

Studi perbandingan atas daya saing 6 (enam) penerbitan surat kabar di Jakarta : Analisa umum daya saing organisasi penerbitan

Dudi Dwi Saptadi , author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=78990&lokasi=lokal>

Abstrak

Era Informasi, telekomunikasi dan komunikasi, ternyata maju lebih dahulu dari era globalisasi dilain bidang, meskipun acuan perdagangan bebas berlaku pada awal abad 21, namun bila dicermati era informasi lebih pesat maju ketimbang perdagangan bebas itu sendiri. Informasi merupakan sendi yang tak terpisahkan dari masyarakat dimanapun didunia ini, namun bidang ini mutlak masih dikuasai negara-negara maju, yang menjadikan informasi sebagai sarana penjajahan model baru oleh masyarakat maju dan modern. Lain halnya dengan negara-negara berkembang baru mengantisipasi dalam periode 25 tahun berselang dan teknologinya baru dikuasai sekitar 10 tahun, jelas sangat tertinggal jauh dengan negara-negara maju. Negara-negara berkembang masih disibukkan dengan persoalan Suku; Agama, Ras dan Antar-Golongan serta politik dan ekonomi dan penegakkan hukum yang berkepanjangan tiada habisnya, dimana antara kepentingan pribadi dan umum tidak dapat dipisahkan.

Penulis dan Peneliti mengkonsentrasikan pada penerbitan suratkabar bukan media elektronik, karena surat kabar merupakan suatu kernal produk yang unik, yakni sebagai penyebaran informasi, harga yang wajar, mencerdaskan bangsa dan aspek peiklanan sebagai tulang punggung mereka, sehingga penerbitan surat kabar berdiri diantara dua kepentingan yakni kepentingan pembaca dan bisnis, sehingga dikotomi penerbitan muncul sehingga sulit untuk menerapkan manajemen modern dalam perusahaan/ organisasi penerbitan, belum lagi budaya organisasi menjadikan pembeda antar organisasinya.

Penelitian tersebut dibantu oleh konsep-konsep pemasaran umum karena daya saing mengacu pada segi konsep pemasaran, maka banyak diulas teoriteori pemasaran dan Phillip Kotler, Walker-Boyd-Larreche, Michael E Porter, dan Donald E. Schultz Penulis dalam hal ini rneneliti pada 6(enam) surat kabar harian di Jakarta, agar tidak terlalu lama penelitian tersebut, karena keterbatasan dana dan wallctu maka diambil sampel dari 6 (enam) suratkabar, yakni harian Kontpas. Media Indonesia, Bisnis Indonesia, The Jakarta Post, SuaraKarya, dan Republika. Harian-harian tersebut diatas, oleh peneliti dijadikan obyek penelitian karena membuktikan tingkatan umum persaingan dan menggunakan sampel yang telah ditentukan terlebih dahulu oleh penulis serta bantuan penelitian independen dari Laporan Survey Research Indonesia (SRI) dan PT. Surindo Utama-Jakarta. Tingkatan dari Laporan ini kami anggap memenuhi kualifikasi peneliti karena pada dasarnya kami menguji teed NICHE tersebut dengan data data yang telah ada sebelumnya dimana daya saing ditentukan oleh tiga (3) Tipe kriteria yang telah ditentukan dalam teorinya yakni : Tipe Pembaca, tipe penerimaan iklan dan tipe berita yang disajikan, sehingga tiap periode waktunya tidak sama dan pendeknya survey yang dilakukan, sengaja penulis lakukan demikian untuk alasan segi penghematan dan studi lanjutan, bilamana memungkinkan ke tingkat program Doktoral.

Dari Analisa perbitungan dengan manual, atas teen Niche tersebut kami juga rnenggunakan model metode

Perbandingan Eksponensial (MPE) dengan melakukan program dengan komputer, atas uji 10 kriteria utama yang telah ditentukan dan tidak terlepas dari rantai nilai generilnya Michael E. Porter dalam bukunya Keunggulan bersaing, Ternyata dari Dua (dua) model tersebut masing-masing memperkuat dan saling mengisi atas kekurangan model-model diatas yakni antara Teori NICHE dan Metode Perbandingan Eksponensial.

untuk hasil yang optimal, penelitian tersebut perlu diikuti dengan survey mendalam dan luas jangkauannya untuk mencapai basil yang memuaskan dan minimal mendekati kebenaran. Alas kerendahan Kati sebagai insan akademik penulis memohon saran dan kritik atas tesis tersebut semoga menjadikan marifaat kirannya dikemudian hari.