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

E. Nugrahaeni Prananingrum

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/ui/detail.jsp?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.