



UNIVERSITAS INDONESIA

MAJALAH ILP FLASH
Majalah Eksternal ILP Cijantung

TUGAS KARYA AKHIR

KATANESIA DWI PUTRI T.
0906613393

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM SARJANA EKSTENSI
DEPOK
JANUARI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

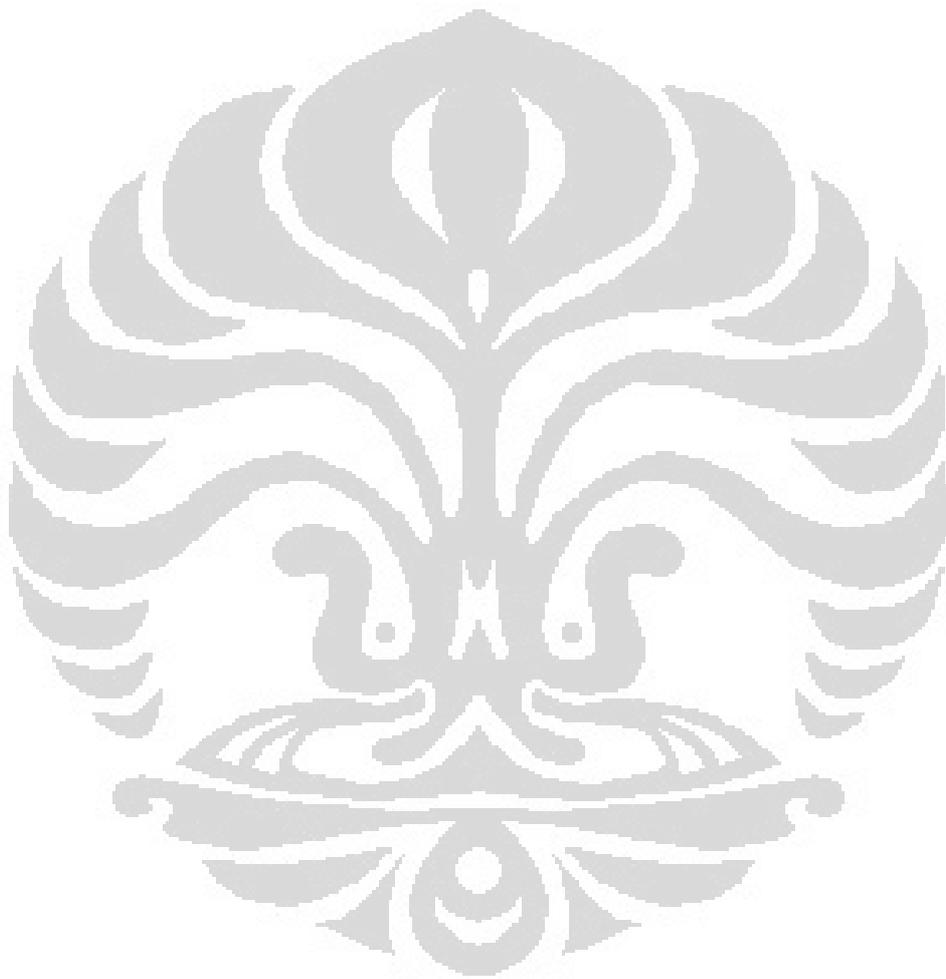
MAJALAH ILP FLASH
Majalah Eksternal ILP Cijantung

TUGAS KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Sosial

KATANESIA DWI PUTRI T.
0906613393

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN KOMUNIKASI MASSA
DEPOK
JANUARI 2012



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Majalah ILP Flash. Media Eksternal ILP Cijantung

Nama : Katanesia Dwi Putri T.

NPM : 0906613393

Laporan Tugas Akhir ini diperiksa dan disetujui:



Januari, 2012

Masmimar Mangiang

Pembimbing Tugas Karya Akhir

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Karya Akhir ini adalah karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Katanesia Dwi Putri T.

NPM : 0906613393

Tanda Tangan :



Tanggal : 10 Januari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Katanesia Dwi Putri T.

NPM : 0906613393

Program Studi : Komunikasi Massa

Judul Tugas Karya Akhir : Majalah ILP Flash. Media Eksternal ILP Cijantung.

Telah berhasil dipertahankan di depan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Massa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Masmimar Mangiang



()

Penguji : Drs. M. Imam Bahtera



()

Ketua Sidang : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si



()

Sekretaris Sidang : Drs. Zulham, M.Si



()

Ditetapkan di: Depok

Tanggal: 10 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Bapa dan Tuhan Yesus Kristus atas penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir (TKA) berjudul Mjalah ILP Flash. Media Eksternal ILP Cijantung. Penulis menyadari bahwa penulisan TKA ini akan sulit terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam pengerjaan TKA, khususnya kepada:

1. Allah Bapa dan Tuhan Yesus Kristus karena telah memberikan segala yang indah tepat pada waktunya.
2. Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si, selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia yang telah menerima dan menyetujui TKA ini;
3. Masmimar Mangiang, selaku pembimbing TKA, atas segala kebaikan yang luar biasa dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan TKA ini;
4. Seluruh dosen program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia atas seluruh ilmu yang telah diberikan;
5. Yang tercinta Papa, Mama, kakak yang selalu memberikan kasih sayang dan kepercayaan yang luar biasa;
6. Novie, Ifat, Miw, dan Uli untuk dukungan yang selalu ada;
6. Teman-teman Kommas 2009;
7. Keluarga besar ILP Cijantung atas inspirasi yang diberikan kepada penulis sehingga dapat terwujudnya majalah ini.
8. Untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas semua bantuannya sehingga penyusunan TKA ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa TKA ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis memohon maaf apabila ada kekurangan dan kesalahan dalam TKA ini. Kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan kedepannya. Diharapkan TKA ini dapat bermanfaat dan berguna bagi orang lain, serta dapat diterima dengan baik.

Jakarta, Desember 2011

Katanesia Dwi Putri T.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Katanesia Dwi Putri T.

NPM : 0906613393

Program Studi : Komunikasi Massa

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Tugas Karya Akhir

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Prototype Majalah ILP Flash (Majalah Eksternal ILP Cijantung)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Desember 2011

Yang menyatakan
(Katanesia Dwi Putri T.)



RINGKASAN EKSEKUTIF

Nama : Katanesia Dwi Putri T.

Program Studi : Komunikasi Massa

Judul : Majalah ILP Flash. Media Eksternal ILP Cijantung

Majalah ILP Flash merupakan sebuah media eksternal ILP Cijantung yang diperuntukan bagi masyarakat di sekitarnya. Media eksternal ini merupakan bagian dari kegiatan *Public Relations* dari ILP Cijantung. Sebagai kegiatan dari kegiatan *Public Relations*, majalah ini berfungsi untuk menaikkan citra ILP Cijantung di tengah masyarakat. Isi dari majalah ini bukan hanya mengenai seluk beluk ILP Cijantung sendiri namun juga mengenai informasi-informasi yang patut diketahui masyarakat luas mengenai pembelajaran bahasa Inggris. Dengan dikenalnya majalah ini, diharapkan citra ILP Cijantung menjai dapat lebih baik lagi di mata masyarakat.

Kata kunci: Media eksternal, majalah, ILP

EXECUTIVE SUMMARY

Name : Katanesia Dwi Putri T.
Majority : Mass Communication
Title : ILP Flash Magazine's Prototype (External Magazine of ILP Cijantung)

ILP Flash Magazine is an external media of ILP Cijantung which is for the citizens who live around the area. This external media is a part of the Public Relations activity of ILP Cijantung. As a public relations activity, this external magazine is used for increasing the good image of ILP Cijantung among the citizens. The content of the magazine is not only about ILP itself but also about the information of English study that should be known by a lot of people. By recognizing this magazine, it is hoped that the good image of ILP Cijantung will get better among the people.

Keyword: external media, magazine, ILP..

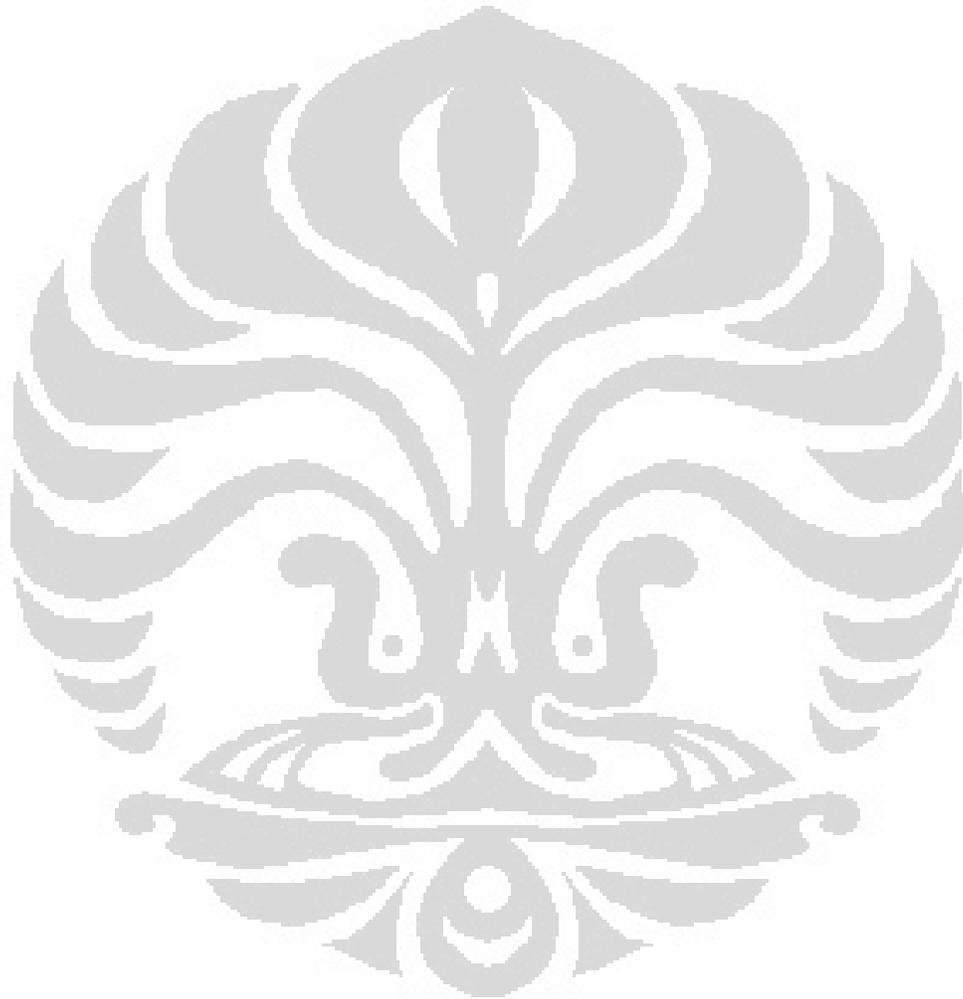
\

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pernyataan Orisinalitas	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	vi
Ringkasan Eksekutif	vii
Executive Summary	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xiii
I. Analisis Kebutuhan	
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Pernyataan Kebutuhan	10
1.3 Analisis SWOT	11
1.3.1 Strenght	11
1.3.2 Weaknesses	11
1.3.2 Opportunity	11
1.3.4 Threat	11
1.4 Justifikasi Program	11
1.4.1 Media Massa	11
1.4.2 Deskripsi Majalah.....	13
1.4.3 Public Relations	17
1.4.4 Media Korporasi	18

1.4.5 Teori Uses And Gratification	21
II. Manfaat Dan Tujuan Pengembangan Model	
2.1 Manfaat	24
2.1.1 Manfaat Bagi Pembaca	24
2.1.2 Manfaat Bagi Penerbit	24
2.2 Tujuan	24
III. Prototype Yang Dikembangkan	
3.1 Tema	25
3.2 Visi	25
3.3 Misi.....	25
3.4 Identifikasi Majalah	26
3.5 Target Pembaca	26
3.6 Pemilihan Nama Majalah.....	27
3.7 Rubrikasi Majalah	27
3.8 SDM yang Dibutuhkan	31
3.9 Teknik Sirkulasi	31
IV. Rencana Eksekusi program	
4.1 Anggaran	33
4.1.1 Daftar Kebutuhan	33
4.1.2 Biaya Pengeluaran	36
4.1.3 Perkiraan Pendapatan	38
4.2 Calon Pengiklan Potensial	41
4.2 Persiapan Awal	41
4.4 Persiapan Penerbitan Pertama dan Distribusi	42
4.4 Perencanaan Iklan	45
4.5 Rapat Evaluasi Dini	45
V. Evaluasi Program	

5.1 Evaluasi Per Edisi	46
5.2 Evaluasi Tahunan	47
Daftar Pustaka	49
Lampiran	xiv

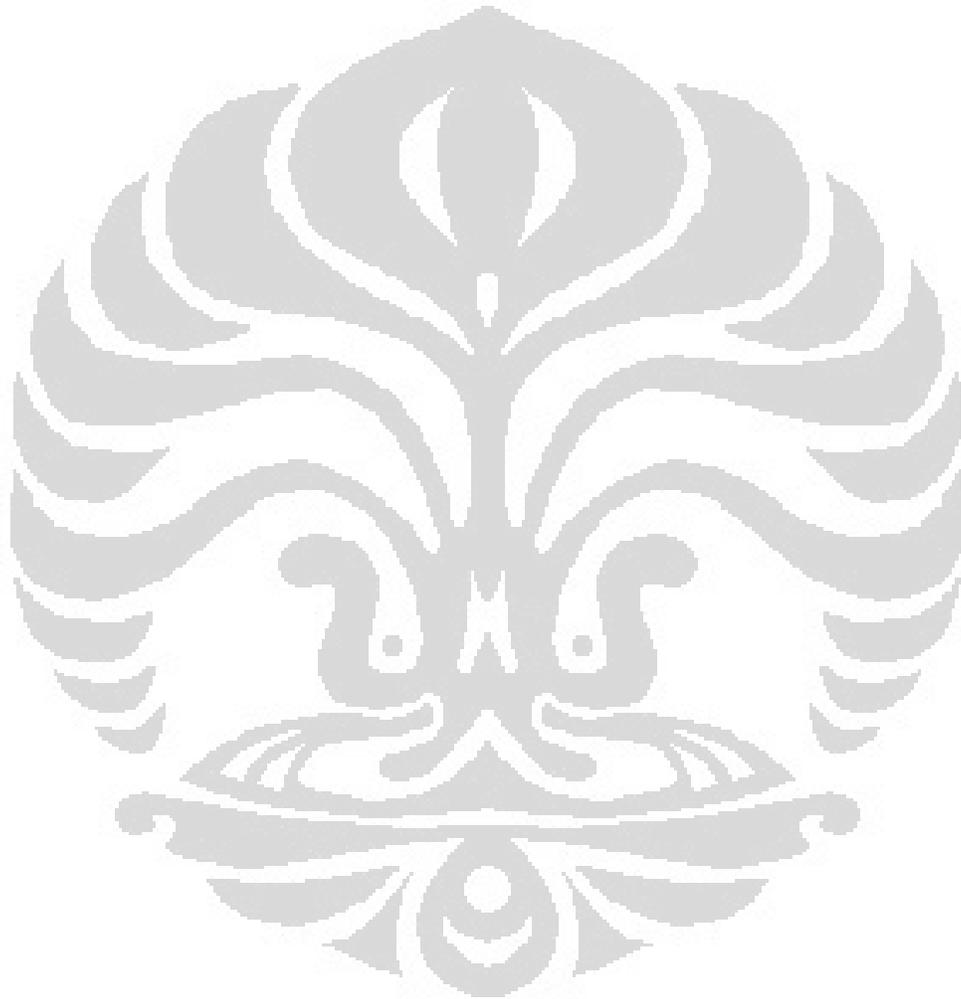


DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah SDM yang diperlukan	31
Tabel 2. Daftar Perlengkapan Kantor	33
Tabel 3. Daftar Alat Tulis Kantor	34
Tabel 4. Modal Awal	35
Tabel 5. Gaji Karyawan per Tahun	36
Tabel 6. Biaya Tetap per Tahun	37
Tabel 7. Tarif Iklan	39
Tabel 8. Daftar Perkiraan Pendapatan Iklan per Edisi	40
Tabel 9. Perkiraan Pendapatan per Tahun	40
Tabel 10. Daftar Calon Pengiklan Potensial	41
Grafik 1. Grafik Penurunan Siswa ILP Cijantung	9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. Logo Majalah ILP Flash 27



BAB I

ANALISIS KEBUTUHAN

I.1 ANALISIS SITUASI

Dalam menghadapi situasi global pada saat ini tentu dibutuhkan beberapa keahlian. Salah satunya adalah bahasa. Bahasa adalah suatu sistem dari lambang bunyi arbitrer yang dihasilkan oleh alat ucap manusia dan dipakai oleh masyarakat komunikasi, kerja sama dan identifikasi diri. Bahasa lisan merupakan bahasa primer, sedangkan bahasa tulisan adalah bahasa sekunder. Arbitrer yaitu tidak adanya hubungan antara lambang bunyi dengan bendanya. Bahasa sangat diperlukan untuk memperluas pergaulan di dunia Internasional. Dengan menguasai banyak bahasa, masyarakat di dunia akan semakin mudah berkomunikasi dengan baik satu sama lain sehingga semakin mudah bagi mereka untuk menjalin hubungan.

Bahasa Inggris merupakan bahasa yang digunakan di seluruh dunia. Suka atau tidak suka bahasa Inggris telah disepakati oleh dunia sebagai bahasa Internasional. Oleh sebab itu maka, sangat perlu bagi masyarakat di dunia untuk membekali diri mereka dengan keahlian dalam berbahasa Inggris, baik secara tulisan maupun secara lisan. Bukan hanya untuk keperluan berkomunikasi, namun juga bahasa Inggris merupakan bekal yang kuat bagi masyarakat yang sedang mencari pekerjaan. Jika kita lihat lowongan pekerjaan yang terdapat di media cetak sampai media online. Sebuah media online yang menawarkan jasa untuk membantu masyarakat dalam mencari pekerjaan, jobsdb.com, mencatat ada banyak perusahaan yang memerlukan pekerja yang memiliki keahlian bahasa Inggris per bulannya. Bidang pekerjaan tersebut meliputi *Public Relations*, *Editor*, *Reporter*, guru TK, dan lain-lain.

Dengan melihat hal ini, maka bermunculanlah lembaga pendidikan bahasa Inggris di Indonesia yang dapat membantu masyarakat untuk semakin mahir dalam mengasah kemampuan bahasa Inggris mereka. Sebut saja, EF, ILP, TBI, Wallstreet, LIA, dll. Masing-masing lembaga pendidikan bahasa Inggris tersebut, menawarkan program yang hampir secara keseluruhan sama, yaitu dimulai dari program untuk anak-anak, remaja, dan dewasa. Bagi mereka yang bergerak di bidang bisnis pun, lembaga-lembaga ini memberikan suatu program *conversation*, yang membuat para siswanya menjadi semakin mahir berbicara dalam bahasa Inggris.

Persaingan antar lembaga bahasa Inggris di masyarakat sangat ketat. Hal ini disebabkan oleh fasilitas-fasilitas yang ditawarkan setiap lembaga hampir sama namun, memiliki keunggulan masing-masing. setiap lembaga memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan pembelajarannya. Metode yang berbeda satu sama lain inilah yang membuat setiap lembaga memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

International Language Program, merupakan suatu lembaga bahasa Inggris yang berdiri di Indonesia sejak tahun 1977. Outlet pertama lembaga pendidikan bahasa Inggris ini berada di Jl. Ciomas, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Pada mulanya ILP memiliki slogan "*Makes You Speak*". Dengan slogan ini, ILP mengajak para muridnya untuk meningkatkan tingkat percaya diri mereka dalam menggunakan bahasa Inggris dalam kehidupan sehari-hari mereka. Namun, masih dengan mengangkat tujuan yang sama, ILP mengubah slogan mereka menjadi "*Speak Away*". Visi utama ILP adalah untuk memberikan pendidikan bahasa yang efektif, efisien, berkualitas melalui kurikulum, metode, teknologi, dan materi yang sesuai dengan jaman dan golongan usia.

Dari segi materi, ILP menawarkan beberapa jenis program berdasarkan kebutuhan dan umur siswanya, beberapa di antaranya adalah:

- Green Adventures Program

Program ini adalah program terbaru dari ILP yang ditujukan bagi anak-anak berusia 6 s/d 8 tahun. Program yang terdiri dari enam tingkat ini mengajak anak-anak masuk dalam petualangan unik di mana mereka diperkenalkan dengan kosakata dan konteks penggunaan bahasa Inggris baru.

- Red Program

Program ini ditujukan bagi anak-anak yang berusia 8 s/d 10 tahun. Ada enam tingkat dalam program red ini, yaitu Pandas, Tigers, Lions, Kangaroos, Giraffes, dan Zebras. Pada program ini, para siswa diajak untuk belajar bahasa sambil berlatih melalui permainan dan aktivitas yang beragam.

- Young Adult Courses (YAC)

Young Adult Courses (YAC) adalah program bahasa Inggris untuk siswa SMP. Siswa diajak untuk turut aktif dalam topik dan kegiatan yang menarik dan mereka bisa mengemukakan pendapat. Seluruh kegiatan memakai pendekatan yang komunikatif, berkonsentrasi pada aspek-aspek bahasa seperti tata bahasa, keterampilan berbahasa, kosakata, dan pelafalan.

- General English (GE)

Program *General English* (GE) ini disusun secara berseri dan memperhatikan perkembangan keterampilan berbahasa Inggris melalui pembelajaran yang aktif dan komunikatif. Program yang ditujukan bagi mereka yang di atas 15 tahun ini, mempunyai 12 tingkatan, dimulai dari Basic sampai dengan FCE (*First Certificate of English*).

- Exams Preparation Courses

ILP menawarkan program persiapan untuk siswa yang ingin melanjutkan pelajaran di luar negeri, atau para professional yang bekerja di perkantoran, atau pun di tempat-tempat pelayanan umum. Ada tiga program yang ditawarkan yaitu, *Preparation for TOEFL Test, Preparation for TOEIC Test, dan Preparation for IELTS Test.*

- Talking English for Business (TEB)

Talking English for Business (TEB) merupakan program unik bahasa Inggris bisnis komunikasi yang diperuntukkan bagi para profesional yang sibuk yang ingin meningkatkan ketrampilannya dalam berkomunikasi bahasa Inggris dalam topik bisnis dan dalam cakupan sebagai berikut:

- Sosialisasi
- Pemahaman budaya
- Pekerjaan dan karir
- Perusahaan
- Produk dan layanan
- Presentasi
- Telepon
- Pertemuan dan negoisiasi
- Keuangan
- *Management dan marketing*
- IT

Kelas ini didasarkan pada topik dan diskusi mengenai bisnis, debat, studi kasus dan kegiatan kelompok yang mendorong para siswanya untuk berkomunikasi bisnis secara maksimum.

- Business English Program (BEP)

Business English Program (BEP) adalah program yang berfokus pada peningkatan kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif di dunia bisnis para peserta program ini. Dengan tiga tingkat di dalamnya, program ini berfokus pada peningkatan komunikasi efektif para partisipan dalam situasi bisnis.

Peserta BEP membahas bahasa bisnis terkait melalui mendengarkan secara aktif, melakukan latihan, dan memainkan peran. Penilaian terdiri dari lisan, tertulis, dan mendengarkan. Peserta memberikan pemahaman yang lebih lengkap dalam penyelesaian *progress*. Secara keseluruhan peserta tingkat BEP akan mendapatkan sertifikat penyelesaian.

- Business English Skill Training (BEST)

Business English Skill Training (BEST) adalah program khusus bisnis yang ada di ILP. Program ini dirancang khusus bagi para profesional di tempat kerja yang ingin meningkatkan ketrampilan komunikasi mereka. Satu seri dari empat rangkaian kursus yang singkat ini masing-masing berfokus pada komunikasi bisnis, antara lain:

- BEST 1: Berbicara di telepon
- BEST 2: Presentasi
- BEST 3: Roleplay
- BEST 4: Negoisiasi

Selain mengadakan pembelajaran di dalam lingkungan ILP, bimbingan belajar ini juga mengadakan kerjasama dengan beberapa perusahaan untuk menjawab kebutuhan klien-klien perusahaan akan pentingnya untuk berkomunikasi dalam bahasa Inggris. Program tersebut dinamakan *Corporate*

Universitas Indonesia

Training. Program ini dibentuk dalam satu divisi khusus yang memiliki kekuatan dalam kemampuannya untuk mengidentifikasi kebutuhan dari klien-kliennya. Divisi corporate training menawarkan program-program yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan setiap klien. Dimulai dengan langkah mencari tahu apa saja keperluan dari sebuah perusahaan, kemudian disusunlah rancangan dari program terbaik mana yang sesuai dengan kebutuhan klien tersebut. Program-program yang ditawarkan adalah:

- Corporate General English

Program yang bertujuan untuk mengajarkan komunikasi bahasa Inggris dalam lingkup sehari-hari. Program ini tersedia dari tingkatan *Pre-basic* (pemula) hingga *advance* (tinggi)

- Corporate English Business

Bertujuan mengasah kemampuan berkomunikasi bahasa Inggris dalam lingkup bisnis. Tersedia dari tingkat *Basic* (pemula) hingga *Advance* (tinggi)

- Corporate Business English Skill

Belajar menggunakan keterampilan bahasa Inggris dalam lingkungan keterampilan kerja seperti: bernegosiasi, membuat laporan, presentasi, komunikasi via telepon, atau email. Tersedia dari level *Pre-intermediate* (menengah) hingga *Advance* (tinggi).

- English for Specific Purpose

Program yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan pelatihan bidang bahasa Inggris dalam bidang dan persyaratan tertentu. Contoh program yang ditawarkan adalah program untuk sekretaris, eksekutif, customer service, aviasi, perhotelan, retail, penjualan, dan lainnya.

Universitas Indonesia

Dengan memiliki pengalaman yang lebih dari 34 tahun, ILP telah melebarkan bisnisnya melalui sistem waralaba sejak tahun 1998. Sampai saat ini, ILP memiliki 47 outlet yang tersebar di Jakarta, Jawa, Bali, dan Sumatera. Outlet-outlet tersebut tersebar di Pancoran, Panglima Polim, KS. Tubun, Ciputat, Cikini, Cinere, Sunter, Kalimalang, Tanjung Duren, Batam, Buah Batu (Bandung), Bekasi Timur, Bintaro, Bogor, Bumi Serpong Damai, Cengkareng, Cibinong, Cijantung, Cikarang, Ciledug, Daan Mogot, Depok, Harapan Indah, Karawaci, Kediri, Pluit, Medan, Pondok Gede, Rawamangun, Semarang, Veteran (Jakarta Selatan), Yogyakarta, Bali, Gading Serpong, Kota Wisata, Antapani (Bandung), Sawangan, Malang, Surabaya, Lampung, Karawang, PL Bernadus (Semarang), PL. St. Yusup (Semarang), PL Don Bosko (Semarang), Solo, Cimone (Tangerang), dan Mastrip-Blitar.

Setelah lebih dari 34 tahun, ILP telah banyak menghasilkan lulusan-lulusan yang memiliki kemampuan yang sangat baik di dalam menggunakan bahasa Inggris. Pada tahun pertama berdirinya ILP, tercatat ada 32. 587 orang yang telah menjadi siswa ILP. Namun, seiring berjalannya waktu, pada 27 tahun berdirinya ILP, tercatat tak kurang dari 500.000 orang yang telah menjadi siswa ILP.

Ada beberapa hal yang membedakan ILP dengan beberapa tempat kursus bahasa Inggris lainnya, seperti:

- Cara Pengajaran

ILP memaksimalkan jumlah siswanya hanya 15 orang di dalam satu kelas. Ini dilakukan untuk lebih memaksimalkan para siswanya di dalam sitem belajar mengajar. Dengan melakukan hal ini, maka guru di dalam kelas akan semakin fokus dalam memperhatikan kemajuan setiap siswanya. Bukan hanya itu saja, sebisa mungkin bahasa yang digunakan di dalam kelas adalah bahasa Inggris. Hal ini dilakukan untuk membiasakan para siswanya berbicara bahasa Inggris.

Universitas Indonesia

- Teknik pembelajaran

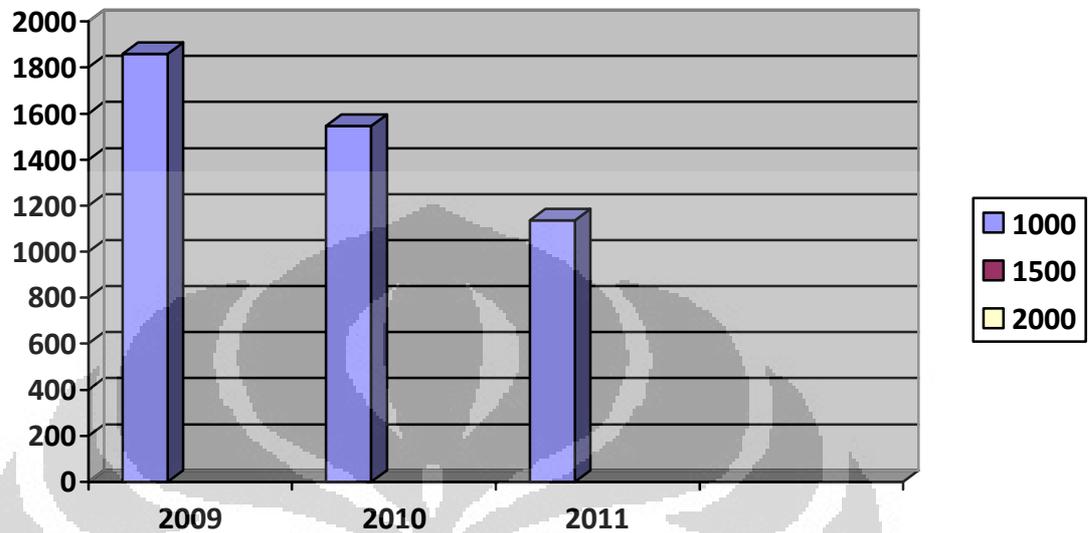
Dalam proses belajar, guru ILP tidak akan sibuk membawa buku dan meminta para siswanya untuk belajar melalui buku tersebut. Namun, guru ILP akan membawa alat-alat yang sesuai dengan tema pelajaran pada hari tersebut. Alat-alat tersebut dapat berupa benda ataupun gambar. Selain itu, di dalam memberikan pelajaran, para guru ILP pun akan menyisipkan *games* dalam kegiatannya. Sehingga para siswa tidak akan bosan dan lebih mudah menyerap pelajaran yang sudah dijelaskan.

- Mempelajari kemampuan listening

Bukan hanya kemampuan berbicara, namun ILP juga membiasakan para siswanya untuk lebih terbiasa mendengarkan percakapan dalam bahasa Inggris. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mendengarkan percakapan yang dilakukan native speaker melalui CD player. Dengan melakukan hal ini, maka para siswa juga akan terbiasa dengan logat dan intonasi dalam berbicara bahasa Inggris.

Di antara 46 outlet ILP yang tersebar di berbagai tempat, salah satunya adalah ILP Cijantung. ILP Cijantung telah hadir sejak tahun 2004. Siswa ILP Cijantung kebanyakan adalah anak berumur 8-17 tahun, yang duduk di bangku SD, SMP, dan SMA. Hal ini disebabkan karena letak ILP Cijantung berdekatan dengan beberapa sekolah di wilayah Cijantung. Namun, dalam tiga tahun belakangan, ILP Cijantung mengalami penurunan siswa. Pada sepanjang tahun 2009 tercatat ILP Cijantung memiliki siswa 1.858 dalam 10 *term*. Sedangkan pada tahun 2010, ILP Cijantung mengalami penurunan siswa menjadi 1.545 juga di dalam 10 *term*. Penurunan jumlah siswa juga terjadi pada tahun 2011 menjadi 1.136 di dalam 9 *term*.

Grafik 1. Grafik Penurunan Jumlah Siswa ILP Cijantung



Jika dilihat dari wilayahnya, kelurahan Cijantung berada di dalam lingkup kecamatan Pasar Rebo, Jakarta Timur. Cijantung berbatasan dengan kelurahan Gedong di sebelah utara, Tanjung Barat di sebelah barat, kelurahan susukan ciracar di sebelah timur, dan kelurahan Kalisari di sebelah selatan. Luas kelurahan ini 2,37 km², dihuni oleh 46.764 penduduk.

Di wilayah Cijantung terdapat banyak sekolah dimulai dari SD sampai SMA. Tercatat, ada 15 SD, 7 SMP, dan 6 SMA. Walaupun begitu, masih terdapat banyak sekolah yang berada di kelurahan-kelurahan sekitar Cijantung. Dengan melihat hal ini maka dapat dikatakan wilayah sekitar daerah Cijantung memiliki jumlah pelajar yang tinggi. Dengan begitu, wilayah Cijantung dinilai memiliki potensi yang baik dalam membangun bisnis di bidang lembaga pendidikan.

I.2 PERNYATAAN KEBUTUHAN

Dengan melihat semakin berkurangnya siswa ILP Cijantung, maka ILP Cijantung perlu membangun *Public Relations* terhadap masyarakat. *Public Relations* (PR) merupakan semua bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins: 2004). PR bertujuan untuk membangun citra positif suatu organisasi. (Abdullah, 20001: 3). PR yang modern adalah PR yang mampu memanfaatkan media. Hal ini disebabkan oleh arus media yang sudah sangat kencang pada masyarakat dan ketidakmampuan masyarakat untuk lepas dari media itu sendiri. Oleh sebab itu, suatu perusahaan memerlukan media untuk meningkatkan reputasi dan publisitas.

Menurut kamus Webster, publisitas merupakan informasi yang mempunyai nilai berita, yang bertujuan memusatkan perhatian terhadap suatu tempat, orang, atau suatu institusi yang biasanya dilakukan lewat penerbitan umum. Publisitas itu dapat menghasilkan suatu citra tertentu di mata masyarakat sehingga menarik minat dan perhatian mereka. Cara pemberitaan bisa dilakukan melalui siaran, *press release*, dan penerbitan tercetak atau bergambar.

Penurunan siswa yang terjadi pada tiga tahun terakhir di ILP Cijantung semakin menguatkan fakta bahwa ILP Cijantung memerlukan suatu media eksternal untuk meningkatkan citra perusahaan dan publisitas di tengah-tengah masyarakat. Media eksternal yang dipilih adalah majalah karena majalah dapat menjangkau khalayak banyak dan memiliki sifat informasi yang lebih lama. Melalui media eksternal ini, diharapkan penanaman citra ILP Cijantung semakin menguat di tengah-tengah masyarakat.

1.3 ANALISIS SWOT

1.3.1 Strength

- a. Belum pernah ada majalah lain yang memaparkan secara lengkap mengenai ILP Cijantung.

1.3.2 Weakness

- a. Majalah memiliki jangkauan terbatas yang hanya berada di sekitar Cijantung. Dengan peredaran majalah yang terbatas, maka khalayak yang akan dicapai pun akan terbatas.

1.3.3 Opportunity

- a. Masyarakat semakin menyadari akan pentingnya memiliki kemampuan dalam berbahasa Inggris.
- b. Adanya kebutuhan dalam memiliki kemampuan berbahasa Inggris di dalam dunia pekerjaan.

1.3.4 Threats

- a. Bacaan populer cenderung lebih diminati oleh para anak muda.
- b. Semakin menurunnya minat orang akan media cetak.

I.4 Justifikasi program

I.4.1 Media Massa

Komunikasi massa memberi masyarakat sarana untuk mengambil keputusan dan membentuk opini kolektif yang bisa digunakan untuk bisa lebih memahami diri mereka sendiri. Sedangkan media massa sendiri merupakan sumber kekuatan — alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat digunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lain.

Adapun karakteristiknya adalah (Effendi: 1992):

Universitas Indonesia

1. Sifatnya satu arah

Komunikasi yang terjadi antara media massa dan khalayak bersifat satu arah. Media bersifat memberikan informasi kepada khalayak yang membuat khalayak mendapatkan sesuatu yang baru saat mengonsumsi media tersebut. Dengan begitu, khalayak akan dipengaruhi oleh media yang mereka konsumsi.

2. Selalu ada proses seleksi

Setiap media memilih khalayak yang dituju. Proses seleksi ini dapat berdasarkan atas, usia, gender, tempat tinggal, kepentingan tertentu, dll. Begitu juga yang terjadi pada khalayak. Khalayak juga menyeleksi media yang ingin mereka gunakan, baik jenis maupun isi media tersebut.

3. Kompetisi berlangsung ketat

Kompetisi yang berlangsung antara media yang satu dengan yang lainnya dapat berlangsung ketat karena jumlah khalayak yang banyak dan media yang diperlukan tidak terlalu banyak.

4. Membidik sasaran tertentu

Untuk mendapatkan khalayak sebanyak mungkin, maka media harus membidik sasaran tertentu. Media harus dapat membuat isinya menarik minat segmen khalayak tertentu yang akan menyebarkan.

5. Komunikasi dilakukan oleh institusi sosial yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya.

Ada interaksi tertentu yang terjadi antara media dan masyarakat. Media tidak hanya memengaruhi tatanan politik, sosial dan ekonomi di mana ia berada, namun juga dipengaruhi olehnya.

Menurut Harold Lasswell dan Charles Wright, media memiliki beberapa fungsi, yaitu:

- Pengawasan (Surveillance)

Media memberi informasi dan menyediakan berita. Media sering kali memperingatkan para audience akan hal-hal yang akan terjadi di lingkungan sekitar mereka. Fungsi pengawasan juga bisa menyebabkan

Universitas Indonesia

beberapa disfungsi. Kepanikan dapat saja terjadi karena ada penekanan yang berlebihan terhadap bahaya atau ancaman terhadap masyarakat.

- Korelasi (Correlation)

Fungsi ini berkaitan dengan seleksi dan interpretasi informasi tentang lingkungan. Media sering kali memasukkan kritik dan cara bagaimana seseorang harus bereaksi terhadap kejadian tertentu. Korelasi bertujuan untuk menjalankan norma sosial dan menjaga konsensus dengan mengekspos penyimpangan, memberikan status dengan cara menyoroti individu terpilih, dan dapat berfungsi untuk mengawasi pemerintah.

- Penyampaian warisan sosial (Transmission of the Social heritage)

Penyampaian warisan sosial merupakan suatu fungsi di mana media menyampaikan informasi, nilai dari satu generasi ke generasi lainnya atau dari anggota masyarakat ke kaum pendatang.

- Hiburan (Entertainment)

Media hiburan dimaksudkan untuk memberi waktu istirahat dari masalah setiap hari dan mengisi waktu luang.

I.4.2 Deskripsi Majalah

Majalah merupakan suatu produk media yang diterbitkan secara berkala, baik mingguan maupun bulanan. Ukuran dari majalah umumnya lebih kecil daripada ukuran koran. Sejak lama, aneka majalah sengaja menyajikan tinjauan dan analisis terhadap suatu peristiwa secara mendalam. Hal inilah yang membedakan majalah dengan koran (Rivers, 2003). Fungsi terpenting dari sebuah majalah adalah sebagai penafsir berita.

Menurut Kurniawan Junaedhie dalam bukunya yang berjudul *Rahasia Dapur Majalah di Indonesia*, ada beberapa hal yang menjadi pembatasan dalam majalah, yaitu:

- Media yang terbit secara berkala, tapi bukan yang terbit setiap hari
- Media cetak itu bersampul, setidaknya-tidaknya punya wajah, dan dirancang secara khusus

- Media cetak itu dijilid atau sekurang-kurangnya memiliki sejumlah halaman tertentu
- Media cetak itu harus berformat tabloid, atau saku, atau format konvensional sebagaimana format majalah yang kita kenal selama ini.

Di dalam buku *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, ditambahkan pula ada beberapa karakteristik dari majalah (McQuail, 1987), yaitu:

- Penyajian yang lebih mendalam
Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan, dwi mingguan, bahkan bulanan. Hal ini membuat para reporternya memiliki waktu yang cukup lama untuk memahami dan mempelajari suatu peristiwa. Waktu yang lama dalam menganalisis suatu berita inilah yang membuat penyajian berita dan informasinya dapat dibahas secara mendalam.
- Nilai aktualitas lebih lama
Nilai aktualitas majalah dapat berumur setidaknya satu minggu. Membaca majalah tidak pernah tuntas sekaligus. Para pembaca cenderung membaca topik yang mereka sukai terlebih dahulu dan melanjutkannya di kemudian hari.
- Gambar/foto lebih banyak
Jumlah halaman majalah lebih banyak sehingga selain penyajian beritanya yang mendalam, majalah juga dapat menampilkan gambar/foto yang lengkap, dengan ukuran besar dan kadang-kadang berwarna. Foto-foto yang ditampilkan majalah memiliki daya tarik tersendiri, apalagi bila foto tersebut bersifat eksklusif.
- *Cover* sebagai daya tarik.
Cover pada majalah ibarat pakaian dan aksesoris pada manusia. *Cover* majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dengan gambar dan

Universitas Indonesia

warna yang menarik. Menarik atau tidaknya *cover* suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi dan keajegan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya.

Adapun fungsi utama majalah adalah sebagai media informasi mengenai berbagai peristiwa dalam and luar negeri. Selain itu, majalah juga berfungsi sebagai sarana hiburan bagi para pembacanya. Majalah juga dapat berfungsi sebagai sarana informasi dan sarana pendidikan.

Majalah modern muncul sebagai medium massa terutama perannya sebagai penghubung sistem pemasaran. Tidak seperti media lainnya, sebagian besar majalah yang ada terfokus pada khalayak homogen tertentu atau kelompok-kelompok yang kepentingannya sama. Isi majalah lebih diarahkan untuk kepentingan khalayak tertentu sesuai dengan pangsa pasarnya (Rivers, 2003). Sampai saat ini kebanyakan majalah yang bertahan adalah majalah yang bersifat khusus, seperti majalah khusus wanita, majalah hobi, majalah olahraga, dll.

Jika dilihat dari isinya, majalah memiliki dua artikel yang paling dominan, yaitu *News* dan *Features*. Mungkin untuk tidak semua majalah dapat menampilkan news seperti apa yang ada di koran, namun setidaknya ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menulis news di majalah, yaitu:

- **Baru**
Hal ini bukan berarti apa yang ada di majalah tersebut adalah peristiwa yang baru saja terjadi. Namun, apa yang diceritakan dalam news tersebut adalah sesuatu yang belum pernah diketahui oleh masyarakat luas.
- **Relevan**
Hal ini berkaitan dengan apa yang menjadi minat pembaca tersebut. Jika peristiwa yang diceritakan di majalah tersebut sesuai dengan minat pembaca maka akan menimbulkan ketertarikan tersendiri.

- Simpel

Bahasa yang ditampilkan dalam majalah tidaklah serumit apa yang ditulis oleh koran. Walalupn peristiwa yang ditampilkan bersifat kompleks namun penyampaian kepada pembaca haruslah sederhana dan mudah dimengerti.

- Terbatas

Isi dari cerita yang ada di majalah haruslah memiliki bagian-bagian yang jelas. Sehingga cerita yang disampaikan harus bersifat lebih spesifik dibandingkan apa yang ditampilkan di koran.

- Mengejutkan

Sesuatu yang mengejutkan menjadi elemen yang penting di dalam majalah karena dapat mempengaruhi emosi para pembaca majalah tersebut.

Sedangkan Features memiliki pengertian artikel yang kreatif dan kadang-kadang subyektif. Tujuan dari penulisan features adalah untuk membuat senang pembaca dan memberi informasi kepada pembaca tentang suatu kejadian, keadaan atau aspek kehidupan. Cara penulisan features pada umumnya adalah seperti melukiskan kata-kata. Kekhasan features terletak pada empat point:

- Kreativitas

Reporter harus mampu menciptakan cerita baru namun masih harus akurat.

- Subyektifitas

Di dalam penulisan, penulis masih diperbolehkan untuk menuangkan pendapat dan emosinya dalam tulisan tersebut.

- Informatif

Feature harus memberikan informasi yang baru kepada pembacanya.

- Menghibur

Dalam hal gaya penulisan, features harus mampu menarik perhatian pembaca dan tidak bersifat monoton.

I.4.5 PUBLIC RELATIONS

Pengertian *public relations* mengacu pada segenap kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau lembaga, khususnya oleh suatu organ khusus di dalamnya yang terdiri dari public relations officer dalam rangka mengorganisasi dan mengkomunikasikan segala sesuatu guna mencapai saling pengertian yang lebih baik antara suatu organisasi dengan publik yang dituju. (Rachmadi, 1992: 20) . Ada banyak ahli yang mengemukakan pendapatnya mengenai definisi dari *Public relations*, namun di antara banyaknya pendapat tersebut, terdapat empat kesamaan pokok pikiran, yaitu:

- Public relations merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik.
- Sasaran public relations adalah menciptakan opini publik yang *favourable*, menguntungkan semua pihak.
- Public relations merupakan unsure yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi/perusahaan.
- Public relations adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan/organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbale balik atau dua arah.

Fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan yang baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat yang menguntungkan lembaga/organisasi.

Adapun tugas utama *public relations* adalah:

- Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis, atau melalui gambar (visual) kepada publik, sehingga publik mempunyai pengertian yang benar tentang perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.
- Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum/masyarakat
- Mempelajari dan melakukan analisis reaksi publik terhadap kebijakan perusahaan/lembaga, maupun segala macam pendapat
- Menyelenggarakan hubungan yang baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh public favour, public opinion, dan perubahan sikap.

Public relations dapat dikatakan pula sebagai filsafat sosial manajemen yang diterapkan pada kebijakannya dan pelaksanaannya melalui interpretasi yang peka atas berbagai peristiwa, berdasarkan peristiwa komunikasi dua arah dengan publiknya guna menumbuhkan saling pengertian dan itikad baik..

I.4.4 MEDIA KORPORASI

Media korporasi merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi antara dua pihak yang berhubungan, yaitu antara korporasi dan pembaca. Dari sisi kepentingan korporasi, fungsi dari media ini adalah untuk menginformasikan langkah korporasi dalam mencapai tujuan. Sedangkan dari sisi pembaca, media korporasi diharapkan dapat memuat informasi yang bermakna bagi kehidupan pembaca tersebut.

Media korporasi memiliki dua sifat, yaitu internal dan eksternal. Komunikasi internal bertujuan untuk membangun *human relationship* antara korporasi dan setiap individu di dalam korporasi. Sedangkan komunikasi eksternal dimaksudkan untuk mendukung keberadaan korporasi atau organisasi secara sosial di tengah-tengah masyarakat.

Universitas Indonesia

. Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur secara timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi eksternal dilakukan dengan tujuan untuk membangun *public relationship* yang baik dengan pihak luar sehingga terbentuk citra sosial yang positif atas korporasi dan organisasi.

Media korporasi dapat diterbitkan dalam beberapa format seperti *newsletter*, majalah, tabloid, atau surat kabar. Pemilihan format media korporasi dapat dipertimbangkan melalui beberapa hal (Siregar, 2000):

- Sesuai dengan karakter pembaca
Format seperti majalah, apalagi dengan jumlah halaman yang cukup tebal, memuat tulisan panjang, dengan isi serius, kurang cocok dengan pembaca yang belum memiliki budaya baca yang kuat.
- Karakter setiap isi, periodisitas,, kemudahan proses produksi, biaya, dan citra yang dikehendaki

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuat media korporasi yang bersifat eksternal, yaitu:

- Suatu uraian harus disusun secara menyeluruh, tetapi singkat dan padat
- Isi harus dapat diatur supaya perhatian dapat dibangkitkan pada bagian pembukaan, terpelihara minat mulai dari awal sampai akhir, dan perlu diciptakan kesan mendalam pada bagian penutup.
- Bahasa yang digunakan harus bahasa yang lazim dan umum
- Perlu pula disiapkan ilustrasi atau anekdot

Media eksternal yang akan digunakan oleh ILP Cijantung adalah majalah. Oleh sebab itu, harus diperhatikan beberapa hal yang dapat membuat majalah ini menarik minat banyak orang. Dalam penyampaian berita yang ada di majalah tersebut, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu:

- Unsur waktu
berita harus diusahakan hangat, yaitu baru saja terjadi atau merupakan perkembangan terakhir dari suatu peristiwa.
- Unsur jarak dalam berita
Jarak yang dimaksudkan di sini bukan hanya jarak tempat, namun juga jarak dalam artian hubungan kejiwaan/batin.
- Unsur meletakkan sesuatu kepada orang yang memiliki nama (name makes news)
Di dalam masyarakat, nama-nama orang terkenal akan lebih mudah untuk dijadikan suatu berita.
- Unsur pengaruh langsung kepada minat pembacanya
Sebagai contoh, seandainya ada berita mengenai gubernur Jawa Barat menyerahkan sumbangan pesawat televisi kepada masyarakat Bekasi, tentu yang tertarik adalah mereka yang memiliki hubungan dekat dengan daerah Bekasi.
- Unsur minat kemanusiaan (human interest)
Hal ini berhubungan dengan nilai-nilai kemanusiaan.

Dalam penggunaan majalah eksternal majalah, maka ILP Cijantung harus mampu sedemikian rupa agar majalahnya dapat dibaca oleh siapa saja. Hal ini dikarenakan majalah yang digunakan ILP Cijantung sebagai media mereka di masyarakat tidak memiliki spesifikasi khusus dalam memilih pembaca mereka. Tidak dilihat dari SES, latar belakang pendidikan, ataupun daerah tempat tinggal. Untuk itu ada beberapa pedoman yang harus dipegang majalah eksternal ini agar dapat menarik minat dan dinikmati para pembacanya. Pedoman tersebut antara lain:

- Sederhana tapi teratur
Bahasa yang digunakan haruslah cukup sederhana, sehingga dapat dimengerti oleh anak-anak. Namun, isi dari pemberitaannya juga harus teratur sehingga dapat dinikmati oleh orang-orang yang sudah dewasa .

- Tidak menggunakan bahasa yang muluk-muluk
Bahasa yang muluk-muluk mungkin menyenangkan bagi para pembaca kalangan bawah. Namun, terkadang bahasa yang muluk-muluk akan membuat majalah tersebut terkesan murahan.
- Tidak menggunakan bahasa buku
Jika di dalam majalah tersebut digunakan bahasa buku, maka orang yang membacanya akan segera bosan. Hal ini disebabkan karena bahasa buku yang cenderung kaku dan membosankan. Oleh sebab itu, sebisa mungkin bahasa yang digunakan dalam majalah ini haruslah bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.
- Tidak menggunakan kata-kata yang salah
Nilai suatu media terletak dari bahasa yang digunakan dalam media itu sendiri. Hal ini bergantung pada penulis artikel di dalam majalah tersebut. Sehingga harus diperhatikan penggunaan istilah-istilah yang ada di majalah tersebut. Oleh sebab itu, penggunaan kamus akan semakin penting untuk menghindari kesalahan pada penulisan.
- Susunan bahasa yang digunakan harus hidup
Untuk menarik perhatian maka susunan bahasa yang digunakan dari setiap artikel harus hidup. Harus dipertimbangkan bahwa setiap pembaca memiliki kesukaan masing-masing. Oleh sebab itu, penggunaan gaya bahasa di dalam majalah tersebut haruslah diperhatikan. Gaya bahasa yang digunakan sebaiknya wajar dan tidak dibuat-buat.

1.4.5 TEORI USES AND GRATIFICATION

Teori uses and gratification menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan tertentu untuk menghasilkan kepuasan tertentu.

Universitas Indonesia

(Turner, 2008: 101). Teori ini menganggap orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi.

Teori ini menekankan pada aktivitas khalayak terhadap media. Ada beberapa saran jenis aktivitas khalayak yang dapat dilakukan oleh konsumen media, yaitu:

- Kegunaan (utility)
Media memiliki kegunaan bagi orang, dan orang dapat menempatkan media pada kegunaan tersebut.
- Kesengajaan (intentionally)
Kesengajaan terjadi ketika motivasi orang menentukan konsumsi mereka akan isi media. misalnya, ketika orang ingin dihibur, maka mereka akan menonton program komedi. Namun, ketika mereka ingin mendapatkan suatu berita, mereka akan menonton program berita.
- Selektivitas (selectivity)
Selektivitas yaitu bahwa khalayak menggunakan media dapat merefleksikan ketertarikan dan preferensi mereka.
- Kesulitan untuk memengaruhi (imperviousness to influence)
Hal ini menyatakan bahwa khalayak membentuk pemahaman mereka sendiri dari isi dan bahwa makna memengaruhi apa yang mereka pikirkan dan lakukan. Khalayak sering kali secara aktif menghindari jenis pengaruh media tertentu.

Teori ini menyebutkan khalayak menggunakan suatu media untuk memenuhi lima kebutuhan: Kognisi, afeksi, pribadi, sosial, dan melepas lelah.

- Kognisi

Media membantu khalayak mendapatkan informasi, pengetahuan, dan pemahaman tentang berbagai topik yang menarik bagi khalayak. Majalah memberikan informasi tentang isu-isu dan kejadian-kejadian yang berpengaruh dalam hidup kita.

- Afeksi

Khalayak menggunakan media massa untuk mencari pengalaman yang bersifat emosional, menyenangkan, atau estetis. Dengan membaca/mendengar/menonton suatu media, khalayak bisa ikut membayangkan dan merasakan apa yang disampaikan melalui media tersebut

- Pribadi

Media bisa membantu khalayaknya menjalani hidup kita dengan lebih teratur dan seimbang, menambah kredibilitas dan rasa percaya diri, serta meningkatkan status. Media membantu menanamkan nilai-nilai yang kita anut dan memberikan rasa aman secara psikologis, serta pemahaman akan diri sendiri.

- Sosial

Khalayak menggunakan media untuk membantu agar bisa lebih 'masuk' atau diterima dalam lingkungan pembaca media tersebut. Para peneliti menyebut fungsi ini sebagai '*the social utility of information*'

- Melepas Lelah

Khalayak membaca suatu media untuk mencari hiburan dan melepaskan ketegangan. Majalah ini membantu para khalayaknya untuk menemukan sebuah kesibukan baru yang sesuai dengan hobi yang dimilikinya.

BAB II

MANFAAT DAN TUJUAN PENGEMBANGAN MODEL

2.1 Manfaat

2.1.1 Manfaat bagi pembaca

Manfaat bagi pembaca majalah ini adalah semakin bertambahnya informasi yang akan mereka dapatkan mengenai keuntungan dalam memiliki kemampuan bahasa Inggris. Masyarakat akan semakin tertarik untuk memperdalam kemampuan bahasa Inggris mereka sehingga dapat diterapkan dalam berbagai kesempatan, bukan hanya dalam lingkungan ILP, namun juga di luar ILP.

2.1.2 Manfaat bagi pengelola

Dengan memiliki majalah seperti ini, maka lembaga pendidikan bahasa Inggris ILP mampu mendapatkan keuntungan. Dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi siswa di ILP karena majalah ini memberikan informasi mengenai keuntungan dalam menguasai bahasa Inggris. Selain dilihat dari manfaat ekonomi, dapat juga dilihat dari manfaat sosial. majalah ini akan meningkatkan citra ILP Cijantung di tengah-tengah masyarakat.

2.2 Tujuan

Tujuan dibuatnya majalah ini adalah untuk meningkatkan citra ILP Cijantung di masyarakat luas. Hal ini dapat membuat masyarakat tertarik untuk belajar bahasa Inggris di ILP Cijantung. Bagi masyarakat sendiri, majalah ini mampu memberikan informasi kepada mereka bahwa dengan memiliki kemampuan bahasa Inggris yang baik mereka akan sangat diuntungkan.

BAB III

PROTOTYPE YANG DIKEMBANGKAN

3.1 TEMA

Majalah ini menyajikan informasi mengenai pentingnya memiliki kemampuan bahasa Inggris yang baik di dalam kehidupan. Dengan memiliki kemampuan bahasa Inggris, banyak hal yang bisa dilakukan oleh mereka. Selain itu, majalah ini juga menyajikan informasi-informasi mengenai setiap sudut ILP.

3.2 VISI

Menjadikan majalah ini sebagai suatu media bagi ILP CIjantung dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat luas. Selain itu juga, menjadikan majalah ini sebagai suatu sumber informasi yang berguna bagi masyarakat, khususnya dalam bidang ilmu bahasa Inggris.

3.3 MISI

Memberikan informasi mengenai segala hal yang berhubungan dengan bahasa Inggris yang mampu meningkatkan minat dan bakat siswa dalam menggunakannya.

3.4 IDENTIFIKASI MAJALAH

Jenis : majalah eksternal ILP

Nama : ILP *Flash*

Bahasa : Indonesia

Ukuran : A4

Cetak : Warna

Jumlah Halaman : 96 halaman

Frekuensi Terbit : Dwi bulanan

Jenis Kertas : Matte paper

Area Distribusi : Cijantung

3.5 TARGET PEMBACA

Target pembaca majalah ILP *Flash* merupakan masyarakat sekitar Cijantung yang berusia antara 12-40 tahun. Anak-anak berusia 12 tahun dianggap sudah dapat mengerti isi majalah ILP *Flash* dan dapat mengambil keputusan dalam menentukan keinginannya untuk menjadi siswa ILP Cijantung. Sedangkan bagi mereka yang sudah dewasa diharapkan setelah membaca majalah ini, akan tertarik dan menjadikan anak mereka atau bahkan diri mereka sendiri menjadi siswa ILP.

3.6 PEMILIHAN NAMA MAJALAH

Nama majalah yang dipilih adalah ILP *Flash*. Dalam bahasa Inggris, kata *Flash* bisa digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang cepat. Kata *Flash* juga biasa digunakan pada siaran berita yang menampilkan isi berita secara cepat namun bersifat penting. Oleh sebab itulah kata *Flash* digunakan pada majalah ini, untuk menunjukkan bahwa isi majalah ini merupakan hal yang penting untuk diketahui oleh masyarakat.

Gambar 2. Logo majalah ILP Flash



3.7 RUBRIKASI MAJALAH

Rubrik atau arikel dapat diartikan sebagai suatu karangan factual (nonfiksi) mengenai suatu masalah yang panjangnya tidak dapat ditentukan untuk dimuat di surat kabar, majalah, buletin, dan sebagainya, dengan tujuan untuk menyampaikan gagasan dan fakta guna meyakinkan, mendidik, menawarkan pemecahan suatu masalah, atau menghibur. Artikel termasuk tulisan kategori *views* (pandangan),

Universitas Indonesia

yakni tulisan yang berisi pandangan, ide, opini, penilaian penulisannya tentang suatu masalah atau peristiwa. (Romli, 1999: 31). Adapun rubrikasi di majalah ILP *Flash* adalah sebagai berikut:

- Student's Flash

Isi : Berisi informasi mengenai pengalaman siswa selama belajar di ILP Cijantung.

Tujuan : memberi pengetahuan kepada khalayak luas mengenai kegiatan belajar mengajar di ILP. Diharapkan dengan membaca rubrik ini, mereka akan tertarik untuk memiliki pengalaman belajar di ILP Cijantung.

Volume Naskah: 12 halaman, terdiri dari 3-4 halaman

Penyajian : Features dan foto/info grafis jika diperlukan.

- ILP corner

Isi : berisi mengenai ulasan salah satu program pembelajaran yang ditawarkan oleh ILP. Pada setiap edisinya, akan dibahas salah satu program dengan lebih terinci.

Tujuan : memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai proses belajar mengajar di ILP. Diharapkan dengan membaca rubrik ini, masyarakat akan mendapatkan gambaran mengenai cara pembelajaran di ILP yang berbeda dengan tempat kursus bahasa Inggris lainnya.

Volume naskah : 12 halaman, terdiri dari 5-6 artikel

Penyajian : Features dan foto/info grafis jika diperlukan.

- World Wide Flash

Isi : mengenai informasi tentang segala hal yang bisa dilakukan ketika seseorang memiliki kemampuan bahasa Inggris yang baik.

Tujuan : memberi informasi kepada masyarakat mengenai keuntungan memiliki kemampuan berbahasa Inggris. Diharapkan dengan mengetahui informasi ini, minat masyarakat untuk memiliki kemampuan bahasa Inggris semakin meningkat.

Volume naskah : 15 halaman, terdiri 4-5 artikel

Penyajian : Features dan foto/info grafis jika diperlukan

- English for Fun

Isi : mengenai tips dan trik untuk mempelajari bahasa Inggris dengan cara yang menyenangkan. Beberapa tips dan trik tersebut pun dapat juga ditemui di ILP.

Tujuan : dengan membaca rubrik ini diharapkan masyarakat menjadi tertarik untuk belajar bahasa Inggris di ILP.

Volume naskah : 24 halaman, terdiri dari 5-6 artikel

Universitas Indonesia

Penyajian : Features dan foto/info grafis jika diperlukan.

- Inspirational students

Isi : Pengalaman siswa ILP yang telah memiliki kemampuan bahasa Inggris dan telah meraih prestasi karenanya.

Tujuan : Memberi informasi kepada masyarakat bahwa dengan memiliki kemampuan bahasa Inggris kita bisa mendapatkan suatu prestasi. Diharapkan juga dengan melihat pengalaman siswa ILP, maka masyarakat akan menaruh minat untuk belajar di ILP.

Volume naskah : 15 halaman, terdiri dari 4-5 artikel

Penyajian : features dan foto/info grafis jika diperlukan

- Letter From Editor

Isi : Tulisan dari editor mengenai garis besar apa yang akan dihadirkan dalam majalah ini.

Tujuan : Memberi gambaran kepada pembaca mengenai isi dan tujuan dari majalah ini.

Volume naskah : 1 halaman, terdiri dari 1 artikel

Penyajian : tulisan singkat dari Pemimpin Redaksi.

3.8 SDM YANG DIBUTUHKAN

Tabel 1. Jumlah SDM yang Dibutuhkan

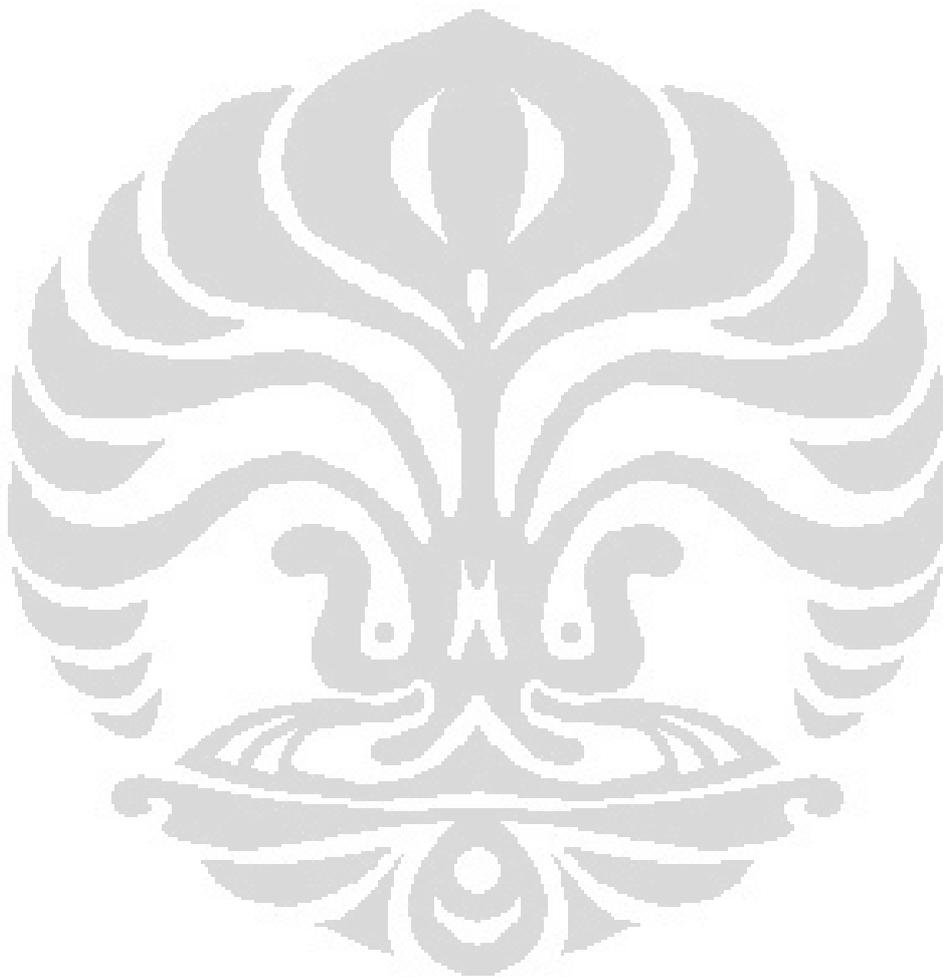
Jabatan	Keterangan	Jumlah
Pemimpin Redaksi	Karyawan tetap	1
Redaktur Rubrik	Karyawan tetap	1
Reporter	Karyawan honorer	2
Photographer	Karyawan honorer	1
Graphic Designer	Karyawan tetap	1
Promotion dan Advertising	Karyawan tetap	1
Total		7

Akan dipilih 1 orang karyawan ILP yang akan diperbantukan menjadi *staff* majalah ini dengan posisi sebagai *Photographer*. Sedangkan untuk Reporter, akan dipilih 2 siswa ILP yang berminat dalam bidang menulis. Untuk Pemimpin redaksi, Redaktur rubrik, *Graphic Designer*, *Promotion and Advertising*, akan direkrut orang-orang yang ahli pada bidangnya.

3.9 TEKNIK SIRKULASI

Edisi pertama majalah ini, akan diterbitkan sebanyak 1000 eksemplar. Majalah ILP *Flash* akan didistribusikan secara gratis kepada masyarakat sekitar Cijantung sebagai bentuk promosi dari ILP Cijantung. Selama 3 edisi pertama majalah ILP *Flash* akan didistribusikan sebanyak 1000 eksemplar. Namun, untuk edisi keempat dan seterusnya akan kembali dipertimbangkan dengan melihat tanggapan dari masyarakat.

Majalah edisi pertama ini akan didistribusikan di sekolah-sekolah, Mall, dan toko buku di sekitar ILP Cijantung. Pada halaman terakhir majalah ini, akan dilampirkan formulir pendaftaran untuk mengikuti bimbingan belajar di ILP. Nantinya formulir ini akan dapat diberikan langsung kepada petugas pendaftaran siswa di ILP Cijantung.



BAB IV

RENCANA EKSEKUSI PROGRAM

4.1 ANGGARAN

4.1.1 Daftar Kebutuhan

1. Daftar Perlengkapan Kantor

Tabel 2. Daftar Perlengkapan Kantor

Barang	Merk/Tipe	Qty	Harga	Jumlah
Meja Kantor	Daiko 1 Biro Desk Grey	7	Rp 828.500	Rp 5.799.500
Kursi Kantor	High Point BK 23	9	Rp 710.000	Rp 6.390.000
Meja Komputer	Daiko Small Grey	2	Rp 437.000	Rp 847.000
Komputer	Lenovo: Think Centre A70 + LCD 18.5 inch	2	Rp 3.857.250	Rp. 7.714.500
File Cabinet	Daiko Filling Kabinet 4 laci	2	Rp 1.950.000	Rp 3.900.000
Printer	Epson: T13	1	Rp 749.250	Rp 749.250
Ink Cartridge	Epson C13T047290	1	Rp 84.700	Rp 84.700
Scanner	Canon CanoScan LiDE 110	1	Rp 535.000	Rp 535.000
Digital Voice Recorder	Olympus VN-8500 PC G1	2	Rp 630.000	Rp 1.260.000
Camera Digital	Sony Cybershot DSC-S3000	2	Rp 1.007.001	Rp 2.014.002
TOTAL				Rp 29.293.952

*Daftar nama barang merk/tipe dan harga furniture kantor diperoleh dari situs Distributorkantor.com, bhinneka.com, glodokshop.com. Situs-situs tersebut diakses pada 23 November 2011.

Daftar barang elektronik akan diperbaharui sampai 5 tahun ke depan. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan redaktur majalah.

2. Daftar Alat Tulis Kantor

Tabel 3. Daftar Alat Tulis Kantor

Barang	Spesifikasi	Qty	Satuan	Harga	Jumlah
Ballpoint	Faster	5	Pak	Rp. 16.500	Rp 82.500
Tip-ex	Staedler	2	Pak	Rp 29.000	Rp 58.000
Pensil 2b	Faber Castell	5	Pak	Rp 27.500	Rp 137.500
Penghapus Pensil	Staedler	1	Pak	Rp 60.000	Rp 60.000
Glue stick	Kenko	1	Pak	Rp 60.000	Rp 60.000
Spidol	Snowman	50	Buah	Rp 1.000	Rp 50.000
Paper Clip	Atom	2	Pak	Rp 13.000	Rp 26.000
White Board	Daiko Double Face 45x60	1	Buah	Rp 432.810	Rp 432.810
Spidol white board	Snowman	3	Pak	Rp 55.000	Rp 165.000
Stabilo	Joyko	10	Buah	Rp 4.400	Rp 44.000
Stapler	Kenko	3	Buah	Rp 9.000	Rp 27.000
Isi Stapler	Kenko	5	Boks	Rp 16.000	Rp 80.000
Kertas HVS A4	Paper One	10	Rim	Rp 25.000	Rp 250.000
TOTAL					Rp 1.472.810

Daftar alat tulis kantor akan diperbaharui sekitar enam sampai satu tahun kemudian. Hal ini tergantung pada penggunaannya. namun, untuk barang-barang yang sewaktu-waktu dapat habis, akan segera diperbaharui.

Dengan melihat rincian kebutuhan kantor di atas, maka dapat dikatakan modal awal yang diperlukan adalah Rp 30.766.762. berikut adalah perinciannya

Tabel 4. Modal Awal

Keterangan	Total
Peralatan dan Perlengkapan Kantor	Rp 29.293.952
Alat Tulis Kantor	Rp 1. 472.810
Modal Awal	Rp 30.766.762

4.1.2 Biaya Pengeluaran

1. Biaya Umum dan Administrasi

a. Gaji Karyawan (per tahun)

Tabel 5. Gaji Karyawan per Tahun

Jabatan	Jumlah	Keterangan	Gaji	Setahun	Total
Pemimpin Redaksi	1	Karyawan Tetap	Rp 2.000.000	12	Rp 24.000.000
Redaktur Rubrik	1	Karyawan tetap	Rp 2.000.000	12	Rp 24.000.000
Reporter	2	Karyawan Honorer	Rp 250.000	6	Rp 3.000.000
Photographer	1	Karyawan Honorer	Rp 250.000	6	Rp 1.500.000
Graphic Designer	1	Karyawan Tetap	Rp 2.000.000	12	Rp 24.000.000
Promotion and Advertising	1	Karyawan Tetap	Rp 2.000.000	12	Rp 24.000.000
TOTAL					Rp100.500.000

Untuk karyawan honorer, honor akan diberikan setiap kali penerbitan majalah, yaitu dua bulan sekali. Sedangkan untuk karyawan tetap akan diberikan gaji setiap

bulannya mengingat orang-orang yang bekerja pada jabatan tersebut merupakan orang-orang yang ahli dalam bidangnya.

b. biaya total administrasi dan umum (Biaya tetap) per tahun

Tabel 6. Biaya Tetap per Tahun

Kebutuhan	Keterangan	Biaya	Setahun	Total
Gaji Karyawan	7 Karyawan	Rp 102.300.000	-	Rp 100.500.000
THR	3 Karyawan	Rp 6.000.000		Rp 6.000.000
Internet	Speedy Familia	Rp 645.000	12	Rp 7.740.000
Telepon dan fax	Telkom	Rp 500.000	12	Rp 6.000.000
Konsumsi Rapat		Rp 500.000	6	Rp 3.000.000
Biaya Cetak		Rp 12.800.000	6	Rp 76.800.000
Biaya Distribusi		Rp 1.000.000	6	Rp 6.000.000
Biaya Perjalanan		Rp 500.000	12	Rp 6.000.000
TOTAL				Rp 212.040.000

Setelah melihat rincian yang dibutuhkan dalam penerbitan majalah ini, dapat dikatakan, biaya yang akan dikeluarkan dalam setahun adalah Rp 215.840.000

Universitas Indonesia

4.1.3 Perkiraan Pendapatan

. Majalah mempunyai kekuatan dalam menampilkan iklan. Adapun kekuatan majalah sebagai media iklan adalah sebagai berikut:

- Khalayak sasaran untuk iklannya lebih tersegmentasi, sehingga majalah dengan *special interest* akan disukai pengiklan karena dianggap memiliki *captive market*.
- Penerimaan khalayak; memiliki kemampuan mengangkat produk yang diiklankan sejajar dengan persepsi khalayak sasaran.
- *Long life span*;
usia edar majalah adalah panjang dan sering disimpan sebagai referensi. Umumnya pembaca majalah membaca satu majalah rata-rata 60–90 menit dan sering diulang-ulang. Oleh karenanya iklan yang ada dalam majalah dapat memuat naskah iklan yang panjang dan lebih rinci sekaligus juga unsur kreatif kreasi pesan iklan yang disampaikan.
- Kualitas visual;
Karena umumnya dicetak dengan kertas berkualitas tinggi, maka menjajikan kualitas foto, gambar, tulisan yang lebih indah dan menarik perhatian.
- Dapat digunakan sekaligus sebagai sarana *sales promotions*; misal pemberian kupon, sampel produk, bonus dan sebagainya
- *Creativity flexibility*
karena kualitas visualnya maka iklan di majalah penerapan artwork dan strategi kreatifnya dapat dimaksimalkan dan lebih bervariasi

Berkaitan dengan majalah ILP Flash, maka adapun perincian mengenai iklan pada majalah ini, adalah sebagai berikut:

1. Tarif Iklan

Tabel 7. Tarif Iklan

Placement	Harga Iklan
Inside Front Cover	Rp 3.450.000
Cover Belakang	Rp 3.900.000
Cover Belakang Dalam	Rp 3.400.000
Full Page	Rp 2.250.000
½ Halaman	Rp 1.415.000
¼ Halaman	Rp 1.050.000
1/8 Halaman	Rp 795.000

2. Perkiraan Pendapatan Iklan Per-edisi

Tabel 8. Daftar Perkiraan Pendapat Iklan per Edisi

Placement	Harga Iklan	Item	Jumlah
Inside Front Cover	Rp 3.450.000	1	Rp 3.450.000
Cover Belakang	Rp 3.900.000	1	Rp 3.900.000
Cover Belakang Dalam	Rp 3.4000.000	1	Rp 3.400.000
Full Page	Rp 2.250.000	2	Rp 4.500.000
½ Halaman	Rp 1.415.000	3	Rp 4.245.000
¼ Halaman	Rp 1.050.000	2	Rp 2.100.000
1/8 Halaman	Rp 795.000	4	Rp 3.180.000
Total			Rp 24.775.000

3. Perkiraan Pendapatan Per-Tahun

Tabel 9. Perkiraan Pendapatan per Tahun

Jenis Pendapatan	Jumlah	Setahun	Total
Pendapatan Iklan	Rp 24.775.000	6	Rp 148.650.000

Universitas Indonesia

Majalah ini merupakan bagian dari kegiatan *public relations*, oleh sebab itu maka akan dibagikan secara gratis kepada masyarakat. Hal inilah yang membuat pendapatan majalah ini hanyalah dari iklan. Pendapatan iklan ini berfungsi untuk menekan biaya promosi, sehingga biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar.

4.2 CALON PENGIKLAN POTENSIAL

Majalah ILP Flash memberi kesempatan kepada para pengiklan yang ingin memasarkan produk/jasanya pada majalah ini. Tentunya produk/jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan segmentasi majalah ini. Berikut adalah nama calon pengiklan potensial pada majalah ILP Flash:

Tabel 10. Daftar Calon Pengiklan Potensial

No	Nama Produk/Perusahaan	Jenis Produk/Jasa
1	Kharisma	Toko Buku
2	TGA bookstore	Toko Buku
4	Kampus Tercinta-IISIP	Universitas
5	Universitas Gunadarma	Universitas
6	Eureka!	Toko Buku

4.3 PERSIAPAN AWAL

1. Rapat Pembentukan Struktur Organisasi Penerbit

Tujuan : 1) Membentuk susunan struktur organisasi penerbit
2) Pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab

Pelaksana : Pemimpin redaksi

Universitas Indonesia

Tempat : ILP Cijantung
 Waktu : 1 Februari 2012

2. Perekrutan Calon Karyawan

Tujuan : Mendapatkan SDM yang sesuai dengan posisi yang dibutuhkan

Pelaksana : Pemimpin redaksi

Tempat : ILP Cijantung

Waktu : 2 Februari 2012 – 5 Maret 2012

3. Pengenalan Karyawan

Tujuan : Menjelaskan pembagian kerja setiap karyawan

Pelaksana : Pemimpin redaksi

Tempat : ILP Cijantung

Waktu : 6 Maret 2012

4.4 PERSIAPAN PENERBITAN PERTAMA DAN DISTRIBUSI

1. Rapat redaksi pertama

Tujuan : 1) Menentukan konsep editorial
 2) Menentukan desain majalah
 3) Menentukan isi untuk majalah edisi pertama
 4) Menyusun anggaran

Pelaksana : 1) Pemimpin redaksi
 2) Redaktur Rubrik
 3) *Graphic Designer*

Tempat : ILP Cijantung

Waktu : 12 Maret 2012

2. Pengumpulan Materi Tulisan

Tujuan : Menetapkan isi materi majalah

Pelaksana : Reporter

Universitas Indonesia

Tempat : ILP Cijantung
 Waktu : 13 Maret 2012 – 30 April 2012

3. Editing 1

Tujuan : Memeriksa kelayakan naskah dan foto dari reporter
 Pelaksana : 1) Redaktur rubrik
 2) Reporter
 Tempat : ILP Cijantung
 Waktu : 1 Mei 2012 – 4 Mei 2012

4. Desain Layout dan Desain Dummy Majalah Edisi Pertama

Tujuan : 1) Menggabungkan naskah dan foto
 2) Menyusun tata letak artikel
 3) Menetapkan desain untuk rubrikasi
 Pelaksana : 1) Pemimpin redaksi
 2) Graphic designer
 Tempat : ILP Cijantung
 Waktu : 7 Maret 2012– 9 Maret 2012

5. Editing 2

Tujuan : Melakukan revisi dan evaluasi kelayakan majalah
 Pelaksana : 1) Pemimpin redaksi
 2) Redaktur Rubrik
 3) Reporter
 Tempat : ILP Cijantung
 Waktu : 9 Mei 2012 – 11 Mei 2012

6. Editing 3

Tujuan : 1) Pemeriksaan dummy majalah tahap akhir
 2) Mempersiapkan majalah untuk naik cetak
 Pelaksana : 1) Pemimpin redaksi

Universitas Indonesia

2) Redaktur rubrik
 3) Reporter
 Tempat : ILP Cijantung
 Waktu : 13 Mei 2012

7. Rapat Produksi

Tujuan : 1) Menyusun teknis untuk proses cetak majalah
 2) Menentukan tempat percetakan
 3) Mengecek distribusi dan sirkulasi
 Pelaksana : Pemimpin Redaksi
 Tempat : ILP Cijantung
 Waktu : 14 Mei 2012

8. Percetakan Majalah

Tujuan : Mencetak majalah yang sudah siap edar
 Pelaksana : Percetakan
 Tempat : Percetakan
 Waktu : 15 Mei 2012 – 19 Mei 2012

9. Rapat Distribusi dan Sirkulasi

Tujuan : 1) Menyusun program distribusi
 2) Menyusun anggaran distribusi
 Pelaksana : 1) Pemimpin Redaksi
 2) Bagian Distribusi
 Tempat : ILP Cijantung
 Waktu : 21 Mei 2012 – 22 Mei 2012

10. Distribusi

Tujuan : Menyebarkan majalah ke tempat-tempat yang telah dipilih
 Pelaksana : Bagian distribusi
 Tempat : Seluruh tempat yang telah dipilih

Universitas Indonesia

Waktu : 22 Mei 2012 – 23 Mei 2012

4.4 PERENCANAAN IKLAN

1. Rapat Iklan

Tujuan : 1) Penyusunan dan penetapan tarif iklan
 2) Menyusun program kerja sama dengan calon pengiklan

Pelaksana : 1) Pemimpin Redaksi
 2) Bagian Promosi dan Iklan

Tempat : ILP Cijantung

Waktu : 13 Maret 2012 – 15 Maret 2012

2. Pencarian Pengiklan

Tujuan : memperoleh klien untuk beriklan

Pelaksana : Bagian Promosi dan Iklan

Tempat : ILP Cijantung

Waktu : 19 Maret 2012 – 30 April 2012

4.5 RAPAT EVALUASI EDISI

Tujuan : Mengevaluasi edisi yang sudah terbit

Pelaksana : 1) Pemimpin redaksi
 2) Redaktur rubrik
 3) Reporter
 4) *Graphic designer*
 5) Bagian Promosi dan Iklan

Tempat : ILP Cijantung

Waktu : 30 Juni 2012

BAB V

EVALUASI PROGRAM

5.1 EVALUASI PER EDISI

Evaluasi per edisi merupakan evaluasi yang dilakukan oleh seluruh redaksi majalah untuk melihat kinerja yang telah dilakukan selama proses mencetak majalah ILP Flash. Evaluasi per edisi pertama akan dilakukan setelah setahun penerbitan pertama majalah ILP Flash. Di dalam evaluasi ini, akan dibahas mengenai mutu majalah dan kinerja redaksi majalah ILP Flash. Evaluasi mengenai mutu majalah akan meliputi dari konsep, konten, dan desain majalah. Secara lebih rinci, hal-hal yang akan dibahas di dalam evaluasi ini adalah sebagai berikut:

- Kesesuaian rencana dengan isi media yang sudah diterbitkan.
Hal ini akan lebih membahas mengenai adanya perubahan yang harus dilakukan pada saat membuat majalah ini. Perubahan tersebut berkaitan dengan perubahan narasumber, penambahan rubrik, perubahan isi rubric, dan lain-lain
- Pembagian kerja.
Hal ini akan membahas mengenai kesetaraan *load* kerja antar setiap karyawan. Akan dilihat apakah pembagian kerja yang selama ini telah dilakukan sesuai dengan deskripsi pekerjaan masing-masing karyawan.
- Mutu cetak.
Hal ini akan melihat mengenai apakah mutu cetak majalah sudah cukup baik atau perlukah diadakan suatu perubahan terhadap kualitas majalah.

- Distribusi.

Hal ini akan membahas mengenai pengecekan distribusi majalah. Akan dilihat bagaimana minat orang terhadap majalah ini yang beredar di masyarakat. Dengan melakukan evaluasi terhadap hal ini, akan diketahui daerah-daerah distribusi yang kuat dan yang lemah. Sehingga akan dapat diketahui strategi-strategi lain di dalam pendistribusian majalah di masa yang akan datang.

- Rencana iklan dan realisasi

Hal ini akan membahas mengenai kesesuaian antara rencana iklan dengan realisasi yang sudah ada di majalah. Pada pembahasan ini akan dilihat potensi-potensi para pengiklan yang sudah pernah menggunakan jasa ILP Flash untuk menampilkan produk atau jasa mereka.

Setelah mengetahui kendala yang dihadapi, akan dicari solusi terhadap kendala tersebut, sehingga tidak akan dijumpai lagi pada terbitan mendatang. Evaluasi internal akan dilakukan berkala, setelah penerbitan majalah.

5.2 EVALUASI TAHUNAN

Selain evaluasi internal, akan dilakukan evaluasi tahunan. Evaluasi tahunan akan dilakukan dalam bentuk *Focus Discussion Group* (FGD). Evaluasi tahunan pertama akan dilakukan setelah 1 tahun penerbitan majalah ILP Flash. Dalam melakukan FGD, akan diundang pihak-pihak di luar redaksi yang telah membaca majalah ILP Flash. Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam FGD adalah :

- Pembaca majalah ILP Flash (8 orang)
- Wakil dari ILP Pusat (1 orang)
- Ahli media (3 orang)

Dengan melakukan FGD bersama beberapa orang tersebut, maka diharapkan akan menerima beberapa pendapat dan saran mengenai beberapa hal, seperti:

- Isi dan manfaat informasi yang diberikan oleh majalah ILP Flash
- Bahasa yang digunakan dalam menyampaikan informasi
- Desain majalah
- Distribusi majalah (di mana dan dengan cara apa para peserta FGD mendapatkan majalah ILP Flash)
- Saran terbuka

Evaluasi ini dilakukan sebagai bentuk penilaian terhadap kualitas majalah. Selain itu juga untuk mengetahui kekurangan yang dimiliki majalah ILP Flash. Dengan adanya evaluasi ini maka akan diharapkan majalah ILP Flash dapat menjadi lebih baik dan bermutu di kalangan masyarakat. Hasil dari FGD ini akan dibahas dalam evaluasi per edisi sebagai bahan koreksi untuk para redaksi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Drs. Aceng. *Press relations*. 2001. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ardianto, Drs. Elvinaro, M.si, dkk. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. 2007. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Effendi, Prof. Drs. Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Massa Teori dan Praktek*. 1992. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. 2004. Jakarta: Erlangga
- Junaedhie, Kurniawan. *Rahasia Dapur Majalah di Indonesia*. 1995. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ibrahim, Idi Subandy. *Kecerdasan Komunikasi: Seni Berkomunikasi Kepada Publik*. 2007. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. 1987. Jakarta: Erlangga
- Morrish, John. *Magazine Editing*. 1996. New York: Routledge
- Nurudin & Muhammad Syaifullah. *Media Relations*. 2004. Malang: CESPUR
- Rachmadi, F. *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*. 1992. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Romli, Asep Syamsul M, S.IP. *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. 1999. Bandung: PT Remaja Rosadakarya
- Severin, Werner J. & James W. tankard Jr. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. 2005. Jakarta: Kencana
- Siregar, Ashadi & Rondang Pasaribu. *Bagaimana Mengelola Media Korporasi-Organisasi*. 2000. Yogyakarta: Kanisius
- Vivian, John. *The Media of Mass Communication*. 2008. America: Pearson Education
- West, Richard & Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. 2008. Jakarta: Salemba Humanika

Internet

<http://organisasi.org/definisi-pengertian-bahasa-ragam-dan-fungsi-bahasa-pelajaran-bahasa-indonesia> (diakses pada 26 Oktober 2011, 21:15)

<http://www.ilpworld.com> (diakses pada 7 November 2011, 19:45)

<http://bincangmedia.wordpress.com/2010/05/27/memotret-industri-majalah-bersegmen-di-indonesia/> (diakses pada 8 November 2011, 18:00)

<http://www.anneahira.com/kursus-bahasa-inggris-ilp.htm> (diakses pada 12 Januari 2012, 22:00)





LAMPIRAN

