



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- Manajemen media majalah Area dalam mempertahankan eksistensi adalah melalui dua ruang lingkup manajemen media cetak, yang terbagi menjadi dua yaitu, manajemen redaksional (pemberitaan) dan manajemen perusahaan media.
- Hasil penelitian yang ditemui adalah pertumbuhan perusahaan, hubungan yang sinergi antarmanajemen (perusahaan dan redaksional), dan kunci keberhasilan majalah Area agar tetap eksis sehingga dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.
- Dengan mengambil kesempatan bisnis yang ada, Reza Puspo berhasil melahirkan majalah *lifestyle* tak berbayar dan mengembangkan perusahaan yang dinaunginya.
- Pertumbuhan majalah Area juga terlihat signifikan seiring masuknya digitalisasi. Sejak 2010, Area merambah ke dunia non fisik – digital – dan Web. Hingga sekarang keduanya berjalan bersamaan, areamagz.com dan edisi print-nya.

- Dengan adanya hubungan yang bersinergi antara manajemen perusahaan dengan manajemen pemberitaan atau redaksional, juga mempengaruhi kinerja masing-masing divisi.
- Dalam mencari berita, wartawan Area akan mendapat undangan untuk menghadiri suatu *press conference*, atau *event* tertentu. Terkadang mereka juga dikerahkan untuk mencari sendiri berita yang ingin dimuat sesuai kebutuhan dan tema untuk disajikan ke pembaca.
- Alur produksi berita di majalah Area adalah :
 - Meeting redaksi → liputan atau menghadiri undangan, mencari narasumber untuk diwawancarai → menuliskannya ke dalam sebuah artikel atau *feature* → penyuntingan oleh editor → di-*layout* oleh tim *designer* → *upload* ke areamagz.com dan naik cetak untuk edisi *print*.
- Jiwa dan jantung Area mendapatkan keuntungan adalah dari iklan, maka dari itu iklan menjadi bagian penting dari media cetak, karena 80 persen pendapatan media cetak pada umumnya dari iklan, apalagi Area Magazine merupakan majalah *free*.
- Area memiliki *special event* yang rutin diadakan setiap tahunnya yaitu, Cheap Eats. Cheap Eats adalah kegiatan meliput dan menulis tempat-tempat makan murah dan unik yang ada di

kawasan Daerah Ibu Kota Jakarta, namun sekarang sudah merambah ke Jabodetabek.

- Kerja sama media sering kali dilakukan oleh Area yang dengan memilah media atau event yang sesuai segmentasi Area, contohnya Pop Up Market, Java Jazz Festival, dan Ismaya. Yang sering terjadi adalah Area mendapat sponsor dari kegiatan atau acara yang ada, bukan menyponsori.
- Untuk melakukan barter iklan, Area pun bisa mendapat keuntungan ganda, yakni untuk publikasi Area dan memberikan sampel produk perusahaan sehingga jumlah orang yang mengetahui majalah Area akan lebih banyak, demikian pula untuk produk perusahaan pengiklan. Dalam hal ini, Area selalu melakukan secara semi-barter, bukan full-barter kecuali dalam keadaan darurat.
- Dalam manajemen perusahaan, sumber daya manusianya adalah para pekerja marketing, promo, admin, distributor, pencetak serta public relations. Yang disasar adalah agency pengiklan, maupun brand-brand yang berdiri sendiri.
- Area diterbitkan oleh Media Satu Publisher sendiri. Sedangkan untuk percetakan, Area tidak memiliki kerja sama kontrak dengan pihak manapun. Karakter majalah Area sendiri sejak awal adalah dengan cover *glossy*. Akan tetapi, ada edisi khusus yang menggunakan cover berbahan *matte doff*, seperti edisi Cheap Eats

- ulang tahun Area. Setiap edisi Area mencetak sebanyak 60.000 eksemplar.
- Jadwal naik cetak majalah Area adalah satu minggu sebelum naik terbit dan dipastikan jatuh pada hari Rabu (terlampir). Sehingga tidak ada keterlambatan dalam hal distribusi.
- Area tidak hanya didistribusikan ke tempat-tempat *hangout* saja, yang dijabarkan di halaman terakhir majalah tersebut, melainkan di aplikasi *e-magazine*, yaitu Scoop, Wayang Force dan Indobook. Setiap lokasi mendapatkan 20 eksemplar majalah Area.
- Melalui data yang didapatkan penulis, *downloader* Area melalui Scoop per satu tahun sejak 1 Januari 2014 hingga 28 Januari 2015 sebanyak 23.903 *downloaders*. Sedangkan, melalui Wayang Force sebanyak 12.172 *downloaders*.
- Selama 11 tahun berkarya, aktivitas humas Area untuk memperlihatkan image yang tidak bersifat sponsorship, seperti donasi atau charity, memang belum ada karena keterbatasan karyawan dan konsep yang belum di *approve* oleh pemimpin perusahaan. Rencana untuk menggalang dana dalam bentuk donasi sudah ada dalam *book plan* untuk rancangan kegiatan tahun 2015.
- Faktor yang penting untuk mencapai eksistensi adalah mengerti kemauan pembaca. Faktor lainnya adalah menciptakan perasaan

yang memukau bagi pelanggan untuk membuat pendekatan dan mengembangkan hubungan antara perusahaan dengan *customer*.

- Inovasi dan konsistensi, itulah kunci keberhasilan majalah Area.

5.2 Saran

Saran yang ingin peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan baik dari segi akademis maupun praktis adalah :

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya mengadakan penelitian lanjutan atas topik yang menyangkut evaluasi dari manajemen media suatu perusahaan majalah untuk mempertahankan eksistensi dan juga efektifitas manajemen medianya.

Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat menggunakan jenis penelitian yang berbeda yaitu kuantitatif dengan menggunakan survey untuk menguatkan teori yang ada mengenai *subscriber* atau loyalitas pelanggan majalah tersebut.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti melihat dalam manajemen perusahaan Area Magazine, Humas belum menjalankan aktivitasnya sebagai seorang Humas untuk mengadakan suatu kegiatan tidak bersponsor, contohnya seperti donasi

atau *charity*. Peneliti berharap akan diadakannya kegiatan tersebut di tahun 2015 ini. Dengan demikian, manajemen perusahaan Area Magazine berhasil mengatur keenam aspek bisnis non jurnalistik di media cetak majalah dengan baik.

