

IDENTIFIKASI *ACTIVITY, INTEREST, DAN OPINION* (AIO) PEMBACA *E-MAGAZINE*

INTISARI

Majalah dan surat kabar menjadi tren tersendiri bila dipublikasikan dalam bentuk *cyber media*. Penerbitan majalah berformat digital memungkinkan ditekannya biaya produksi dan distribusi. Memperbaharui isinya juga dapat dilakukan dengan sangat cepat sehingga perkembangan dapat disajikan dengan lebih cepat. Termasuk dalam kategori *electronic magazine* ini adalah *e-newspaper* dan *e-journal*. Para pemasar menganggap mengenali konsumen atau calon konsumen merupakan langkah awal kesuksesan dalam menjual produk. Penggunaan psikografis melalui AIO secara efektif dapat mengidentifikasi karakteristik. Para peneliti pasar yang menggunakan pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan AIO, yaitu *activity, interest, dan opinion*. Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik *activity, interest, dan opinion* (AIO) pada pembaca *e-zine* menggunakan psikografis. Dalam melakukan wawancara mendalam digunakan garis panduan wawancara. Responden terdiri dari 30 orang yang terdiri dari pembaca *e-zine* dan bukan pembaca *e-zine*.

Hasil dari analisis isi adalah pembaca *e-zine* umumnya memiliki hobi yang cenderung berhubungan dengan internet seperti *browsing, chatting, bermain friendster, bermain facebook, dan blogging*. Mereka umumnya tertarik pada pekerjaan yang mampu memberi kesempatan untuk berkembang. Pembaca *e-zine* umumnya memilih komunitas yang sesuai dengan hobi dan profesinya yaitu yang berhubungan dengan teknologi. Dalam hal rekreasi, mereka lebih dominan untuk melakukan rekreasi yang berhubungan dengan pemandangan alam. Pembaca *e-zine* umumnya lebih cenderung memperhatikan penampilan dan gaya dalam berpakaian. Mereka juga memiliki kepercayaan diri, mereka merasa memiliki kemampuan personal yang baik dan yakin akan terlaksananya rencana yang telah mereka rancang. Untuk mengetahui berita-berita sosial, politik, bisnis dan ekonomi, mereka menggunakan media televisi dan internet. Merekapun umumnya memiliki strata pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan bukan pembaca *e-zine*. Berdasarkan karakteristik teknografinya, pembaca *e-zine* umumnya berada pada kategori *fast forwards* yang memiliki karakteristik optimistik, berpendapatan tinggi, dan termotivasi oleh karir.

Kata kunci: Psikografis, gaya hidup, *activity, interest, opinion, e-zine, pembaca*.

E-MAGAZINE READERS ACTIVITY, INTEREST, AND OPINION (AIO) IDENTIFICATION

ABSTRACT

Magazine and newspaper are becoming trend if it published in a cyber media. The publication of magazine in the digital form will reduce production and distribution cost and also simplify the content renewing process. The category of E-magazine include e-newspaper dan e-journal. Marketer consider that recognizing a potential consumer and future consumer is the first step of selling succesfulness. The use of psychographic through AIO efectively indentified characteristic. The market researcher who use the life style approachment tend to classify consumer based AIO (Activity, Interest and Opinion). Life style effected behaviour that eventually decide the consumer consumption pattern. This Research planned to identified the AIO characteristic toward the e-zine readers using psychographic theory. The guideline interview were used in the process of depth interview. There are 30 respondents consisting of e-zine reader and non- reader.

The content analysis revealed that the e-zine reader generally have hobbies that tend to related to internet likewise browsing, chatting, joining social network (friendster, facebook, and blogging). They generally interested into work that provide them with opportunity to develop themselves. E-zine reader generally choose community related to their job and hobbies, and all of them related to technology. In the recreation term, they are more likely to have recreation that related to scenery. E-zine reader generally concern of their fashion style and look, they are confident, they have good personality, and always have a confident of their plan to be success. They always use television and internet to check the latest social, politic, business and economic news update. They generally have a higher degree compare to the non-e-zine reader. Based on technographic characteristic, e-zine reader generally belong to fast forwards category determined by the optimistic, high income, and motivated by career characteristics.

Key words: Psychographic, life style, activity, interest, opinion, e-zine, readers.