

Kebijakan manajemen strategis media cetak : studi kasus kebijakan manajemen Harian Kompas tentang Tabloid Wanita dan Pemuda

Dorien Kartikawangi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71540&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam kemapanannya sebagai market leader media cetak di Indonesia, Kompas mengeluarkan dua tabloid sebagai usaha untuk memperkuat kemapanannya tersebut, yaitu Swara untuk pembaca perempuan dan Muda untuk pembaca remaja. Dalam perjalanannya kedua tabloid Swara dan Muda dilebur menjadi bagian dalam lembaran Kompas. Berawal dari fenomena ini, penelitian dengan menggunakan gabungan teori-teori Ilmu Komunikasi, Manajemen Strategi dan Perilaku Konsumen sebagai kerangka pemikiran diharapkan dapat menemukan kuncinya.

Pendekatan dilakukan dengan Studi Kasus, single case - multi level analysis, yaitu kebijakan manajemen strategis yang ditinjau dari proses manajemen, pelaksanaan dan tanggapan pembaca. Perolehan data dilakukan dengan wawancara mendalam pada manajemen, analisa isi pada Kompas dan focus group discussion pada pembaca.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan manajemen strategis Kompas ditetapkan melalui proses yang panjang dan melibatkan berbagai divisi di perusahaan, diawali dengan adanya hasil penelitian dari pusat penelitian bisnis. Konsep yang ditetapkan adalah regenerasi pembaca melalui keluarga. Konsep ini, dioperasionisasikan dengan menerbitkan Swam dan Muda sebagai suplemen. Dalam perjalanannya Swam dan Muda dilebur karena tidak efektif dan efisien. Kebijakan manajemen untuk melebur Swara dan Muda pada kenyataannya dapat mencapai efisiensi tetapi tidak dapat mencapai efektivitas, karena belum dapat memenuhi kebutuhan pembacanya. Yang tampaknya dilupakan Kompas adalah mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pembaca perempuan dan pemudanya sebagai segmen cohort yang tidak terlepas dari konteks sosialnya. Bila agenda setting dan uses and gratification dilihat sebagai hal yang terpisah, melihat kasus ini maka layak dipahami bahwa keduanya pantas dibaurkan.

Proses pengambilan keputusan kebijakan manajemen dan pelaksanaannya menunjukkan bahwa dalam usaha mencapai tujuan perusahaan diperlukan koordinasi dan sinkronisasi antar divisi sehingga diperoleh suatu sinergi kerja. Operasionalisasi kebijakan juga tidak bisa hanya berdasarkan cita-cita perusahaan saja, melainkan juga harus melihat lingkungan eksternalnya.