

## Majalah ORBIT dan INA sebagai Majalah Bacaan Anak-Anak: Suatu Studi tentang Manajemen Media Khususnya Majalah Anak-Anak

E. Nugrahaeni Prananingrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72270&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Hingga saat ini, majalah anak-anak di Indonesia masih sangat sedikit jumlahnya, kenyataan tersebut tidak sebanding dengan jumlah anak-anak usia 5 tahun hingga 14 tahun, bila ditinjau berdasarkan data jumlah kependudukan BPS tahun 1999. Perbandingan antara bacaan anak-anak di Indonesia dengan jurnal anak-anak yang berusia 5 hingga 14 tahun di Indonesia tidak proporsional. Jumlah bacaan anak-anak yang berbentuk majalah dan tabloid hanya sebanyak 15 bacaan, sedangkan jumlah anak-anak usia tersebut sebanyak 44.658.700.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian mengenai manajemen media untuk majalah anak-anak tersebut dibuat. Kajian Studi ini mengambil unit analisis individu yang mengelolan majalah ORBIT dan majalah INA. Pemilihan majalah tersebut karena kehadirannya hampir bersamaan yaitu sama-sama berusia 2 tahun. Selain itu, segmen pembaca keduanya hampir sama, majalah INA untuk pembaca usia 5 hingga 12 tahun dan majalah ORBIT untuk usia 9 hingga 12 tahun.

Teori yang dipergunakan merupakan teori fungsi media massa, dari Laswell dan Charles Wright (1948). Untuk teori manajemen media mempergunakan teori Edwin Emery (1971) yang mengungkapkan pengelolaan redaksional suatu majalah merupakan suatu hal yang penting bagi kesuksesan suatu majalah. Hal tersebut lebih ditekankan oleh Jim Willis (1993), bahwa keberhasilan pemasaran suatu majalah ditentukan pula oleh diagram pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang menggunakan instrumen penelitian yaitu penelitian sendiri.

Pengumpulan data dengan observasi dan teknik wawancara mendalam. Informan yang di interview dalam penelitian ini merupakan pihak-pihak yang berkaitan dengan fungsi dari manajemen media majalah anak-anak. Manajemen media pada majalah anak-anak dalam pengelolaan redaksional hampir memiliki ciri khas yang sama. Kedua majalah tersebut menyampaikan pesan untuk anak-anak dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan jelas, serta memberikan kamus singkat untuk bahasa asing.

Proses sirkulasi kedua majalah tersebut juga berbeda, majalah ORBIT lebih mengutamakan penjualan dengan direct sales langsung ke sekolah-sekolah selain melalui agen sedangkan majalah INA menggunakan sistem agen. Biaya produksi untuk penerbitan majalah tersebut berbeda, hal tersebut dipengaruhi oleh jenis kertas dan biaya percetakan. Pemilihan komponen personal untuk setiap majalah berbeda, majalah ORBIT menggunakan penerimaan dengan sistem terbuka sedangkan majalah INA dengan sistem tertutup atau relasi dengan pihak pemilik modal.

<hr>

ORBIT and INA as Children Magazines: A Study on the Media Management - Children Magazines in

ParticularSo far there is still very children magazines in Indonesia as for being compared to the number of the children of the age between five and 14 years old. According to the National Bureau of Statistics, in 1999, there were only 15 children magazines for 44,658,700 children in Indonesia.

Based on the above facts, the study on the children media management was carried out as a sample two children magazines were singled out, namely. ORBIT and INA. The reasons being chosen were that the two had been published since two years ago, the readership were almost the same, namely, the former was designed for children of nine up to twelve years old.

The background theory used for this study was about the functions of the mass media according Laswell and Charles Wright (1948). As for the theory in media management, Edwin Emery (1971) held that editing management of a magazine was the most crucial point for the success of the magazine. This point was underlined by Jim Willis (1993), who said that the success in marketing of a magazine was determined by marketing policy.

The method of the study was qualitative design, that used research instrument, namely the researcher herself Collection of the data was carried out through observation, technique of depth interview. Resource persons being interviewed were those who were directly related to the functioning aspects of the children magazine management, such as the editing, production, circulation, promotion, budgeting and personnel staff.

The policy and practice of the editing management of both magazines were almost the same. It would be found in their communicating their messages namely using simple and clear language. In case of using foreign idioms both editors provided footnotes for explaining the meanings in Indonesia to the children. The main obstacle was their ability in communicating to the children with children's language. Their marketing process was also different. The amount of percentage for the agents and the schools were also unequal. Production cost of each magazine was also different. It was depended on the quality of the papers and the printing cost. As regards to the way of selection of the staff, the ORBIT magazine selected personnel through the common ordinary process, the INA magazine, however through the personal relation and no selection.