada media internal Maitreyawira berada pada skala kuat dengan persentase 86,1%. Hal tersebut terbukti dari analisis data tabel frekuensi pada kuesioner no 49 - 51 yang telah dijabarkan sebelumnya.

#### 5.3.4.5. Ketepatan Waktu Terbit

Dengan menggunakan rumus interval kelas yang telah dijabarkan pada bab 3 diperoleh skala interval sebagai berikut :

$$i = \frac{\text{range}}{k}$$

Keterangan :

i : interval kelas

Range : nilai tertinggi – nilai terendah

k : jumlah kelas

$$i = (5 - 1) : 3 = 1$$

Lemah : 1 - 2

Sedang : 3 - 4

Kuat : 5

Tabel 5.79. Interval Ketepatan Waktu Terbit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lemah	115	51,6	51,6	51,6
	Sedang	63	28,3	28,3	79,8
	Kuat	45	20,2	20,2	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel 5.79. dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai responden terhadap indikator ketepatan waktu terbit pada media internal Maitreyawira berada pada skala lemah dengan persentase 51,6%. Hal tersebut terbukti dari analisis data tabel frekuensi pada kuesioner no 52 yang telah dijabarkan sebelumnya.

#### 5.3.4.6. Sebagai Media Spiritual

Dengan menggunakan rumus interval kelas yang telah dijabarkan pada bab 3 diperoleh skala interval sebagai berikut :

$$i = \frac{\text{range}}{k}$$

Keterangan :

i : interval kelas

Range : nilai tertinggi – nilai terendah

k : jumlah kelas

$$i = (10 - 2) : 3 = 2,66 = 3$$

Lemah : 2 - 4

Sedang : 5 - 7

Kuat : 8 - 10

Tabel 5.80. Interval Sebagai Media Spiritual

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lemah	21	9,4	9,4	9,4
	Sedang	6	2,7	2,7	12,1
	Kuat	196	87,9	87,9	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel 5.80. dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai responden terhadap indikator sebagai media spiritual pada media internal Maitreyawira berada pada skala kuat dengan persentase 87,9%. Hal tersebut terbukti dari analisis data tabel frekuensi pada kuesioner no 53 - 54 yang telah dijabarkan sebelumnya.

#### 5.3.4.6. Sebagai Media Komunikasi

Dengan menggunakan rumus interval kelas yang telah dijabarkan pada bab 3 diperoleh skala interval sebagai berikut :

$$i = \frac{\text{range}}{k}$$

Keterangan :

i : interval kelas

Range : nilai tertinggi – nilai terendah

k : jumlah kelas

$$i = (30 - 6) : 3 = 8$$

Lemah : 6 - 13

Sedang : 14 – 21

Kuat : 22 – 30

Tabel 5.81. Interval Sebagai Media Komunikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	66	29,6	29,6	29,6
	Kuat	157	70,4	70,4	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel 5.81. dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai responden terhadap indikator sebagai media komunikasi pada media internal Maitreyawira berada pada skala kuat dengan persentase 70,4%. Hal tersebut terbukti dari analisis data tabel frekuensi pada kuesioner no 55 - 60 yang telah dijabarkan sebelumnya.

### 5.3.5. *Crosstabs* (Tabulasi Silang)

Untuk membuat hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih terfokus maka, peneliti membuat tabulasi silang antara jenis kelamin, usia, dan indikator efektivitas yang merupakan tujuan dari Maitreyawira yaitu sebagai media spiritual dan sebagai media komunikasi. Pemilihan usia dan jenis kelamin sebagai pertanyaan yang akan di tabulasi silang adalah berdasarkan budaya dari Maha Vihara Thian Bao yang pada semua kegiatannya selalu membagi umat menjadi dua kelompok yaitu berdasarkan jenis kelamin dan berdasarkan usia. Misalnya saja dalam kegiatan ibadah, tempat berdiri untuk umat pria di sebelah kanan dan umat wanita di sebelah kiri. Kemudian umat pria yang usianya lebih muda (yunion) berdiri dibelakang umat yang lebih tua (senior), begitu juga dengan umat wanita.

Pemilihan indikator efektivitas sebagai pertanyaan yang akan di tabulasi silang karena dalam penelitian ini menekankan pada efektivitas berdasarkan pendekatan tujuan, sehingga peneliti merasa indikator-indikator tersebut yaitu, jenis kelamin, usia, sebagai media spiritual dan sebagai media komunikasi jika disilangkan akan menunjukkan data dengan hasil yang lebih terfokus untuk benar-benar mengetahui efektivitas dari media internal Maitreyawira sebagai media spiritual dan

komunikasi pada umat di Maha Vihara Thian Bao Surabaya. Dan berikut ini adalah hasil analisis dari masing-masing indikator tersebut.

53. Artikel Spektrum Dharma Hati yang terdapat dalam media internal Maitreyawira mampu membuat pembaca menjadi sadar akan makna luhur dari Ajaran Ketuhanan.

Tabel 5.82. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Artikel Spektrum Dharma Hati

**No 2 \* No 53 \* No 1 Crosstabulation**

Count			Spektrum Dharma Hati		Total
			Tidak Membuat Sadar	Membuat Sadar	
No 1	No 2				
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	4	38	42
		21-30 tahun	4	54	58
		31-40 tahun	0	15	15
		41-50 tahun	3	1	4
		Total	11	108	119
Perempuan	No 2	17-20 tahun	2	9	11
		21-30 tahun	7	59	66
		31-40 tahun	1	16	17
		41-50 tahun	0	6	6
		>50 tahun	0	4	4
		Total	10	94	104

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21- 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Spektrum Dharma Hati. Dan untuk wanita usia 21 – 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Spektrum Dharma Hati. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, dalam hal kemampuan menerima pesan melalui artikel Spektrum Dharma Hati. Berdasarkan pernyataan Gunarsa, Singgih (2004, p.19) yang menyatakan bahwa pada usia dewasa dini (21 - 30 tahun) moralitas seseorang dirumuskan sebagai keputusan dari hati nurani. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan isi dari artikel Spektrum Dharma Hati adalah banyak mengulas mengenai hal-hal yang berorientasi untuk meningkatkan

spiritualitas dari seseorang yaitu membangkitkan hati nurani sehingga membuat mereka cenderung lebih mudah menerima pesan melalui artikel tersebut.

54. Artikel Centrum dalam media internal Maitreyawira mampu membuat pembaca terketuk hati nuraninya untuk saling mengasihi semua makhluk dan saling membantu serta menginsafi kebesaran Tuhan Yang Maha Esa

Tabel 5.83. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Artikel Centrum

**No 2 \* No 54 \* No 1 Crosstabulation**

Count			Centrum		Total
No 1	No 2		Hati Nurani Tidak Terketuk	Hati Nurani Terketuk	
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	7	35	42
		21-30 tahun	7	51	58
		31-40 tahun	0	15	15
		41-50 tahun	3	1	4
		Total	17	102	119
Perempuan	No 2	17-20 tahun	2	9	11
		21-30 tahun	7	59	66
		31-40 tahun	1	16	17
		41-50 tahun	0	6	6
		>50 tahun	0	4	4
		Total	10	94	104

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21- 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Centrum. Dan untuk wanita usia 21 – 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Centrum. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, dalam hal kemampuan menerima pesan melalui artikel Centrum. Berdasarkan pernyataan Gunarsa, Singgih (2004, p.19) yang menyatakan bahwa pada usia dewasa dini (21 - 30 tahun) moralitas seseorang dirumuskan sebagai keputusan dari hati nurani. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari mereka cenderung untuk mempertimbangkan segala sesuatu berdasarkan hati nurani. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan isi dari artikel centrum adalah banyak

mengulas mengenai hal-hal yang berorientasi untuk meningkatkan spiritualitas dari seseorang yaitu membangkitkan hati nurani sehingga membuat mereka cenderung lebih mudah menerima pesan melalui artikel tersebut.

55. Artikel Puji Rahmat-Mu yang terdapat dalam media internal Maitreyawira mampu membuat pembaca mengerti akan makna atau pesan yang terkandung dalam setiap kesaksian atau kisah nyata yang dialami oleh umat lain yang menunjukkan kebesaran kasih Tuhan dan para Buddha.

Tabel 5.84. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Artikel Puji Rahmat-Mu

**No 2 \* No 55 \* No 1 Crosstabulation**

Count			Puji Rahmat-Mu		Total
No 1			Tidak Mengerti	Mengerti	
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	5	37	42
		21-30 tahun	14	44	58
		31-40 tahun	3	12	15
		41-50 tahun	0	4	4
		Total	22	97	119
Perempuan	No 2	17-20 tahun	0	11	11
		21-30 tahun	7	59	66
		31-40 tahun	1	16	17
		41-50 tahun	0	3	6
		>50 tahun	3	0	4
Total	11	93	104		

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21- 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Puji Rahmat-Mu. Dan untuk wanita usia 21 – 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Puji Rahmat-Mu. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, dalam hal kemampuan menerima pesan melalui artikel Puji Rahmat-Mu. Berdasarkan pernyataan Gunarsa, Singgih (2004, p.19) yang menyatakan bahwa pada usia dewasa dini (21-30 tahun) moralitas seseorang dirumuskan sebagai keputusan dari hati nurani.

Dalam hal ini jika dikaitkan dengan isi dari artikel Puji Rahmat-Mu adalah banyak mengulas mengenai hal-hal yang berorientasi untuk menyampaikan informasi kepada umat mengenai peristiwa atau kisah nyata yang dialami orang lain dengan tujuan agar orang yang membaca dapat terbangkitkan hati nuraninya untuk menyadari kebesaran kasih Tuhan dan para Buddha, dimana hal ini dapat menjadi pedoman bagi mereka dalam membentuk moralitasnya sehingga membuat mereka cenderung lebih mudah menerima pesan melalui artikel tersebut.

56. Artikel Perspektif yang terdapat dalam media internal Maitreyawira mampu membuat pembaca mengerti akan informasi yang ingin disampaikan oleh umat lain mengenai opini terhadap hal-hal tertentu yang dibahas dari sudut Ketuhanan.

Tabel 5.85. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Artikel Perspektif

**No 2 \* No 56 \* No 1 Crosstabulation**

Count			Perspektif		Total
No 1	No 2		Tidak Mengerti	Mengerti	
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	5	37	42
		21-30 tahun	14	44	58
		31-40 tahun	4	11	15
		41-50 tahun	0	4	4
		Total	23	96	119
Perempuan	No 2	17-20 tahun	1	10	11
		21-30 tahun	9	57	66
		31-40 tahun	0	17	17
		41-50 tahun	0	6	6
		>50 tahun	0	4	4
Total		10	94	104	

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21- 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Perspektif. Dan untuk wanita usia 21 – 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Perspektif. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun

wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, dalam hal kemampuan menerima pesan melalui artikel Perspektif. Berdasarkan pernyataan Gunarsa, Singgih (2004, p.19) yang menyatakan bahwa pada usia dewasa dini (21-30 tahun) moralitas seseorang dirumuskan sebagai keputusan dari hati nurani. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan isi dari artikel Perspektif adalah banyak mengulas mengenai hal-hal yang berorientasi untuk menyampaikan informasi kepada umat mengenai opini yang dimiliki oleh orang lain mengenai suatu peristiwa yang dibahas melalui sudut Ketuhanan, dengan tujuan agar orang yang membaca dapat terbangkitkan hati nuraninya sehingga menjadi lebih bijak dalam menyikapi sesuatu, dimana hal ini dapat menjadi pedoman bagi mereka dalam mengambil keputusan sehingga membuat mereka cenderung lebih mudah menerima pesan melalui artikel tersebut.

57. Artikel Lintas Vihara yang terdapat dalam media internal Maitreyawira dapat membuat pembaca mengetahui dengan baik informasi yang ingin disampaikan oleh umat dari berbagai vihara mengenai kegiatan atau peristiwa penting yang terjadi di berbagai vihara di Indonesia.

Tabel 5.86. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Artikel Lintas Vihara

**No 2 \* No 57 \* No 1 Crosstabulation**

Count			Lintas Vihara		Total
No 1	No 2		Tidak Mengetahui	Mengetahui	
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	1	41	42
		21-30 tahun	5	53	58
		31-40 tahun	1	14	15
		41-50 tahun	0	4	4
		Total	7	112	119
Perempuan	No 2	17-20 tahun	0	11	11
		21-30 tahun	1	65	66
		31-40 tahun	1	16	17
		41-50 tahun	0	6	6
		>50 tahun	3	1	4
		Total	5	99	104

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21- 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Lintas Vihara. Dan untuk wanita usia 21 – 30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Lintas Vihara. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, dalam hal kemampuan menerima pesan melalui artikel Lintas Vihara. Berdasarkan pernyataan Gunarsa, Singgih (2004, p.4) yang menyatakan bahwa lingkungan meliputi segala hal di luar diri seseorang maupun didalam dirinya, bersifat fisik maupun ide orang yang berpengaruh yang menjadi sumber rangsangan dan bisa memunculkan suatu reaksi, respons. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan isi dari artikel Lintas Vihara adalah banyak mengulas mengenai hal-hal yang berorientasi untuk menyampaikan informasi kepada umat mengenai berbagai kegiatan dan peristiwa penting dari berbagai vihara yang diharapkan dapat menjadi rangsangan atau motivasi bagi mereka untuk memunculkan suatu reaksi atau respons dengan melakukan kegiatan yang serupa.

58. Artikel Psikologi Ketuhanan yang terdapat dalam media internal Maitreyawira dapat membantu pembaca untuk menghadapi masalah-masalah yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan psikologi manusia dan mengatasinya dari segi Keagamaan.

Tabel 5.87. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Artikel Psikologi Ketuhanan

**No 2 \* No 58 \* No 1 Crosstabulation**

Count			Psikologi Ketuhanan		Total
			Tidak Membantu	Membantu	
No 1	No 2				
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	4	38	42
		21-30 tahun	16	42	58
		31-40 tahun	4	11	15
		41-50 tahun	0	4	4
		Total	24	95	119
Perempuan	No 2	17-20 tahun	1	10	11
		21-30 tahun	10	56	66
		31-40 tahun	1	16	17
		41-50 tahun	0	6	6
		>50 tahun	3	1	4
		Total	15	89	104

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21-30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Psikologi Ketuhanan. Dan untuk wanita usia 21-30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Psikologi Ketuhanan. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, dalam hal kemampuan menerima pesan melalui artikel Psikologi Ketuhanan. Berdasarkan pernyataan Gunarsa, Singgih (2004, p.19) yang menyatakan bahwa pada usia dewasa dini (21-30 tahun) moralitas seseorang dirumuskan sebagai keputusan dari hati nurani. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan isi dari artikel Psikologi Ketuhanan adalah banyak mengulas mengenai hal-hal yang berorientasi untuk menyampaikan informasi kepada umat mengenai solusi dalam menghadapi masalah-masalah yang berkaitan dengan psikologi manusia dalam kehidupan sehari-hari yang dibahas dari segi keagamaan, dengan tujuan agar orang yang membaca dapat terbangkitkan hati nuraninya sehingga menjadi lebih bijak dalam menyikapi sesuatu, dimana hal ini dapat menjadi pedoman bagi mereka dalam mengambil keputusan sehingga membuat mereka cenderung lebih mudah menerima pesan melalui artikel tersebut.

59. Artikel Mimbar Nurani yang terdapat dalam media internal Maitreyawira dapat membantu pembaca untuk menghadapi masalah-masalah dalam pembinaan diri dan mengatasinya melalui jalan Ketuhanan.

Tabel 5.88. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Artikel Mimbar Nurani

**No 2 \* No 59 \* No 1 Crosstabulation**

Count			Mimbar Nurani		Total
			Tidak Membantu	Membantu	
No 1	No 2				
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	7	35	42
		21-30 tahun	11	47	58
		31-40 tahun	2	13	15
		41-50 tahun	3	1	4
		Total	23	96	119
Perempuan	No 2	17-20 tahun	2	9	11
		21-30 tahun	13	53	66
		31-40 tahun	1	16	17
		41-50 tahun	0	6	6
		>50 tahun	0	4	4
		Total	16	88	104

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21-30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Mimbar Nurani. Dan untuk wanita usia 21-30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Mimbar Nurani. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, dalam hal kemampuan menerima pesan melalui artikel Mimbar Nurani. Berdasarkan pernyataan Gunarsa, Singgih (2004, p.19) yang menyatakan bahwa pada usia dewasa dini (21-30 tahun) moralitas seseorang dirumuskan sebagai keputusan dari hati nurani. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan isi dari artikel Mimbar Nurani adalah banyak mengulas mengenai hal-hal yang berorientasi untuk menyampaikan informasi kepada umat mengenai solusi dalam menghadapi masalah-masalah dalam pembinaan diri pada kehidupan sehari-hari melalui jalan Ketuhanan, dengan tujuan agar orang yang membaca dapat terbangkitkan hati nuraninya sehingga menjadi lebih bijak dalam

menyikapi sesuatu, dimana hal ini dapat menjadi pedoman bagi mereka untuk lebih menggunakan hati nurani dalam mengambil keputusan sehingga membuat mereka cenderung lebih mudah menerima pesan melalui artikel tersebut.

60. Artikel Refleksi yang terdapat dalam Maitreyawira mampu membuat pembaca merefleksikan diri dan membangkitkan hati nurani.

Tabel 5.89. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Artikel Refleksi

**No 2 \* No 60 \* No 1 Crosstabulation**

Count			Refleksi		Total
No 1			Tidak Membangkitkan Hati Nurani	Membangkitkan Hati Nurani	
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	6	36	42
		21-30 tahun	6	52	58
		31-40 tahun	0	15	15
		41-50 tahun	3	1	4
		Total	15	104	119
Perempuan	No 2	17-20 tahun	1	10	11
		21-30 tahun	10	56	66
		31-40 tahun	1	16	17
		41-50 tahun	0	6	6
		>50 tahun	0	4	4
Total	12	92	104		

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21-30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Refleksi. Dan untuk wanita usia 21-30 tahun paling banyak mampu menerima pesan yang disampaikan melalui artikel Refleksi. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, dalam hal kemampuan menerima pesan melalui artikel Refleksi. Berdasarkan pernyataan Gunarsa, Singgih (2004, p.19) yang menyatakan bahwa pada usia dewasa dini (21-30 tahun) moralitas seseorang dirumuskan sebagai keputusan dari hati nurani. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan isi dari artikel Refleksi adalah banyak mengulas mengenai hal-hal

yang berorientasi untuk menyampaikan informasi kepada umat mengenai peristiwa atau kisah yang dapat dijadikan motivasi bagi umat untuk merefleksikan diri dan membangkitkan hati nurani, dengan tujuan agar orang yang membaca dapat membangkitkan hati nuraninya sehingga menjadi lebih bijak dalam menyikapi sesuatu, dimana hal ini dapat menjadi pedoman bagi mereka untuk lebih menggunakan hati nurani dalam melakukan suatu tindakan sehingga membuat mereka cenderung lebih mudah menerima pesan melalui artikel tersebut.

Tabel 5.90. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Tampilan Visual

**No 2 \* total tampilan visual \* No 1 Crosstabulation**

Count			total tampilan visual		Total
No 1			Tidak Menarik	Menarik	
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	0	42	42
		21-30 tahun	0	58	58
		31-40 tahun	0	15	15
		41-50 tahun	0	4	4
		Total	0	119	119
Perempuan	No 2	17-20 tahun	0	11	11
		21-30 tahun	0	66	66
		31-40 tahun	0	17	17
		41-50 tahun	0	6	6
		>50 tahun	0	4	4
		Total	0	104	104

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21-30 tahun paling banyak menganggap bahwa tampilan visual dari Maitreyawira menarik. Dan untuk wanita usia 21-30 tahun paling banyak menganggap tampilan visual Maitreyawira menarik. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, hal ini dapat disebabkan karena jumlah responden yang paling sering membaca Maitreyawira adalah responden dengan kisaran usia antara 21-30 tahun (lampiran 5) sehingga mereka lebih sering memperhatikan tampilan visual dari Maitreyawira. Dan jika dilihat dari seringnya mereka membaca

Maitreyawira maka dapat dikatakan bahwa tampilan visual dari Maitreyawira memang menarik, sesuai dengan hasil dari penelitian ini.

Tabel 5.91. Tabulasi silang Jenis Kelamin, Usia, dan Keragaman Isi

**No 2 \* total keragaman isi \* No 1 Crosstabulation**

Count			total keragaman isi		Total
No 1	No 2		Tidak Beragam	Beragam	
Laki-laki	No 2	17-20 tahun	0	42	42
		21-30 tahun	0	58	58
		31-40 tahun	0	15	15
		41-50 tahun	0	6	6
		Total	0	121	121
Perempuan	No 2	17-20 tahun	0	11	11
		21-30 tahun	0	66	66
		31-40 tahun	0	15	15
		41-50 tahun	0	6	6
		>50 tahun	0	4	4
		Total	0	102	102

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data di atas menunjukkan bahwa untuk pria usia 21-30 tahun paling banyak menganggap bahwa tampilan visual dari Maitreyawira menarik. Dan untuk wanita usia 21-30 tahun paling banyak menganggap tampilan visual Maitreyawira menarik. Jika dilihat dari segi usia baik pria maupun wanita memiliki kisaran yang sama yaitu antara 21-30 tahun, hal ini dapat disebabkan karena jumlah responden yang paling sering membaca Maitreyawira adalah responden dengan kisaran usia antara 21-30 tahun (lampiran 5) sehingga mereka lebih sering memperhatikan keragaman isi dari Maitreyawira. Dan jika dilihat dari seringnya mereka membaca Maitreyawira maka dapat dikatakan bahwa isi dari Maitreyawira memang beragam, sesuai dengan hasil dari penelitian ini.

### 5.3.6. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui hasil dari regresi linier sederhana ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS *for windows version 12.0* dengan hasil sebagai berikut :

Tabel. 5.92. Hasil Olahan Data Dengan Menggunakan *Oneway* Anova

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	273,273	1	273,273	11,619	,000 <sup>a</sup>
	Residual	5197,776	221	23,519		
	Total	5471,049	222			

a. Predictors: (Constant), total variabel bebas

b. Dependent Variable: total variabel tergantung

Sumber : Olahan Peneliti

### 5.3.7. Pembuktian Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab 2. Pembuktian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan uji F. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program *SPSS for windows version 12.0*.

Bunyi hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Persepsi umat Buddha Maitreya pada Maha Vihara Thian Bao Surabaya terhadap efektivitas media internal Maitreyawira sudah baik.

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F pada tingkat signifikansi = 5% dengan ketentuan :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ; Signifikansi < 5% maka  $H_0$  diterima

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ; Signifikansi > 5% maka  $H_0$  ditolak

Dalam penelitian ini, *output* olahan data pada tabel 5.92. menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  adalah 11,619 pada tingkat signifikansi < 5% yaitu 0,000 pada  $df_1=1$  dan  $df = 223$ . Sementara itu  $F_{tabel}$  pada  $df_1 =1$  dan  $df = 222$  dengan tingkat signifikansi = 5% adalah sebesar 3,8800. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $11,619 > 3,8800$  dan signifikansi < 5% yaitu  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu persepsi umat Buddha Maitreya pada Maha Vihara Thian Bao Surabaya terhadap efektivitas media internal Maitreyawira sudah baik adalah diterima kebenarannya.