

# Penerbitan Surat Kabar Dua Edisi dalam Sehari : Kajian Ekonomi Media terhadap Seputar Indonesia = The Publication of Newspaper Twice A Day: Study of Media Economics Seputar Indonesia

Mulyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20338861&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Tesis ini membahas penerbitan suratkabar dua edisi dalam sehari oleh harian Sepurar Indonesia dari perspektif ekonomi media. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Temuan dianalisis dengan Model Organisasi IndusLri yang membahas stmktur pasar (marker srructure), strategilperilaku (conduc0 dan kinerja Gzerformcmce). Hasil temuan menunjukkan bahwa kondisi struktur pasar suratkabar yang oligopoli mcpengaruhi stmtegi/perilaku harian Sepurar Indonesia dalam menerbitkan suratkabar dua cdisi dalam schari. Se}anjutnya, strategi/perilaku ini berpengaruh pada kinerja perusahaan, yakni meningkatnya tingkat kepembacaan dan oplah halian ini. Namun dalam perjalannya, penerbitan edisi sore terpaksa dihentikan semenrara, karena meningkamya harga kertas koran sehingga biaya produksi menjadi tidak rasional. Selain itu, pcmasaran produk juga agak terkendala di tingkal agen karena agen- agen lama kebanyakan sudah dikendalikan oleh koran-koran besar. Sementara pcmasukan iklan untuk edisi sore masih sedikit.

.....This thesis discusses the publication of Seputar Indonesia daily nom the perspective of media economics. This study is a qualitative research with a descriptive design. The finding is analysed by Industrial Organization Model discussing market structure, conduct and perfomiance. The finding shows that the market structure, condition of an oligopolic newspaper influences the newscaper's conduct in publishing the newspaper twice a day, moming and aliemoon edition. This conduct influences the corporate perfonnance, namely the increase of readerships and circulation. But in the process, the publication of attemoon editions had to be temporarily stopped, since the price of paper for newspaper riscd then the production cost became irrational. Moreover, the product marketing found obstacles in agency levels because most existing agencies had been controlled by major newspaper. Meanwhile advertisement income for the aftemoon edition was still low.