



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

DestinAsian Indonesia merupakan pendatang baru dalam industri majalah *travel* di Indonesia. Berada di bawah naungan grup media besar, tidak berarti membuat majalah ini dengan mudah menembus pasaran dan menarik audiens, meskipun ada beberapa keunggulan yang didapat dari penggunaan nama besar *DestinAsian*.

Dari hasil analisis serta pernyataan dari informan utama, peneliti menyimpulkan bahwa *DestinAsian Indonesia* menggunakan strategi *Differentiation Focus* dalam upaya untuk menarik audiens. Strategi ini ditunjukkan melalui konten yang berbeda dari majalah *travel* lainnya, yakni dengan penggalian dan penulisan artikel yang mendalam serta konsep foto yang banyak menampilkan dimensi manusia.

Hal lain yang membuat *DestinAsian Indonesia* berbeda adalah adanya *website* yang aktif dan dikelola secara serius dengan tim tersendiri. *Website* dibuat bersinergi dengan majalahnya melalui artikel yang ditampilkan di *website* dan juga majalah yang saling mendorong pembaca untuk melakukan penelusuran lebih lanjut ke dua produk media yang berbeda ini. Diferensiasi lainnya berasal dari sistem kontributor yang dianutnya, yakni menggunakan sistem *commission contributor*.

Strategi fokus didasarkan pada segmen pasar yang mengarah pada kelas menengah atas. Melalui segmen ini, *DestinAsian Indonesia* menjadi majalah *travel* pertama yang menyorot pada kalangan menengah atas yang ditampilkan dengan Bahasa Indonesia.

5.2. Saran

Kesiapan *DestinAsian Indonesia* dalam memasuki persaingan majalah *travel* di Indonesia sudah cukup baik dilakukan, mulai dari konten yang dijadikan daya tarik utama, penjualan majalah dalam bentuk *e-magazine*, hingga media *website* yang digarap secara serius. Semua hal tersebut membuktikan bahwa *DestinAsian Indonesia* sudah menggunakan teknologi sebagai unsur penunjang.

Hanya saja, bentuk fisik majalah tetap menjadi media pengenalan yang bagus kepada calon pembaca. Untuk itu, hendaknya *DestinAsian Indonesia* lebih serius dalam hal distribusi agar keberadaannya bisa dengan cepat mendapat perhatian pembaca majalah *travel*.

Dalam penerapan strategi *Differentiation Focus*, *DestinAsian Indonesia* terlihat belum menerapkannya secara maksimal. Sebab, diferensiasi yang dibentuk tergolong mudah ditiru oleh para pesaing yang telah ada ataupun pendatang baru nantinya.

Jika *DestinAsian Indonesia* tidak membangun diferensiasi yang kuat, maka tidak menutup kemungkinan jika nantinya akan ada majalah *travel* lain yang

membuat hal serupa dengan yang ditampilkan *DestinAsian Indonesia* dan pada akhirnya bisa saja dikalahkan oleh majalah *travel* lainnya.

Untuk itu, akan lebih baik jika *DestinAsian Indonesia* dapat menampilkan diferensiasi yang lebih tajam yang sulit ditiru oleh pesaing yang sudah ada maupun pendatang baru nantinya sehingga pembaca dapat menunjukkan loyalitasnya dalam jangka waktu panjang.



UMN

