

Manajemen majalah berita mingguan khas Islam: studi kasus Panji dan Ummat

Marilyn Nuritasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71839&lokasi=lokal>

Abstrak

Penerapan manajemen media akan sangat mempengaruhi performa sebuah media. Maka media yang terlihat berkembang biasanya menerapkan manajemen yang tepat dan sesuai dengan organisasinya. Manajemen media terbagi dua, manajemen bidang redaksi dan usaha. Keduanya harus bersinergi agar performa media menjadi baik. Artinya bila salah satu bidang kurang mampu melaksanakan tugasnya, maka performa media itu akan terganggu.

Tesis ini mengenai manajemen dua majalah berita mingguan khas Islam yaitu Panji dan Ummat. Peneliti memutuskan mengkaji masalah ini karena berdasarkan pengamatan peneliti perkembangan media khas Islam pada umumnya memiliki performa kurang baik dibandingkan media non Islam. Pertimbangan lain, Panji dan Ummat mewakili majalah berita mingguan berskala nasional dan memiliki target pembaca yang relatif sama. Performa keduanya berbeda, Panji telah melakukan reposisi menjadi majalah berita mingguan umum dan Ummat tidak terbit lagi.

Tesis ini bertujuan untuk menemukan perbedaan dan persamaan manajemen media diantara kedua majalah tersebut. Berdasarkan data yang didapat dari in-depth interview dan observasi, peneliti menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi kurang suksesnya Panji dan Ummat. Hasil temuan pada Panji memperlihatkan rendahnya tingkat sirkulasi dan hasil pendapatan iklan. Kedua faktor tersebut menyebabkan pendapatan Panji rendah. Sehingga diambil langkah penyelamatan yaitu Panji melakukan reposisi. Selanjutnya hasil temuan pada Ummat menunjukkan rendahnya tingkat sirkulasi dan hasil pendapatan iklan. Selain itu faktor lain adanya biaya pengeluaran yang begitu tinggi hingga tidak sesuai dengan pendapatan. Akibatnya Ummat tidak mampu untuk terbit.

Berdasarkan temuan tersebut, peneliti menemukan faktor-faktor yang mampu mendorong suksesnya sebuah media khas Islam. Beberapa faktor itu adalah tingkat sirkulasi dan pendapatan iklan yang sesuai dengan target yang telah ditentukan. Hal ini bisa diraih dengan meluncurkan strategi pemasaran dan iklan yang tepat. Sehingga diharapkan pendapatan keuangan bisa membiayai biaya produksi sebuah media.